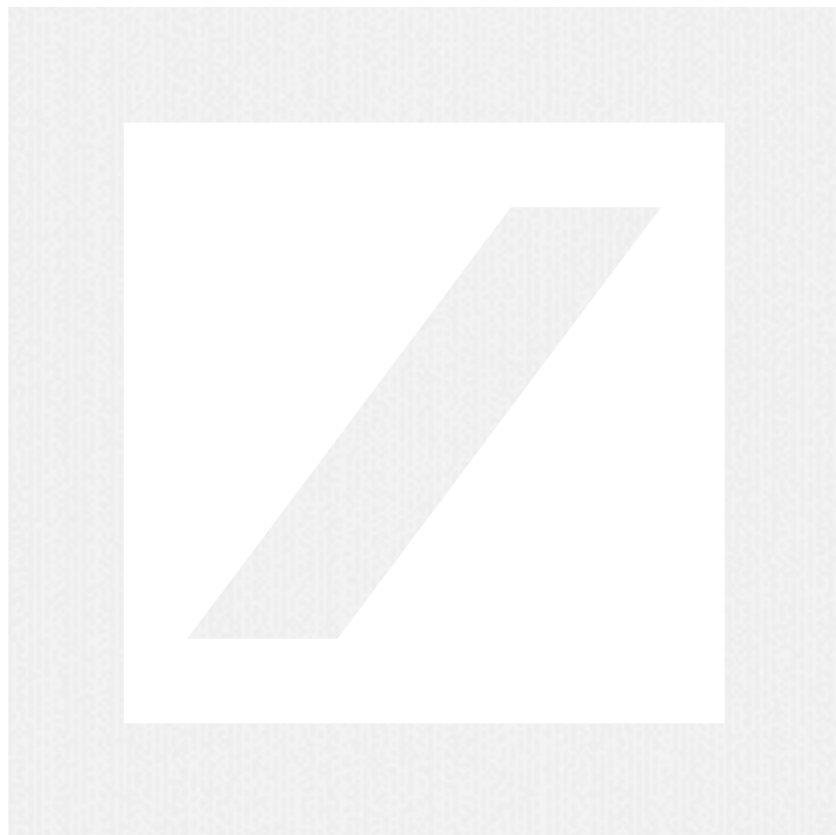


Hauptversammlung 2006

Die Rede von Dr. Josef Ackermann,
Vorsitzender des Vorstands und
des Group Executive Committee
der Deutschen Bank AG



Frankfurt am Main, 1. Juni 2006
– Es gilt das gesprochene Wort –

Deutsche Bank



Guten Morgen, meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich heiÙe Sie, auch im Namen meiner Kollegen im Vorstand, zu unserer heutigen Hauptversammlung herzlich willkommen. Ein ereignisreiches Geschäftsjahr liegt hinter uns, mit vielen sehr beachtlichen Ergebnissen, aber auch der einen oder anderen Delle, die wir uns eingefangen haben. Insgesamt, das kann ich ohne Übertreibung sagen, war es aber ein auÙerordentlich gutes Jahr für unser Haus. Ich möchte mit drei positiven Nachrichten beginnen:

- Erstens: Das Jahr 2005 war ein sehr gutes Jahr für die Deutsche Bank. Wir haben beim Ergebnis stark zugelegt und unsere Ziele erreicht.
- Zweitens: Die Zahlen für das erste Quartal 2006 sind wiederum sehr erfreulich.
- Und drittens: Der Erfolg der Deutschen Bank ist auch Ihr Erfolg, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Wir schlagen Ihnen daher eine deutlich höhere Dividende von 2 Euro 50 pro Aktie vor.

Lassen Sie mich nun detaillierter auf die wichtigsten Entwicklungen der Bank im vergangenen Jahr und im ersten Quartal dieses Jahres eingehen.

Im Geschäftsjahr 2005 stiegen die Erträge im Vergleich zum Vorjahr um 17 % auf knapp 26 Mrd. Euro. Wir haben kostenbewusst gewirtschaftet, die Risikoversorge niedrig halten können und so das Ertragswachstum in eine deutliche Ergebnissteigerung umgesetzt. Der Gewinn vor Steuern ist daher um 52 % auf 6,1 Mrd. Euro, der Jahresüberschuss um 43 % auf 3,5 Mrd. Euro gestiegen. Das Ergebnis je Aktie legte um 53 % zu und erreichte 6 Euro 95.

Niemals zuvor hat die Deutsche Bank ein derart gutes operatives Ergebnis präsentieren können. Und der Erfolg unserer Bank setzte sich fort. Im ersten Quartal dieses Jahres haben wir Erträge in Höhe von 8 Mrd. Euro erwirtschaftet. Dies sind 21 % mehr als im gleichen Zeitraum 2005. Die Aufwand-/Ertragsrelation konnten wir auf 67 % reduzieren. Dies und ein umsichtiger Um-

gang mit Risiken führten zu einem kräftigen Anstieg des Gewinns vor Steuern um 46 % gegenüber dem Vorjahresquartal auf 2,6 Mrd. Euro.

