



Reden-Forum

Halbjahres-Pressekonferenz 2006

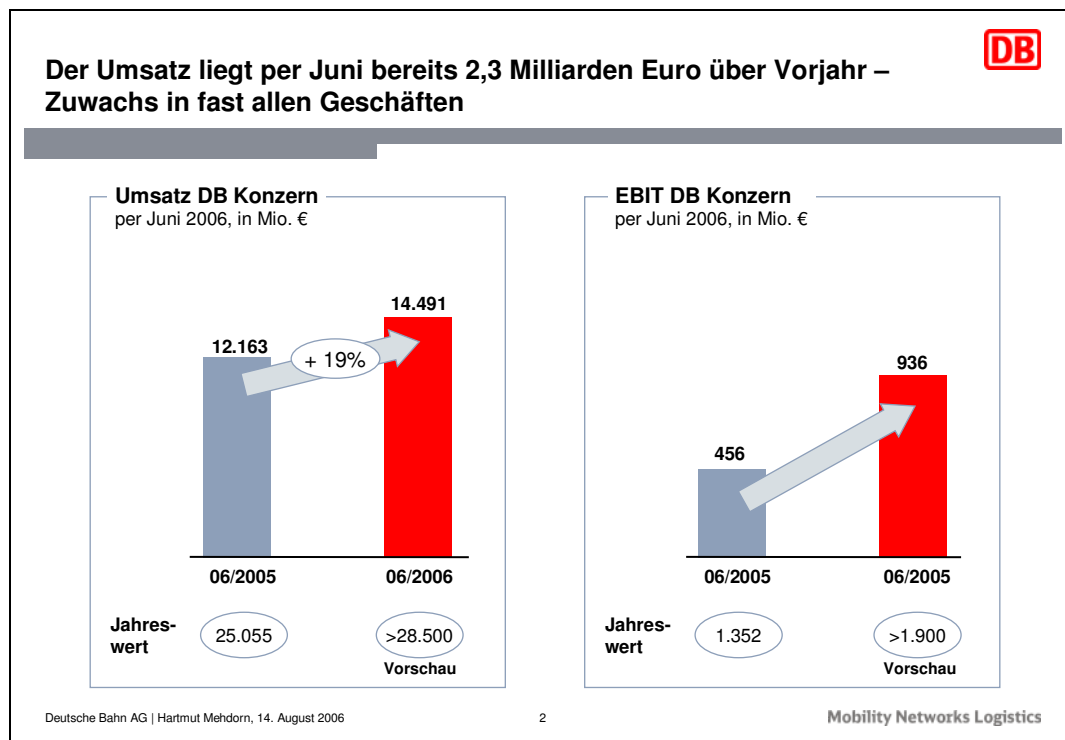
Rede
Hartmut Mehdorn

Frankfurt am Main, 14. August 2006

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich begrüße Sie herzlich zur Vorstellung unserer Halbjahreszahlen 2006 hier in der Finanz- und Börsenmetropole Frankfurt am Main. Ich hoffe, Sie sind genauso gut wie wir nach diesen ereignisreichen Monaten ins zweite Halbjahr gestartet.

Wir können Ihnen heute eine nahtlose Fortschreibung des wirtschaftlichen und verkehrspolitischen Erfolgs der DB AG im ersten Halbjahr 2006 präsentieren. Das Unternehmen ist hervorragend unterwegs.



Unsere Geschäftsfelder erreichen derzeit bemerkenswerte Wachstumsraten, die uns auch für das zweite Halbjahr sehr zuversichtlich machen.

Wer die Bahn kennt, weiß: Es gibt in unserer Branche keine Quick Wins. Wir ernten also die Früchte unserer über Jahre hinweg verbesserten Angebote und Dienstleistungen. Dabei beflügelt uns auch die anziehende Konjunktur. Gleichzeitig haben wir unsere Kosten sehr gut im Griff.

Der Umsatz des DB-Konzerns ist um 19,1 Prozent im Vergleich zu ersten Halbjahr des Vorjahres gestiegen. Das liegt einerseits an der erfolgreichen Integration von Bax. Aber auch unser organisches Wachstum war mit 8,1 Prozent mehr als erfreulich und im Vergleich mit Dax-Unternehmen und unserer Branche überdurchschnittlich.

