



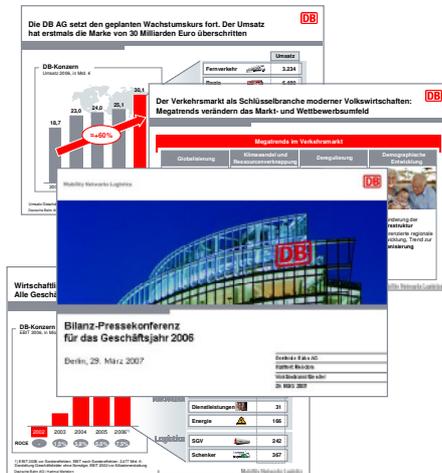
Reden-Forum

Bilanz-Pressekonferenz zum Geschäftsjahr 2006

Hartmut Mehdorn
Vorstandsvorsitzender DB AG

Berlin, 29. März 2007

Das war 2006!



Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn

2

Mobility Networks Logistics

„Die DB AG hat den höchsten Umsatz und den größten Gewinn in ihrer Geschichte erzielt“

„Die DB AG ist heute 20 Milliarden Euro mehr Wert als vor sieben Jahren“

„Die weitere **Privatisierung** der DB AG ist keine Option, sondern **ohne Alternative für die Zukunft von Europas größtem Verkehrsunternehmen**“

„**Nicht Toyota kaufen, sondern Bahn fahren** heißt das Gebot der Stunde“

„Wirklich **grüne Mobilität** gibt es **nur auf der Schiene**“

„Das **3-Liter-Auto** gibt es in der Praxis schon: **die Bahn**“

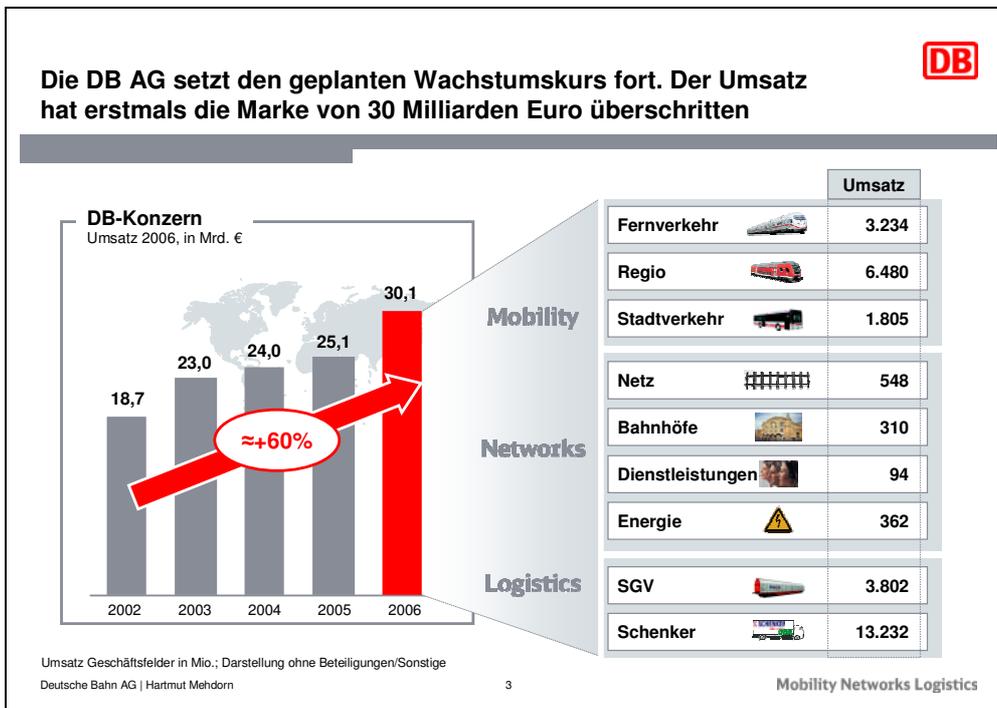
„**Bei der Bahn muss niemand um seinen Job fürchten**. Unser Beschäftigungspakt schafft Vertrauen und ist damit eine Grundlage für unseren Erfolg“

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich begrüße Sie herzlich auf unserer Bilanz-Presskonferenz für das Geschäftsjahr 2006.

Das zurückliegende Geschäftsjahr 2006 war für die DB AG ein herausragendes Jahr. Die DB AG hat den höchsten Umsatz und den größten Gewinn in ihrer Geschichte erzielt. Seit 1999 haben wir den Wert des Unternehmens um den Betrag von 20 Milliarden Euro erhöht. Das Unternehmen ist nun reif für die Kapitalprivatisierung, die wir 2008 erwarten. Wir können, wollen und müssen an den Kapitalmarkt, um die Erfolgsgeschichte der Deutschen Bahn fortzuschreiben. Denn die weitere Privatisierung der DB AG ist keine Option, sondern ohne Alternative für die Zukunft von Europas größtem Verkehrsunternehmen.

