



DHL Express Capital Markets Day

5. Dezember 2006 – New York

Scott Price
Asia Pacific

Wirtschaftlicher Überblick

Marktanteil und Wettbewerbsanalyse

Regionale Strategie

Qualität und Kundenerfahrung

Regionale Highlights

Finanz-Performance

Fazit

Makro- ökonomischer Überblick

DHL AP-Überblick

- Hohe BIP-Wachstumsprognosen für China und Indien, solide, aber leicht schwächere Wachstumsraten in einigen Schlüsselmärkten
- An den US-Dollar gebundene Währungen werten gegenüber dem Euro ab
- Ölpreistrückgang stimmt optimistisch für ölimportierende AP-Region
- Gegen China gerichtete protektionistische Maßnahmen könnten die chinesische Exportwirtschaft schwächen und sich negativ auf die Expressbranche auswirken
- 2006 war das erste Jahr, in der eine hohe Wettbewerbsintensität in der gesamten AP-Region beobachtet werden konnte

- Asia Pacific sollte die für 2006 und mittelfristig gesetzten Finanzziele erreichen
- Asia Pacific zeigt weiterhin solides zweistelliges Wachstum
- Fortsetzung der robusten Wachstums- und Investitionsraten im Jahr 2007 erwartet
- Starke Fokussierung auf das Kostenmanagement
- Anstieg des Nettoumsatzes um 15-18% im Jahr 2007
- Fokussierung auf neue Produkte & Dienstleistungen (GTS, IDD, Airport-to-Door)
- First-Choice-Initiativen sollen 100% Qualität erzielen

Wirtschaftlicher Überblick

Marktanteil und Wettbewerbsanalyse

Regionale Strategie

Qualität und Kundenerfahrung

Regionale Highlights

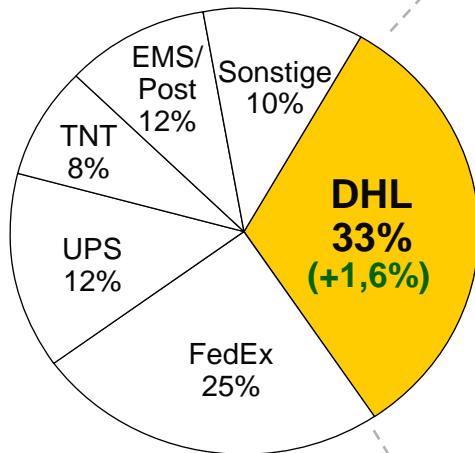
Finanz-Performance

Fazit

DHL: Internationaler Marktführer im Expressgeschäft



Anteile versch. Anbieter im relevanten internationalen Expressmarkt, 2005 (Mrd. €)



100% = 5,1 Mrd. €

Internationaler Expressmarkt

Region	Land	Anteile (%)						DHL Ist-Position	Marktanteil (TMS) 2004-05
		DHL	FedEx	UPS	TNT	EMS/Post	Sonstige		
North Pacific	Japan	28%	25%	11%	5%	11%	#1	↑ 1,0%	
	Korea	34%	16%	8%	7%	11%	#1	↓ (1,0%)	
Greater China	China	32%	23%	14%	9%	8%	#1	↑ 0,2%	
	Taiwan	30%	29%	10%	6%	17%	#1	↑ 1,0%	
	Hongkong	29%	33%	17%	6%	6%	#2	↑ 1,5%	
Oceania	Australien	39%	21%	11%	21%	1%	#1	↑ 0,1%	
	Neuseeland	51%	15%	10%	15%	9%	#1	↓ (0,9%)	
Southeast Asia	Indonesien	51%	17%	5%	17%	10%	#1	↑ 2,0%	
	Malaysia	44%	31%	16%	5%	5%	#1	↑ 2,0%	
	Singapur	37%	29%	17%	7%	3%	#1	↑ 0,6%	
	Philippinen	37%	41%	8%	9%	5%	#2	↓ (1,0%)	
SAIC	Indien	38%	10%	6%	12%	5%	#1	↑ 1,0%	
	Thailand	40%	31%	12%	8%	9%	#1	↑ 3,0%	