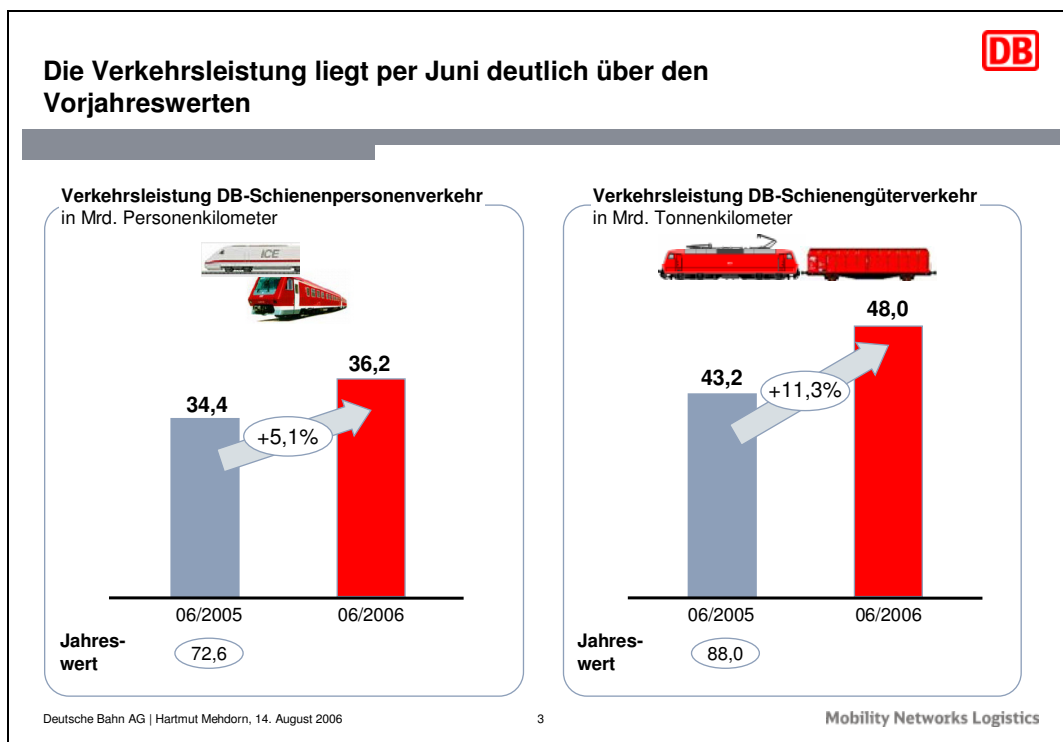
Unser wirtschaftliches Ergebnis haben wir dabei überproportional gesteigert. Im Vorjahresvergleich haben wir das EBIT in den ersten sechs Monaten 2006 auf 936 Millionen Euro mehr als verdoppelt.

Zum ersten Mal in ihrer Geschichte fährt die Deutsche Bahn AG von Jahresbeginn an in den schwarzen Zahlen. Und dabei ist traditionell die erste Jahreshälfte bei der Bahn immer die wirtschaftlich schwierigere.

Zu dieser positiven Ergebnisentwicklung haben alle Geschäftsfelder beigetragen. In Summe führt dies dazu, dass wir heute die Ergebnisprognose von 1,6 Milliarden Euro um rund 300 Millionen Euro auf ein EBIT von 1,9 Milliarden Euro deutlich anheben können.

Auch unsere Vorschau für den Jahresumsatz heben wir auf mindestens 28,5 Milliarden Euro an.

Bevor Ihnen unser Finanzvorstand Diethelm Sack anschließend die wesentlichen Kennziffern im Detail erläutert, möchte ich Ihnen über ausgewählte Entwicklungen und Ereignisse des ersten Halbjahres berichten.



Die Eisenbahn in Deutschland stand und steht im Zentrum unserer Strategie. Maßgebliches strategisches Ziel bleibt es für uns, mehr Verkehr auf die Schiene zu holen.

Dieses Ziel können wir im ersten Halbjahr 2006 in einem Maß erfüllen, das im internationalen Maßstab respektabel ist. Und wir sind auch ein wenig stolz darauf, solche seit der Nachkriegszeit nicht mehr da gewesene Wachstumsraten für die Eisenbahn in Deutschland vorzuweisen.

