



Wolfgang Bauer

Vorsitzender des Vorstands
der Dyckerhoff AG

in der Hauptversammlung am 10. Mai 2006

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

zu unserer diesjährigen Hauptversammlung begrüße auch ich Sie zugleich im Namen meiner Vorstandskollegen sehr herzlich. Wir freuen uns, dass Sie an der diesjährigen Dyckerhoff Hauptversammlung teilnehmen. Wie bereits in den Vorjahren haben unsere Aktionäre auch in diesem Jahr die Möglichkeit, meinen Bericht im Internet zu verfolgen, und ich möchte daher auch all diejenigen begrüßen, die an unserer Veranstaltung am Bildschirm teilnehmen.

Meine Ausführungen möchte ich in drei Abschnitte gliedern:

- ▷ Im ersten Abschnitt werde ich Ihnen einen Überblick über die Entwicklung des Dyckerhoff Konzerns im Geschäftsjahr 2005 geben.
- ▷ Im zweiten Teil meiner Ausführungen werde ich Ihnen die Tagesordnungspunkte sechs und sieben eingehend erläutern.
- ▷ Schließlich werde ich Ihnen im letzten Teil meiner Ausführungen einen Überblick über die Strategie

von Dyckerhoff, die Entwicklung in den ersten drei Monaten dieses Jahres sowie einen Ausblick auf die Perspektiven für das gesamte Jahr 2006 geben.

1. Entwicklung von Dyckerhoff im Jahr 2005

Meine sehr geehrten Damen und Herren!

Lassen Sie mich nach diesen einleitenden Ausführungen auf die Entwicklung von Dyckerhoff im Jahr 2005 eingehen.

Im letzten Jahr hatte ich Ihnen unsere Erwartungen für die Finanzziele 2005 geschildert: Wir wollten eine Umsatzsteigerung von rund 5% auf knapp 1,3 Mrd. EUR erzielen. Wir wollten ein deutlich gestiegenes Ergebnis aus dem operativen Geschäft, eine weitere Reduzierung der Verschuldung und das Investment Grade Rating erreichen. Beim Umsatz haben sowohl die Steigerungsrate (11%) als auch das Umsatzvolumen unsere Prognose leicht übertroffen. Wir haben auch unser Ergebnis steigern kön-

nen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass wir unser Ergebnis im Ausland deutlich verbessern konnten, im Inland jedoch eine nach wie vor sehr unbefriedigende Ergebnissituation haben, die auch im Jahr 2006 anhalten wird. Die Normalisierung der Ergebnisse und der weitere Rückgang der Verschuldung haben dazu beigetragen, dass sich die Bilanzstruktur weiter verbessert hat.

Insofern sind wir recht zufrieden bei der Erreichung der von uns direkt beeinflussbaren Ziele. Nur das Investment Grade Rating haben wir immer noch nicht zurückerhalten; allerdings haben beide Rating Agenturen den Outlook mit „stable“ versehen. Das waren die Beurteilungen der Ratingagenturen im Jahr 2005. Auch im Jahr 2006 hat es bereits eine Reaktion gegeben. Ich komme später darauf zurück.

Der Konzernumsatz stieg um rund 11% auf 1,327 Mrd. EUR. Den größten Wachstumsbeitrag hatte Osteuropa – operativ stieg hier der Umsatz um 73 Mio. EUR – gefolgt von USA mit 47 Mio. EUR. In Deutschland

verzeichneten wir – erwartungsgemäß – weitere Rückgänge. Veränderungen im Konsolidierungskreis sowie weitere Portfoliobereinigungen verminderten den Konzernumsatz um 8 Mio. EUR und hatten damit keine wesentlichen Auswirkungen; Währungseinflüsse wirkten sich mit insgesamt 20 Mio. EUR positiv aus.

Das EBITDA stieg um 28,5% deutlich stärker als der Umsatz. Bei rückläufigen Erträgen in Deutschland zeigt insbesondere Osteuropa eine hohe Wachstumsdynamik. Auch in den USA war das Geschäft sehr erfreulich. Preiserhöhungen bei den Primärenergien konnten im Wesentlichen durch gestiegenen Einsatz von Sekundär-brennstoffen aufgefangen werden. Unser permanentes Kostenmanagement im Bereich von Produktion und Instandhaltung haben wir schrittweise auch im Ausland eingeführt. Veränderungen im Konsolidierungskreis waren mit minus 7,4 Mio. EUR insgesamt nicht sehr bedeutend; Wechselkursveränderungen wirkten sich mit 6,1 Mio. EUR positiv aus. Unsere EBITDA-Marge verbesserten wir um 3,3 Prozentpunkte auf knapp 24%.

Der Materialaufwand erhöhte sich leistungsbedingt um insgesamt 46,0 Mio. EUR. Der Anstieg lag mit 8,8% jedoch deutlich unter dem Umsatzzuwachs. Währungseffekte wirkten sich mit 9,0 Mio. EUR negativ aus. Der Personalaufwand und die Summe aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen lagen auf dem Niveau des Vorjahres. Zur Optimierung des Produktionsnetzwerkes in Deutschland haben wir die Grauklinkerproduktion an unserem Standort hier in Amöneburg am 31. Dezember 2005 stillgelegt. Von diesen Maßnahmen waren insgesamt 102 Mitarbeiter betroffen. Aufgrund der schwachen Zementnachfrage in Deutschland blieb uns keine andere Wahl, als diese Maßnahme durchzuführen. Diese Maßnahme hat den Personalaufwand mit 5,1 Mio. EUR und die Abschreibungen mit 18,2 Mio. EUR erhöht.