Quelle: Billed Onshore Market Sizing Country Reports, 2005

Jüngste Aktivitäten der Wettbewerber



- Buyout des JV-Partners DTW (China) umfasst das landesweite Inlandszustellnetz
- Bis 2009: Regionaler Hub von Subic Bay nach Guangzhou
- Anzahl der wöchentlichen Flüge nach CN erhöht sich bis 2007 auf 30
- FedEx-Kinko Expansionsoffensive in JP, KR & CN
- Übernahme von Prakash Airfreight (Indien) ermöglicht Direkteinlieferung



- 2 neue Geschäftsstellen in SHA
- Verdreifachung des Geschäftsvolumens in Japan bis 2007 angestrebt
- Pläne für Ausweitung der Flüge zwischen US-HK
- Pläne für 150 Full-Service-Geschäftsstellen in IN in den nächsten 3-5 Jahren
- Ausbau von UPS-Clark in PH zu einem innerasiatischen Drehkreuz im Rahmen der "China plus one"-Strategie



- Konsolidierung des Straßennetzes in Asien (120 Städte von SEA bis CN & IN), Straßentransportprodukt in Singapur angeboten
- Asia Security Control & Command Centre (ASCCC) in MY für das SEA-Straßentransportnetz
- Integration von Speedage (IN) in TNT
- Vollständige Übernahme von Hoau Logistics (CN) Anfang 2007
- Kooperationsanbahnung mit der Japan Post
- Einführung einer eigenen Frachtfluglinie ex-IN geplant
- Frachtflüge Shanghai-Liege werden bis Ende 2006 eingeführt

ANDERE WICHTIGE WETTBEWERBER

- SAGAWA: Fortgesetzte Expansion in GCA & NP mit Fokus auf JP-Kunden
- TOLL: SembCorp Log in Toll Asia umbenannt, signalisiert Regionalisierung des Supply-Chain-Netzes
- JAPAN POST: erstes Büro in PEK seit Apr. '06, signalisiert Expansion in das internationale Luftfrachtgeschäft
- SCHENKER: Übernahme der BAX-Aktivitäten in ID
- YAMATO: Expansion in den JP Expressmarkt mit Einführung eines neuen internationalen Expressdienstes im Oktober
- KERRY LOGISTICS: Expansion in über 51%igen Anteil an Reliable Freight Forwarders

Wirtschaftlicher Überblick

Marktanteil und Wettbewerbsanalyse

Regionale Strategie

Qualität und Kundenerfahrung

Regionale Highlights

Finanz-Performance

Fazit

Alle Aktivitäten basieren auf 3-Säulen-Ansatz



KERNGESCHÄFT MIT KRÄFTIGEM WACHSTUM

- ✓ 100+ neue Einrichtungen
- ✓ Zusätzliche Flugzeuge im AP-Netzwerk
- ✓ Allgemeine Preiserhöhungen
- ✓ FS, Volumetric & RAS Compliance
- ✓ Tradelane Management
- ✓ Beschleunigung der Expansion im Retail-Geschäft
- ✓ Weltklasse-Abwicklung (DCC)
- ✓ Abschluss des Projekts Sun 2
- ✓ Japan Tradelane-Strategie
- ✓ Business-IT-Organisation
- ✓ SAP-Implementierung
- ✓ Cost of Finance Phase 2
- ✓ SEA Boat & Road Express
- ✓ Country of the Year Award

ARBEITGEBER ERSTER WAHL

- ✓ Strategische Maßnahmen, um Arbeitgeber erster Wahl zu werden
- ✓ Mitarbeiterbefragung
- ✓ Ausbau der China University
- ✓ Wettbewerbsfähige Gehaltsstrukturen
- ✓ Talententwicklung
- ✓ Arbeitsschutz
- ✓ Fortgesetzte Investitionen in HRIS
- ✓ "China's Top Employers" für SHA
- ✓ People Development Award beim Logistics Award Hongkong 2006

INVESTITIONSSTRATEGIE 2015

- ✓ Kundendifferenzierung
- ✓ Kundensegmentierung
- ✓ Produktinnovation
- ✓ Globale Trade Services
- ✓ Domestic-Strategie
- ✓ China-Strategie
- ✓ Indien-Strategie
- ✓ AP 2015 Luftfrachtstrategie
- ✓ HUB-Expansion – CAH, NAH, BKK
- ✓ Rollout des Quality Shipment Monitoring System (QSMS)
- ✓ Laufzeitenangebot
- ✓ "Next Generation"-Kurier
- ✓ Organisation Sizing Benchmarking
- ✓ IT-Lösungsarchitektur
- ✓ Finanz- & Funktions-Roadmaps

