

DVFA – Small Cap Conference 2006

Unternehmenspräsentation

29. August 2006

Agenda

- **Kurzprofil**
- **Zwischenbericht II/2006**
- **Strategie**
- **Anhang**

Starker Logistikpartner mit ausgeprägter Branchen- u. Methodenexpertise

● **Kernmerkmale der Gruppe**

- Spezialist für Logistiklösungen mit Fokus auf Verpackung bei komplexen Projekten
- Langjähriges Branchen-Know-how insbes. für Konsumgüter (u.a. Automotive, Elektroindustrie) sowie Industriegüter (Maschinen- und Anlagenbau, Kraftwerksbau)
- Marktführer in Deutschland bei industriellen Exportverpackungen
- Eigenentwickelte IT-Lösungen, die Marktstandard sind, und SAP-zertifizierte IT-Basis

● **D.Logistics AG als Holding**

- Zentrale Holdingfunktionen, insbes. Finanzierung, Key Accounting
- Beteiligungsquote i.d.R. mind. 50%

Dienstleistungsorientierte Segmentstruktur



Ausgeprägte Branchen- u. Methodenexpertise

Segment	Konsumgüter- verpackung	Industriegüter- verpackung	Lagerlogistik
Güterart	Massengüter	Güter mit hoher Spezifität, z. B. Produktionsanlagen	Massengüter
Know-how D.Logistics	<ul style="list-style-type: none"> • „Total Packaging Solution“ • Verpackungsdesign • Gestaltungs-Know-how für optimale Handhabbarkeit, Zweckmäßigkeit, Schutz • Verpackungstechnik 	<ul style="list-style-type: none"> • Technische Kompetenz • Prozess- und IT-Know-how • Internationales Netzwerk • Sichere, zuverlässige Lieferung 	<ul style="list-style-type: none"> • Prozess- und IT-Know-how • Abdeckung aller Services von der Kommissionierung, Verpackung, Bewirtschaftung bis zum Versand
Geografischer Fokus	Zentraleuropa USA	Deutschland	Zentraleuropa
Branchenfokus	Automobilzulieferer, Konsumgüter	Maschinen- u. Anlagenbau, Kraftwerksbau	Automobil, Chemie, Elektronik, Konsumgüter, Airport Services (Cargo)
Wesentliche Kunden	Beiersdorf, Bosch, Duracell, Gillette, Hewlett Packard, Sanford, Osram Sylvania	Alstom Power, Barmag, KHS, Krones, MAN, MPM Siemens, Singulus	Acordis, Fritz Winter, Infra- serv, Lufthansa Cargo, Medion, Mölnlycke, VW

Positionierung im Wettbewerb

Segment	Konsumgüter- verpackung	Industriegüter- verpackung	Lagerlogistik
Wettbewerbs- position D.Logistics	Einer von wenigen Anbietern	Einzig flächendeckender Anbieter in Deutschland	Inhouse-Outsourcing®
Wettbewerber	Mit Einschränkung: Exel, Sonoco	Cargo Pack (K+N), Fritze, Securitas, OVG, VTS	Vielzahl von Anbietern

Agenda

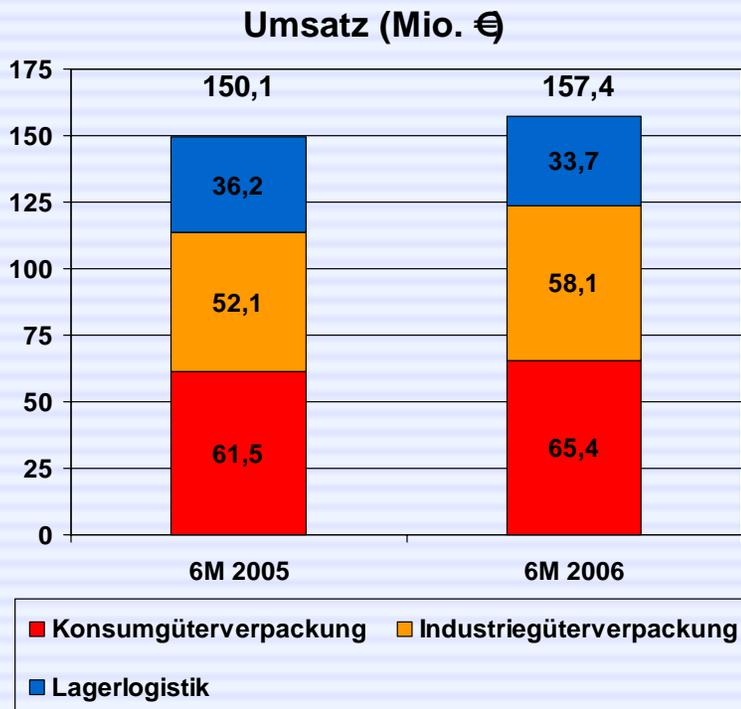
- **Kurzprofil**
- **Zwischenbericht II/2006**
- **Strategie**
- **Anhang**