Der Rückgang des Beteiligungsergebnisses stammt ausschließlich aus

einer Wertberichtigung des Buchwerts der NCD Nederlandse Deelnemingsmaatschappij B.V. Die NCD befindet sich derzeit in einer Restrukturierungsphase, die auch noch 2006 anhalten wird. Die Ausrichtung auf das Kerngeschäft – Transportbeton und Sand und Kies – kommt gut voran. Ende 2004 wurde der größte Teil des Baustoffhandels verkauft und das verbliebene Sanitärgeschäft wurde im ersten Quartal 2006 veräußert. Neben den Aktivitäten Transportbeton und Sand und Kies, die für uns strategisch von großer Bedeutung sind, und die das zukünftige Kerngeschäft der NCD darstellen, verfügt die NCD auch noch über umfangreiche Betonprodukte-Aktivitäten, deren Verkaufsprozess derzeit läuft. Insgesamt betragen die im Beteiligungsergebnis und im sonstigen Finanzergebnis enthaltenen Aufwendungen, einschließlich des Rückerwerbs des im Jahre 2001 veräußerten Anteils, für die NCD im Geschäftsjahr 2005 rund 20 Mio. EUR. Am Abschluss der Restrukturierung kann auch die Auflösung der derzeitigen Beteiligungsstruktur stehen, so dass wir dann eine Einheit erhielten, die zwar kleiner sein würde als die heutige NCD, aber die wir zu 100% kontrollieren würden. Für den Absatz unserer deutschen Zementwerke ist der holländische Transportbetonmarkt von großer Bedeutung.

Das Zinsergebnis verbesserte sich durch Rückführung der Verschuldung bei der Dyckerhoff AG deutlich um 7,3 Mio. EUR; das sonstige Finanzergebnis ist geprägt durch Aufwendungen im Zusammenhang mit der NCD. Insgesamt verbesserte sich das Ergebnis vor Steuern – nach Berücksichtigung der Stilllegungskosten von 25,1 Mio. EUR – um 45,6 Mio. EUR. Der Steueraufwand hat sich durch Steuernachzahlungen aus einer Betriebsprüfung für die Jahre 1993 bis 1997 sowie durch höhere Steuerzahlungen aufgrund besserer Ergebnisse im Ausland erhöht. Die Steuerquote beträgt 42,8% und liegt 14,7 Prozentpunkte über dem Vorjahr. Der Konzernjahresüberschuss verbesserte sich um rund 43% auf 58,7 Mio. EUR.

Unsere Verschuldung haben wir weiter verringert. Der Rückgang der Bankverbindlichkeiten ist im Wesentlichen auf die Tilgung von Bankdarlehen zurückzuführen. Bei den Anleihen und Schuldverschreibungen ist die planmäßige Rückzahlung des US-Dollar-Bonds der amerikanischen Gesellschaft RC Lonestar in Höhe von 51 Mio. EUR nicht direkt ersichtlich, da der gegenüber dem Euro gestiegene Wechselkurs des US-Dollar den Wert der verbleibenden Anleihe um 54 Mio. EUR erhöhte. Bereits vor dem Zusammenschluss unserer US-Aktivitäten in den USA hat sich Buzzi Unicem über RC Cement refinanziert, die mit 48,5% als Verschuldung im Dyckerhoff Konzern ausgewiesen wird. Diesem Betrag steht jedoch eine Forderung gegen Buzzi Unicem in gleicher Höhe in Form des ausgewiesenen Gesellschafterdarlehens gegenüber. Daher wird dieses Gesellschafterdarlehen bei der Berechnung der Nettoverschuldung abgezogen. Insgesamt sank die Nettoverschuldung um 115,2 Mio. EUR auf 342,7 Mio. EUR; hierbei ist allerdings die Mezzanine-Finanzierung nicht berücksichtigt. Das Volumen der Mezzanine-Finanzierung hat sich durch die Kapitalisierung von Zinszahlungen, die erst am Laufzeitende zu leisten sind, auf 213 Mio. EUR erhöht.

Durch die Reduzierung der Nettoverschuldung und durch die Stärkung des Eigenkapitals aus dem im Konzern erwirtschafteten Gewinn konnten wir unsere Bilanzstruktur nachhaltig verbessern: Der Verschuldungsgrad verbesserte sich von 43% auf 28%; ohne Berücksichtigung der Pensionsrückstellungen ging er sogar von 19% auf 7% zurück. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich von 34% auf 37%. Wir sind vor diesem Hintergrund zuversichtlich, dass die positive Entwicklung von Dyckerhoff auch bei den Rating-Agenturen ihre Würdigung finden wird und wir so das Investment Grade Rating in überschaubarer Zeit wieder erreichen werden. Vor 4 Wochen hat Moody's den Ausblick von „stable“ auf „positive“ angehoben. Das langfristige Kreditrating für Dyckerhoff ist weiterhin „Ba1“. Schließlich hat sich

auch unser Anlagendeckungsgrad – das Verhältnis von Eigenkapital zu dem im Unternehmen langfristig gebundenem Anlagevermögen, eine in unserem Geschäft mit hoher Kapitalintensität wichtige Kennziffer – weiter verbessert.