Wir haben 2006 unseren Kurs geradlinig fortgesetzt und können deshalb heute feststellen: Das zurückliegende Geschäftsjahr war das Beste in der Geschichte der Deutschen Bahn AG. In Zeiten einer sich rasch verändernden Weltwirtschaft haben wir damit Verlässlichkeit und Kontinuität an den Tag gelegt.



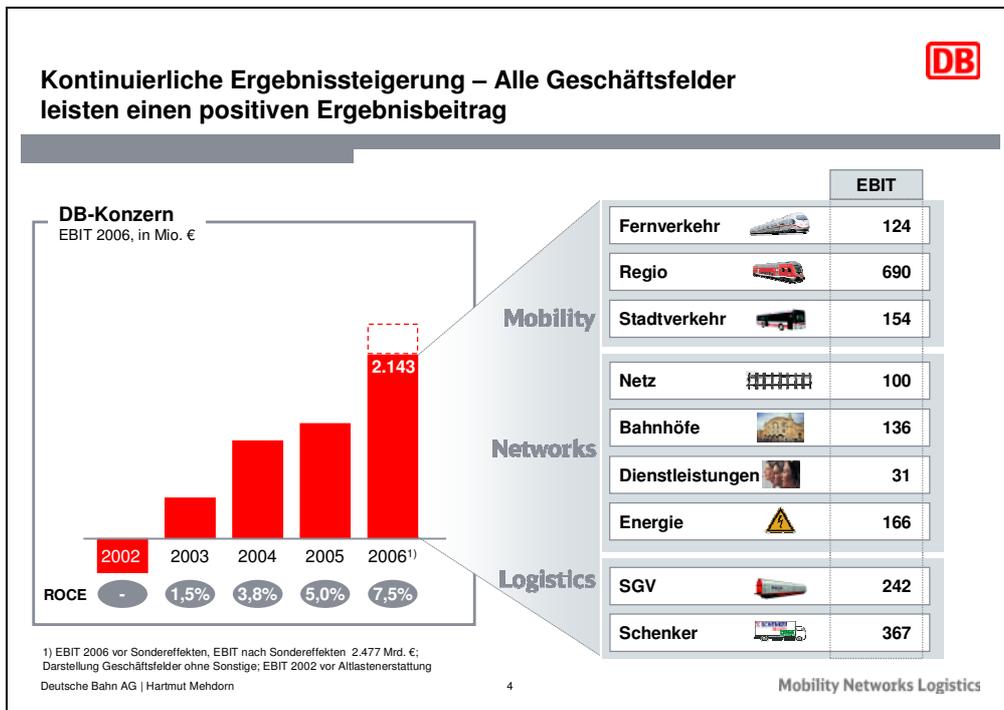
Wir haben unsere Leistungen deutlich ausgeweitet und auch in Sachen Kundenfreundlichkeit einen großen Schritt nach vorne gemacht. Der Umsatz hat dadurch erstmals die Marke von 30 Milliarden Euro übersprungen. Somit sind wir im Durchschnitt der letzten fünf Jahre rund 13 Prozent pro Jahr gewachsen. Dieser nachhaltige Erfolg ist vor allem ein Gesamterfolg aller Mitarbeiter im integrierten Konzern.

Auch 2006 haben wir durch organisches Wachstum deutlich zugelegt und ein Plus von 8 Prozent zu verzeichnen. Schenker, der Schienengüterverkehr und der Fernverkehr waren 2006 unsere Umsatztreiber. Hier gab es die absolut größten Steigerungen.

Erwähnenswert ist auch unsere Umsatzstruktur: 64 Prozent unseres Umsatzes haben wir 2006 mit Geschäftskunden gemacht, 21 Prozent mit Privatkunden und 15 Prozent mit öffentlichen Partnern. Rund ein Drittel unseres Umsatzes erwirtschaften wir mittlerweile außerhalb Deutschlands. Unsere Kundenstruktur ist heute also mit anderen, börsennotierten Konzernen vergleichbar.

Die DB AG ist 2006 wesentlich internationaler geworden und folgt damit den Anforderungen der globalen Verkehrsmärkte. Aber auch unser Kerngeschäft, insbesondere die Eisenbahn in Deutschland, ist auf einem sehr erfreulichen Wachstumspfad. Wir haben damit die Sanierungsphase endgültig abgeschlossen.

Das Geschäftsjahr 2006 zeigt es deutlich: Wir sind heute eines der weltweit erfolgreichsten und innovativsten Verkehrsunternehmen. Die DB AG hat damit ihren Auftrag aus der Bahnreform voll erfüllt.



2006 haben wir unsere Wirtschaftlichkeit erneut verbessert und sind damit unserem geplanten Track Record vorausgefahren. Der Ergebniszuwachs 2006 hat eine breite Basis über die Geschäftsfelder hinweg.