Highlights 6 Monate 2006

- **Umsatz um 4,9% auf 157,4 Mio. € gestiegen**
- **EBITA (-10,4% auf 4,9 Mio. €) durch Sondereffekte beeinflusst**
 - **Negativer Beitrag der in Q3 veräußerten Schumacher GmbH i.H.v. 1,3 Mio. €**
 - **Positiver Beitrag aus Rechtsstreitigkeiten i.H.v. 2,0 Mio. €**
 - **Im Vorjahr waren positive Sondereffekte i.H.v. 1,4 Mio. enthalten**
- **Nettoergebnis um rund ein Drittel auf 2,3 Mio. € gesteigert**
- **Netto-Finanzverschuldung seit Jahresbeginn um 4,4 auf 54 Mio. € weiter gesenkt, Eigenkapitalquote im gleichen Zeitraum von 36,7% auf 37,5% erhöht**

Erfreuliches Umsatzwachstum

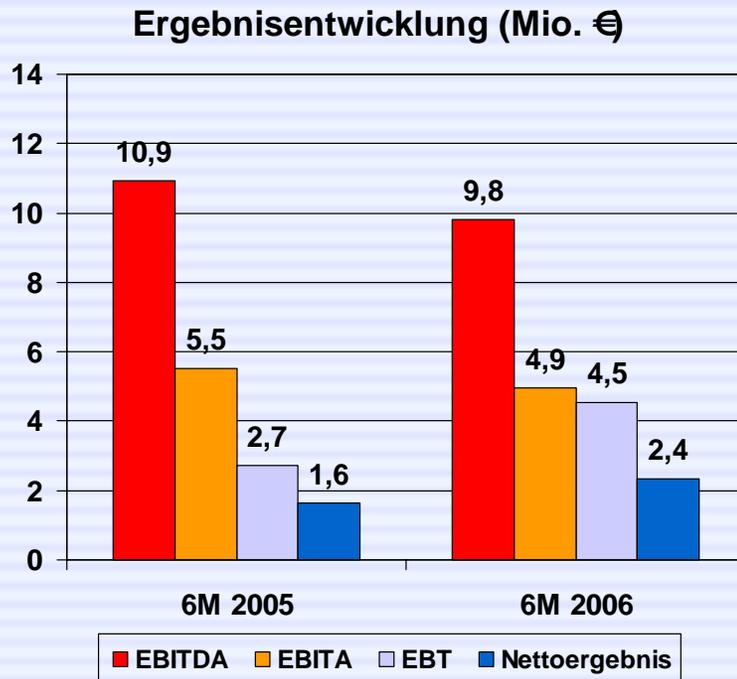
Umsatz plus 4,9% auf 157,4 Mio. €



- „Konsumgüterverpackung“ plus 6,4%; Zuwachs in USA (+16,2) und Italien (4,8); leichter Rückgang in Belgien (-4,9%)
- „Industriegüterverpackung“ plus 11,7%; zunehmende Übernahme von Transportmanagement-Aufgaben
- „Lagerlogistik“ um 6,8% rückläufig; deutlich niedrigeres Geschäftsvolumen bei der in Q3 veräußerten Schumacher GmbH

