
Die Lufthansa hat sich im Jahre 2004 erfolgreich in die Gewinnzone zurückgemeldet

Wolfgang Mayrhuber

Vorstandsvorsitzender
der Deutschen Lufthansa AG
in der Hauptversammlung am 25. Mai 2005
(stenografisches Protokoll)



Guten Morgen, meine Damen und Herren, und auch ein herzliches Willkommen an unsere Aktionäre, die über Internet zugeschaltet sind.

Bevor ich Sie über die Lage Ihres Unternehmens informiere, erlauben Sie mir einen kurzen Blick in den Rückspiegel.

Am 1. April 1955, also rund zehn Jahre nach Ende des Zweiten Weltkrieges, durfte Lufthansa den Flugbetrieb wieder aufnehmen. Seither hat Lufthansa, Ihr Unternehmen, Großartiges geleistet. Aus einer anfänglich kleinen staatlichen Fluggesellschaft wurde ein renommierter, vollständig privatisierter und global aufgestellter Luftfahrtkonzern. 50 Jahre Lufthansa – das sind 50 Jahre Erfolgsgeschichte „Made in Germany“:

1955 starteten wir mit 70.000 Fluggästen. Heute, meine Damen und Herren, begrüßen wir jährlich mehr als 50 Millionen Gäste an Bord.

1955 bedienten wir mit New York, London, Paris und Madrid vier Destinationen in Europa und im interkontinentalen Bereich. Heute bedient Luft-

hansa alleine insgesamt 182 Ziele, davon 18 in Deutschland, 92 in Europa und 72 interkontinental. Zusammen mit unseren Allianzpartnern fliegen wir zu 795 Zielen in 139 Ländern. Es ist ein wahrlich globales Netzwerk entstanden.

50 Jahre Lufthansa – das sind 50 Jahre Erfolgsgeschichte „Made in Germany“.

Doch noch eine Zahl belegt eindringlich die Entwicklung Ihres Unternehmens: 1955 beschäftigte Lufthansa 2.000 Mitarbeiter – heute sind es rund 90.000; davon alleine 60.000 in Deutschland. Heute halten wir mehr Arbeitsplätze für Auszubildende vor als die Summe aller Arbeitsplätze damals.

Vor 50 Jahren war Deutschland zugleich

- ▷ unser Standort,
- ▷ unser Heimatmarkt
- ▷ und unser Wachstumsmarkt.

Heute ist

- ▷ Deutschland unser Standort
- ▷ Europa unser Heimatmarkt
- ▷ die Welt unser Wachstumsmarkt.

Lufthansa hat sich in dieser Zeit ständig gewandelt, aber Lufthansa ist sich dabei auch immer treu geblieben. Ich denke, das ist ein Teil des Erfolgsrezepts. Wir verändern, und wir halten Bewährtes fest: So wird auch in Zukunft unser Erfolg auf Kundenvertrauen basieren, gerechtfertigt durch fliegerische Kompetenz, durch technische Kompetenz, durch Serviceorientierung, durch Qualitätsorientierung, durch Fortschritt und Innovationen.

Unser Erfolg hängt von Menschen ab – von den Mitarbeitern aller Konzerngesellschaften, die weltweit für ihre Lufthansa arbeiten.

Lassen Sie mich bei dieser Gelegenheit den Gründungs- und Vorvätern für ihre Weisheit danken und für die starken Fundamente, die sie gelegt haben, auf die wir unsere Unternehmenskultur und unser Verantwort-

tungsbewusstsein festmachen konnten.

Danken möchte ich ebenso den pensionierten Lufthanseaten für ihre Leistungen, die sie zum Wohle dieses Unternehmens erbracht haben. Und, meine Damen und Herren, ich möchte auch an dieser Stelle jener gedenken, die dem Unternehmen gedient haben und heute nicht mehr unter uns sind.

Lufthanseaten haben Lufthansa zu einer starken Marke gemacht. Sie ist weltweit bekannt und geachtet. Dadurch ist auch eine Botschafterrolle für Deutschland zugewachsen. Dies ist uns sehr bewusst.

Meine Damen und Herren, Lufthansa ist mit ihren 50 Jahren heute aber jünger, dynamischer und erfolgreicher denn je. Es macht Freude, für dieses Unternehmen zu arbeiten. Ich persönlich bin stolz darauf, an der Spitze Ihrer Lufthansa mit einem starken Team Ihren Auftrag erfüllen zu dürfen und Verantwortung für Ihr Unternehmen tragen zu dürfen.