Ich möchte Ihnen nun die Entwicklung unseres operativen Geschäfts in den Regionen anhand unserer Geschäftsbereiche erläutern. Auch wenn das Gewicht von Deutschland innerhalb des Länderportfolios abgenommen hat, so ist unser Heimatmarkt unverändert ein wichtiger Markt. Ich komme damit zur Entwicklung unseres Geschäftsbereichs Deutschland / Westeuropa:

In Deutschland waren die Bauinvestitionen wieder in allen Sektoren rückläufig; insgesamt betrug der Rückgang 3,7%. Ein wesentlicher Einflussfaktor war der kräftige Einbruch im ersten Quartal 2005. Zusätzlich dämpften im Wohnungsbau Arbeitsplatzunsicherheiten und die schwache Entwicklung der Realeinkommen die Nachfrage, jedoch löste die erwartete Abschaffung der Eigenheimzulage zum Jahresende eine zusätzliche Nachfrage aus. Die geringere Bautätigkeit führte zu einem weiteren Rückgang des Zementverbrauchs um über 7%. In diesem Marktumfeld sank auch der Inlandsabsatz der deutschen Zementhersteller um knapp 7%. Dyckerhoffs Absatz entwickelte sich entsprechend dem Markttrend. Der Absatz von Zement und anderen hydraulischen Bindemitteln von Dyckerhoff verminderte sich um 6,2% auf 5,2 Mio. t. Der Transportbetonverbrauch im deutschen Markt ging um rund 10% auf rund 39 Mio. cbm zurück. Der Absatzrückgang bei Dyckerhoff entsprach der Marktentwicklung; nur durch die erstmalige Einbeziehung neuer Gesellschaften lag der Transportbetonabsatz von Dyckerhoff mit 2,9 Mio. cbm etwa auf dem Niveau des Vorjahres.

Preiserhöhungen haben unseren Durchschnittserlös verbessert – im Durchschnitt aller von uns abgesetzten Produkte stiegen die Preise um rund 10%. Allerdings sind die Preise immer

noch nicht auskömmlich. Insgesamt lagen die Umsatzerlöse in Deutschland 15,6 Mio. EUR unter dem Vorjahr. Etwa die Hälfte ist auf den schwachen Zement- und Transportbetonmarkt zurückzuführen; Preiserhöhungen sowie der gestiegene Anteil der neuen, innovativen Produkte konnten die Absatzrückgänge nicht vollständig ausgleichen. Der restliche Rückgang entstand durch Veränderungen im Konsolidierungskreis: Der zusätzliche Umsatz von erstmals einbezogenen Transportbetongesellschaften konnte den Rückgang durch den Verkauf der Tricosal Gruppe nicht ausgleichen. Ohne die Veränderungen im Konsolidierungskreis ging der Umsatz um 7 Mio. EUR zurück.

Das deutsche EBITDA beträgt 59,8 Mio. EUR, liegt um 10,7 Mio. EUR unter dem Vorjahr und ging damit geringer zurück als der Umsatz. Aufwendungen im Zusammenhang mit der Schließung der Produktion von Zementklinker für Grauzement im Werk Amöneburg zum 31. Dezember 2005 sowie die Risikovorsorge bei Beteiligungsgesellschaften wirkten sich negativ aus. Der Verkauf der Tricosal Gruppe führte ebenfalls zu einem Rückgang. Kostensteigerungen bei den Primärbrennstoffen wurden durch erhöhten Einsatz von Sekundärbrennstoffen weitgehend ausgeglichen.

In Luxemburg lagen die Bauinvestitionen leicht unter dem Vorjahr, im Wesentlichen durch Rückgänge bei öffentlichen Bauprojekten und hier insbesondere im Tiefbau. Die Bautätigkeit im privaten Wirtschaftsbau blieb demgegenüber nahezu konstant. Die Nachfrage im privaten Wohnungsbau verharrte auf hohem Niveau. In diesem Umfeld konnte der Zementverbrauch das Vorjahresniveau nicht erreichen. Der Absatz von Zement und anderen hydraulischen Bindemitteln von Dyckerhoff lag mit insgesamt 0,8 Mio. t um 14,3% über dem Vorjahr; Veränderungen im Produktmix führten zu leichten Rückgängen bei den Durchschnittserlösen. Die Zementpreise hingegen blieben stabil.

Der Umsatz stieg leicht auf 138,6 Mio. EUR. Aufgrund des ver-

änderten Produktmixes – gestiegener Klinkerverkauf mit niedrigerer Marge als beim Zementverkauf – lag die operative Entwicklung auf dem Niveau des Vorjahres. Das EBITDA erhöhte sich leicht um 2,6 Mio. EUR und wurde durch den Buchgewinn aus dem Verkauf der Carrières de Leffe positiv beeinflusst.

Mit Wirkung zum 1. Januar 2006 hat unsere Tochtergesellschaft, die Ciments Luxembourgeois, Luxemburg, die Mehrheit der Anteile an der Eurobeton S.A., Luxemburg an ein Konsortium von luxemburgischen Investoren und der Saint Gobain Gruppe verkauft. Nach dem Verkauf hält Ciments Luxembourgeois noch eine Minderheitsbeteiligung von 20%. Im Jahr 2005 erzielte die Eurobeton Gruppe einen Umsatz von rund 70 Mio. EUR. Mit dem Verkauf wird die Konzentration auf das Kerngeschäft mit Zement und Transportbeton konsequent fortgesetzt.

Insgesamt verringerte sich der Umsatz des Geschäftsbereichs Deutschland / Westeuropa um 12,7 Mio. EUR oder 2% auf 625 Mio. EUR. Das EBITDA des Geschäftsbereichs verringerte sich um 8 Mio. EUR oder rund 8% auf 91 Mio. EUR. Die Entwicklung des Geschäftsbereichs Deutschland / Westeuropa war durch den Verlauf des deutschen Geschäfts geprägt, in dem sich die außerplanmäßigen Aufwendungen im Zusammenhang mit der Schließung der Grauklinkerproduktion im Werk Amöneburg auswirkten.