Nettoergebnis um rund ein Drittel gestiegen

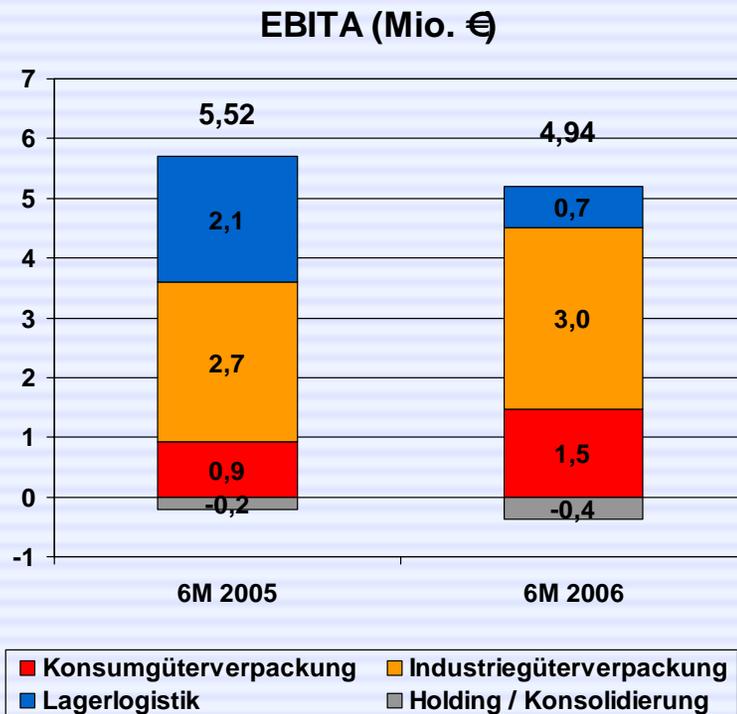
EBITA durch Sondereffekte beeinflusst



- Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) u.a. durch geringere Abschreibungen minus 13,2%
- EBITA (-10,4%) beeinflusst von
 - Planmäßiger Rückgang durch Restrukturierung Italien (-0,7 Mio. €) und Konsolidierung PickPoint AG (-0,65 Mio. €)
 - Belastung durch Schumacher (-1,3 Mio. €); Ertrag aus Rechtsstreiten (2 Mio. €), in 2005 Sonderertrag i.H.v. 1,4 Mio. €
- Konzernergebnis auch infolge eines deutlich besseren Finanzergebnisses um 32% gestiegen

Operatives Ergebnis durch Sonderfaktoren beeinflusst

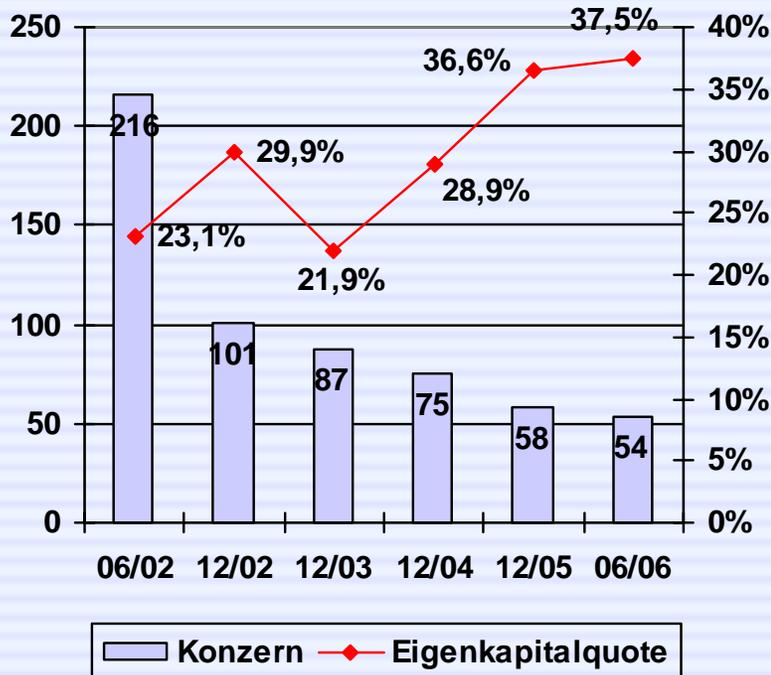
EBITA minus 10,4% auf 4,9 Mio. €



- „Konsumgüterverpackung“ mit hoher Zuwachsrate (+59,2%); Marge steigt von 1,5 auf 2,3%
- „Industriegüterverpackung“ plus +13,4%; Marge leicht erhöht (5,2 nach 5,1%)
- „Lagerlogistik“ 67,4% rückläufig; Marge sinkt von 5,8 auf 2,0%; ohne Schumacher nur knapp unter Vorjahr; Konsolidierung PickPoint AG
- Verlust der Holding geringfügig höher (-0,37 nach -0,20 Mio. €), Sondereffekt i.H.v. +1,0 Mio. € (Vorjahr +1,4 Mio. €)

