

**Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2008
Rede von Berndt-Michael Winter, Vorsitzender des Verwaltungsrats (CEO)****Bilanzpressekonferenz am 11. März 2009**

- Es gilt das gesprochene Wort -

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich begrüße Sie herzlich zur Bilanz-Presse- und Analystenkonferenz der Logwin AG hier in Frankfurt. Nach einem für uns sehr ereignisreichen Jahr 2008 blicken wir heute mit Ihnen zurück – auf unsere Erfolge, aber auch auf die Schwierigkeiten des abgelaufenen Geschäftsjahres. Und wir wollen Ihnen zeigen, wie wir im Jahr 2009 auf die außergewöhnlich angespannte Lage im Logistikmarkt reagieren.

Auf 2008 schauen wir aus verschiedenen Blickwinkeln: Zum einen haben wir uns als integrierter Logistikdienstleister weiterentwickelt. Zum anderen sind wir deutlich hinter unseren wirtschaftlichen Zielen zurückgeblieben.

Das erste Jahr als Logwin – erfolgreiche Markeneinführung

Dennoch: In unserem ersten Jahr als Logwin haben wir viel erreicht. Alle Gesellschaften unserer Gruppe treten heute unter der Marke Logwin auf. Weltweit ziehen über 8.600 Mitarbeiter für unser gemeinsames Unternehmen und für unsere Kunden an einem Strang. Sie wissen, meine Damen und Herren, welcher bedeutender Schritt das für uns ist. Wir haben die letzten Barrieren zwischen den einzelnen Unternehmen beseitigt und bauen jetzt endlich eine gemeinsame Identität als Logwin auf. Das ist das Werk unserer Mitarbeiter. Ihr Engagement macht Integration erst möglich. Ihre Begeisterung für die Logistik macht unsere Marke erst lebendig. Dafür danken wir allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit sehr herzlich.

Indem wir intern zusammenwachsen, erhöhen wir auch unsere Transparenz nach außen. Und wir freuen uns, dass die Neuorganisation und die Markenumstellung auch hier ihre Wirkung zeigen: Galten wir früher als zusammengekaufter Gemischtwarenladen, nehmen unsere Kunden uns heute als integrierten Logistikdienstleister wahr. Die Resonanz auf unseren neuen starken Markenauftritt ist nach wie vor sehr positiv. Darauf sind wir stolz. Schließlich haben wir mit einem relativ kleinen Rebranding-Budget sehr viel geschafft: Sämtliche Standorte wurden neu beschildert, auf der Straße sind mittlerweile über 550 Trucks mit Logwin-Schriftzug unterwegs und unter logwin-logistics.com haben wir eine professionelle und kundenorientierte Homepage aufgebaut. Ich könnte Ihnen noch viele weitere Beispiele nennen.

Doch ich halte mich kurz und fasse zusammen: Unsere Markenumstellung auf Logwin war erfolgreich. Jetzt liegt es an uns, die großen Chancen, die sie uns bietet, weiterhin zu nutzen und unsere Marktposition zu stärken.

Wirtschaftliche Entwicklungen 2008 – starker Gegenwind zum Neustart

Wirtschaftlich war das Jahr 2008 für unser Unternehmen jedoch kein einfaches Jahr. Auf den Tag genau vor 12 Monaten habe ich Ihnen von meiner Hoffnung berichtet, als Logwin unsere PS endlich voll auf die Straße bringen zu können. Leider haben die dramatischen wirtschaftlichen Entwicklungen auch unser Unternehmen unerwartet stark ausgebremst. Dass unser Neustart unter diesen schwierigen Bedingungen erfolgt, ist für uns sehr schade und natürlich ärgerlich. Wir hätten gerne mehr Fahrt aufgenommen, als es der aktuelle Gegenwind zulässt.

Die sich deutlich abschwächende Konjunktur und die Krise an den weltweiten Finanzmärkten hatten direkte Auswirkungen auch auf uns. Die erheblich rückläufigen Transport- und Logistikvolumina – vor allem in der Automobilindustrie aber auch in der Textilbranche – dämpften auch unsere Geschäftsentwicklung. Während der Umsatz dank einer guten Entwicklung zu Jahresbeginn noch das Vorjahresniveau erreichte, mussten wir einen starken Ergebnismrückgang verzeichnen.