Diese Leistungen zeigen dreierlei: Wir haben die richtige Strategie, wir haben das richtige Geschäftsmodell und wir haben die richtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie sind es, die tagtäglich mit ihrem Know-how, ihrer Motivation und ihrer Kreativität erstklassige Leistungen für unsere Kunden erbringen. Sie sind der Garant für das hervorragende Ergebnis der Bank. Ihnen allen gilt daher mein ganz besonderer Dank für ihren unentwegten Einsatz.

Danken möchte ich an dieser Stelle auch ganz besonders Herrn Dr. Breuer für die allzeit gute und angenehme Zusammenarbeit, die meine Vorstandskollegen und ich stets sehr geschätzt haben. Herr Dr. Breuer: Wir danken Ihnen sehr!

Meine Damen und Herren,

zum hervorragenden Geschäfts-Ergebnis haben alle Bereiche der Bank beigetragen. Die Corporate & Investment Bank – kurz **CIB** genannt – erzielte im vergangenen Jahr sowohl bei den Erträgen als auch beim Gewinn ein Rekordniveau. Die Erträge wuchsen um 19 % auf 15,9 Mrd. Euro. Das bereinigte Ergebnis vor Steuern hat sich sogar um 57 % auf 4,8 Mrd. Euro verbessert. Sehr erfreulich waren auch die ersten drei Monate dieses Jahres. Mit 2,1 Mrd. Euro lag der Gewinn vor Steuern um 33 % über dem des Vorjahresquartals. Hier zahlt sich unser Geschäftsmodell aus, das auf strukturierte Produkte und maßgeschneiderte Lösungen für unsere anspruchsvollen Unternehmens- und institutionellen Kunden setzt. Wir verfügen über hohe Marktanteile vor allem bei hochwertigen Produkten und über eine bedeutende Stellung in allen wichtigen Geschäftsfeldern und Regionen. Der Erfolg von CIB ist aber auch das Ergebnis einer konsequenten Weiterentwicklung unserer Organisation. Wir haben das Investment Banking und das klassische Firmenkundengeschäft zusammengelegt. Das war richtig, und dadurch haben wir zusätzliche Mandate gewonnen, denn die Kunden wünschen verstärkt Produkte und Lösungen aus einer Hand. Außerdem – und das kann jeder nachvollziehen – ist es einfach effizienter,

wenn der Kunde von **einem** Berater angesprochen wird und nicht von mehreren Mitarbeitern aus verschiedenen Bereichen.

Unser Konzernbereich Private Clients and Asset Management – kurz **PCAM** – hat im Geschäftsjahr 2005 die bereinigten Erträge um 6 % auf 8,5 Mrd. Euro gesteigert. Das bereinigte Ergebnis vor Steuern hat sich um erfreuliche 16 % auf 1,7 Mrd. Euro verbessert. Das Ergebnis des ersten Quartals 2006 verbesserte sich vor Steuern um beachtliche 37 % und stellt mit 558 Mio. Euro ein Rekordergebnis für PCAM dar.

Dazu beigetragen hat der anhaltend erfreuliche Verlauf im Geschäft mit vermögensbildenden Privatkunden und kleineren Unternehmen. Hier erreichte das operative Ergebnis im Vorjahr dank eines kräftig wachsenden Kredit- und Anlagegeschäfts seinen alten Rekordwert aus 2004 wieder – und das, obwohl die konjunkturelle Entwicklung in unseren Kernmärkten Deutschland und Italien im vorigen Jahr sehr verhalten verlief.

Die positive Entwicklung von PCAM ist auch auf die konsequente Reorganisation im Geschäftsbereich Asset Management und die beträchtlichen Nettozuflüsse in unserem Vermögensanlagegeschäft zurückzuführen. Das betreute Vermögen wuchs insgesamt um 15 % auf 866 Mrd. Euro zum Jahresende 2005, im Geschäft mit Privatkunden stärker als bei institutionellen Kunden, und in den ersten drei Monaten dieses Jahres um weitere 19 Mrd. Euro auf 885 Mrd. Euro. Einen sehr erfolgreichen Verlauf nahm auch das Geschäft mit Publikumsfonds in Europa und Asien. Die DWS hat ihre Position als bester Anbieter von Publikumsfonds in Europa verteidigt und wurde in Deutschland zum zwölften Mal in Folge als beste Fondsgesellschaft ausgezeichnet. Dies ist eine einzigartige Erfolgsgeschichte!