Deutliche Verbesserung der Passivseite

Netto-Finanzverschuldung und Eigenkapitalquote



- Netto-Finanzverschuldung im ersten Halbjahr um 4,4 Mio. € auf 54,0 Mio. € weiter reduziert
- Eigenkapital um 1,3% auf 79,3 Mio. € leicht gestiegen; EK-Quote bei geringfügig niedrigerer Bilanzsumme leicht überproportional von 36,7% auf 37,5% gestiegen
- Ertrag aus Verkauf GHX Europe GmbH voraussichtlich rund 5 Mio. € bringt weitere Verbesserung

Planung 2006

- **Planumsatz 2006: 300-315 Mio. € (ohne Schumacher im 2. Halbjahr)**
- **Plan-EBITA (Konzern) 2005: 9,7-11,0 Mio. €**
Plan-EBITA (ex Holding): 12,2-13,2 Mio. €
zusätzlich rund 5 Mio. aus Verkauf GHX
- **Status nach sechs Monaten**
 - **Umsatz 157,4 Mio. € (50,0-52,5% des Budgets)**
 - **EBITA Konzern 4,9 Mio. € (44,5-50,5% des Budgets)**
 - **EBITA (ex Holding) 5,2 Mio. € (39,4-42,6% des Budgets)**
- **Zahlen nach 6 Monaten aufgrund des stärkeren zweiten Halbjahres weiterhin im Zielkorridor**

Agenda

- **Kurzprofil**
- **Zwischenbericht II/2006**
- **Strategie**
- **Anhang**

Geplante Ausrichtung des Konzerns (I)

- **Struktur einer Beteiligungsgesellschaft wird weiter verfolgt, d.h. die Tochtergesellschaften betreiben die Geschäftsentwicklung in ihren Regionen und bei ihren Kunden**

- **Business Development Group unterstützt das Wachstum in allen Bereichen**
 - **Ausbau und Stärkung der bestehenden Kundenbeziehungen**
 - **Verbesserung der Chancen für die Gewinnung neuer Kunden und damit Verringerung der Abhängigkeit von größeren Kunden**
 - **„One Voice“-Auftritt gegenüber neuen Kunden und in neuen Regionen**

Geplante Ausrichtung des Konzerns (II)

- **„Operational Excellence“ – Verbesserung der operativen Effizienz**
 - Selektiv vorhandenes Know-how in alle operativen Einheiten transportieren
 - Verbesserung von Qualität und Service
 - Reduzierung von Kosten

- **Erweiterung des Leistungsspektrums – vom Logistikdienstleister zum Industriedienstleister**
 - Ausbau der logistiknahen Dienstleistungen an allen Standorten
 - Besetzen von weiteren Feldern, die von Unternehmen im Rahmen des Outsourcing an Dienstleister vergeben werden

Mittelfristige finanzielle Ziele

- **Stetiges organisches Umsatzwachstum**
- **Steigerung der EBITA-Marge auf mittelfristig mehr als 4%**
- **Verbesserung des Finanz- und Steuerergebnisses**
- **Eigenkapitalquote über 30%**

Agenda

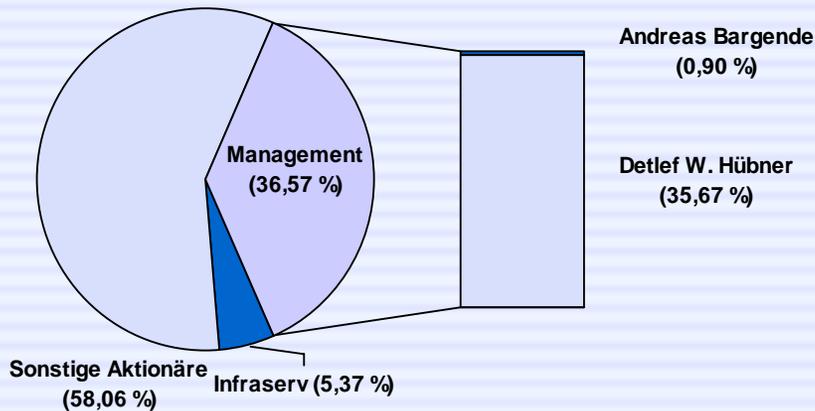
- **Kurzprofil**
- **Zwischenbericht II/2006**
- **Strategie**
- **Anhang**

Finanzkalender

- **17. August 2006** **Zwischenbericht II/2006, 1. April – 30. Juni**
Presse-Telefonkonferenz
Analysten-Telefonkonferenz
- **28. August 2006** **Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt**
Analystenkonferenz
- **15. November 2006** **Zwischenbericht III/2006, 1. Juli – 30. September**
Presse-Telefonkonferenz
Analysten-Telefonkonferenz
- **27. November 2006** **Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt**
Investorenkonferenz