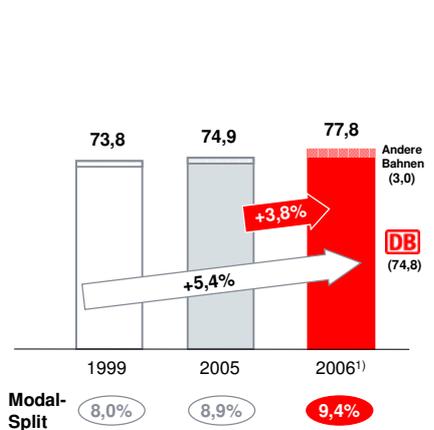
Das EBIT, also das operative Ergebnis, konnten wir auf mehr als 2,1 Milliarden Euro steigern. Die Sondereffekte sind dabei schon herausgerechnet, was Ihnen Herr Sack noch erläutern wird. In den Anfangsjahren der Bahnreform hatten die zwei Milliarden noch ein Minuszeichen davor stehen, wenn Sie sich erinnern. Das zeigt, welche Erfolgsgeschichte und welche Dynamik in diesem Unternehmen steckt. Unsere zentrale Wertmanagement-Kennziffer ROCE hat 2006 7,5 Prozent erreicht. Marktübliche Werte für die Kapitalverzinsung sind für die DB AG also in greifbarer Nähe.

Das Geschäftsfeld Fernverkehr hat den im Vorjahr vollzogenen Turnaround bestätigt und bei höherer Kundenzufriedenheit erneut verbesserte Ergebnisse erwirtschaftet. Auch das Geschäftsfeld Regio hat die Fahrgastumsätze ausgeweitet und Kosten gesenkt. Damit sind die erfreulichen Vorjahresresultate weiter gestiegen – trotz Rückgang der Bestellerentgelte. Bemerkenswert entwickelte sich das Geschäftsfeld Schienengüterverkehr. Gepusht auch durch die gute Konjunktur sind wir hier früher als erwartet zu deutlich positiven Ergebnissen zurückgekehrt. Bei Schenker haben wir absolut und relativ starke Zuwächse. Das gilt sowohl unter Einbeziehung von BAX, als auch auf vergleichbarer Basis. Hier lässt sich der mit Besonnenheit vorangetriebene Integrationskurs auch an den Zahlen ablesen. Die DB AG hat damit ihre Akquisitions- und Integrationskompetenz eindeutig unter Beweis gestellt.

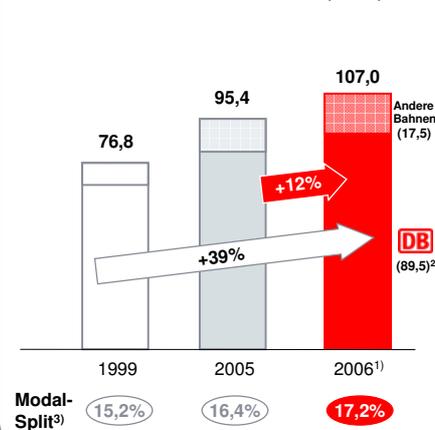
Der Schienenverkehr wächst – weiterer Ausbau des Marktanteils im Jahr 2006



Verkehrsleistung Schienenpersonenverkehr
Deutschland, in Mrd. Personenkilometer



Verkehrsleistung Schienengüterverkehr
Deutschland, in Mrd. Tonnenkilometer (brutto)



¹⁾ 2006 = Schätzung; Werte Güterverkehr gerundet; ²⁾ ab 2006 incl. RBH Logistics; ³⁾ Darstellung gem. neuer Marktdefinition (Schiene, Straße, Binnenschiff, Rohrleitungen)
Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn

Mobility Networks Logistics

All dies zusammen führt zu der ökonomischen Bilanz: Es war das bisher beste Jahr in der Geschichte der Deutschen Bahn AG. Aber nicht nur das: mehr Verkehr auf der Schiene ist Realität in Deutschland – und das in einem Ausmaß, das selbst optimistische Prognosen bei weitem übertroffen hat. Damit unterstreichen wir erneut, dass unsere Strategie richtig ist und wir unseren verkehrspolitischen Anspruch und unser Eisenbahngeschäft deutlich im Fokus haben.

Der deutsche Personenverkehrsmarkt insgesamt hat sich 2006 langsam im Rückwärtsgang bewegt. Nicht so die Schiene: Sie hat um 3,8 Prozent weiter zugelegt. 1,85 Milliarden Fahrgäste bedeuten für die DB AG eine neue Jahres-Bestmarke.

Hervorragend entwickelte sich der Schienengüterverkehr. Die Wachstumsrate betrug hier 12 Prozent und war so hoch wie seit 25 Jahren nicht mehr. Alle Güterbahnen zusammen haben in der Bundesrepublik mit 107 erstmals mehr als 100 Milliarden Tonnenkilometer erbracht. Das ist ein Plus von fast 40 Prozent seit 1999.

Nur in Deutschland gibt es eine derart positive Entwicklung für die Schiene auf hohem Niveau. Dieser Trend ist ein realer Beweis für die Leistungsfähigkeit unseres Netzes, auf dem wir wieder über eine Milliarde Trassenkilometer zu verzeichnen hatten.

Mit wachsendem Verkehr nimmt auch die Netzauslastung zu. Ohne unser integriertes Management der Infrastruktur wäre ein solch dichter Betrieb überhaupt nicht umsetzbar. Sondern nur auf einem der besten Bahnnetze weltweit, das durch die DB AG intensiv in Stand gehalten und modernisiert wird.

