

In einem für die weltweite Luft- und Raumfahrtindustrie schwierigen Jahr bewies die EADS große Stärke und hohes Potenzial auf all ihren Märkten. Wir sind konsequent darauf ausgerichtet, Kosten zu senken, neue Aufträge zu gewinnen und Shareholder Value für die Zukunft zu schaffen. Wegen der unsicheren Weltsituation bleiben wir wachsam und flexibel.

Schildern Sie uns bitte im Überblick, wie die EADS das Jahr 2002 bewältigt hat?

2002 war zweifellos ein hartes Jahr für unsere Branche. Die gesamte Weltwirtschaft wurde von der globalen konjunkturellen Abschwächung und der instabilen geopolitischen Lage beeinträchtigt, die von neuen Bedrohungen durch Terrorakte geprägt war. Wir blieben vom wirtschaftlichen Rückgang nicht verschont: Unsere operativen Geschäftseinheiten waren seit Ende 2001 durch den Rückgang der Fluggastzahlen und vom Nachfrageeinbruch auf dem Markt für kommerzielle Satelliten besonders betroffen.

Gleichzeitig konnten wir im vergangenen Jahr große Erfolge verbuchen. Trotz eines schwierigen Umfeldes ist es uns gelungen unsere Prognosen zu übertreffen. Wir haben erneut bewiesen, dass wir schnell auf Veränderungen reagieren und uns auf sie einstellen können. Dabei halten wir unseren strategischen Kurs, weltweit Führungspositionen anzustreben.

Zum einen haben wir sämtliche Finanzziele erreicht oder sogar übererfüllt. Mit über €1,2 Milliarden konnten wir die Nettoliquidität auf Vorjahresniveau halten und wir haben unser EBIT-Ziel leicht übertroffen.

Zum anderen sind wir den bereits eingeschlagenen Weg konsequent weitergegangen, die EADS zu einem starken und integrierten Unternehmen mit einheitlicher Managementstruktur und klarer Strategie auszubauen. Auf diese Weise wird es uns gelingen, auf die Nachfrage von morgen optimal vorbereitet zu sein und unser künftiges Potenzial für wachsende Gewinne zu steigern. Dies zeigte sich an unseren fortlaufenden Investitionen in neue Entwicklungen. Wichtige Beispiele sind der 555-sitzige Airbus A380 sowie neue Produkte als Reaktion auf wachsende Bedrohungen, wie die europäische Kampfdrohne Eurohawk, das Luft-Boden-Überwachungssystem AGS und den seegestützten Marschflugkörper Scalp Naval. Die Integration der EADS ist nun abgeschlossen, und wir sind gut gewappnet, um die künftigen Herausforderungen zu meistern.

Im vergangenen Jahr sagten Sie, der Ausbau des Verteidigungsgeschäfts besitze strategische Priorität. Wie geht es hier voran?

Wir müssen berücksichtigen, dass Konzeption, Marketing und Management von Verteidigungsprojekten viele Jahre benötigen, um zu reifen. Gleichzeitig unterliegen sie vielfältigen politischen Unsicherheiten und Veränderungen. Dessen ungeachtet zeigen unsere Anstrengungen, das Verteidigungsgeschäft auszubauen, erste Erfolge.

Im vergangenen Jahr haben wir gemeinsam mit unseren Partnern BAE Systems und Finmeccanica die Gründung der MBDA abgeschlossen, des weltweit zweitgrößten Produzenten von Lenkflugkörpern. Einer der Meilensteine des Jahres war der Abschluss des Entwicklungsvertrages für das europäische Lenkflugkörperprogramm Meteor (EADS-Anteil: €0,9 Milliarden) Ende Dezember. Dieser staustrahlgetriebene Luft-Luft-Lenkflugkörper wird allen europäischen Kampfflugzeugen hohe Luftüberlegenheit verleihen. Die Entscheidung des britischen Verteidigungsministeriums, unsere Konzerntochter Paradigm als bevorzugte Bieterin für das Projekt Skynet 5 auszuwählen, dürfte unsere Position auf allen Märkten Europas und sogar der NATO erheblich beeinflussen. Das A400M-Programm scheint gesichert, da die deutsche Regierung, aufgrund der schwierigen Haushaltslage, die Stückzahl insgesamt zwar gesenkt, für 60 Maschinen aber grünes Licht gegeben hat. Das Programm im Volumen von € 17,7 Milliarden wird unser Gewinnwachstum beschleunigen und Synergien mit den zivilen Aktivitäten von Airbus ermöglichen. Weitere Erfolge im Verteidigungsgeschäft konnten wir bei den Hubschraubern verbuchen: Australien – ein Referenzmarkt in der Rüstungsbeschaffung – bestellte 22 Maschinen vom Typ Tiger, und Norwegen gab 14 NH90 in Auftrag.