Im Geschäftsbereich Osteuropa war die Entwicklung sehr erfreulich: Die Bauinvestitionen in Polen stiegen insgesamt um 6,3% und der Zementverbrauch nahm um 1,3% zu. Allerdings war der polnische Markt durch starken Wettbewerb und damit verbundene Preisrückgänge gekennzeichnet. In diesem Umfeld lag der Zementabsatz von Dyckerhoff um 4,3% unter dem Vorjahr; die Preise hingegen blieben annähernd stabil. Der Transportbetonmarkt nahm um knapp 5% zu; der Transportbetonabsatz von Dyckerhoff entwickelte sich ebenfalls positiv und stieg um über

5%. In der Tschechischen Republik wuchsen die Bauinvestitionen um 5,5% und damit weniger stark als in den vergangenen Jahren. Der Zementverbrauch erhöhte sich bei erheblich intensiverem Wettbewerb um knapp 3%. In diesem Marktumfeld ging der Zementabsatz von Dyckerhoff um knapp 1% zurück. Preiserhöhungen waren erfolgreich und entsprachen der Marktentwicklung. Der Transportbetonmarkt wuchs um 15%. Dabei führten insbesondere Großprojekte zu einer erheblichen Absatzsteigerung der Dyckerhoff Gesellschaften, die mit + 23% über dem Marktdurchschnitt lagen. In der Ukraine und in Russland war die gesamtwirtschaftliche Entwicklung weiterhin positiv. Die Bauwirtschaft in der Ukraine verzeichnete wieder ein starkes Wachstum. Der Zementverbrauch nahm um rund 16% zu und der Absatz unserer Werke Volyn und Yugcement stieg um 23%. Auch die Preise entwickelten sich sehr positiv. Unser Absatz von Transportbeton stieg um 61%. In Russland wuchs der Zementmarkt um knapp 11%. Der regionale Markt unseres Werks in Jekaterinburg entwickelte sich mit einem Wachstum um rund 7% zwar unterdurchschnittlich, jedoch wuchs der Zementabsatz unseres Werks Suchoi Log dabei überdurchschnittlich um knapp 15%. Suchoi Log hat damit die Kapazitätsgrenze erreicht – wir arbeiten bereits an einer Kapazitätserweiterung. Die Preise konnten in Russland um durchschnittlich 25% erhöht werden.

Der Absatz von Zement und anderen hydraulischen Bindemitteln in Osteuropa erhöhte sich um knapp 11% auf 6,2 Mio. t. Unser Transportbetonabsatz in Polen, in der Tschechischen und in der Slowakischen Republik sowie in der Ukraine entwickelte sich mit einem Zuwachs um 17,4% auf 2,7 Mio. cbm ebenfalls positiv.

Umsatzrückgänge im polnischen Zement wurden durch den Beton ausgeglichen; dort führten Preiserhöhungen und Absatzsteigerungen zu einem deutlichen Umsatzzuwachs. Insgesamt lag der polnische Umsatz in

Landeswährung auf dem Niveau des Vorjahres. In der Tschechischen und Slowakischen Republik wurden leichte Absatzverluste im Zement durch Preiserhöhungen mehr als ausgeglichen, der Beton realisierte bei annähernd konstantem Preisniveau deutliche Absatzgewinne; insgesamt wuchs der Umsatz in Landeswährung um 18%. Durch die positive Marktentwicklung stiegen im Zement und im Beton in Russland und der Ukraine Absatz und Preise. Der Umsatz in Landeswährung erhöhte sich in Russland um 43% und in der Ukraine um 49%. Wechselkursveränderungen wirkten sich insgesamt im Geschäftsbereich Osteuropa mit 19,9 Mio. EUR positiv aus.

Das EBITDA in Polen lag in Landeswährung auf dem Niveau des Vorjahres. In der Tschechischen/Slowakischen Republik verbesserte es sich um rund 40%; die operative Verbesserung stammt im Wesentlichen aus dem Beton und aus positiven Wechselkurseinflüssen. In der Ukraine und in Russland wurde das EBITDA in Landeswährung jeweils nahezu verdoppelt. Wechselkursveränderungen wirkten sich im Geschäftsbereich Osteuropa mit 6,1 Mio. EUR positiv aus.

Insgesamt stieg der Umsatz in Osteuropa in Höhe von 389,6 Mio. EUR um 92,6 Mio. EUR oder 31%, und das EBITDA von 125,2 Mio. EUR war um knapp 50% oder 41,5 Mio. EUR höher als im Vorjahr.

In den USA stiegen die Bauinvestitionen sogar um 4,2%. Dieser Anstieg wurde ausschließlich durch den privaten Wohnungsbau mit einem Wachstum von 6,9% getragen. Der Wirtschaftsbau wuchs um 2,8%, während sich der öffentliche Bausektor mit einer Erhöhung um 1,3% stabilisierte. Der Zementverbrauch wurde von dem Wachstum der Bauwirtschaft positiv beeinflusst und stieg um 5% auf 126,1 Mio. t. Bei auf hohem Niveau von 92,8 Mio. t stagnierendem Inlandsabsatz erhöhten sich die Zementimporte um knapp 22% auf 33,3 Mio. t. Die regionalen Märkte der Buzzi Unicem USA entwickelten

sich insgesamt positiv. Unsere Werke im Südosten und im Westen erzielten erhebliche Absatzsteigerungen, nur im Nordosten ging der Absatz geringfügig zurück. Nach dem Wirbelsturm Katrina war das Mahlwerk in New Orleans durch die Überflutung des Werksgeländes zeitweilig nicht lieferbereit. Die Absatzausfälle wurden jedoch durch Lieferungen aus Memphis ausgeglichen. Insgesamt nahm der Absatz leicht zu. Der auf Dyckerhoff entfallende Anteil von 48,5% des Zementabsatzes der Buzzi Unicem USA stieg um 5,0% auf 4,2 Mio. t.