Dass die Nutzung des Netzes durch andere Bahnen im Berichtsjahr weiter angestiegen ist, unterstreicht seine Attraktivität. Rund 330 konzernexterne Bahnen waren Ende 2006 auf dem Netz unterwegs. Daran können Sie ablesen, wie hoch die Wettbewerbsintensität im deutschen Bahnsektor mittlerweile ist.

Bedauerlich ist, dass der Wettbewerb nicht selten über Lohntüte und Arbeitsbedingungen ausgetragen wird. Mit der engen Sozialpartnerschaft wehren wir uns gemeinsam mit unseren Beschäftigten dagegen. Gleichwohl, die Spielräume für Lohnverbesserungen in unserer Branche sind gering – das gilt unverändert. Wir haben jedoch 2005 unseren Beschäftigungspakt bis 2010 verlängert. Damit ist der soziale Frieden bei der DB AG gewahrt, in Zeiten, in denen andernorts zehntausende Arbeitsplätze abgebaut werden. 2006 hat sich unse-

re weit vorausschauende Strategie zur Beschäftigungssicherung voll ausgezahlt. Bei der Bahn muss niemand um seinen Job fürchten. Unser Beschäftigungspakt schafft Vertrauen und ist damit eine Grundlage für unseren Erfolg. Enttäuschend ist für uns jedoch, dass sich jüngst der DGB gegen eine Privatisierung der DB AG ausgesprochen hat. Dieser Beschluss ignoriert blind den partnerschaftlichen Kurs, auf dem wir uns gemeinsam mit der Belegschaft befinden und er zeugt vom Glauben an Rezepte aus der Vergangenheit.

Meine Damen und Herren, Sie sehen in unserem Geschäftsbericht, dass die DB AG den Corporate-Governance-Empfehlungen der Bundesregierung nachkommt und erstmals alle Einzel-Einkommen der Vorstandsmitglieder aufführt. Sie sehen dort auch, dass sich dieses erfolgreichste Jahr der DB AG folgerichtig in der erfolgsbezogenen Vergütung der Vorstände niederschlägt.

Gestatten Sie mir, dazu folgendes zu sagen: Der Aufsichtsrat der DB AG hat sich schon 2005 dafür ausgesprochen, eine nachvollziehbare Formel einzuführen, nach der die Vorstände abhängig vom jeweiligen Erfolg bezahlt werden - im Guten wie im Schlechten. Diese Formel kam 2006 erstmals zur Geltung. Ferner rangieren wir in einem außergewöhnlich erfolgreichen Geschäftsjahr der DB AG mit unseren Vorstandsbezügen allenfalls im Mittelfeld, verglichen mit anderen Konzernen, die uns in puncto Beschäftigtenzahl und Umsatz ähnlich sind.

Übrigens beteiligen wir auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Unternehmenserfolg. Wir sind stolz darauf, dass unser wirtschaftlicher Erfolg nicht auf Entlassungen beruht, wie bei vielen anderen Großkonzernen. Sondern wir beteiligen über unseren Beschäftigungspakt hinaus – kombiniert mit unserer betrieblichen Altersvorsorge – unsere Beschäftigten mit insgesamt rund 35 Millionen Euro am Ergebnis des Jahres 2006. Wir stehen bei diesen Zusatzleistungen für unsere Beschäftigten erst am Anfang und wollen hier unsere Aktivitäten nach einer Teilprivatisierung deutlich ausbauen, zum Beispiel auch mit einem Aktienprogramm für Mitarbeiter.



**Der Verkehrsmarkt als Schlüsselbranche moderner Volkswirtschaften:
Megatrends verändern das Markt- und Wettbewerbsumfeld**

Megatrends im Verkehrsmarkt

Globalisierung	Klimawandel und Ressourcenverknappung	Deregulierung	Demographische Entwicklung
			
<ul style="list-style-type: none"> ■ Wachstumsmärkte in Asien und Osteuropa entstehen ■ Zunehmendes Outsourcing ■ Globale Warenströme wachsen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verkehrssektor als wesentlicher Treiber von CO₂-Emissionen – Eisenbahn verursacht geringste Emission ■ Steigende Preise für fossile Energieträger ■ Verkehrsinfrastruktur wird knapp 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Weitere Liberalisierung des Schieneverkehrs ■ Druck auf die öffentlichen Kassen ■ Outsourcing öffentlicher Aufgaben 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Veränderung der Altersstruktur ■ Differenzierte regionale Entwicklung, Trend zur Urbanisierung