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

vom Erfolg der Deutschen Bank profitieren Sie unmittelbar. Der Kurs unserer Aktie hat sich in den letzten Monaten sehr erfreulich entwickelt und konnte

Anfang Mai fast an alte Höchststände heranreichen. Und wie Sie sehen, war diese Kursentwicklung deutlich besser als beim DAX.

Zusätzlich haben wir unser Aktienrückkaufprogramm fortgesetzt. Dazu hatte uns die Hauptversammlung im letzten Jahr ermächtigt. Wir haben seither insgesamt 35.846.000 eigene Aktien zurückgekauft. Dies entspricht 91.765.760 Euro bzw. rund 6,5 % des Grundkapitals zur letzten Hauptversammlung. Für die zurück erworbenen Aktien haben wir im Durchschnitt 87 Euro bezahlt, insgesamt also ca. 3,12 Mrd. Euro.

Zum Zeitpunkt der letztjährigen Hauptversammlung hielten wir im Rahmen des Rückkauf-Programms einen Bestand an eigenen Aktien in Höhe von ca. 33,3 Mio. Stück. Von diesem Bestand und den soeben erwähnten Rückkäufen von 35,8 Mio. Aktien haben wir insgesamt 40 Mio. Stück für die Herabsetzung des Aktienkapitals genutzt. Weiterhin haben wir rund 10,3 Mio. Aktien im Rahmen der erfolgsabhängigen Vergütung für die Weitergabe an Mitarbeiter eingesetzt. Den verbleibenden Teil in Höhe von 18,9 Mio. Aktien halten wir bis auf weiteres im eigenen Bestand. Wir schlagen auch der heutigen Hauptversammlung vor, den Vorstand zu einem weiteren Aktienrückkauf zu ermächtigen, und bitten um Ihre Zustimmung. Diese Ermächtigung soll vorsorglich erfolgen. Das Programm ist ein wichtiger Bestandteil unseres Kapitalmanagements und gibt uns Flexibilität auf der Eigenkapitalseite.

Darüber hinaus schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen heute vor, eine gegenüber dem Vorjahr um 80 Cent erhöhte **Dividende** von 2 Euro 50 pro Aktie an Sie auszuschütten. Für die letzten drei Jahre zusammen genommen hat sich unsere Dividende damit fast verdoppelt. Wir bringen damit zugleich unsere Zuversicht zum Ausdruck, auch künftig die Profitabilität der Deutschen Bank nicht nur auf hohem Niveau halten, sondern noch steigern zu können.

Meine Damen und Herren,

dieser Erfolg kommt nicht von ungefähr. Er ist das Ergebnis einer harten, engagierten und leistungsorientierten Arbeit der vergangenen Jahre.

Die erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung unseres Hauses beruht ganz wesentlich auf unserem **Geschäftsmodell**. Es ist – unterstützt von einer intelligenten Informationstechnologie – auf die permanente Entwicklung und Vermarktung innovativer Produkte ausgerichtet. Ich rede hier von Produkten, die maßgeschneidert sind für die Bedürfnisse unserer Kunden, vom großen multinationalen Unternehmen bis zum Normalverbraucher, vom institutionellen Anleger bis zum Privatanleger. Für sie alle wollen wir die erste Wahl sein. Wir wollen ihr Vertrauen in die Deutsche Bank rechtfertigen, wir wollen sie mit Spitzenleistungen überzeugen. Wir bieten kompetente Beratung, bedarfsgerechte Produkte und integrierte Lösungen „aus einer Hand“ – im Investment Banking ebenso wie im Geschäft mit Unternehmen und mit Privatkunden, in Deutschland genauso wie in anderen Ländern. Dafür steht die Deutsche Bank, und dies ist das Fundament unseres Erfolgs.

Wir alle wissen: Ein Geschäftsmodell alleine ist für sich genommen noch kein Erfolgsgarant – es kommt immer auch auf die richtige Umsetzung an. Die Deutsche Bank ist keine Fabrik, wir betreiben keine industrielle Produktion. Wir sind ein Dienstleistungsunternehmen. Und unser wichtigstes Kapital – ich sprach es eingangs schon an – sind unsere **Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**. Sie sind es, die das Geschäftsmodell richtig umsetzen, die die Kundenwünsche bestens erfüllen und die möglichst heute schon ein Gespür dafür haben, was unsere Kunden morgen von uns als Bank erwarten. Warum komme ich darauf noch einmal zu sprechen?

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind für ein Haus tätig, dessen Anspruch es ist, in der Welt des Geldes und der Finanzen ganz vorne dabei zu sein. Diesen Anspruch, der ja gleichzeitig auch ein Leistungsversprechen beinhaltet, können wir nur halten, wenn die besten Talente weltweit für uns arbeiten. Wie alle wissen, sind Talente rar und deshalb sehr umworben. Wenn wir diese Menschen für uns gewinnen und sie an uns binden wollen, müssen wir als Arbeitgeber attraktiv sein. Dazu gehört natürlich auch, dass wir sie angemessen bezahlen.