Die D.Logistics-Aktie

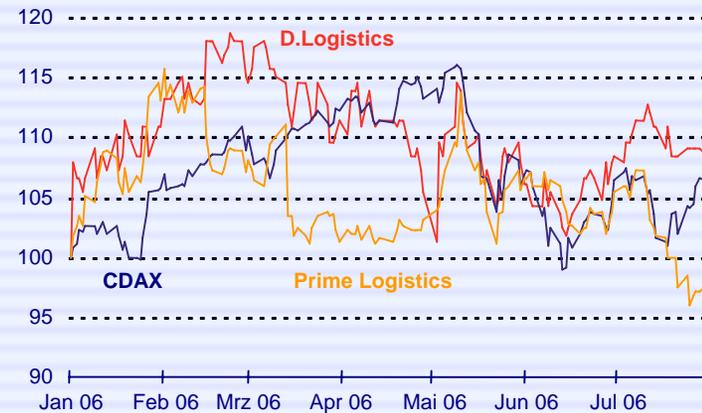
- Marktkapitalisierung: 76,1 Mio. €
- Geregelter Markt (Prime Standard)
- Index: CDAX, Prime Transport & Logistik, GEX
- ISIN: DE0005101505
- Aktionärsstruktur



Stand: 30. Juni 2006

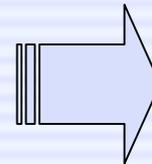
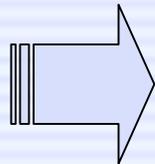
- Kurs (Xetra) 16.08.2006: 1,79 €
(Hoch/Tief 52 Wochen: 2,19/1,56 €)

Entwicklung der D.Logistics-Aktie
indexiert, in %, 1. Januar - 31. Juli 2006



Vom Design zum Versand - ein breites Leistungsspektrum unter einem Dach

Beispiel Konsumgüterverpackung / Duracell: Standort Heist-op-den-Berg



Primärverpackung

- Kapazität: 2,1 Mrd. Batterien p.a.
- 12 High Speed Maschinen, 20 Verpackungsvarianten
- 50 Halbautomatische Maschinen, 50 Verpackungsvarianten
- Betrieb: 3 Schichten bis zu 7 Tage / Woche
- Verpackung: K-Pack und Blister
- Team: bis zu 350 MA (inkl. Teilzeit)

Sekundärverpackung

- Kapazität: 520.000 Displays p.a.
- 6 Vorbereitungslinien
- 100 % manuelle Arbeit
- 1.000 Verpackungsvarianten
- Betrieb: 2 Schichten, 5 Tage / Woche
- Verpackung: Sonderdisplays
- Team: bis zu 95 MA (inkl. Teilzeit)

Lagerlogistik

- Jährliches Volumen: 260.000 Paletten (40 LKW's / Tag)
- Kapazität: 30.000 Palettenplätze
- Aktivität: > 1 Mio. Palettenbewegungen / Jahr
- Umschlag: einmal pro Monat
- Betrieb: 3 Schichten bis zu 7 Tage / Woche
- Team: bis zu 75 MA (inkl. Teilzeit)

Logistikmanagement für Industriegüter jeglicher Größenordnung

Beispiel Industriegüterverpackung



- Verpackungsberatung und -design
- Produktion von Spezialverpackung
- Exportverpackung für Luft, See, Land
- Dauerlager-Verpackungstechnik
- Management von Großprojekten
- Gefahrgutverpackung