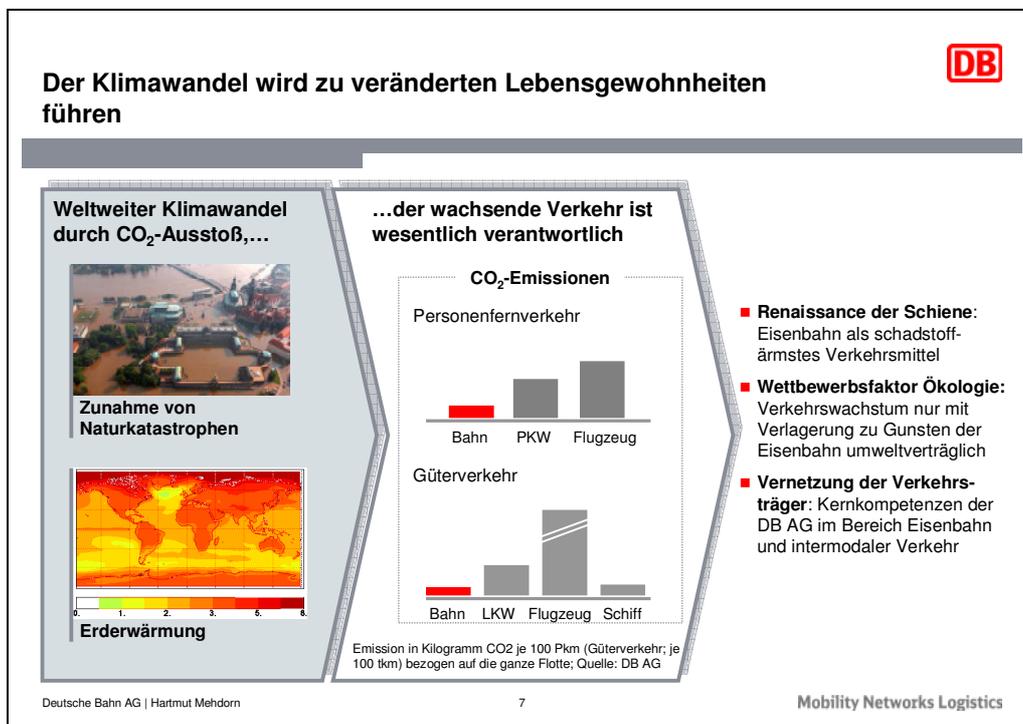
Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn
6
Mobility Networks Logistics

Meine Damen und Herren, der summierte Erfolg der letzten Jahre ist ein Resultat unserer Strategie. Wir haben uns konsequent auf unsere Stärke konzentriert, komplexe Verkehrsnetzwerke nachhaltig zu betreiben und weiterzuentwickeln.

In unseren Märkten zeichnen sich einige grundlegende Entwicklungen ab, die große Chancen für den DB-Konzern bedeuten. Kein Unternehmen der Verkehrsbranche ist besser für

diese Trends aufgestellt, als die DB dies heute ist. Die Globalisierung zieht wachsende Warenströme nach sich. Von ihnen profitieren wir mit unseren weltweiten Transport- und Logistik-Netzwerken und sind damit ein wichtiger Partner für die Industrie und den Handel.

Wir sind bereits heute erfolgreich in liberalisierten Märkten unterwegs und haben ein dichtes Transportnetzwerk in Europa geknüpft. Das gibt uns zusammen mit den Erfahrungen im weit geöffneten deutschen Verkehrsmarkt eine sehr gute Ausgangsposition, um die Chancen der Deregulierung in Europa und auf der ganzen Welt wahrzunehmen.



Mittlerweile sagen zahlreiche Studien, dass der Klimawandel noch eine Relevanz gewinnen wird, die wir uns heute noch überhaupt nicht vorstellen können. Als einziges Großunternehmen der Verkehrsbranche bieten wir heute schon umfassende Antworten auf diese Herausforderung.

Nicht Toyota kaufen, sondern Bahn fahren heißt das Gebot der Stunde, und: die ökologisch sinnvolle Verbindung aller Verkehrsträger nutzen. Da hat kein Konzern auf der Welt verkehrsträgerübergreifend mehr zu bieten als die DB AG. Das gilt nicht nur für die individuelle Mobilität, sondern gleichermaßen auch für die Transportströme der Weltwirtschaft.

Wir sind davon überzeugt, dass hierbei die Schiene unverzichtbar ist und eine größere Rolle für ein nachhaltiges Verkehrssystem in Europa spielen kann und muss. Denn sie ist der mit Abstand effizienteste Verkehrsträger und drei- bis viermal klimafreundlicher als Straßen- und Luftverkehr. Wirklich grüne Mobilität gibt es deshalb nur auf der Schiene.

Vor diesem Hintergrund stellen beispielsweise Züge von Deutschland nach China keineswegs Phantasien eines Eisenbahnfans dar. Im Gegenteil: Unsere Angebote werden zeigen, dass die Verkehrsnetzwerke der Zukunft ökonomisch und ökologisch intelligent geknüpft werden müssen.

Das 3-Liter-Auto gibt es in der Praxis schon: die Bahn. Mit dem ICE haben wir es längst weit unterboten.

Unsere Güterbahn erspart Deutschlands Straßen Tag für Tag eine LKW-Kolonnen, die von Hamburg bis nach Rom reichen würde, und auch die entsprechenden Emissionen.