Doch Geld ist nicht alles. Für herausragende Talente sind eine herausfordernde Tätigkeit, eine erstklassige Aus- und Weiterbildung sowie attraktive Karriereperspektiven mindestens ebenso wichtig. Wir bieten diese guten Aufstiegschancen – ausdrücklich auch weltweit durch internationale Einsatzmöglichkeiten. Daneben investieren wir viel in die Qualifikation und Weiterbildung unserer Mitarbeiter. Und wir bieten ihnen Aufgaben, bei denen sie sich mit den Besten der Branche messen und diese übertreffen können. Es ist motivierend und spornt an, sein Bestes zu geben und Höchstleistungen anzustreben. In diesem Wettbewerb ganz vorn dabei zu sein zahlt sich aus – für die Kunden, für die Bank und damit auch für Sie, unsere Aktionäre.

Denn unsere Vision ist es, der weltweit führende Anbieter von Finanzlösungen für anspruchsvolle Kunden zu sein und dabei nachhaltig Mehrwert für unsere Aktionäre und Mitarbeiter zu schaffen.

Eine Vision bedarf einer klaren und überzeugenden **Strategie**. Die strategische Ausrichtung der Deutschen Bank entspricht unseren Stärken und unserer historischen Entwicklung – kurz: unserer **Identität**. Die Deutsche Bank ist eine im deutschen Heimatmarkt verwurzelte, weltweit führende Investmentbank mit einem starken und erfolgreichen Privatkundengeschäft. Diese Strategie wird manchmal als eine zu einseitige Ausrichtung auf das Kapitalmarktgeschäft und als mangelndes Interesse am Privatkundengeschäft ausgelegt. Wer das sagt, liegt falsch, wie die Zahlen belegen. Wir haben inzwischen zahlreiche Wachstumsinitiativen im Geschäft mit Privatkunden erfolgreich umgesetzt und so die Profitabilität dieses Geschäftsbereiches seit 2002 bereinigt um 88 % gesteigert.

Dies zeigt: Wir sind eine Bank! Wir legen Wert darauf, dass unsere Aktivitäten auf allen Geschäftsfeldern sich gegenseitig ergänzen und verstärken. Wir sind in Europa unter den Besten etabliert und wir expandieren auf solider Basis in Nordamerika, Asien und anderen Wachstumsmärkten.

Meine Damen und Herren,

wir wissen alle, dass ein global tätiges Institut gerade in seinem **Heimatmarkt** stark sein muss. Axel Springer sagte einmal: „Mit der Heimat im Herzen die Welt umfassen“. Das bedeutet für uns: Nur aus einer Wettbewerbsposition der Stärke im eigenen Land heraus können wir auch in der Welt erfolgreich sein. Und wir haben in unserem Heimatmarkt eine starke Position: Die Erträge hierzulande stellten in 2005 knapp 30 % unserer Gesamterträge dar und sind damit ein wichtiger Pfeiler unseres Geschäfts. Absolut gesehen stiegen die Erträge im vergangenen Jahr um 4 % auf 7 Mrd. Euro. Damit sind wir – und ich sage das mit Stolz – in Deutschland deutlich stärker gewachsen als die deutsche Volkswirtschaft insgesamt und auch als der Markt.

Unser Ziel kann es nur sein, diese Position in Deutschland weiter zu festigen und auszubauen. Hierzu können auch gezielte Zukäufe zum Wachstum unseres Privatkundengeschäfts beitragen. Dies belegt zum Beispiel unser Interesse an der Berliner Bank zum Ausbau unseres Filialgeschäfts in Deutschland.

Unseren Privatkunden bieten wir bereits ein umfassendes Spektrum von Finanzprodukten, die auf die jeweilige Lebensphase des Kunden ausgerichtet sind. In persönlichen Vermögensfragen möchte jeder sicher sein, dass er die besten Leistungen erhält. Die Angebote der Deutschen Bank wurden in Wettbewerbsanalysen im abgelaufenen Jahr gleich dreifach mit den Höchstnoten ausgezeichnet. Unser Beratungsansatz basiert auf einer ganzheitlichen Finanz- und Vermögensplanung. Sie ermöglicht es unseren Kunden, die richtigen Entscheidungen für ihre Finanzen zu treffen und so ihre Vermögenssituation weiter zu verbessern und ihre Zukunft auch bei überschaubarem Einkommen finanziell abzusichern. Dies gilt insbesondere für die zunehmend wichtiger werdende Eigeninitiative zur privaten Altersvorsorge.