FIRST CHOICE

- ✓ First Choice: Rollout in Japan, Hongkong & Indien (2006); regionaler Rollout in AP (2007)
- ✓ Echtzeit-Stückmanagement von Abholung bis Zustellung für 100% der Sendungen innerhalb der Region AP
- ✓ Proaktive Kundenbenachrichtigung in Echtzeit für 100% der Vorfälle innerhalb AP
- ✓ ALL THE WAY Regionale Markenkampagne mit Fokus auf Kunden- Touchpoints

Wirtschaftlicher Überblick

Marktanteil und Wettbewerbsanalyse

Regionale Strategie

Qualität und Kundenerfahrung

Regionale Highlights

Finanz-Performance

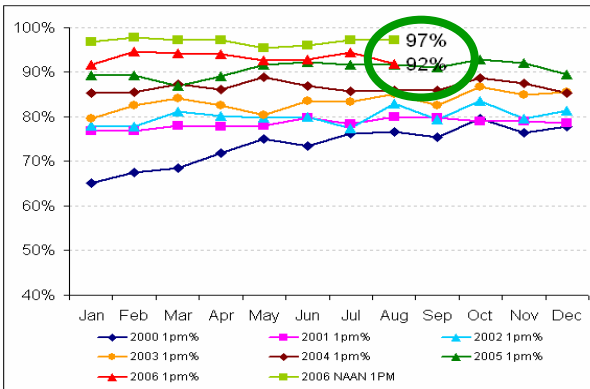
Fazit

Exzellente operative Performance

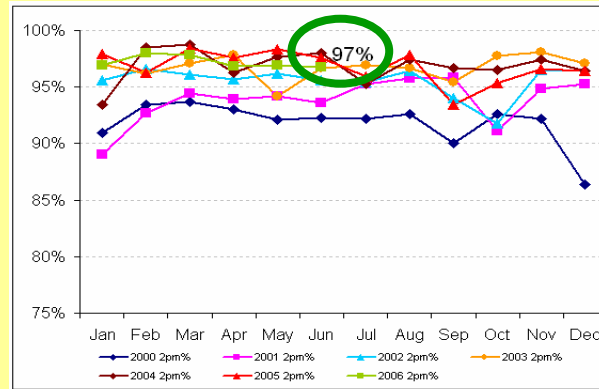


Serviceverbesserungen in allen Bereichen bereits das siebte Jahr in Folge

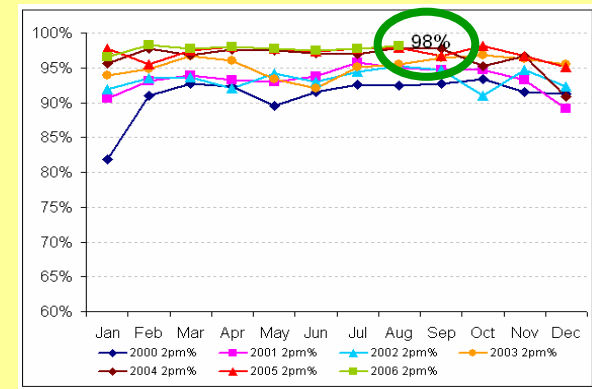
AP-AP



AP-US



AP-EU



Zentren für Qualitätskontrolle in AP

- **Echtzeit-Stückmanagement von Abholung bis Zustellung für 100% der Sendungen innerhalb von AP**
- **Proaktive Kundenbenachrichtigung in Echtzeit für 100% der Vorfälle innerhalb der Region AP**

Kundenerfahrung

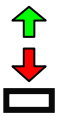


Nächstbester Wettbewerber

	2004	2005	2006 *	2004	2005	2006 *
Kundenzufriedenheitsindex insges. (CSI)	79	81	82	77	79	80

Touchpoint-Performance Top-Ratings¹ (nach Relevanz für die Kundenzufriedenheit)