Und wir legen unverändert hohes Engagement an den Tag, um unsere eigene Umweltverträglichkeit noch weiter zu verbessern. Die DB AG redet nicht über Klimaschutz, sie handelt: Die Bahn hat ihre CO₂-Emissionen seit 1990 um 25 Prozent gesenkt und wird sie bis 2020 noch einmal um 20 Prozent reduzieren. Damit sind wir in Deutschland absolute Spitze. Kennen Sie ein anderes Großunternehmen, das sich selbst solche ehrgeizigen ökologischen Verpflichtungen auferlegt und diese auch erfüllt?

Wir können die Stärken der einzelnen Verkehrsträger intelligent miteinander verknüpfen. Das unterscheidet uns über den Umweltfaktor hinaus von jedem anderen Verkehrsunternehmen.

Meine Damen und Herren, das Jahr 2006 hat es deutlich gezeigt: Mit unserer Strategie für Mobility, Networks und Logistics haben wir exakt die passenden Antworten auf die Märkte und Herausforderungen der Zukunft.



Neue Fahrzeuge, attraktive Angebote und Innovationen sorgen für ein Umsatzplus bei DB Regio und DB Fernverkehr

<p>200km/h im Nahverkehr</p> 	<p>Handyticket</p> 	<p>Preisaktionen Nah-/Fernverkehr</p> 
<p>Railnet</p> 	<p>Redesign ICE</p> 	<p>Mobility Center</p> 
<p>Fahrzeitverkürzungen</p> 	<p>WM-Angebote</p> 	<p>Neue Fahrzeuge DB Regio</p> 

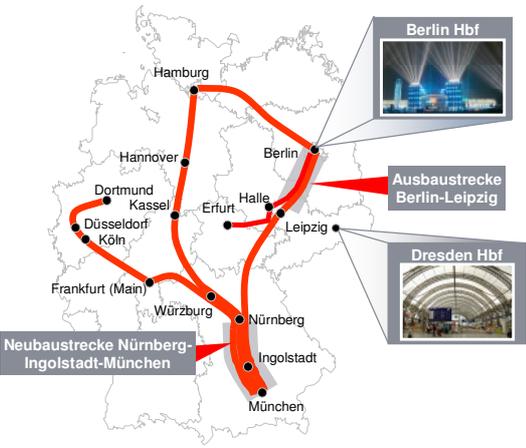
Mobility

- Erfolgreiche **Aktionspreis- und Verkaufsaaktionen**
- Deutlicher **Ausbau BahnCard-Bestand**
- **Modernisierung und Erweiterung** der Flotte im Nah- und Fernverkehr
- **Fahrplanverbesserungen** durch neue Verbindungen und Taktangebote

Deutsche Bahn AG | Hartmut Mehdorn 8 Mobility Networks Logistics

Auch letztes Geschäftsjahr gab es wieder zahlreiche Ereignisse und Aktivitäten, die das Geschehen bestimmen haben. Im Personenverkehr haben sich unsere Anstrengungen konzentriert auf die Überschriften „Service und Komfort“, „Reisezeit“, „Leichter Zugang zum System Bahn“, „Integrierte Mobilitätsketten“ und „Attraktive Preisangebote“. Wie Sie sehen können, haben wir wieder ein ganzes Paket von Maßnahmen umgesetzt. Im Ergebnis konnten wir unsere hohen Kundenzufriedenheitswerte weiter ausbauen.

Mit der Inbetriebnahme neuer Infrastruktur konnten 2006 bundesweit die Angebote deutlich verbessert werden



Networks

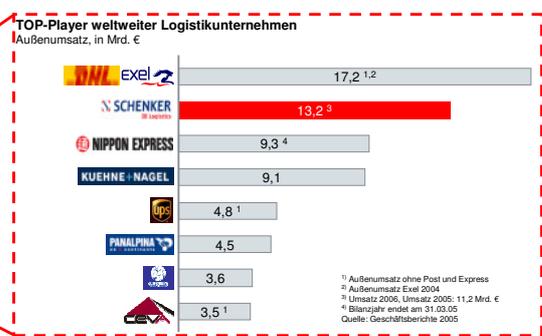
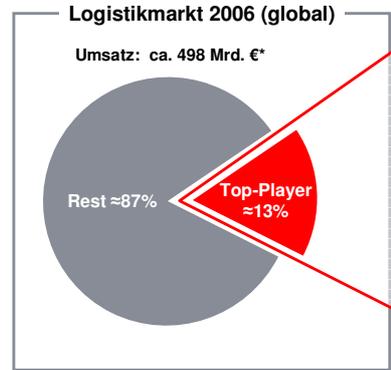
- **Infrastruktur pünktlich in Betrieb genommen:**
 - „Berliner Knoten“ (Nord-Süd-Tunnel)
 - ABS Berlin – Leipzig mit bis zu 200 km/h
 - NBS Nürnberg – Ingolstadt mit bis 300 km/h
 - Dresden Hauptbahnhof
- **Einsatz der zweiten Bauserie ICE 3 und ICE T insb. auf neuer Infrastruktur**
- **Erhebliche Angebotsverbesserungen** (Taktverdichtung, Reisezeitverkürzung)

Lassen Sie mich nun zum Thema Networks kommen. 2006 stand der Abschluss etlicher Großprojekte im Vordergrund.