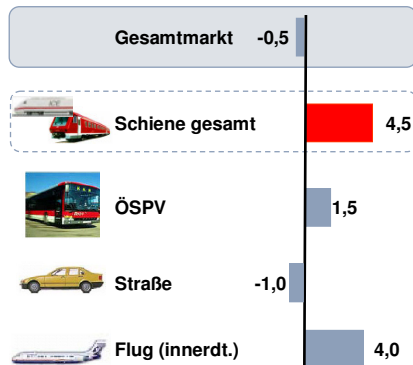
Wir sind mit unserer Personenverkehrsleistung um 5,1 Prozent, mit unserer Schienengüterverkehrsleistung um 11,3 Prozent gewachsen. Gleichzeitig haben unsere Drittkunden auf dem Netz, also die rund 300 in Deutschland tätigen Eisenbahnverkehrsunternehmen, um 17,3 Prozent mehr Trassenkilometer nachgefragt.

Die Eisenbahn in Deutschland wird auch 2006 wieder deutlich stärker als der Markt wachsen



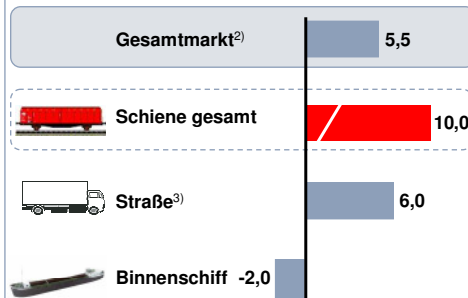
Marktentwicklung Personenverkehr 2006

Prognose 2006 ¹⁾, Personenkilometer in % zum Vorjahr



Marktentwicklung Güterverkehr 2006

Prognose 2006 ¹⁾, Tonnenkilometer in % zum Vorjahr



¹⁾ Prognosen auf halbe Prozentpunkte gerundet (Stand 26. Juli 2006); Schiene = DB-Schätzung ²⁾ Gesamtmarkt inkl. Rohrfernleitungen
³⁾ Straße = inkl. deutsche LKW im Nahbereich, ohne Kabotageverkehre ausländischer LKW in Deutschland

Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn, 14. August 2006

4

Mobility Networks Logistics

Ihren Wert gewinnen diese Zahlen, wenn man sie in den Vergleich mit den anderen Verkehrsträgern stellt. Die dargestellte Jahresprognose 2006 für den Verkehrsmarkt hat zwei Aussagen.

Erstens: Die Schiene wächst erneut stärker als der gesamte Verkehrsmarkt in Deutschland. Zweitens, und das ist neu: Sie wächst stärker als jeder andere Verkehrsträger.

Wir führen diese Entwicklung auf mehrere Ursachen zurück: Wesentlich ist sicherlich ein über Jahre hinweg kontinuierlich verbessertes Angebot auf der Schiene. Das beginnt sich nun in der Kundennachfrage widerzuspiegeln.

Unterstützend wirken auch externe Faktoren: Die anziehende Konjunktur und die weltweit hohen Energiepreise führen zur verstärkten Nachfrage auf der Schiene.

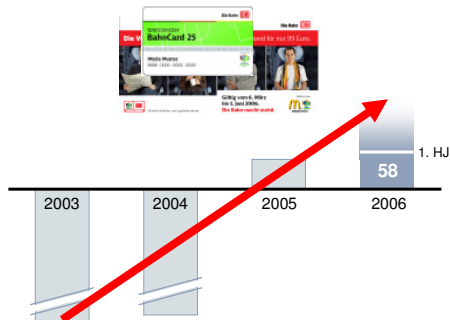
Aber insbesondere greift im Güterverkehr unsere Strategie: Verzahnung einer europäischen Güterbahn mit der Power einer starken Speditions- und Logistikorganisation. Ich komme hierauf noch zurück.

Ein Gewinner des Jahres 2006 ist also die Eisenbahn und der Verkehrsträger Schiene in Deutschland.

