



*Prof. Dr. Heinz K. Junker
Vorsitzender der Konzern-Geschäftsführung*

Sehr geehrte Leser,

es ist uns erneut gelungen, unter schwierigen Voraussetzungen deutlich stärker zu wachsen als der Markt und als die Automobilindustrie allgemein. MAHLE erzielte 2005 zum ersten Mal in der Firmengeschichte einen Umsatz von mehr als 4 Milliarden Euro, im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von fast 10 Prozent. Die treibenden Kräfte hierfür waren insbesondere die Märkte außerhalb Europas. So trugen Nord- und Südamerika und vor allem Asien entscheidend zum Wachstum bei. Auch den überwiegenden Teil unseres Ergebnisses erwirtschaften wir heute in den Weltregionen außerhalb Europas. Hier konnten wir in den letzten Jahren mit neuen

Werken und Werkserweiterungen die Weichen für die Zukunft stellen und profitieren mit erweiterten Entwicklungs- und Produktionskapazitäten vor Ort von der expandierenden Nachfrage.

Positiv auf das Umsatzwachstum wirkten sich auch die weltweit hohe Nachfrage nach Nutzfahrzeugen sowie der in Europa auf fast 50 Prozent angestiegene Anteil der Diesel-Antriebe im PKW-Bereich aus. In beiden Marktsegmenten spielt MAHLE aufgrund seiner technologischen Spitzenstellung traditionell eine starke Rolle. Mit unseren diversen Motorsystemen für Hochleistungs-Dieselmotoren sind wir weltweit führend und mit hohen Marktanteilen präsent.

Die erzielten Umsatzsteigerungen stammen überwiegend aus internem, organischem Wachstum, in geringem Umfang aber auch aus strategischen Akquisitionen. Hierzu zählt der Erwerb der Cosworth-Technology-Gruppe zum 1. Januar 2005, heute MAHLE Powertrain. Mit dieser Akquisition stärken wir unsere Engineering- und Systemkompetenz und erschließen uns langfristig neue Geschäftsperspektiven – von Entwicklungsdienstleistungen bis hin zur integrierten Antriebs- und Motorausrüstung. Die Entwicklungszentren von MAHLE Powertrain in Northampton/England und Novi bei Detroit/USA sind mittlerweile mit gemeinsam abgestimmten Projekten in die MAHLE Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten integriert. Ein weiterer Meilenstein ist unser neues Entwicklungszentrum in Shanghai, das Anfang 2006 den Betrieb aufnehmen wird und zukünftig eine weitere Säule unserer globalen Entwicklungskompetenz in einem der größten Zukunftsmärkte der Automobilindustrie bildet. Darüber hinaus haben wir unsere Aktivitäten in Indien und Thailand verstärkt.

An die Ergebnisentwicklung der vergangenen Jahre konnten wir aufgrund des ausgeweiteten Geschäftsvolumens anknüpfen. Sowohl beim Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) als auch beim Konzernjahresüberschuss konnten Verbesserungen erzielt werden. Belastend wirkten sich die

teilweise sehr hohen Materialpreissteigerungen aus, die nur unzureichend mit unseren Kunden geteilt werden konnten. Ungünstige Währungskursrelationen, insbesondere für die Exportumfänge aus Brasilien und Polen, wirkten sich ebenfalls ergebnisbelastend aus. Hinzu kommt, dass der Preisdruck unserer Kunden unvermindert anhält. Die allgemeine Marktschwäche in Europa und Nordamerika und daraus resultierende wirtschaftliche Schwierigkeiten einiger unserer Großkunden haben dazu maßgeblich beigetragen. Die langfristig angelegte Strategie zum Aufbau einer international ausgewogenen Kundenstruktur hat vor diesem Hintergrund zu einer positiven Balance beigetragen. Insgesamt gelang es auch, unsere solide Bilanzstruktur nochmals weiter zu verbessern. Wir haben damit eine belastbare Basis für weiteres, überproportionales Wachstum geschaffen.

Im Zusammenhang mit der nach wie vor nicht zufrieden stellenden Ergebnisentwicklung in Deutschland haben wir im Frühjahr 2005 mit den betrieblichen Gremien und Tarifparteien eine Standort- und Beschäftigungssicherung vereinbart, die im Gegenzug ein abgesenktes Niveau für Lohn- und Gehaltserhöhungen, eine weitere Flexibilisierung der Arbeitszeiten und einen gesonderten Dienstleistungsvertrag mit geänderten Konditionen beinhaltet. Mit diesem Gesamtpaket, das an bestimmte wirtschaftliche Erfolgsfaktoren geknüpft ist, sollen für die Zukunft wettbewerbsfähige Bedingungen an den deutschen Standorten erreicht werden.

Innerhalb eines international schwierigen Umfelds stehen wir vor der Aufgabe, unsere globale Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern und durch optimale Nutzung aller Ressourcen sowie durch das persönliche Engagement jedes Einzelnen die Leistungsbereitschaft von MAHLE weiter zu stärken. Den Weg hierzu weist unser neuer Slogan „Driven by performance“. Im Rahmen unserer internationalen Führungskräfte-Treffen wurde die überdurchschnittliche Leistungsbereitschaft als wesentlicher Teil der MAHLE Corporate Identity und als wichtiger Markenwert identifiziert. Leistung ist und bleibt die treibende Kraft für unseren Erfolg – weltweit. In diesem Geschäftsbericht lassen wir die Leistungskraft und Ausstrahlung unserer Produkte auf eigenständige Weise interpretieren.

Im Namen der Konzern-Geschäftsführung danke ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren Einsatz und ihr Engagement im abgelaufenen Geschäftsjahr und unseren Geschäftspartnern für die gute Zusammenarbeit.



Heinz K. Junker