Mit ihnen haben wir unser Eisenbahngeschäft im Heimatmarkt Deutschland strategisch gestärkt. Dazu gehörten der Knoten Berlin mit dem Hauptbahnhof, ebenso wie die Neu- und Ausbaustrecken Nürnberg-Ingolstadt-München und die Strecke Berlin-Leipzig, wie auch der eindrucksvoll modernisierte Dresdner Hauptbahnhof.

Deutschlandweit haben sich mit den neuen Strecken die Reisezeiten 2006 weiter spürbar verkürzt. Die zweite Bauserie von ICE 3 und ICE T kommt hier jetzt voll zum Einsatz. Überall, wo wir auf neuen Gleisen unterwegs sind, hatten wir vom Start weg Nachfragesprünge zwischen 10 und 20 Prozent zu verzeichnen und können weitere Zuwächse prognostizieren. Das zeigt, wie wichtig eine moderne Infrastruktur für die Gesamtattraktivität des Systems Bahn ist.

Der globale Markt für Logistikleistungen ist sehr zersplittert - nur wenige globale Player sind im Markt tätig

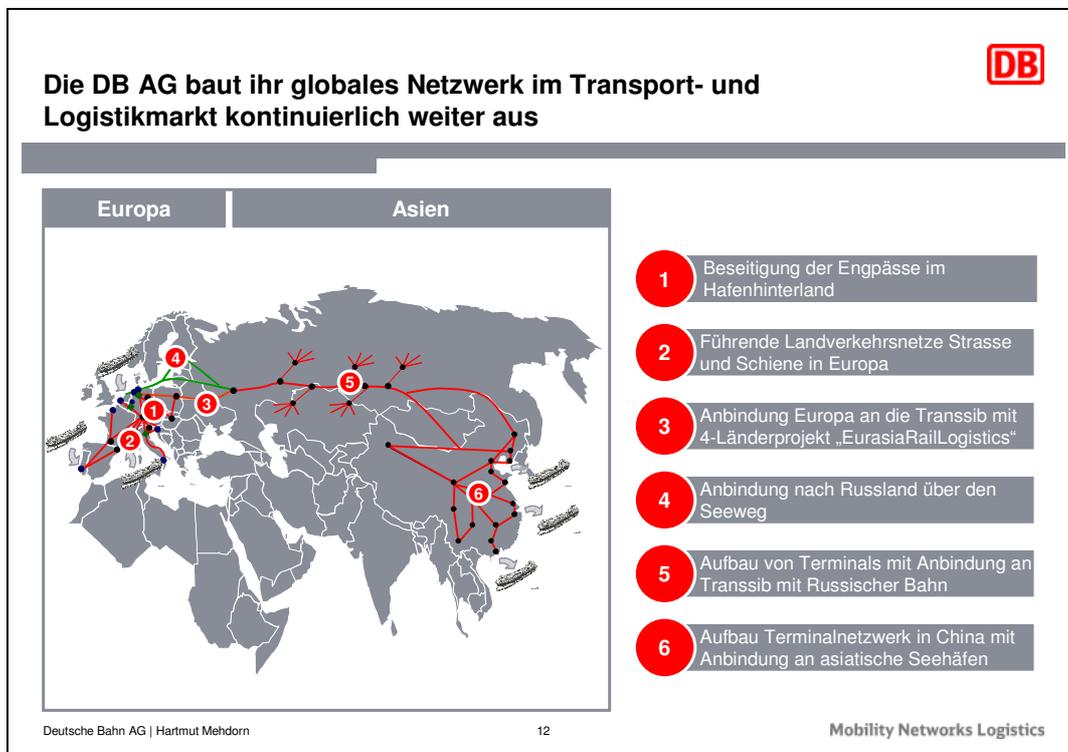


Auf den internationalen Transport- und Logistikmärkten zahlte sich die um Bax strategisch erweiterte Aufstellung von Schenker in allen Regionen aus. Wenn wir heute wissen, dass wir die weltweite Nummer 2 in Sachen Spedition&Logistik sind, dann beinhaltet dies eine immense Chance auf Wachstum für unser Unternehmen als auch für den Standort Deutschland.

Kunden sagen uns explizit, dass sie internationale Paketlösungen von ihrem Logistiker erwarten. Wenn Sie die Grafik betrachten, sehen Sie: das können nur wenige. Unter diesen wenigen ist aber die DB AG ganz vorne!

Der Branche steht in den nächsten Jahren ein immenser Konzentrationsprozess ins Haus. Das sagen alle Untersuchungen. Daran wollen und müssen wir teilnehmen. Erfolgreiche Integrationen – und darum geht es bei dieser Marktkonzentration – sind heute eine herausragende Kompetenz der DB AG, die wir mit Schenker und Bax bewiesen haben.

Auch hier gilt: Dafür brauchen wir die Beweglichkeit und die Verfügbarkeit privaten Kapitals. Sonst werden diese Chancen an uns und am Standort Deutschland vorbei nach China, Japan, in die USA oder sonst wohin ziehen. Und das in einer Branche, in der der Standort auch mit Hilfe der DB AG eindeutiger Gewinner der Globalisierung ist.