Der Turnaround im Fern- und Schienengüterverkehr wurde geschafft – weiterhin positive Entwicklung erwartet



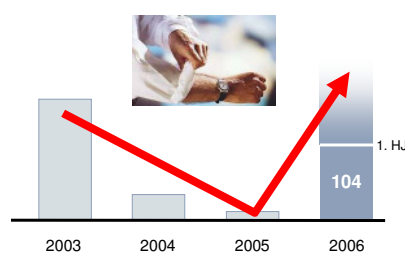
EBIT Fernverkehr
in Mio. €



- Erfolgreiche **Aktionspreis- und Verkaufsaktionen**
- Deutlicher **Ausbau BahnCard-Bestand**
- **Modernisierung und Erweiterung** der ICE-Flotte
- **Neue Infrastruktur** (Knoten Berlin, Berlin-Leipzig, Nürnberg-Ingolstadt-München)

Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn, 14. August 2006

EBIT Schienengüterverkehr
in Mio. €



- **RailPlus** – Maßnahmen zur Verbesserung von Kosten, Qualität und Vertrieb – zeigt erste Erfolge (z.B. Steigerung der Produktivität im Einzelwagensystem, verbesserte Kundenansprache)
- Positive Entwicklung der externen **Rahmenbedingungen**

Mobility Networks Logistics

Zwei unserer Geschäftsfelder tragen zu dieser positiven Entwicklung in besonderem Maß bei: Der Fernverkehr und unsere europäische Güterbahn Railion.

Besonders erfreulich ist, dass dieses Jahr nach dem Fernverkehr auch Railion den wirtschaftlichen Turnaround schafft – ein Jahr früher als geplant. Wir haben hier im ersten Halbjahr bereits ein EBIT von 104 Millionen Euro erzielt. Das ist eine Verbesserung von 119 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

In beiden Geschäftsfeldern haben wir gerade keine tiefen Einschnitte vorgenommen und gerade nicht das Angebot massiv gekürzt, wie es ein Bahnbetreiber ohne Netz, mit geliehenem Personal und geleasten Fahrzeugen getan hätte.

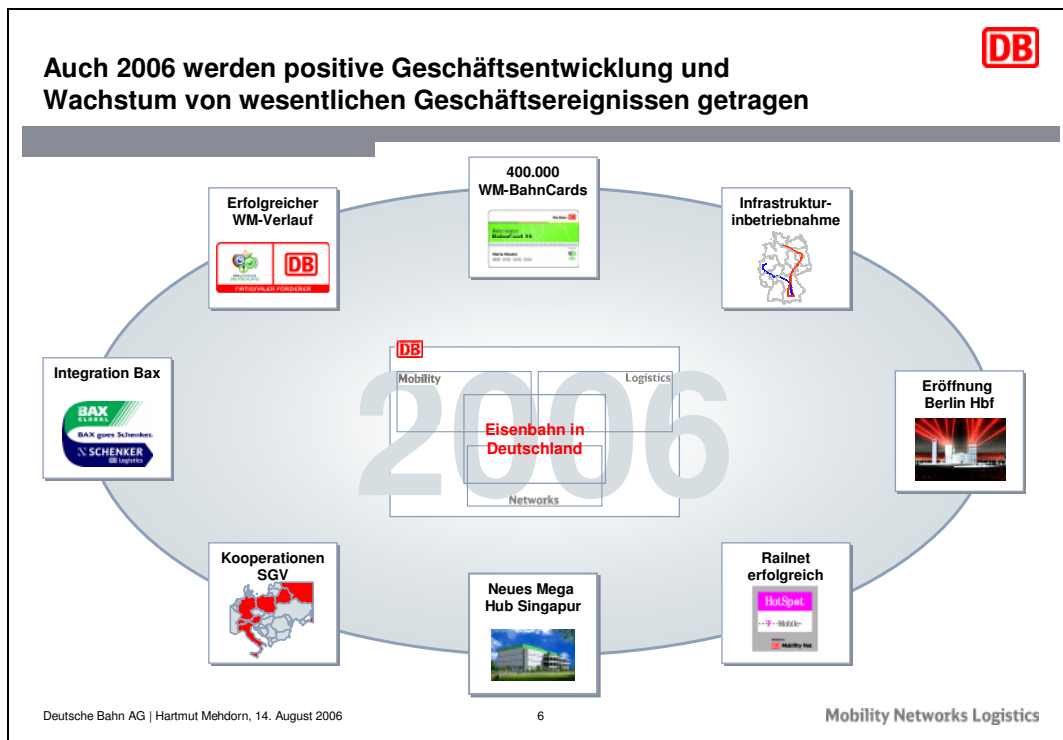
Als integrierter Bahnkonzern haben wir uns vielmehr intensiv um besseren Service, kürzere Reise- und Transportzeiten und eine höhere Gesamtproduktivität bemüht – mit großem Erfolg, wie sich jetzt zeigt.

