



# Roadmap to Value

Fünf Schritte zu mehr Wert

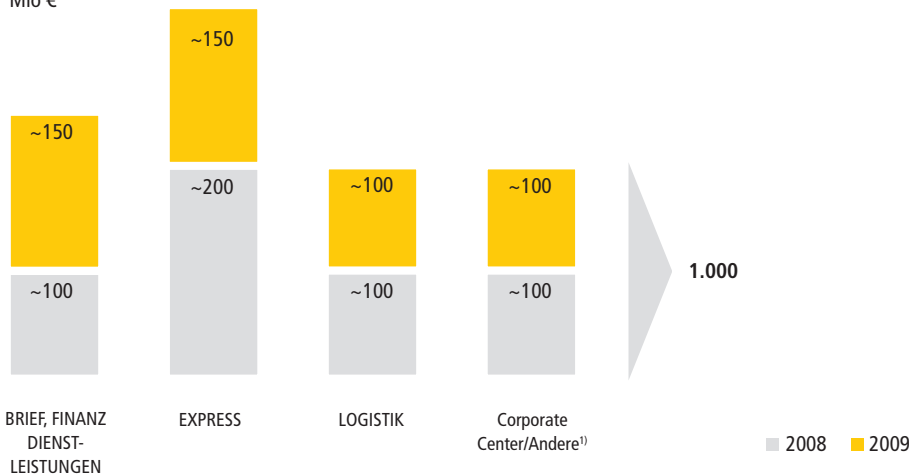
# 1. Profitabilität

## Operatives Ergebnis verbessern

- Wesentliches Element des Kapitalmarktprogramms ist eine höhere Ertragskraft.
- Bis Ende 2009 wollen wir das EBIT um 1 Mrd € steigern – durch Maßnahmen im operativen Geschäft und Senken der Gemeinkosten.
- Mit weiteren Maßnahmen werden wir leistungsschwache Unternehmensbereiche profitabler machen.

### Alle Segmente werden zur EBIT-Steigerung beitragen

Mio €



1) Inklusive Gemeinkosten

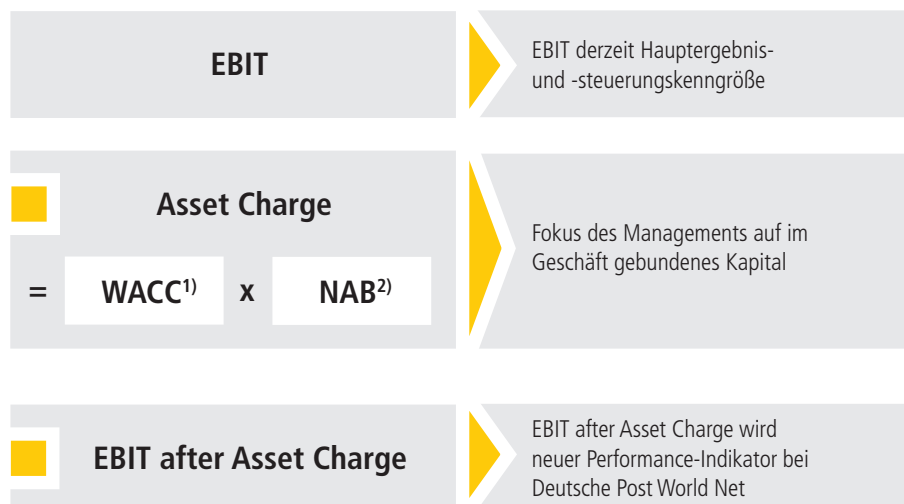


## 2. Liquidität

### Neue Steuerungsgröße einführen

- „EBIT after Asset Charge“ (Gewinn nach Kapitalkosten) ist die zentrale Steuerungsgröße, mit der wir alle Unternehmensbereiche nachhaltig auf Wertsteigerung ausrichten wollen. Vom 1. Januar 2008 an wird sich die Höhe der variablen Managervergütung nach dieser Kenngröße richten. Dadurch wollen wir unsere Liquidität erhöhen.
- Zudem planen wir, bis Ende 2009 das Nettoumlaufvermögen um 700 Mio € zu verringern.
- Zusätzlich soll der Verkauf von Immobilien und anderer Vermögenswerte im Laufe der nächsten 24 Monate dazu beitragen, unsere Liquidität um mindestens 1 Mrd € zu erhöhen.