Kunden: Alstom, Barmag, KHS, Krones, Siemens

Modernes Lagermanagement als Voraussetzung für Just-in-Time-Lieferung

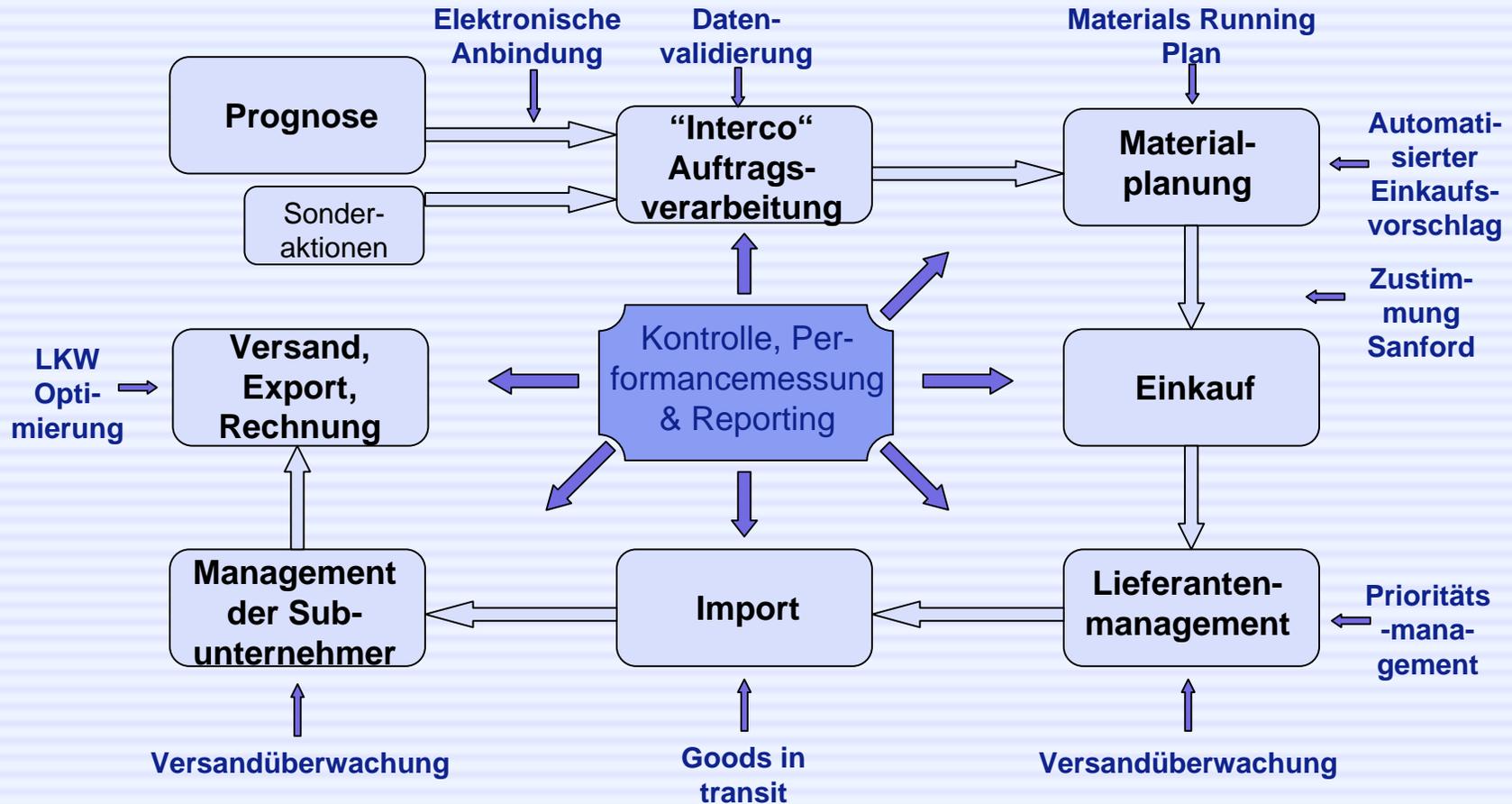
Beispiel Lagerlogistik: Logistikzentrum Obernburg



Bewirtschaftung des Fertigwarenlagers für Acordis Industrial Fibres

- 36.000 Palettenplätze im Hochregallager plus 20.000 m² zusätzliche Lagerfläche
- Steuerung des Wareneingangs und -ausgangs, Kommissionierung und Bereitstellung von über 270.000 Paletten im Jahr
- Auf 53.000 m² werden jährlich mehr als 120.000 t Chemiefasern pro Jahr bestandsgeführt bewegt
- Steuerung der Transportdisposition
- Umschlag von Rohstoffen zur Chemiefaserherstellung in mehr als 2.000 Waggons pro Jahr
- Team: 65 Mitarbeiter

Management der kompletten Beschaffung für Sanford (SCM)



Einkaufsplanung, Importabwicklung, Pufferbestand, Verpackung, Exportmanagement

Kontakt

- **Rainer Monetha**
Leiter Investor & Public Relations
D.Logistics AG
Johannes-Gutenberg-Straße 3-5
65719 Hofheim (Wallau)
Deutschland
Telefon: 06122 / 50 – 12 38
Fax: 06122 / 50 – 13 06
E-Mail: Rainer.Monetha@DLogistics.com