Wir haben im Fernverkehr neue Kundengruppen erschlossen und unsere Kundenbindung durch die BahnCard weiter ausgebaut. Insgesamt hatten wir im Fernverkehr fast zwei Millionen mehr Reisende als im Vorjahreszeitraum. Wir haben neue ICE in Betrieb genommen und damit unser Angebot verdichtet und die Reisezeiten verkürzt. Wir setzen auf freundlichen Service im Zug und auf den Bahnhöfen. Wir kümmern uns Stück für Stück um integrierte Mobilitätsketten.

Damit haben wir im ersten Halbjahr mit ICE und IC ein Umsatzplus von 8,8 Prozent erzielt und das EBIT um 47 Millionen auf 58 Millionen Euro verbessert.

Bei Railion trägt unsere Europa-Strategie mit „grenzenlosen“ Güterzügen Früchte. Dafür haben wir massiv in Mehrsystem-Loks investiert und unsere Auslandsengagements in Italien, Dänemark und den Niederlanden aufgebaut, rechtzeitig vor der Liberalisierung 2007.

Bei RailPlus ist der Name Programm: Es ist unser Ziel, den Schienengüterverkehr durch Qualität und Service auf ein anderes Level zu heben. Wir sind hier noch nicht am Ziel, aber auf gutem Weg. Die anziehende Konjunktur hilft uns dabei.



Zahlreiche wichtige Ereignisse haben unser erstes Halbjahr 2006 positiv geprägt. Lassen Sie mich die bedeutendsten herausgreifen.

DB

Zum 28. Mai 2006 wurden im Fernverkehr der Berliner Knoten und neue Hochgeschwindigkeitsstrecken in Betrieb genommen

- **Infrastruktur pünktlich in Betrieb genommen:**
 - „Berliner Knoten“ (Nord-Süd-Tunnel)
 - ABS Berlin – Leipzig mit bis zu 200 km/h
 - NBS Nürnberg – Ingolstadt mit bis 300 km/h
- **Einsatz der zweiten Bauserie ICE 3 und ICE T** insb. auf neuer Infrastruktur
- **Erhebliche Angebotsverbesserungen** (Taktverdichtung, Kapazitätsausweitung)
- **Reibungslose Inbetriebnahme des Berliner Hauptbahnhofs** – bis heute mehr als 20 Mio. Besucher

Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn, 14. August 2006

7

Mobility Networks Logistics

Weltweites Interesse hat die Eröffnung des Berliner Hauptbahnhofs auf sich gezogen. Wohl selten hatte die Bahn einen solchen Imageschub zu verzeichnen. Der neue Hauptbahnhof ist für uns das Herz der Bahn mitten in der Hauptstadt.

20 Millionen Reisende und Besucher in den ersten zwei Monaten – diese Zahlen sprechen eine eindeutige Sprache und übertreffen alle Erwartungen. Und sie sprechen dafür, dass das Bauwerk dauerhaft zum Publikumsmagneten in Berlin wird.

Der Bahnhof wird bereits als ein neues Wahrzeichen von Berlin titulierte. Er ist ein eindrucksvolles Beispiel für unsere Strategie, die Bahnhöfe wieder in den Mittelpunkt der Städte zu rücken.

Im direkten Zusammenhang mit dem neuen Hauptstadtbahnhof steht der Fahrplanwechsel am 28. Mai. Er war mit den Inbetriebnahmen des Nord-Süd-Tunnels in Berlin und den Strecken Berlin – Leipzig und Nürnberg – Ingolstadt – München eine logistische Herausforderung für uns. Noch nie hat die Bahn in ihrer Geschichte soviel neue Infrastruktur gleichzeitig in Betrieb genommen.