Der Geschäftsbereich USA profitierte von der guten Baukonjunktur. Durch Absatz- und Preiserhöhungen stieg der Umsatz in Landeswährung um 18%. Wechselkursveränderungen hatten keinen wesentlichen Einfluss auf den Umsatz. Insgesamt erhöhte sich der Umsatz um 47,2 Mio. EUR; das EBITDA erhöhte sich um 31,1 Mio. EUR. Diese Erhöhung ist ebenfalls im Wesentlichen auf Absatzsteigerungen und Preiserhöhungen zurückzuführen. Der kurzfristige Produktionsstillstand im Werk New Orleans – entstanden durch die bereits erwähnte Überflutung als Folge des Wirbelsturms Katrina – hatte keinen wesentlichen Einfluss. Der Buchgewinn aus dem Verkauf der Glens Falls Lehigh Cement Company wirkte mit 2,7 Mio. EUR ebenfalls positiv. Wechselkursveränderungen hatten keinen Einfluss.

Zusammenfassend stieg der Umsatz des Geschäftsbereichs USA um 47 Mio. EUR oder 18% auf 312 Mio. EUR und das EBITDA erhöhte sich um 31 Mio. EUR oder 37% auf 115 Mio. EUR.

Ich möchte damit meine Ausführungen zur Geschäftsentwicklung im Jahr 2005 abschließen und noch einige Anmerkungen zur Entwicklung unserer Aktionärsstruktur, zur Aktienkursentwicklung und zu unserem Dividendenvorschlag machen:

Zunächst zur Entwicklung der Aktionärsstruktur:

Ende 2004 wurde eine bestehende Verkaufsoption der IMI Investments,

Luxemburg, über 24,19% an den Stammaktien der Dyckerhoff AG von IMI Finance Luxembourg, Luxemburg – einer Tochtergesellschaft der IMI Investments – ausgeübt. Die Aktien wurden im Januar 2005 an die Buzzi Unicem-Gruppe verkauft. Damit hat Buzzi Unicem seinen Anteil am stimmberechtigten Kapital von Dyckerhoff weiter auf 91,20% erhöht. Zusammen mit dem Anteil von 62,20% am Dyckerhoff Vorzugskapital betrug der Anteil von Buzzi Unicem am Gesamtkapital der Dyckerhoff AG zum Jahresende 2005 damit 76,73%.

Im direkten Vergleich zu den Indizes konnten die Dyckerhoff Aktien der positiven Entwicklung insbesondere in der zweiten Jahreshälfte 2005 nicht folgen. So erreichten die Stammaktien ihren Höchstkurs von 45,50 EUR am 12. April und die Vorzugsaktien mit 28,01 EUR am 11. März. In der anschließenden Seitwärts-Abwärtsbewegung erreichten die Stammaktien ihren Tiefstkurs in Höhe von 31,00 EUR am 4. und 5. August, der Wert der Vorzugsaktien hatte seinen Tiefststand mit 21,35 EUR am 25. Juli. Von diesem Kursniveau konnten sich die Aktien bis zum Jahresende noch geringfügig erholen; insgesamt stieg der Wert der Vorzugsaktien im Geschäftsjahr 2005 um 11%, der Wert der Stammaktien lag um 5% unter dem Wert zu Jahresbeginn.

Die Stimmung in Deutschland hat sich zu Jahresbeginn 2006 weiter verbessert. Der Ifo-Geschäftsklimaindex ist seit Januar 2006 weiter gestiegen und erreichte im April das höchste Niveau seit Mai 2000. Auch die deutschen Verbraucher waren so optimistisch wie seit dem Frühsommer 2001 nicht mehr. Die verbesserten Konjunkturaussichten sorgten für Zuversicht und deutliche Kurssteigerungen an den Aktienmärkten. Davon profitierten auch die Dyckerhoff Aktien: die Stammaktien konnten seit Jahresanfang um knapp 20% zulegen und die Vorzugsaktien gewannen rund 24%.

Für beide Aktiegattungen – Stammaktien und Vorzugsaktien – schlugen Vorstand und Aufsichtsrat

der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,20 EUR vor. Die Dividendensumme beträgt damit 8,3 Mio. EUR. Trotz der Normalisierung des Preisniveaus für unsere Baustoffe ist das Ergebnis in Deutschland – und damit das Ergebnis der Dyckerhoff AG – immer noch deutlich negativ. Wie schon im Vorjahr erfolgt die Ausschüttung der Dividende daher aus den Gewinnrücklagen der Gesellschaft. Wir wollen mit der Dividendenausschüttung dennoch ein positives Signal an Sie – unsere Aktionäre – geben. Die Höhe der Dividende wird sich auch zukünftig an der Geschäftsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der nachhaltig schlechten wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland bemessen. Für die weiterhin angestrebte Ausschüttung von 20 bis 30% des Konzernjahresüberschusses bedarf es einer nachhaltigen Erholung des deutschen Marktes.