Aber auch für unsere mittelständischen Kunden arbeiten wir an neuen, zukunftsfesten Modellen. Hier haben wir zum Beispiel die Kapitalmarktfinanzierung ausgebaut und neue, innovative Produkte zur Verbesserung der Kapitalausstattung der Unternehmen entwickelt. Mit unseren EquiNotes helfen wir

mittelständischen Unternehmen, ihre Eigenkapitalschwäche zu überwinden und Investitionsprojekte leichter finanzieren zu können.

Wir freuen uns über jeden zufriedenen Kunden und jeden neuen Kunden. Um neue Zielgruppen anzusprechen, zum Beispiel Studenten, erweitern wir laufend unser Produkt- und Serviceangebot. Wir bieten Studienkredite in Höhe von bis zu 30.000 Euro an und offerieren darüber hinaus den Studierenden durch speziell ausgebildete Berater ein umfangreiches Servicepaket, etwa für den Studienstart und den Berufseinstieg. Seit Oktober letzten Jahres haben wir so schon 40.000 Studenten als neue Kunden gewinnen können. Unser Ziel ist es, diese attraktive Kundengruppe von morgen langfristig von unseren Leistungen zu überzeugen und an uns zu binden.

Dass Service, Beratung und Produkte bei einem Hause wie der Deutschen Bank stimmen, setzt der Kunde voraus. Dafür müssen wir sorgen. Darüber hinaus müssen wir uns aber immer wieder fragen: Wie erreichen wir unsere Kunden am besten, am schnellsten und am sichersten? Und: Auf welche Art wollen eigentlich unsere Kunden am liebsten mit uns in Verbindung treten? Die Antwort ist klar, und sie lautet: **Intelligente Vielfalt**. Direktvertrieb, mobiler Vertrieb, Online Banking und Filialen müssen ein erfolgreiches, aufeinander abgestimmtes Ganzes ergeben.

Dabei vertrauen wir auch auf ausgewählte Partner, etwa die DVAG und seit letztem Jahr auch den ADAC. Die Partnerschaft mit der DVAG erweist sich mit 380.000 neuen Kunden und einem verwalteten Vermögen von 3,1 Mrd. Euro als sehr erfolgreich. Mit dem größten Automobilclub Europas sind wir eine exklusive Kooperation eingegangen, und über diesen Vertriebsweg haben wir bereits 40.000 neue Kunden gewonnen. Doch damit nicht genug. Wir investieren auch im eigenen Haus. Bereits 2005 haben wir unseren Vertrieb durch die Einstellung von 750 neuen Beratern verstärkt.

Insgesamt werden bei der Deutschen Bank in diesem Jahr allein in Deutschland 1.000 weitere neue Arbeitsplätze hinzukommen.

Sie sehen, wir greifen an. Wir entwickeln, wir erweitern, wir bauen auf, wir investieren. Zum Beispiel auch in unsere Filialpräsenz in Deutschland. 100 Investment & Finanz Center wurden modernisiert, 50 neue Finanzberaterbüros eröffnet. Zudem erproben wir ein völlig neues Filialkonzept. Mit der Filiale Q110 im Zentrum von Berlin wollen wir das Banking der Zukunft schon heute für unsere Kunden erlebbar machen. Dabei haben wir uns von außergewöhnlichen Ideen inspirieren lassen. Kommen Sie einfach mal in der Friedrichstraße vorbei, wenn Sie in der Hauptstadt sind. Nehmen Sie sich die Zeit, es lohnt sich, das kann ich Ihnen versprechen!

Nicht immer, auch bei der Deutschen Bank nicht, laufen die Geschäfte ohne Probleme. So sah sich im Dezember 2005 die DB Real Estate Investment GmbH veranlasst, eine unabhängige Neubewertung der Immobilien des Grundbesitz-invest Immobilienfonds zu beauftragen. Die anschließend notwendige Entscheidung, den Fonds für die Dauer der Neubewertung zu schließen, wurde von uns im Interesse sowohl der Fondsanleger als auch unserer Aktionäre unterstützt. Es war die einzige Möglichkeit, den korrekten Anteilspreis verlässlich zu ermitteln und eine Gleichbehandlung aller Anleger sicherzustellen. Nachdem die Neubewertung abgeschlossen war, wurde der Fonds – Sie wissen das! – Anfang März 2006 umgehend wieder geöffnet. Ich darf zusammenfassend sagen: Wir haben uns ungeachtet mancher öffentlicher Anfeindungen, die ich hier nicht weiter zitieren will, korrekt an unsere Zusagen gehalten und den privaten Investoren, die durch die Neubewertung unter Einbeziehung von erhaltenen Ausschüttungen einen Wertverlust erfahren hatten, einen fairen Wertausgleich verschafft.