Wir haben das dank intensiver Vorbereitung unserer Mitarbeiter reibungslos und pünktlich zur Fußball-WM gemeistert. Weitere Großstädte in Deutschland sind auf Stundendistanz aneinander gerückt. Zwischen Berlin und Leipzig sind schon jetzt bereits 20 Prozent mehr Kunden unterwegs.

Aber auch viele Regionen in ganz Deutschland profitieren von den verkürzten Reisezeiten und vom verdichteten Angebot.

Insofern versprechen wir uns auch positive Effekte für die gesamte Nachfrage im Fernverkehr.

Die Leistungsfähigkeit der DB AG während der Fußball WM begeisterte die Fans

DB

Fellow commuters, believe me:
... all we need to do is follow
the example of the Germans
Guardian

Die Deutsche Bahn AG
hat bei der FIFA-WM
eine Schlüsselrolle ge-
spielt. F. Beckenbauer

...Germany's ever-efficient
ICE trains...
Sun

Fasziniert bin ich von
Deutschlands Eisenbahn...
So einen sauberen Zug wie
den ICE habe ich noch nie
gesehen.
24 heures

 
NATIONALER FÖRDERER

Dies ist die beste Weltmeisterschaft
aller Zeiten. Das betrifft Atmosphäre
und Logistik
J. Blatter

...excellent German railway
and underground trains...
The Mail

...The nation's public
transport system is both a
superb model of integration
and amazing value...
...Services are extremely
reliable...
THE INDEPENDENT

Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn, 14. August 2006

8

Mobility Networks Logistics

Der neue Fahrplan war die Grundlage für unsere Leistungen bei der WM. Ich zeige Ihnen hier einmal ein paar Zitate aus der Auslandspress und von den Verantwortlichen der Veranstalter, stellvertretend für die gute Resonanz auf unsere Leistungen.

Sie demonstrieren natürlich auch ein Stück weit, wie man außerhalb unseres Landes die Bahn in Deutschland und unsere Leistung bei der WM sieht.

Wir haben 420.000 Weltmeister-BahnCards verkauft und 15 Millionen zusätzliche Fahrgäste befördert. Während der WM waren jeden Tag rund 5,5 Millionen Reisende mit der Bahn unterwegs. Die Logistik in den Stadien hat dank Schenker perfekt funktioniert.

Unsere Mitarbeiter sind in diesen Wochen mit besonderem Engagement und Begeisterung am Ball gewesen. Diese Leistung haben die Herren Blatter und Beckenbauer bereits ausdrücklich gelobt und hervorgehoben.

Im September steht bereits das nächste Großereignis bevor. Derzeit arbeiten unsere Geschäftsfelder Hand in Hand, um zum Papstbesuch den erwarteten Reisestrom von rund einer Million Menschen bewältigen zu können.

Wir werden mit rund 550 zusätzlichen Zügen auf dem Netz gewährleisten, dass ein Großteil der Pilger staufrei mit der Bahn zu den Messen in München, Regensburg und Altötting gelangen kann. Dazu fahren wir einen integrierten Sonderfahrplan, mit dem wir an die Grenzen unserer Kapazität in Bayern gehen werden.

Lassen Sie mich vom Personenverkehr und der Infrastruktur zu Transport und Logistik kommen.

Mit der Integration von BAX komplettiert Schenker sein weltweites Logistiknetz im Land-, See- und Luftverkehr

DB

"It takes the Schenker and BAX Global merger to bring my world closer together. Good for me."
Now access the world's No. 1 resource for European land transportation, No. 2 for global airfreight and No. 3 for global seafreight. **Good for your business.**

BAX
Schenker
Logistics

"It takes the Schenker and BAX Global merger to bring my world closer together. Good for my business."
Now access the world's No. 1 resource for European land transportation, No. 2 for global airfreight and No. 3 for global seafreight. **Good for your business.**

"It takes the Schenker and BAX Global merger to bring my world closer together. Good for my business."
Now access the world's No. 1 resource for European land transportation, No. 2 for global airfreight and No. 3 for global seafreight. **Good for your business.**

By joining forces and becoming the industry's leading logistics powerhouse, Schenker and BAX Global change your world for the better. Now, with over 1,000 offices in 120 countries worldwide, we're everywhere you need to be. Our blend of more than 10,000 trained people stands for a wide array of multimodal and customized services, as well as more integrated supply chain solutions than ever before. Look to Schenker and BAX Global to be the one resource you require to bring your world closer together. Good for your business.