Relevanz 2006 ²	Touchpoint	2004	2005	2006	2004	2005	2006
	Beschwerdemanagement	50 ↑	53	37	47 ↑	51	33
	Zustellservice	53 ↑	55	48	49	50	42
	Telefonische Nachfragen & Beratung	38	39	44	34	35	35
	Abholservice	49 ↑	52	46	45	47	40
	Rechnungsstellung	59 ↓	54	63	59 ↓	53	58
	Sendungsverfolgung	41 ↑	44	48	37	39	42
	Abhol- & Zustellersonal	-	-	51	-	-	45
	Auftragserteilung & Buchungen	-	-	54	-	-	46
	Kunden-Account-Management	46 ↑	48	34	40 ↑	43	29



↑ Erheblicher Anstieg im vergangenen Jahr (durchgehend: 95%, gepunktet: 90%)

↓ Erheblicher Rückgang im vergangenen Jahr (durchgehend: 95%, gepunktet: 90%)

* Anpassung der Methodik: striktere Standards

1 : Mittelwert, auf Basis expliziter Touchpoint-Fragen (0-100 Punkte)

2 : Auf Basis der Korrelation der Touchpoints mit der Kundenzufriedenheit

Quelle: Customer Interaction Asia Pacific 2006; MRSC/ DHL

Wirtschaftlicher Überblick

Marktanteil und Wettbewerbsanalyse

Regionale Strategie

Qualität und Kundenerfahrung

Regionale Highlights

Finanz-Performance

Fazit



NETZWERK

- Strategische Partnerschaft mit Air Hong Kong, Transmile Malaysia und Polar



SERVICE

- Time Definite Delivery (TDD) ausgeweitet; jetzt Abdeckung von 38 Städten in 17 Ländern
- Umfragen zeigen, DHL Spitze bei den Laufzeiten; DHL auf 55% der Routen ganz vorne, nächstbesten Wettbewerber mit Anteil von 30%



TECHNOLOGIE

- Vorreiter für Quality Shipment Monitoring System (QSMS) – ein Echtzeit-Sendungsverfolgungssystem
- Zentren für Qualitätskontrolle stellen Qualitätzustellung aller Sendungen sicher



BRANCHEN-AUSZEICHNUNGEN

- Asia Logistics Awards 2006 (Express Operator of the Year; Airfreight Forwarder of the Year; 3PL Operator of the Year)
- Best Express Operator (2006 Asian Freight & Supply Chain Awards)
- 'China Top Employers' 2006 für Shanghai
- Best International Express Company & Best Domestic Express Company (China Freight Industry Awards 2006)



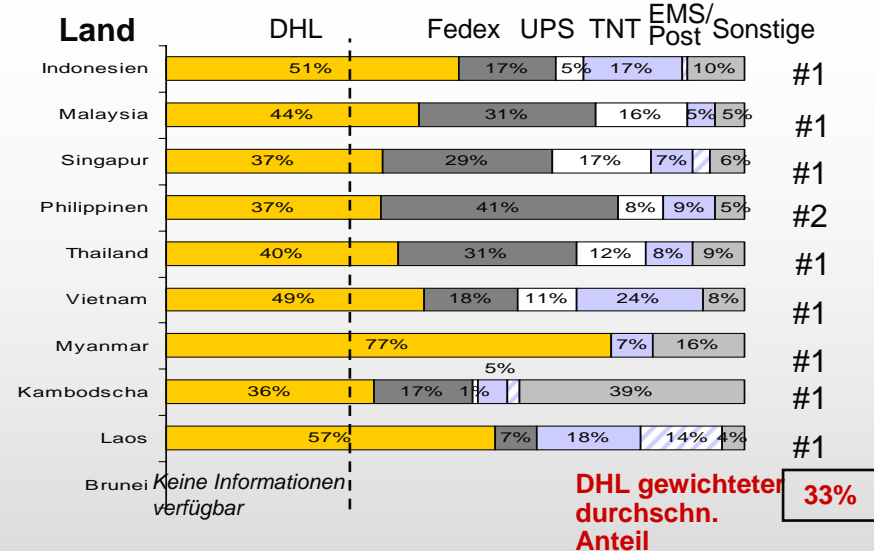
MARKEN-PRÄSENZ

- Trusted Brand Awards 2006: Asia Platinum Award
- DHL auf dem 34. Platz; ganz vorne in der Kategorie "Kuriere" unter den 'Asia's Top 1000 Brands' von Time