Zudem haben wir neue Märkte erschlossen, besonders in den USA. Dies belegen zwei Beispiele: Die EADS hat als bedeutender Zulieferer an Lockheed Martin für das Programm Deepwater der US-Küstenwache den Zuschlag erhalten. Zudem wurden wir aufgefordert, im Rahmen eines Tankflugzeug-Programms der US Air Force mit einem Volumen von US \$20 Milliarden ein Angebot abzugeben. Diese Erfolge unterstreichen unsere Glaubwürdigkeit als potenzieller Anbieter auf dem US-Verteidigungsmarkt. Die Gründung einer nordamerikanischen EADS-Holding verstärkt unsere dortige Präsenz, erleichtert unseren Marktzugang und ist ein klares Bekenntnis zu unserer US-Strategie.



Philippe Camus (links)
Chief Executive Officer
Rainer Hertrich (rechts)
Chief Executive Officer

Inwieweit hat der Konjunkturabschwung das Zivilgeschäft der EADS beeinflusst?

Fast alle unsere zivilen Geschäftsfelder verzeichneten Fortschritte. Dennoch gab es Rückschläge, wie den missglückten Erstflug der neuen Ariane 5 ESCA. Im Jahr 2002 konnte Airbus erneut seine Führungsposition und die Überlegenheit seiner Produkte unter Beweis stellen. Indem es seine Produktion an die gesunkene Nachfrage anpasste, konnte Airbus sehr schnell auf eine Marktsituation reagieren, die von Rückgängen im Luftverkehr und finanziellen Schwierigkeiten der Fluggesellschaften geprägt war. So erzielte Airbus eine hohe Rentabilität und solide Finanzergebnisse – und lag mit 303 ausgelieferten Maschinen sogar leicht über der Prognose.

Mit einem Brutto-Auftragseingang von 551 Flugzeugen im Jahr 2002 ging das Marktvolumen gegenüber 2001 um 22% zurück – dennoch stellte Airbus mit einem Auftragseingang von 300 Flugzeugen (233 netto, d. h. nach Stornierungen) seine gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit unter Beweis. Der aktuelle Konjunkturabschwung ist schmerzhaft, und ein Ende ist zurzeit nicht abzusehen. Er ist zwar nicht der erste, den Airbus im Laufe seiner 30-jährigen Geschichte erlebt, aber Airbus ist heute besser aufgestellt als jemals zuvor. Das EADS-Management kann aufgrund wachsender Marktanteile und eines hohen Auftragsbestandes auch in einem schwierigen Umfeld für Stabilität sorgen und Größenvorteile nutzen, wobei wir unsere Produktivität laufend und mit Erfolg steigern.

Ungeachtet des Abschwungs im Luftverkehr konnte Airbus seine Flugzeugfamilie mit der Aufnahme des Flugbetriebs der A340-600 und der Zertifizierung der Typen A340-500 und A318 erweitern. Mit Air New Zealand, South African Airways oder der britischen Fluggesellschaft easyJet konnte Airbus auch Neukunden gewinnen. Die Entwicklung des künftigen Großraumflugzeuges A380 liegt voll im Zeitplan. Im Jahr 2006 wird es erstmals zum Einsatz kommen. Gegenwärtig beginnt die Phase mit den höchsten F&E-Ausgaben und Investitionen, und Airbus ist in der Lage, das A380-Programm aus eigener Kraft zu finanzieren. Eurocopter hat im vergangenen Jahr auf dem zivilen und halbstaatlichen Markt erneut glänzend abgeschnitten und konnte davon profitieren, dass nach den Ereignissen des 11. September 2001 von Sicherheitsbehörden – insbesondere von US-amerikanischen – ein erhöhter Bedarf an Hubschraubern zu verzeichnen war. Eurocopter hat mit einem Weltmarktanteil von 60% auf dem zivilen und halbstaatlichen Markt seine weltweite Führungsposition ausgebaut und seinen Marktanteil, der 1995 noch 34% betragen hatte, konstant erhöht.

So viel zu den Erfolgen. Wie wurden die Herausforderungen angegangen?