Lassen Sie mich nun noch einige Anmerkungen zu den Tagesordnungspunkten machen:

2. Ergänzende Informationen zu den Tagesordnungspunkten

TOP 6: Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien

Wie schon im Jahr zuvor hat der Vorstand auch im abgelaufenen Geschäftsjahr von der erteilten Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien keinen Gebrauch gemacht. Da die Ermächtigung Mitte November 2006 ausläuft, schlagen Vorstand und Aufsichtsrat vor, dieses international übliche Finanzierungsinstrument über die nächste Hauptversammlung hinaus bis Mitte November 2007 zu verlängern. Abgesehen von der Verlängerung sind die Bedingungen der Ermächtigung gegenüber dem Vorjahr unverändert. Wegen der Einzelheiten darf ich deshalb auf den Bericht des Vorstands an diese Hauptversammlung verweisen, der bei der Gesellschaft ausgelegen hat und heute am Infotisch erhältlich ist. Konkrete Pläne für das Ausnutzen der Ermächtigung bestehen auch im nächsten Jahr

nicht. Den angekündigten Gegenantrag zu dem Tagesordnungspunkt, mit dem die Ermächtigung auf den Rückkauf der jeweils billigeren Aktiegattung beschränkt werden soll, unterstützt die Verwaltung nicht. Mit dem gleichen Begehren waren bereits die Ermächtigungen der Vorjahre bei Gericht angefochten worden, bisher jedoch ohne Erfolg. Die Verwaltung sieht deshalb keinen Anlass, von dem bewährten Beschlusstext abzurücken.

TOP 7: Satzungsänderung

Die vorgeschlagene Verkleinerung des Aufsichtsrats steht im Zusammenhang mit der nachhaltig unter 2.000 liegenden Zahl von Mitarbeitern des Konzerns in Deutschland. Damit unterliegt die Gesellschaft nicht mehr dem Mitbestimmungsgesetz, sondern dem Drittelbeteiligungsgesetz. Dadurch sind in Zukunft andere gesetzliche Vorschriften für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats maßgebend. Da unsere Satzung dazu im Widerspruch steht, soll diese insofern geändert werden, dass dem Aufsichtsrat künftig neun statt bisher 16 Mitglieder angehören. Diese werden zu zwei Dritteln von der Hauptversammlung und zu einem Drittel von den Arbeitnehmern gewählt.

3. Dyckerhoff Strategie und Entwicklung im Jahr 2006

Dyckerhoff Strategie

Unser Ziel ist es, Werte zu schaffen: Für unsere Kunden und Geschäftspartner, für unsere Aktionäre, für unsere Mitarbeiter und für unser gesellschaftliches Umfeld, in dem wir uns bewegen. Unsere Strategie unterstützt nachhaltig das Leitziel einer wertorientierten Unternehmensführung.

Unsere Strategieziele sind:

1. einen Wettbewerbsvorsprung durch Kundenorientierung zu erreichen
2. unseren Handlungsspielraum durch Kostenführerschaft zu erhöhen
3. im Ausland kontrolliert zu wachsen

Ein wichtiger Schritt hin zu mehr Kundennutzen und Kundenorientie-

rung ist unsere Initiative „Produkte 21“, die wir in 2004 gestartet haben. Unsere innovativen Produkte helfen unseren Kunden, schwierige Bauvorhaben wirtschaftlich zu meistern. Wir bieten unseren Kunden einen zusätzlichen Nutzen aus der Zusammenarbeit mit uns und erhöhen so die Kundenbindung. Damit werden wir einen Wettbewerbsvorsprung und eine Ertragsverbesserung erreichen, die unsere Marktposition erheblich stärken. Wir wollen den Anteil der neuen Produkte am deutschen Umsatz in den nächsten 5 Jahren auf 10% steigern und so mit innovativen Produkten eine führende Rolle einnehmen. 2005 haben wir wesentliche Fortschritte gemacht: Der Umsatzanteil der innovativen Produkte am deutschen Umsatz beträgt 5%. Auch beim Ertrag macht sich die Stärke der innovativen Produkte bemerkbar – der erzielte Deckungsbeitrag ist höher als bei „normalen Produkten“.

Daneben wollen wir bei der Herstellung von Zement und Transportbeton in allen unseren Regionen Kostenführer sein. Dazu werden wir in allen Zementwerken vor allem den Einsatz von Sekundärbrennstoffen weiter erhöhen, die Reparatur- und Instandhaltungskosten weiter verringern und die für alle Werke eingeführten „best practice“ Analysen weiter verfeinern. Insbesondere der Einsatz von Sekundärbrennstoffen stieg in allen Werken erheblich: In Deutschland wurde er von 33% auf 42% erhöht. In Polen wurde er auf 25% verdoppelt. In der Tschechischen Republik stieg der Anteil der Sekundärbrennstoffe von 35% auf jetzt 40%. Unser Anspruch an kostenoptimale Produktionsprozesse ist jedoch nur dann zu erfüllen, wenn wir die Auslastung in unseren Klinkerwerken langfristig auf einem hohen Niveau halten. Daher mussten wir uns im Hinblick auf den in Deutschland weiter sinkenden Zementverbrauch entschließen, die Grauklinkerproduktion im Werk Amöneburg zu schließen. Nachhaltiges, strenges Kostenmanagement begreifen wir als eine Daueraufgabe, die uns den notwendigen unternehmerischen Spielraum

verschafft. Wir werden auch weiterhin den Anteil der Zemente mit niedrigem Zementklinkeranteil erhöhen und die für die Klinkerproduktion nicht benötigten CO₂-Emissionsrechte optimieren.