Meine Damen und Herren,

wir sind eine international tätige Bank und versuchen die Chancen zu nutzen, die uns die Globalisierung bietet. Deshalb konzentrieren wir uns auf attraktive Märkte mit großem Wachstumspotenzial. Dort differenzieren wir uns von unseren Wettbewerbern und dort bauen wir strategisch starke Positionen auf. Dabei verbinden wir organische Investitionen in interessante Geschäftsfelder mit sinnvollen Akquisitionen, deren Geschäftspotenzial wir voll ausschöpfen. Akquisitio-

nen dürfen jedoch kein Selbstzweck sein, sondern müssen auch finanziell überzeugen. Das liegt in Ihrem originären Interesse, dem Interesse unserer Aktionäre.

Wie geht es also weiter?

Im **Corporate & Investment Banking** haben wir eine führende Position in Europa – und wir wollen diese weiter ausbauen. Denn wir sehen hier noch enormes Potenzial für das Kapitalmarktgeschäft. Ein Beleg dafür ist, dass das Corporate Finance Geschäft im ersten Quartal dieses Jahres in Europa einen größeren Umfang hatte als in den USA. Das Volumen der angekündigten Transaktionen bei Fusionen und Übernahmen stieg gegenüber dem Vorjahresquartal in den USA um 29 % auf 403 Mrd. US-Dollar, während es für Europa um 114 % auf 443 Mrd. US-Dollar zulegte. Die Deutsche Bank ist gut aufgestellt, um an dieser positiven Entwicklung und den sich daraus ergebenden Chancen teilzuhaben.

Was tun wir noch? Wir verstärken unsere Präsenz in den internationalen Wachstumsregionen. In der Türkei haben wir die restlichen 60 % am Brokerhaus Bender Securities und in Russland die restlichen 60 % an der Investmentbank United Financial Group übernommen. In beiden Ländern gehören wir jetzt zu den Marktführern im Investment Banking. In Saudi-Arabien haben wir ein Joint Venture mit der Al Azizia Commercial Investment Company geschlossen, und für Mexiko haben wir den Erwerb eines 49-prozentigen Anteils an der Hypothekenbank Fincasa Hipotecaria vereinbart. In Australien sind wir eine Partnerschaft mit Wilson HTM, einer der führenden Anlageberatungsgesellschaften des Landes, eingegangen.

Einen weltweiten Ansatz verfolgen wir auch im Asset Management und im Geschäft mit vermögenden Privatkunden. Hier wollen wir weiter expandieren und uns als einer der besten Vermögensverwalter der Welt etablieren. Dazu haben wir im **Asset Management** ein globales, produktorientiertes Geschäftsmodell eingeführt, das uns eine bessere Ausschöpfung unserer weltweiten Ressourcen ermöglicht. Der große Erfolg der DWS in Deutschland und Europa

hat uns veranlasst, unser gesamtes Publikumsfondsgeschäft für Privatkunden weltweit künftig unter der Marke DWS zu betreiben. Daher wurde Scudder Investments in den USA integriert und unter der neuen Marke DWS Scudder im Markt eingeführt. In China sind wir ein Joint Venture mit Harvest Asset Management eingegangen, einem der führenden nationalen Vermögensverwalter in diesem wichtigen Wachstumsmarkt.

Im **Geschäft mit vermögenden Privatkunden** wollen wir unseren Marktanteil in den reiferen Märkten in Westeuropa und Nordamerika ausbauen. Gleichzeitig planen wir, in den aufstrebenden Märkten in Asien, dem Mittleren Osten, in Osteuropa und Lateinamerika neue Kunden zu gewinnen. Um eine hohe Qualität der Kundenbetreuung sicherzustellen, werden wir unsere Anstrengungen in der Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter fortsetzen, aber auch gezielt erfahrene Berater einstellen.

Auch im **Geschäft mit vermögensbildenden Privatkunden und kleineren Unternehmen** steht Wachstum im Vordergrund. So wollen wir das Konsumenkreditgeschäft, das in Italien bereits sehr erfolgreich ist, in unseren anderen Kernmärkten in Europa ausbauen. In Polen werden wir unser Filialnetz nahezu verdoppeln. Seit Mitte letzten Jahres haben wir dort 26 neue Filialen eröffnet. Zudem sind wir in aufstrebende Märkte in Asien expandiert. In Indien haben wir acht Filialen in den sieben größten Metropolen des Landes eingerichtet. Wir sind dort mit fast 500 Mitarbeitern präsent, davon 270 Finanzberater. Der Start war vielversprechend: Wir haben in Indien innerhalb weniger Monate fast 20.000 neue Kunden akquiriert. Ich finde, das ist eine Zahl, die es in sich hat und die die Richtung vorgibt. Und auch in China haben wir uns durch die Beteiligung und eine weitreichende Kooperation mit der Hua Xia-Bank Zugang zum dortigen Privatkundenmarkt mit seinen enormen Potenzialen verschafft.