Die Finanzbasis des Unternehmens ist im vergangenen Jahr stärker geworden.

Bevor ich jetzt zur Bilanz 2004 komme, möchte ich drei Ereignisse des letzten Jahres vorwegnehmen:

1. Die Finanzbasis Ihres Unternehmens ist im vergangenen Jahr stärker geworden. Das war uns sehr, sehr wichtig.
2. Die Kundenzufriedenheit ist so hoch wie noch nie, denn wir haben in Produkte und Qualität investiert, und ich bin der Meinung, wir haben hier sogar noch Luft, weiter besser zu werden.
3. Unser Fitnessprogramm zeigt Wirkung: Wir sind im letzten Jahr schlanker und leistungsfähiger geworden.

Meine Damen und Herren, die Lufthansa hat sich im Jahre 2004 erfolgreich in die Gewinnzone zurückgemeldet. Trotz schwacher Konjunktur in Deutschland und ständig stei-

gernder Rohölpreise haben wir Kurs gehalten und uns im Markt behauptet. Wir wachsen, und wir wachsen profitabel.

Wir konnten das Jahr 2004 mit einem operativen Gewinn in Höhe von 383 Millionen € abschließen.

Wir konnten das Jahr 2004 mit einem operativen Gewinn in Höhe von 383 Millionen € abschließen.

Die Nettokreditverschuldung des Vorjahres in Höhe von 591 Millionen € wurde in ein Nettovermögen von 418 Millionen € gewandelt. Wir haben also im vergangenen Jahr über 1 Milliarde zusätzliche Liquidität erzielt. Das kam nicht von ungefähr. Das beruht zum einen auf Ihrer Bereitschaft zur Kapitalzuführung, und zum anderen ist es die Ernte einer soliden Arbeit aller Lufthanseaten.

Und wir haben auch gesät: Zukunftsträchtige Investitionen in Höhe von 1,8 Milliarden € wurden getätigt. Der Großteil davon, nämlich 1,3 Milliarden €, flossen in Flugzeuge.

Wir sind, gemessen am Markt, überdurchschnittlich gewachsen: Die Airline stockte ihre Kapazität um 13,4 Prozent auf, was allen Geschäftsfeldern zugute kam. Das Wachstum wurde voll im Markt abgesetzt. Erstmals konnten wir die Grenze von 50 Millionen Gästen pro Jahr überschreiten.

Ich denke, wir haben ein gutes, ein respektables Ergebnis erwirtschaftet. Aufsichtsrat und Vorstand freuen sich deshalb, dass die Aktionäre an diesem Erfolg teilhaben können. Wir schlagen eine Dividendenzahlung, und zwar in Höhe von 0,30 €, vor. Wir wissen, dass angemessene Dividenden zur Regel werden müssen. Daran arbeiten wir stetig.

Meine Damen und Herren, die Zahlen am Ende eines Jahres sind das eine. Sie sind natürlich wichtiger Gradmesser. Aber sie sagen nicht alles aus über den Zustand und die

Leistungsfähigkeit Ihres Unternehmens. Wichtig sind auch Arbeitsfortschritte zur zukunftssträchtigen Positionierung Ihres Unternehmens. Hier haben wir im letzten Jahr einen großen Schritt nach vorne getan.

Viel ist in Bewegung. Die Profilierung des Konzerns zeigt Konturen und Wirkung. Wir haben erfolgreich an unserem Portfolio gearbeitet, gemäß dem Motto: Weniger ist mehr. Deshalb unter anderem der Verkauf von Lufthansa Gebäude Management, Chef Solutions oder von Anteilen an Amadeus Global Travel Distribution und dem Anteil an der Tank & Rast-Gesellschaft.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten alle Geschäftsfelder Erfolge vermelden. Alle haben ihr Ergebnis verbessert. Alle haben in neue Märkte investiert. Alle haben Kunden gewonnen und neue Produkte entwickelt.

Wir schlagen eine Dividendenzahlung, und zwar in Höhe von 0,30 €, vor.