Im Durchschnitt aller von uns abgesetzten Produkte lagen die deutschen Zementertlöse 2005 um rund 10% über denen des Vorjahres; allerdings sind die Preise immer noch nicht auskömmlich. In Deutschland erzielen wir weiterhin keine Gewinne. Wir werden unverändert intensiv daran arbeiten, die Preise für unsere Produkte nachhaltig auf ein wirtschaftlich auskömmliches Niveau anzuheben.

Im mit der jeweiligen Marktkapitalisierung gewichteten Durchschnitt liegt die EBITDA-Marge bei rund 21%. Im Dyckerhoff Konzern erzielen wir zurzeit eine EBITDA-Marge von 23,8%; mittelfristig wollen wir eine EBITDA-Marge von mehr als 25% erreichen. Dies ist kein unrealistisches Ziel, bereits heute erzielen wir in einigen Märkten erheblich bessere Ergebnismargen als im Konzerndurchschnitt. Allerdings müssen wir unsere EBITDA-Marge in Deutschland noch erheblich verbessern.

Für unsere Gesellschaften in Luxemburg, in Polen, in der Tschechischen und der Slowakischen Republik, in der Ukraine, in Russland und in den USA gilt es, die gefestigten Marktpositionen weiter auszubauen. Insbesondere in Osteuropa sehen wir weiterhin gute Geschäftschancen. Daher wollen wir in den dortigen Märkten mit gezielten Investitionen unsere Marktpositionen ausbauen und kontrolliert wachsen. Wir haben 2005 verschiedene Beteiligungsmöglichkeiten geprüft und arbeiten weiter an einer Verstärkung unseres Geschäfts in Osteuropa.

Ich komme damit zur Entwicklung von Dyckerhoff im Jahr 2006:

Entwicklung im I. Quartal 2006

Im ersten Quartal 2006 war die Entwicklung im Dyckerhoff Konzern

gespalten. In Deutschland wirkten sich der schwache Zement- und Transportbetonmarkt und der lange Winter weiter negativ aus. Absatzrückgänge konnten jedoch durch Preiserhöhungen ausgeglichen werden. Insgesamt ging der Umsatz in Deutschland zwar um 2 Mio. EUR bzw. 3% auf 79 Mio. EUR zurück; dies ist jedoch nur auf Veränderungen im Konsolidierungskreis zurückzuführen. Der operative Umsatz stieg um 0,7 Mio. EUR. In Luxemburg ging der ausgewiesene Umsatz um 11 Mio. EUR bzw. 48% auf 12 Mio. EUR zurück, der Grund dafür ist der Verkauf der Eurobeton Gruppe zum 1. Januar 2006. Im verbliebenen Zementgeschäft stieg der Umsatz auch hier leicht um 0,8 Mio. EUR.

Der Geschäftsbereich Osteuropa war insgesamt durch eine erfreuliche Entwicklung gekennzeichnet: Im Zement erhöhten sich Absatz und Umsatz in allen Ländern deutlich. Der Zementumsatz stieg um 54%, besondere Wachstumsträger waren Russland und die Ukraine; auf sie entfielen über 90% der Umsatzsteigerung. Der Beton hingegen wuchs zwar mit gegenüber dem Zement verminderter Dynamik, erreichte allerdings auch eine Steigerung von 16%. Zu dem Wachstum haben alle Länder – mit Ausnahme von Polen, dort führte der lange Winter zu Absatz- und Umsatzeinbußen – beigetragen. Bei insgesamt positivem Preistrend stieg der Umsatz des Geschäftsbereichs insgesamt um 17 Mio. EUR bzw. 38% auf 62 Mio. EUR. Wechselkurseinflüsse wirkten sich mit 3 Mio. EUR positiv aus.

Der Umsatz in den USA stieg um 23 Mio. EUR oder 43% auf 76 Mio. EUR. Durch Absatzsteigerungen und Preissteigerungen wurde der Umsatz um 18 Mio. EUR gesteigert, Wechselkurseinflüsse erhöhten den Umsatz um weitere 5 Mio. EUR.

Insgesamt lag der Konzernumsatz von Dyckerhoff im ersten Quartal 2006 mit 229 Mio. EUR um 13% bzw. 27 Mio. EUR über dem des Vorjahres. Der Auslandsanteil am Konzernumsatz erhöhte sich um 5 Pro-

zentpunkte auf 65%.

Das EBITDA stieg um 13 Mio. EUR bzw. 63% auf 21 Mio. EUR. Dazu trugen alle Geschäftsbereiche bei. Mit rund 80% entfällt der größte Teil der Verbesserungen auf die Geschäftsbereiche USA und Osteuropa. Wechselkurseinflüsse waren mit 1 Mio. EUR nicht sehr bedeutend. Bei um 1 Mio. EUR niedrigeren Abschreibungen verbesserte sich das EBIT um 14 Mio. EUR und betrug -5 Mio. EUR. Das Zins- und sonstige Finanzergebnis verbesserte sich im Wesentlichen durch die geringere Nettoverschuldung und das verbesserte sonstige Finanzergebnis um 1 Mio. EUR. Das Ergebnis vor Steuern wurde insgesamt um 18 Mio. EUR auf -17 Mio. EUR verbessert.