Das Ergebnis unseres Geschäftsfelds Solutions liegt aufgrund von Einmaleffekten und der stark rückläufigen Nachfrage deutlich unter unseren Erwartungen. Erfreulich entwickelte sich das Geschäftsfeld Air + Ocean, das sein Wachstum trotz konjunktureller Abschwächung fortsetzen konnte. Unser Geschäftsfeld Road + Rail verzeichnete nach einem zunächst stabilen Jahresverlauf einen erheblichen Geschäftsrückgang im vierten Quartal.

Darüber hinaus haben die marktbedingt deutlich gedämpften Erwartungen für die Geschäftsentwicklung unserer Gruppe in den nächsten Jahren eine signifikante Firmenwertabschreibung erforderlich gemacht.

Entwicklung 2009 – Strategien und Maßnahmen

Auch im laufenden Jahr stellen uns die schwierigen Marktbedingungen vor große Herausforderungen. Als Logistikdienstleister müssen wir uns in einem intensiven Wettbewerb um reduzierte Transport- und Logistikvolumina behaupten. Wir spüren seit mehr als drei Monaten einen sich verschärfenden Preiswettbewerb. Andererseits entstehen durch das Ausscheiden von Marktteilnehmern auch Chancen, die wir beherzt nutzen.

In dieser Marktsituation besteht unsere Aufgabe darin, unsere internen Prozesse weiter zu optimieren und die Strukturen zu verschlanken. Die Integration unserer fokussierten und professionellen Leistungen ist dabei nach wie vor der Kern unserer Strategie.

Auf den Nachfragerückgang nach Logistik- und Transportleistungen in den vergangenen Monaten haben wir operativ reagiert – und zwar mit der Anpassung unserer Kapazitäten und mit der Flexibilisierung der Kostenstruktur. Dazu gehören eine drastische Rückführung der Zeitarbeit, die Einführung von Kurzarbeit an vielen Standorten, noch flexiblere Arbeitszeiten und auch ein Abbau eigener Arbeitskräfte. Natürlich werden mit gleicher Intensität auch die Sachkosten auf allen Ebenen reduziert. Auch diese Einschnitte sind tief und schmerzlich – so, wenn wir zum Beispiel Marketingbudgets zusammenstreichen und damit die Durchsetzung unserer neuen Marke vorübergehend durchaus leidet.

All diese Maßnahmen werden in einer Vielzahl von Projekten erarbeitet und umgesetzt und vom Executive Committee sehr eng begleitet. Den Fortschritt der Kostensenkungsmaßnahmen verfolgen wir bis auf Ebene der lokalen Standorte.

Neben den operativ eingeleiteten Maßnahmen gibt es aber auch ein ganzes Bündel von Initiativen, die mehr strukturelle Themen aufnehmen.

Um unser Geschäftsfeld Solutions wieder auf Kurs zu bringen, treiben wir derzeit die Verschlinkung der Aufbauorganisation voran - mit einer weiteren Verbesserung der Kundennähe sowie einer signifikanten Senkung der Overheadkosten. Ich sehe darin eine konsequente Fortentwicklung der zum 1. Juli 2007 eingeführten Struktur.

Wir verarbeiten jetzt im Geschäftsfeld Solutions die in den vergangenen eineinhalb Jahren gesammelten Erfahrungen und führen einen weiteren Schritt der Optimierung durch. So werden zum Beispiel auch die im Vertrieb erkannten Schwachstellen beseitigt, indem wir diesen völlig neu aufstellen. Unsere exzellenten Produkte sollen auch zu Umsätzen werden - wenn ich das einmal so plakativ formulieren darf. Sie wissen, dass ich im Herbst 2008 zusätzlich zu meinen bisherigen Aufgaben die Führung von Solutions direkt übernommen habe. Aus dieser Nähe heraus kann ich Ihnen heute sagen, dass ich jenseits aller konjunkturellen Herausforderungen sehr zuversichtlich bin, dass dieses Geschäftsfeld bald zu alter Stärke zurückfinden wird.