www.logisticschenker.com

Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn, 14. August 2006

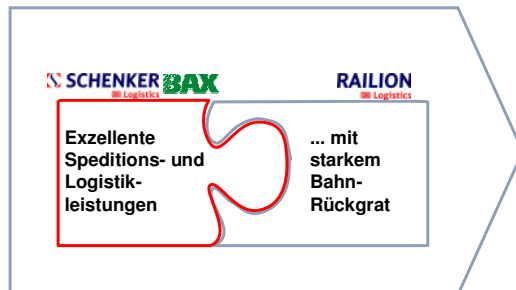
7

Mobility Networks Logistics

Wir haben die Akquisition von Bax abgeschlossen. Derzeit sind wir auf einem erfolgreichen und nachhaltigen Weg der Integration von Schenker und Bax.

Wir können damit unsere Marktposition in der weltweiten See- und Luftfracht sowie im europäischen Landverkehr Schritt für Schritt weiter ausbauen. Schenker und Bax beflügeln sich gegenseitig mit ihren Netzen.

Schenker und Railion profitieren vom integrierten Geschäftsmodell – optimale unternehmerische Aufstellung für künftige Marktchancen



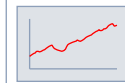
Marktchancen der nächsten Jahre



Liberalisierung des europäischen SGV kann mit Aufstellung optimal genutzt werden



Kombination Schiene – Logistik international sehr gefragt (Beispiel: China, Russland und Nahost)



Hohe Dynamik der globalen Logistikmärkte

Gleichzeitig verzahnen wir das Leistungsportfolio von Schenker und Railion. Wir bauen damit unser Position als Vollsortimenter in der Logistik aus und können komplexe Logistikketten weltweit aus einer Hand anbieten.

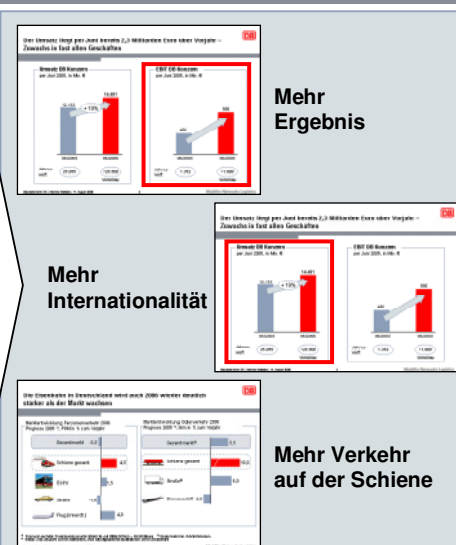
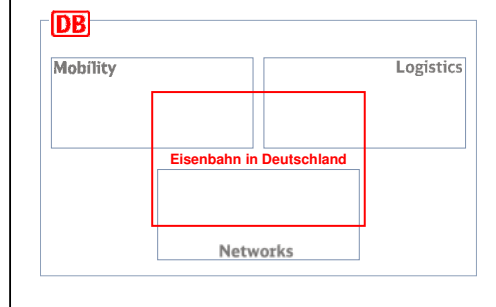
Als einziger Logistikkonzern verfügen wir mit Railion über eine starke europäische Güterbahn im Portfolio. In dieser Aufstellung können wir die Marktchancen der nächsten Jahre optimal nutzen.

Ich will Ihnen dazu einige Beispiele nennen: Der Aufbau von weiteren europäischen Railports und Logistik-Plattformen Straße/Schiene, die Einbindung der Schiene in Verkehre Asien – Russland - Europa, komplexe Supply Chains in Europa wie für Porsche und andere Automobilhersteller und nahtlose Seehafen-Hinterland-Logistik. Für diese Chancen sind wir bestens aufgestellt.

Der wirtschaftliche Erfolg resultiert aus der konsequenten Umsetzung unserer Strategie



Strategie DB-Konzern



Die Deutsche Bahn AG hat sich wie wohl kein anderes Unternehmen in der Deutschen Nachkriegsgeschichte verändert. Sowohl im Hinblick auf ihre Größe, ihre Technologie, ihren Markt und ihre Kundenausrichtung hat sich das Unternehmen völlig neu aufgestellt.