Das Raumfahrtgeschäft ist zweifellos unsere größte Herausforderung. Seit nunmehr zwei Jahren kämpfen wir in dieser Branche mit Überkapazitäten auf einem Markt, der schlichtweg in sich zusammengebrochen ist: Nach einstmalig 20 bis 25 zivilen Satellitenaufträgen pro Jahr waren es 2002 nur noch sechs. Wir müssen unsere Organisation an diese rückläufige Nachfrage anpassen, die Konsolidierung der Raumfahrtindustrie dabei jedoch weiterhin anführen. Die Schwierigkeiten auf dem Markt für Telekommunikationssatelliten haben auch unmittelbare Auswirkungen auf das Geschäftsfeld Trägersysteme. Wir arbeiten gegenwärtig mit aller Kraft daran, die Probleme mit unserer neuen Träger Rakete Ariane 5 ESCA zu beheben.

Aufgrund des anhaltend schwachen Marktes in der Raumfahrt setzt das Management der Division Space derzeit ein weitreichendes Restrukturierungs-Programm um. Ziel ist es, bis 2004 die Rentabilität wieder zu erreichen. Der Erwerb der bislang im Besitz von BAE Systems befindlichen Kapitalanteile von 25% an Astrium erleichtert die Umstrukturierung der Raumfahrtaktivitäten. Und wir erwarten neue Raumfahrtprogramme mit hohem Wachstumspotenzial, wie Paradigms abhörsicheres Kommunikationssystem für das britische Verteidigungsministerium und das europäische Navigationssystem Galileo.

Lassen Sie uns zusammenfassen: Unsere Verteidigungsprodukte bieten die Chance zu kurzfristigem Wachstum durch Programme wie die Militärhubschrauber Tiger und NH90, das Kampfflugzeug Eurofighter und die Lenkflugkörper Aster, Storm Shadow, Taurus und Meteor. Die große Herausforderung sehen wir darin, dieses Wachstum zu beschleunigen, indem wir Anteile auf dem US-Markt gewinnen und mit anderen führenden Akteuren der Verteidigungsbranche strategische Allianzen bilden.



Die A320-Familie



Ein Galileo-Satellit



Eurofighter im Formationsflug

Abschließend ein Blick in die Zukunft: Wo liegen die größten Stärken der EADS?

Neben unseren erfolgreichen Produkten ist nach wie vor die Qualität unserer Mitarbeiter entscheidend. Wir haben ein Team aus talentierten, hochmotivierten Mitarbeitern und qualifizierten Ingenieuren. Auf dieses Kapital bauen wir, indem wir unsere Mitarbeiter fördern und ihnen interessante berufliche Perspektiven bieten. Wir haben zwei weitere Mitglieder in das Executive Committee berufen: Ralph Crosby, einen erfahrenen Topmanager der US-amerikanischen Luftfahrtindustrie, der unsere Aktivitäten in den USA ausweiten soll, sowie den Finnen Jussi Itävuori als Leiter Human Resources.

Eine weitere Stärke ist unsere klare Vision, wie wir unser Wachstum in Zukunft steigern können. Hierzu haben wir z. B. die EADS International gegründet – unsere Marketingorganisation, die Division-übergreifend operiert, um die Business Units durch wirkungsvolles weltweites Produktmarketing zu unterstützen. Da die EADS International die nationalen Märkte und Kunden sehr gut kennt, stärkt sie unser Wissen in Technologie und Fertigung. Im Jahr 2002 konnte sie z. B. entscheidend zu Exporterfolgen der EADS in Australien, Russland, Vietnam, Südkorea, Malaysia und einem Dutzend weiterer Länder beitragen.

Und nicht zuletzt verfolgen wir ein sehr realistisches Geschäftsmodell. Wir streben danach, auf einer Reihe von Märkten die weltweite Nummer eins zu werden und zu bleiben. Dennoch ist uns bewusst, dass die Entwicklung der Weltsituation, besonders in der heutigen Zeit, nicht vorhersehbar ist. Deshalb setzen wir unseren Managern, wo immer Wachstumsaussichten erkennbar sind, anspruchsvolle Entwicklungsziele. In Bereichen, in denen zusätzliches Wachstum nicht erreicht werden kann, lauten unsere Ziele zur Wertsteigerung: Kosten reduzieren und Liquidität generieren. Liquidität und Auftragsbestand entsprechen derzeit voll unseren Erwartungen, und wir haben entscheidende Maßnahmen für weitere Kostensenkung und Liquiditätskontrolle auf den Weg gebracht.

Philippe Camus
Chief Executive Officer

Rainer Hertrich
Chief Executive Officer