Das Geschäftsfeld Air + Ocean ist organisatorisch und strukturell bereits gut aufgestellt. Klar definierte und schlanke Strukturen und Prozesse sind die Grundlage des bemerkenswerten Erfolges. Davon lernen wir gerade auch in den anderen Geschäftsfeldern und intensivieren die Zusammenarbeit.

Um auch bei steigenden Frachtraten die attraktiven Margen halten zu können, werden wir die Kundenbeziehungen über das Key-Account-Management noch weiter intensivieren und unser Netzwerk in Wachstumsregionen mit eigenen Niederlassungen ausbauen. Natürlich wird die Konjunktur auch im Geschäftsfeld Air + Ocean ihre Spuren hinterlassen. Aber wir sind zuversichtlich, dass wir uns hier im Markt gut behaupten können.

Für unser Geschäftsfeld Road + Rail ist das oberste Ziel nach wie vor die Steigerung der Profitabilität aller Standorte. Die entsprechenden Maßnahmen zur Restrukturierung werden vor dem Hintergrund der deutlich abgenommenen Transportvolumina intensiviert. Alle von mir bereits genannten Maßnahmen zur Kostensenkung werden hier durchgeführt. Dabei nutzen wir auch die Möglichkeiten, Preissenkungen im Frachteinkauf durchzusetzen. Darin liegt ein ganz wesentlicher Schlüssel zur Stabilisierung der Ertragsituation. Aktivitäten, die auf Dauer unrentabel sind, werden wir weiterhin konsequent beenden. Das betrifft Kundenbeziehungen ebenso wie einzelne Standorte. Strategische Kooperationen und Allianzen sichern auch zukünftig unsere hohe Netzwerkdichte. Außerdem weiten wir unsere Osteuropa-Kompetenz durch eigene Standorte weiter aus.

Neben all diesen Maßnahmen setzen wir weiterhin auf die stabilitätsorientierte Steuerung unseres Konzerns. Sie ist die Grundlage für die Wahrnehmung zukünftiger Wachstums- und Entwicklungschancen. Die Erhaltung unserer ausreichenden Liquidität hat für uns absolute Priorität. Daher investieren wir zurückhaltend und betreiben ein konsequentes Forderungsmanagement.

Anteilserhöhung DELTON – Vertrauen und langfristiges Engagement

Unterstützung erhalten wir auf unserem nicht einfachen Weg von unserer Mehrheitsaktionärin. Im Zuge eines freiwilligen Erwerbsangebots an die Aktionäre hat die DELTON AG zum Jahresende 2008 ihren Anteil an der Logwin AG deutlich von 53,2 % auf 80,6 % des Grundkapitals und der Stimmrechte erhöht. Dieser Schritt unterstreicht das Vertrauen unserer Mehrheitsaktionärin, die ihr langfristiges Engagement damit noch einmal bekräftigt. Sie können sich ganz sicher vorstellen, wie positiv dieses Signal von unseren Kunden aufgenommen wurde. In einer Zeit großer Unsicherheit hat eine stabile Aktionärsstruktur herausragende Bedeutung. Das gilt für Logistikunternehmen wegen der oft sehr langfristigen Kundenbindung in besonderem Maße.

Wie sich Umsatz und Ergebnis im Jahr 2009 entwickeln werden, ist heute nicht prognostizierbar. Beides wird wesentlich von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung abhängen. Aber auch der Erfolg der eingeleiteten Maßnahmen zur Erhöhung und Sicherung unserer Rentabilität wird maßgeblich Einfluss nehmen. Ich möchte an dieser Stelle durchaus meiner Sorge zum Ausdruck bringen, dass die internen Maßnahmen – und wenn sie auch noch so tief greifend sind – die vollkommen außergewöhnlichen externen Effekte zwar mildern aber nicht ganz kompensieren können.

Sicher ist, dass Handel und Industrie vor allem in Krisenzeiten auf starke und verlässliche Logistikpartner setzen, um sich auf die eigenen Kernkompetenzen konzentrieren zu können. Wir werden unsere Chancen daher auch in einem schwierigen Marktumfeld nutzen und das Geschäft unserer Kunden nachhaltig unterstützen. Gleichzeitig bereiten wir uns darauf vor, beim Anspringen des Wirtschaftsmotors selber sofort wieder auf Touren zu kommen. Daran arbeiten wir mit Nachdruck.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!