#### Neue Steuerungskennzahl fokussiert Management auf Wertsteigerung



1) WACC = durchschnittlich gewogener Kapitalkostensatz

2) NAB = Nettovermögensbasis

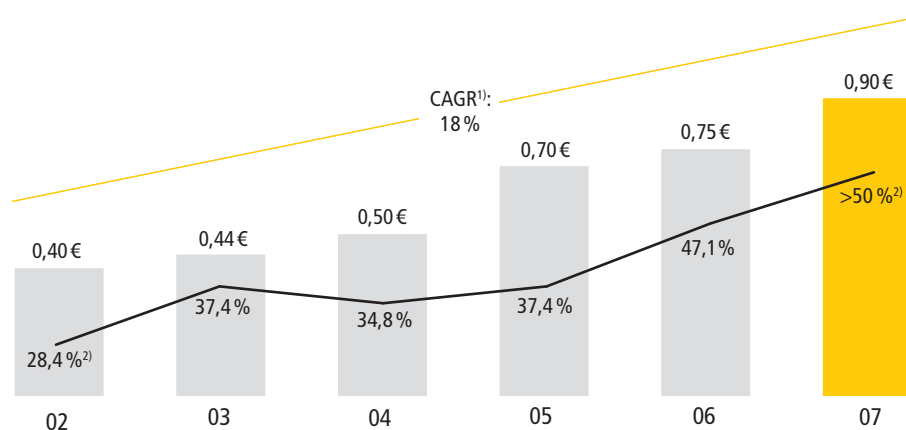


# 3. Ausschüttung

## Dividende für 2007 soll um 20 % steigen

- Wir werden der Hauptversammlung vorschlagen, die Dividende für das Geschäftsjahr 2007 von 75 Cent auf 90 Cent je Aktie zu erhöhen. Dies entspricht einer Steigerung um 20 % gegenüber dem Vorjahr.
- In den nächsten Jahren streben wir Dividendenerhöhungen an, die im Einklang mit dem geplanten Wachstum des Nettoergebnisses ohne Einmaleffekte stehen.
- Bei überschüssiger Liquidität denken wir über weitere Formen von Ausschüttungen nach.

Dividende soll im Einklang mit dem geplanten Wachstum des Nettoergebnisses ohne Einmaleffekte stehen



— Ausschüttungsquote

1) Compound Annual Growth Rate = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

2) Vor Einmaleffekten



# 4. Transparenz

## Berichterstattung transparenter machen

- Wir wollen unsere Finanzberichterstattung noch transparenter machen. Die Zahlen sollen auf einer stabilen Basis stehen und ihre Entwicklung vergleichbar sein.
- Daher werden wir unsere Berichtsstruktur anpassen: Der Unternehmensbereich SERVICES wird entflochten, und alle Kosten der Global Business Services werden den operativen Einheiten zugeordnet.
- Die übrigen Teile des Unternehmensbereichs SERVICES werden in dem neuen Segment „Corporate Center/Andere“ zusammengefasst.

---

### SERVICES haben erheblich Kosten reduziert

<b>Gründung des Segments SERVICES (2006)</b>	Ziel: Geringere Kosten bei höherer Qualität
<b>Erzielte Verbesserungen</b>	Einsparungen von über 200 Mio € in den vergangenen zwei Jahren
<b>Entflechtung des Segments SERVICES (2008)</b>	Zukünftig werden alle Kosten der internen Dienstleister an die operativen Segmente weitergereicht

---

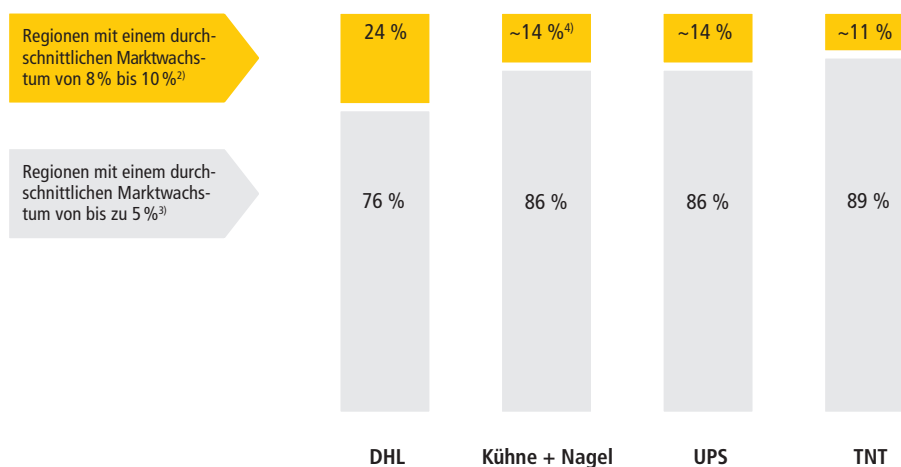


# 5. Organisches Wachstum

## Schneller als der Markt wachsen

- Unsere überlegene Position in den Wachstumsmärkten der Welt werden wir weiterhin nutzen, um schneller als der Markt zu wachsen.
- Das First-Choice-Programm wird die Loyalität unserer Kunden und damit auch zukünftiges Wachstum sichern.
- Die Ausgaben für Akquisitionen sollen auf dem derzeit niedrigen Niveau bleiben. Die Kriterien für den Erwerb von Unternehmen oder Unternehmensteilen wurden entsprechend verschärft.

### DHL<sup>1)</sup> erzielt in Regionen mit hohem Wachstum mehr Umsatz als der Wettbewerb



1) Beinhaltet ausschließlich Express und Logistik  
 2) Asien, Mittlerer Osten, Afrika und Zentral- und Südamerika  
 3) Europa und Nordamerika  
 4) Ohne Zentral- und Südamerika

Peter 7 years —

Alexandra 5 years —