Unsere aktuelle Geschäftslage zeigt es erneut und prägnanter als je zuvor: Die Strategie der DB AG für Mobilität, Netze und Logistik greift nachhaltig.

Wir erzielen mit unserer strategischen Aufstellung mehr Verkehr auf der Schiene, verfolgen mit immer besserer Profitabilität unseren Track Record und nutzen die Marktchancen durch internationale Vernetzung.

Damit bieten wir Deutschland den höchsten Nutzen: Ein wirtschaftlich gesunder Konzern mit insgesamt 230.000 sicheren Arbeitsplätzen, davon 185.000 im Inland, ein starker Verkehrsträger Schiene für unsere Volkswirtschaft und in Sachen Logistik ein Globalisierungspartner für die Wirtschaft.

**Starke Argumente sprechen für den schnellen Börsengang –
die DB AG ist hierauf vorbereitet**

DB

Börsengang



- ✓ Nutzen von Wachstumschancen
- ✓ Weitere Steigerung der Produktivität
- ✓ Dauerhafte Sicherung des Bestandsnetzes
- ✓ Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmenserfolg
- ✓ Sicherung von Beschäftigung am Standort Deutschland

Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn, 14. August 2006

12

Mobility Networks Logistics

Die Deutsche Bahn AG und die Eisenbahn als Ganzes stehen in diesen Wochen vor einer Weichenstellung, ja sogar vor der wichtigsten Entscheidung seit der Bahnreform von 1994.

In Kürze werden Bundestag und später Bundesrat über die Fortschreibung dieses Reform-Erfolgs beraten und beschließen.

Wenn Deutschland die Chancen des weltweit zweitgrößten Mobilitäts- und Logistikkonzerns nutzen will, ist ein zeitnaher Gang an die Börse für die DB AG eine richtige und nachhaltige Entscheidung.

Andere ehemalige Staatsunternehmen sind diesen Weg bereits erfolgreich gegangen. Es ist also ein erprobter Weg. Wir möchten dies ebenfalls verlässlich und in jahrelang bewährter Aufstellung tun - zum Nutzen für den Verkehrsträger Schiene und den Standort Deutschland. Wir sind überzeugt, das ist zum Vorteil für Kunden, Mitarbeiter und Steuerzahler.

Für diese politische Richtungsentscheidung haben Mitarbeiter und Management in den letzten Jahren mit der positiven Entwicklung des DB-Konzerns die Grundlage gelegt.

Wir sind zum Halbjahr 2006 erneut planmäßig unterwegs.

Der gute Geschäftsverlauf ermöglicht es, dass wir die Prognosen für Umsatz und Ergebnis für das Gesamtjahr 2006 – wie eingangs schon erwähnt – deutlich anheben.

Wir melden das Unternehmen damit kapitalmarktfähig.

Wir arbeiten weiter mit Hochdruck daran, unsere Angebote und Leistungen auszuweiten und unsere Produktivität kontinuierlich zu steigern.

Kern unserer Strategie ist und bleibt die Eisenbahn in Deutschland und ihre Weiterentwicklung als Gesamtsystem.

Unseren Wachstumskurs wollen wir fortsetzen. Dafür brauchen wir den Zugang zu Eigenkapital.

Unsere Mitarbeiter haben in den letzten Jahren viel bewegt, damit nun die Weichen für eine erfolgreiche und sichere Zukunft dieses Unternehmens und des Verkehrsträgers Schiene in Deutschland gestellt werden können.

Der Zeitpunkt dafür ist denkbar günstig.

Wir sind zuversichtlich, dass unser Eigentümer die richtige Entscheidung treffen wird.

Vielen Dank.

Rede von Hartmut Mehndorn, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bahn AG, Halbjahres-Pressekonferenz, am 14. August 2006, Frankfurt/Main.

Es gilt das gesprochene Wort.

Kontakt:
Deutsche Bahn AG
Potsdamer Platz 2
10785 Berlin,

Konzernmarketing und Kommunikation
Tel.: +49 (0)30 297-61131
Fax: +49 (0)30 297-61919
E-Mail: medienbetreuung@bahn.de

Investor Relations
Tel.: +49 (0)30 297-61130
Fax: +49 (0)30 297-61961
E-Mail: investor.relations@bahn.de