Meine Damen und Herren,

wir wollen weiter wachsen. Ja, wir wollen neue Geschäfte abschließen und neue Kunden gewinnen. Allerdings wollen wir das nicht um jeden Preis! Denn heutzutage wird ein Unternehmen nicht mehr nur nach seinem wirtschaftlichen

Erfolg beurteilt, sondern auch danach, wie es diesen Erfolg erreicht hat. Dies gilt für eine Bank ganz besonders. Mit volatilen Märkten können wir professionell umgehen, aber eine Beschädigung unserer Reputation und Integrität wollen und können wir uns nicht leisten.

Es gab in der Vergangenheit Vorgänge, die im Zusammenhang mit der Internationalisierung und dem Ausbau unseres Geschäfts standen und mit Unternehmen, die wir übernommen haben. Damals wurden Geschäftspraktiken anders beurteilt, als wir dies heute tun. Auch die Fülle und Komplexität der Regulierung haben inzwischen dramatisch zugenommen.

Wir haben reagiert und Vorkehrungen getroffen, um auch diese Risiken im Griff zu haben. Wir verfügen über eine wirksame Compliance-Organisation, die die weltweite Einhaltung der relevanten Gesetze und Richtlinien gewährleisten soll. Unser Risikomanagement und unsere Kontrollsysteme sind state-of-the-art. Wir dulden keinerlei Verhalten, das gegen gesetzliche oder aufsichtsrechtliche Bestimmungen verstößt. Da kennen wir kein Pardon; da gibt es keine Toleranz. Ebenso sind wir der Auffassung, dass kein Geschäftsabschluss der Welt es wert ist, dafür die Reputation der Bank aufs Spiel zu setzen. Die Deutsche Bank hat sich auf dem Finanzsektor einen hervorragenden Ruf erworben. Diesen Ruf wollen wir erhalten. Er ist eine solide Vertrauensbasis und Voraussetzung für unseren Erfolg.

Meine Damen und Herren,

die Deutsche Bank ist für die Zukunft gut gerüstet. Wir sind in der Lage und setzen alles daran, auch 2006 von einem voraussichtlich wiederum freundlichen gesamtwirtschaftlichen Umfeld profitieren zu können. Die **Weltkonjunktur** dürfte sich in diesem Jahr mit etwa 4,6 % Wachstum weiterhin robust zeigen. Das konjunkturelle Wachstum in den USA und in China wird anhalten. In Europa erwarten wir eine Beschleunigung des Wachstums.

Auch in **Deutschland** geht es bergauf. Erstmals seit vielen Jahren beobachten wir mehr Zuversicht in der Wirtschaft und gleichzeitig mehr Vertrauen bei den

Verbrauchern. Der ifo-Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft Deutschlands hat den höchsten Wert seit mehr als 10 Jahren erreicht. Die befragten Unternehmen stufen ihre momentane Geschäftssituation zum fünften Mal in Folge günstiger ein, ihre Erwartungen blieben nahezu unverändert zuversichtlich. Gleichzeitig steigt auch das Vertrauen der deutschen Verbraucher. Die Gesellschaft für Konsumforschung hat festgestellt, dass der Optimismus derzeit so ausgeprägt ist wie zuletzt zum Ende des Jahres 2001, direkt vor der Einführung des Euro.

Ein solches, von Zuversicht geprägtes, Umfeld ist natürlich für die Deutsche Bank, so wie sie in Deutschland aufgestellt ist, attraktiv. Dank unserer kompletten Produkt- und Dienstleistungspalette, dank unserer Expertise im traditionellen Anlage- und Kreditgeschäft – aber vor allem auch im bedeutender werdenden Kapitalmarktgeschäft! – sind wir in der Lage, die erwartete konjunkturelle Belebung gut nutzen zu können. Wir agieren als Transformator auf den Kapitalmärkten. Wir bringen Kapitalgeber und Kapitalnehmer, Investoren und Unternehmen auf den Kapitalmärkten zusammen. Wir sind also mit dem richtigen Geschäftsmodell zur richtigen Zeit am richtigen Ort.

Damit der Aufschwung dauerhaft ist und Deutschland wieder zu einem Motor des wirtschaftlichen Fortschritts in Europa wird, sind weitere Reformen unablässig. Die Große Koalition hat unter Frau Bundeskanzlerin Merkel einen guten Start hingelegt, und ich bin zuversichtlich, dass die neue Bundesregierung den Willen und die Fähigkeit hat, nun auch die großen Themen anzupacken. Wir müssen mehr Mut haben und mehr Mut vorleben. Wer den Mut hat, Risiken einzugehen, und wer den Mut hat, Rückschläge zu ertragen – der wird Erfolg haben. Wir müssen den Mut zu wirklich unbequemen politischen Maßnahmen aufbringen. Unsere sozialen Sicherungssysteme müssen langfristig auf eine solide Finanzierungsbasis gestellt werden, die Unternehmensbesteuerung muss dringend reformiert werden, im Klartext: Die Steuern müssen runter, sie sind zu hoch, sie lähmen den Fortschritt. Gleichzeitig müssen die öffentlichen Haushalte weiter konsolidiert werden. Wir brauchen weniger Regulierung und mehr Freiheit, wir brauchen mehr Flexibilität auf dem Arbeitsmarkt.