DHL investiert in ASEAN-Region



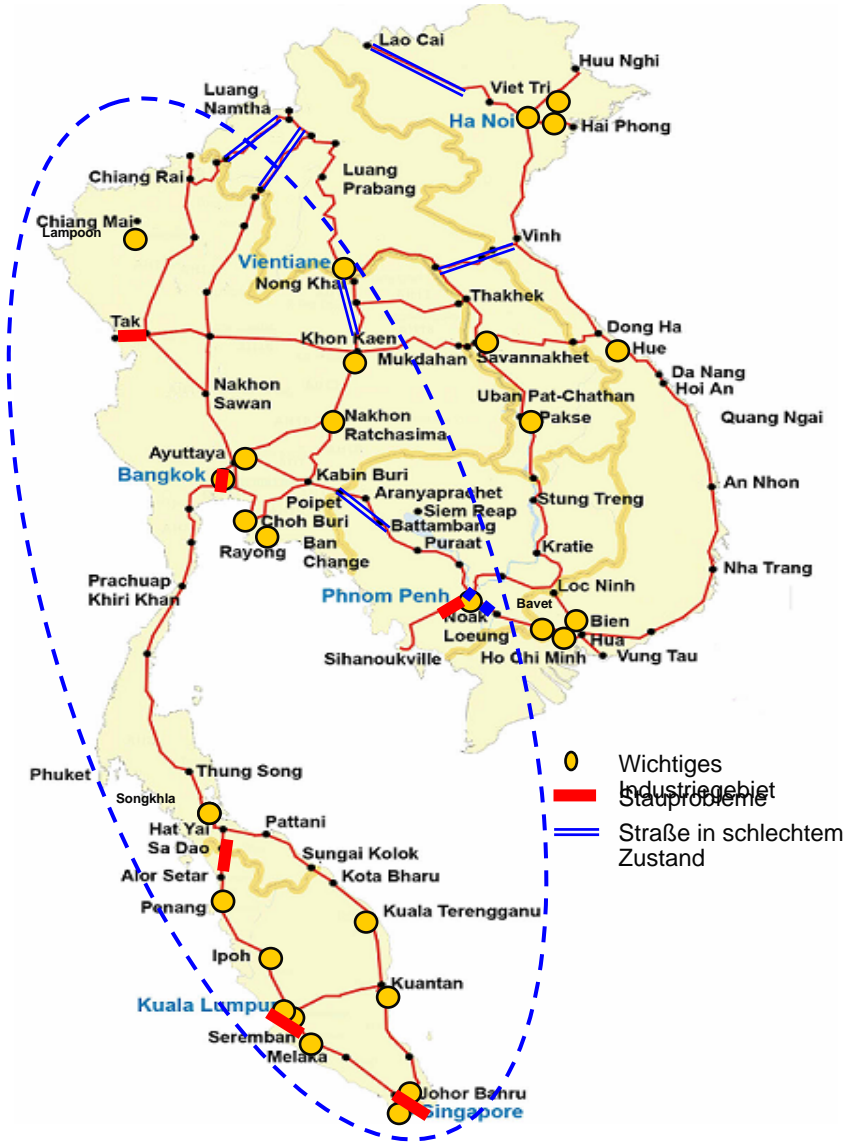
DHL-Marktanteile in ASEAN-Ländern



DHL: Entwicklung in ASEAN-Region

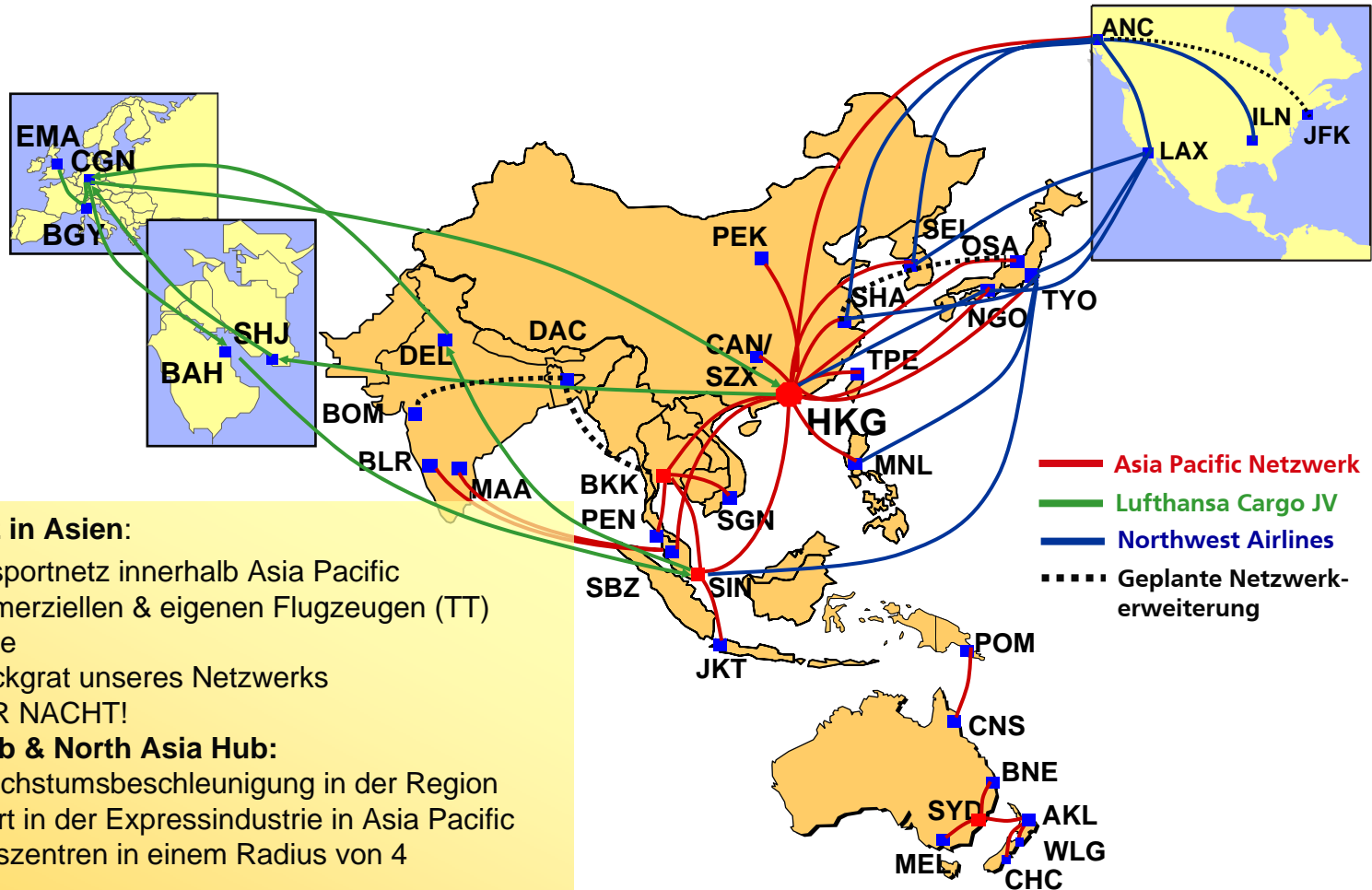
- Gesamtinfrastrukturinvestitionen von 1,6 Mrd. US\$ in Asia Pacific (seit 2000)
- Marktführer bei den Laufzeiten
- Zentren für Qualitätskontrolle (QCC) für alle Sendungen
- Eigene inner-AP Luft-, Straßen- und Seetransportinfrastruktur
- CEO-Teilnahme an ASEAN Foren zur Unterstützung der Integration

SEA Straßentransportnetz-Strategie



- **Straßentransportnetz von DHL in AP sichert die Verfügbarkeit eines kostengünstigen Produktionssystems**
- **SEA Road Express (Phase 1: SG, MY, TH) mit exzellentem Geschäftspotenzial**
- **Netzwerkoptimierung und Margenerhöhung nur mit Hilfe staatlicher Maßnahmen in den Bereichen Infrastruktur und Regulierungsrahmen möglich**
- **DHL bietet bereits seit mehreren Jahren grenzüberschreitende Straßentransportdienste an, während Wettbewerber wenig/keine Erfahrungen auf diesem Gebiet vorweisen können**
- **Hohe Investitionen wären zu diesem Zeitpunkt verfrüht; schrittweiser Ansatz ist umsichtiger**