Ausblick auf das gesamte Jahr 2006

Kurzgefasst könnte man den Ausblick so formulieren: Ausland positiv, Deutschland weiter rückläufig. Das Jahr 2006 wird eine weitere Herausforderung für die deutsche Bauindustrie werden. Im Hinblick auf den Zementverbrauch in Deutschland gehen wir in diesem Jahr von einer weiteren Verminderung aus. In den folgenden Jahren wird sich der Zementverbrauch in Deutschland allenfalls seitwärts entwickeln. Bei den leeren Kassen in Deutschland vermag ich nichts zu sehen, was den deutschen Zementverbrauch wirklich ankurbeln könnte. Die Lage der deutschen Zementindustrie wird weiterhin schwierig bleiben, und die fehlende Kapazitätsauslastung drückt die Rentabilität der Industrie. Dazu kommen die Verteuerungen der Produktion durch den enorm gestiegenen Strompreis. Allein in Deutschland rechnen wir hier mit Mehrkosten von rund 10 Mio. EUR. Anders als bei Steigerungen der Primärbrennstoffe wie Gas oder Öl können wir hier nicht durch Sekundärbrennstoffe gegensteuern. In Deutschland müssten die Zementpreise mindestens um weitere 15 EUR steigen, um die Kapitalkosten zu decken und die Substanz der Anlagen zu erhalten.

In unseren Märkten gehen wir für 2006 von folgenden Entwicklungen aus: In Deutschland wird der Zementverbrauch weiter rückläufig sein; entsprechend rechnen wir mit zurückgehenden Zement- und Transportbetonabsätzen. Preiserhöhungen beim Zement werden die Mengenrückgänge ausgleichen, sodass der Umsatz das Niveau des Vorjahres erreichen wird. Im Beton hingegen werden die Preiserhöhungen die Absatzrückgänge nicht kompensieren. Für Deutschland insgesamt rechnen wir in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld mit einem leicht unter dem Vorjahr liegenden Umsatz. In Luxemburg gehen wir von einem positiven Marktumfeld und operativ von einem stabilen Umsatzniveau aus. Der ausgewiesene Umsatz wird durch den Verkauf der Eurobeton zum 1. Januar 2006 das Vorjahr jedoch deutlich unterschreiten. In Polen und in der Tschechischen Republik erwarten wir eine stabile Entwicklung. In der Ukraine gehen wir bei Absatz und Preisen von einer positiven Entwicklung aus. In Russland werden steigende Preise den Umsatz positiv beeinflussen. Am weiteren Marktwachstum können wir aufgrund der erreichten Kapazitätsauslastung derzeit nicht teilnehmen. Selbstverständlich arbeiten wir an einer Kapazitätserweiterung unseres Werkes in Suchoi Log – auch durch Umsetzung und Einsatz von in der Gruppe sonst nicht mehr benötigten Anlagen. Auch in den USA erwarten wir eine weiterhin positive Entwicklung bei Absatz und Preisen. Im Werk Selma ist eine Erweiterung der Zementkapazität durch den Bau eines neuen fünfstufigen Wärmetauscher-/Vorcalcinator-Ofens vorgesehen. Dadurch wird die Zementkapazität nach Fertigstellung des Ofens im Jahr 2008 um 10% erhöht und gleichzeitig die Abhängigkeit von teuren Zementimporten verringert.

Unter den beschriebenen konjunkturellen und bauwirtschaftlichen Erwartungen gehen wir von einem Konzernumsatz aus, der das Niveau des Vorjahres mindestens erreichen wird. Dabei ist berücksichtigt, dass durch

den Verkauf der Eurobeton Gruppe 70 Mio. EUR Umsatz entfallen. Die Steigerungen der Strompreise in Deutschland und der Gaspreise in der Ukraine werden unser operatives Ergebnis negativ beeinflussen. In Deutschland erwarten wir Mehrkosten für den Strombezug von rund 10 Mio. EUR; die Mehrkosten für Gas in der Ukraine liegen mit rund 14 Mio. EUR noch darüber. Wir werden allerdings versuchen, diese Mehrkosten über Preiserhöhungen an unsere Kunden weiterzugeben. Darüber hinaus werden wir unsere Maßnahmen zur Senkung der Kosten fortsetzen, um die unvermeidlichen Kostensteigerungen aufzufangen. Im Augenblick gehen wir davon aus, dass unser EBITDA leicht über dem Niveau des Vorjahres liegen wird. Die Abschreibungen 2006 werden deutlich unter denen des Jahres 2005 liegen; sie waren durch außerplanmäßige Abschreibungen für die Schließung der Grauklinkerproduktion in Amöneburg in Höhe von 18,2 Mio. EUR belastet. Zukünftig entfallende planmäßige Abschreibungen wirken genauso ergebniserhöhend wie eine geringere Zinslast. Daher erwarten wir für das Ergebnis vor Steuern und den Jahresüberschuss deutliche Steigerungen. Wir hoffen, dass auch die Rating Agenturen die positive Entwicklung im Dyckerhoff Konzern bemerken.

Ich möchte an dieser Stelle allen Mitarbeitern für ihre Arbeit, ihren Einsatz und ihr Engagement danken und bitte sie, auch in diesem Jahr zusammen mit dem gesamten Management, alles dafür zu tun, dass Dyckerhoff erfolgreich bleibt. Nicht vergessen möchte ich auch diejenigen Mitarbeiter, die ihren Arbeitsplatz verloren haben. Ich danke auch den Vertretungen der Arbeitnehmer für ihre sachliche und konstruktive Zusammenarbeit.

Damit bin ich am Schluss meiner Ausführungen angelangt.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