Wenn diese Einstellung sich paart mit sozialer Verantwortung – dann führt das zu mehr Wachstum, dann führt das zu mehr Arbeitsplätzen, dann führt das zu mehr Aufträgen, dann kommt der wirtschaftliche Erfolg in die Bundesrepublik Deutschland zurück. Dabei ist Deutschland, ich betone das, ein Hochlohnland und wird dies auch bleiben. Ideen und Innovationen bilden die wesentliche Basis für den wirtschaftlichen Erfolg unseres Landes, gerade in Zeiten der Globalisierung. Daher müssen wir unsere Anstrengungen im Bildungs- und Forschungsbereich verstärken. Hier sind Politik und Wirtschaft gefordert.

Wir, die Deutsche Bank, nehmen diese Verantwortung wahr. Wir bilden derzeit in Deutschland 1.500 junge Menschen aus und bereiten sie auf das Berufsleben vor. Wir engagieren uns aber auch außerhalb der Bank für die Aus- und Weiterbildung, zum Beispiel, indem wir eine Vielzahl von Schulen und Universitäten unterstützen. Wir fördern einerseits Spitzenleistungen in Forschung und Lehre und setzen uns andererseits seit vielen Jahren für die vorberufliche Qualifizierung junger Menschen ein. Ich erwähne nur ein kleines Beispiel, von denen es viele gibt: Im vergangenen Jahr haben Mitarbeiter der Deutschen Bank im Frankfurter Raum speziell Hauptschüler in ihrer Berufsfindungsphase betreut. Mit Erfolg. Die Berufsübergangsquote hat sich daraufhin deutlich erhöht. Wir werden deshalb dieses Modell auch in andere Regionen ausweiten.

Immer häufiger erreicht uns die Bitte, Schülern Hilfestellung beim verantwortungsvollen Umgang mit Geld zu geben. Lehrern und Eltern fehle hier oftmals das Rüstzeug. Wir haben deshalb die Initiative „Finanzielle Allgemeinbildung“ an bundesweit rund 250 Schulen gestartet. 60 Kundenberater der Bank helfen Lehrern bei der Vorbereitung und Vermittlung von Finanzthemen und stellen kostenlos Lehrmaterial zur Verfügung.

Hilfsbedürftigen und in Not geratenen Menschen stehen wir immer wieder mit Rat und Tat zur Seite – und dies weltweit. Wir, die Deutsche Bank und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben großzügige Spenden für die Opfer des Tsunami in Asien, des Hurrikans Katrina in den USA und des Erdbebens in Pakistan geleistet. Jüngstes Beispiel ist unsere Unterstützung der Hilfsmaßnahmen für die Überlebenden des schweren Erdbebens auf der Insel Java mit

300.000,-- Euro. Darüber hinaus helfen wir seit Jahren Menschen in Entwicklungsländern mit Kleinstkrediten beim Aufbau einer Existenzgrundlage.

Dies sind nur einige Beispiele, wie die Deutsche Bank sich gesellschaftlich engagiert. Insgesamt haben wir im letzten Jahr weltweit fast 90 Mio. Euro für Kulturelles und Soziales ausgegeben. Dies sind gut 20 % mehr als im Vorjahr.

Wir leisten diesen Beitrag gerne, weil wir uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind. Wir können dieser Verantwortung aber nur gerecht werden, wenn wir sie uns leisten können. Und wir können sie uns nur leisten, wenn wir effizient und wirtschaftlich arbeiten, das heißt Gewinne machen. Nur profitable Unternehmen können sich sozial engagieren.

Auch wenn wir uns als internationales Unternehmen überall dort engagieren, wo wir geschäftlich tätig sind, bleibt der Schwerpunkt unserer gesellschaftlichen Aktivitäten nach wie vor hierzulande, in Deutschland. Wir wollen, dass sich die Menschen hier wieder stärker mit unserem Land, der Bundesrepublik Deutschland, identifizieren, dass sie Zuversicht gewinnen und Verantwortung übernehmen. Das ist der wesentliche Grund, weshalb wir uns entschlossen haben, als Partner die Kampagne „**Land der Ideen**“ zu unterstützen. Diese Initiative zeigt deutlich, was in Deutschland steckt, was Deutschland kann und wie Deutschland mit Ideen aktiv die Zukunft gestaltet. Wir, die Deutsche Bank und alle ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter freuen uns, hierbei unseren Beitrag zu leisten.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.