Eigenes Lufttransportnetz in AP



DHL-Lufttransportnetz in Asien:

- Aktuell BESTES Transportnetz innerhalb Asia Pacific
- Kombination von kommerziellen & eigenen Flugzeugen (TT)
- 2015 Luftfrachtstrategie
- Air Hong Kong als Rückgrat unseres Netzwerks
- ZIEL: ÜBERALL ÜBER NACHT!

Central Asia Super Hub & North Asia Hub:

- Gut positioniert für Wachstumsbeschleunigung in der Region
- CAH: größter seiner Art in der Expressindustrie in Asia Pacific
- Wichtige AP-Geschäftszentren in einem Radius von 4 Flugstunden
- North Asia Hub wird der einzige Hub in Nordasien sein; SHA/ICN

Wirtschaftlicher Überblick

Marktanteil und Wettbewerbsanalyse

Regionale Strategie

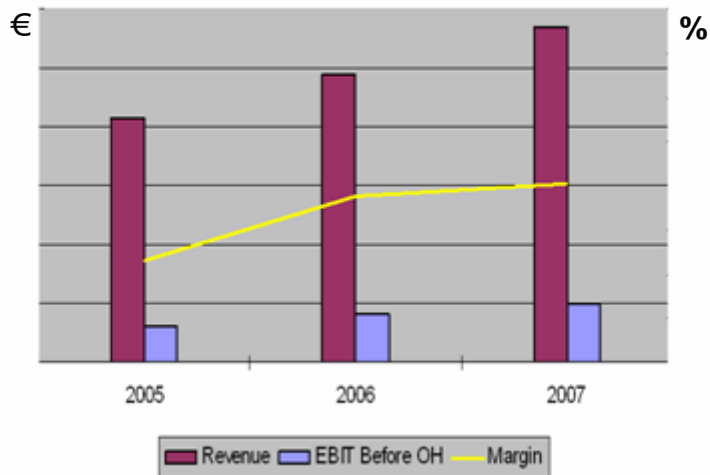
Qualität und Kundenerfahrung

Regionale Highlights

Finanz-Performance

Fazit

Umsatz / EBIT vor OH / Marge



2006

- CAH HKG (finale Phase) 60 Mio € (Gesamt 73,7 Mio €)
- Blue Dart 757 11 Mio € (Lease 22 Mio €)
- CN Head Office 19 Mio €
- BKK HUB 9 Mio €

2007

- North Asia Hub (Phase I) 27 Mio € (Gesamt 233 Mio €)
- Singapore HUB-Kauf 20 Mio €
- KR ICN Gateway 17 Mio €
- JP KIX Expansion 7 Mio € (Lease 26 Mio €)

LUFTFRACHTINVESTITIONEN 2007

- Neue eigene Routen 13,3 Mio €
(BKK-SZB-SIN-BKK, KUL-MAA-BLR-KUL, BKK-DAC-BOM, CHN-HKG-CHN, PVG-KIX-PVG)
- Blue Dart 11,8 Mio € (Lease 11 Mio €)
- AP-US & Einführung eines eigenen Dienstes 33,1 Mio €

Wirtschaftlicher Überblick

Marktanteil und Wettbewerbsanalyse

Regionale Strategie

Qualität und Kundenerfahrung

Regionale Highlights

Finanz-Performance

Fazit

- **Sicherung der Nr. 1 nach Marktanteilen in extrem wettbewerbsintensivem Umfeld**
- **Investitionen in die Sicherung der Nr. 1 Position**
- **Fokussierung auf Umsatzwachstum als Anbieter erster Wahl für unsere Kunden UND strikte Kostenkontrolle, um Weltklasse margins zu erzielen**
- **Strategie für 2015 auf Basis der prognostizierten BIP- & Tradelane-Trends formuliert**
- **Innerasiatisches Lufttransportnetz gut entwickelt und in solide Interkontinentalstrategie eingebunden**

DHL Express in Asia Pacific



Vielen Dank!