Aber die Kompetenz der DB AG beschränkt sich nicht auf Integrationen. Wir verstehen uns auch als Motor und Innovator bei der Entwicklung von weltweiten Verkehrsnetzwerken. Besonders deutlich wird dies am Beispiel des eurasischen Kontinents. Dabei nutzen wir unser einzigartiges Profil in Sachen europäischer Bahntransport und Landverkehr. Unser ambitioniertes Ziel ist es, diese beiden Netze mit Asien zu verknüpfen, und zwar mit allen drei Verkehrsträgern Schiene, Luft und See. Hier sind uns im Berichtsjahr erhebliche Fortschritte gelungen.

Die Verkehrsnetzwerke der Zukunft ökonomisch und ökologisch intelligent entwickeln: Der Kapitalmarkt trägt unsere Vision!



**Die Privatisierung der DB AG vollenden!
Den Verkehrsmarkt der Zukunft gestalten!**

Meine Damen und Herren, wir haben im Berichtsjahr 2006 viel bewegt und unsere Spitzenpositionen in den für uns relevanten Märkten behauptet oder ausgebaut. Wir haben vor allem die Angebote für unsere Kunden umfassend verbessert. Wir konnten unsere Präsenz in den weltweiten Wachstumsregionen stärken. Auch das gute konjunkturelle Umfeld hat seinen Beitrag zum Erfolg des Geschäftsjahres für die DB AG geleistet.

2007 werden wir unseren Weg geradlinig weitergehen. Wir werden mit unserer neuen Kampagne „Zukunft bewegen“ dafür sorgen, dass die Menschen in Deutschland erfahren, was für eine einmalige Chance dieses Unternehmen hat. Wir werden uns für klimafreundlichen, nachhaltigen Verkehr weiter stark machen. Wir werden auch 2007 viele neue Angebote auf den Markt bringen. Zum Beispiel den ICE-Verkehr nach Paris und Wien. Wir werden uns intensiv mit dem Projekt ProNetz um die Modernisierung unserer Strecken kümmern und auf hohem Niveau weiter investieren. Und wir werden ein solides Wachstum erreichen, auf dem Pfad, den wir uns vorgenommen haben.

2007 ist nahtlos gut angelaufen. Wir haben unseren Plan eingehalten und das Vorjahr übertroffen.

Die DB AG ist auf die globalen Entwicklungen heute bestens vorbereitet. Wir wollen – auch zum Wohl des Standorts Deutschland – weiter Maßstäbe in unseren Märkten setzen. Den mit der Bahnreform 1994 verbundenen anspruchsvollen Auftrag aus dem Bundestag, die DB AG zukunftsfähig zu machen, haben wir erfolgreich umgesetzt. Das Unternehmen ist heute auf einer Erfolgsschiene unterwegs.

Wir sind 2006 deutlich attraktiver geworden. Attraktivität bedeutet Aufmerksamkeit. Investoren stehen bereit, um gemeinsam mit dem Bund als Mehrheitseigentümer die Chancen dieses Unternehmens zu nutzen.

Die Entscheidung unseres Eigentümers vom November 2006, den Weg zu einer Kapitalprivatisierung zu eröffnen, war eine wichtige und dringend notwendige Weichenstellung. Jetzt gilt es, gemeinsam auch noch das Signal auf Grün zu stellen und den Zug Richtung Kapital-

privatisierung auf die Reise zu schicken. 2008 können, wollen und müssen wir am Zielbahnhof Kapitalmarkt sein.

Wir sind auf diese Eigenkapitalzufuhr angewiesen. Sie ist geradezu lebensnotwendig. Das Zeitfenster für einen nachhaltigen Wachstumspfad der DB AG ist denkbar günstig. Alle anderen Optionen sind mit hohen Risiken behaftet und sind deshalb keine. Diese Erkenntnis ist eine Aufforderung zum Handeln.

„Europa muss zeigen, dass ‚Ökologie und Ökonomie miteinander versöhnt werden können‘. Das hat vor kurzem unsere Bundeskanzlerin gesagt.

Um dieses Ziel zu erreichen, brauchen wir in Europa auch starke Verkehrsunternehmen, die in verkehrsträgerübergreifenden Angeboten Ökonomie und Ökologie zu verknüpfen wissen. Wer die DB AG mit einer Teilprivatisierung stärkt, kann bereits heute einen wichtigen Beitrag dazu leisten.

Meine Damen und Herren, wir sind eine DB AG, die heute 20 Milliarden Euro mehr Wert ist als vor sieben Jahren. Das unterstreicht: Wir sind auf dem richtigen Weg. Die vorliegenden Ergebnisse 2006 sind eine eindrucksvolle und erneute Bestätigung dafür.

Sie sind uns, dem Vorstand und den Mitarbeitern, aber auch ein Ansporn für 2007. Und sie unterstreichen den normalen Anspruch dieses Unternehmens, seinen Weg gehen zu dürfen.

Vielen Dank.

Rede von Hartmut Mehdorn, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bahn AG, Bilanz-
Pressekonferenz, am 29. März 2007, Berlin. 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