Die Airline lieferte mit einem operativen Ergebnis von 265 Millionen € – vor allem mit Blick auf gestiegene Rohölpreise im vierten Quartal – ein gutes Ergebnis ab. Gleichzeitig wurden wichtige strategische Schritte, wie z. B. die Qualitäts- und Innovationsoffensive, vorangetrieben, z. B. mit der Weltneuheit FlyNet, dem Internet an Bord, mit WLAN oder den neuen Lounge-Konzepten. Wir haben in die Business Class investiert und ein First Class Terminal in Frankfurt errichtet. Wir haben einen HONCircle Status für die extremen Vielflieger gebaut und, ganz aktuell, den Lufthansa Private Jet Service auf den Weg gebracht.

Die Resonanz der Kunden ist durchweg sehr, sehr gut.

Auch unsere Schnäppchenpreise kommen an. Es beginnt sich herumzusprechen, dass Lufthansa nicht nur gut ist, sondern auch preiswert. Sie dürfen das ruhig auch weitersagen.

Und nun noch ein Pfeiler unserer strategischen Ausrichtung, den ich nennen möchte: Lufthansa schreibt am Flughafen München, an dem wir indirekt beteiligt sind, eine Erfolgsgeschichte. München hat sich zum zweiten Drehkreuz der Lufthansa im Markt etabliert. Es ist die am schnellsten wachsende Drehscheibe Europas und gehört inzwischen schon zu den Top-Ten-Flughäfen in Europa.

Lufthansa schreibt am Flughafen München, an dem wir indirekt beteiligt sind, eine Erfolgsgeschichte.

Das war nur möglich, weil wir in unsere Flotte und in Strecken investiert haben. Wir wollen weiter wachsen. Deshalb muss auch in München die Infrastruktur weiterentwickelt werden. Stillstand wäre auch hier Rückschritt.

Auch im letzten Jahr war die Star Alliance ein elementarer Bestandteil unserer Entwicklung. Star ist und bleibt die Nummer 1 unter den Allianzen.

Mit der Gründung von Star Alliance Regional haben wir nun auch kleine, aufstrebende Märkte im Auge, die in unser weltumspannendes Netz integriert werden können. Deshalb z.B. die Zusammenarbeit mit Croatia, der Airline in Kroatien, oder der Adria Airways in Slowenien.

Neue Partner wie die TAP in Portugal oder South African Airways ergänzen unser globales Netzwerk. Neue Destinationen machen Ihr Unternehmen, machen die Lufthansa weiter attraktiver.

In punkto Einsparungen sind wir wieder ein gutes Stück vorangekommen. Unser Aktionsplan zur Kostentlastung wird konsequent abgearbeitet. Bis zum Ende des Berichtsjahres konnten wir eine nachhaltige Kostenreduzierung von 378 Millionen € realisieren.

Die neuen Tarifverträge mit der Vereinigung Cockpit, ver.di und

jüngst der UFO sind ein entscheidender Beitrag zur Sicherung unserer Zukunftsfähigkeit.

Bis Ende 2005 haben wir 780 Millionen € nachhaltige Einsparungen geplant; 515 Millionen € wurden bereits realisiert. Dies ist vor allem für die Wirtschaftlichkeit des Kontinentalverkehrs von essentieller Bedeutung. Vieles ist noch zu tun. Nur gemeinsam können wir Neues entwickeln und Bewährtes verbessern. Nur gemeinsam können wir den Wirkungsgrad der gesamten Organisation erhöhen. Nur gemeinsam können wir die Kosten durch Produktivität in Einklang bringen.

Wir wollen auf der Überholspur bleiben. Unser oberstes Ziel muss es sein, Perspektiven zu schaffen für Sie, die Aktionäre, für unsere Kunden und für die Mitarbeiter. Auch das geht nur gemeinsam.

Bis Ende 2005 haben wir 780 Millionen € nachhaltige Einsparungen geplant; 515 Millionen € wurden bereits realisiert.

Ich komme jetzt zur Lufthansa Cargo, wenn Sie so wollen, dem zweiten „fliegenden“ Geschäftsfeld. Die Cargo ist operativ wieder in die schwarzen Zahlen zurückgekehrt. Dies ist dem Unternehmen trotz schwieriger Rahmenbedingungen gelungen. Vor dem Hintergrund des aggressiven Wettbewerbsumfelds und dem starken Euro ist das Ergebnis aus meiner Sicht sehr respektabel.

Mit einem umfangreichen Maßnahmenpaket reagiert die Cargo offensiv auf Strukturwandel in dieser Branche. Die Organisation wird verschlankt, sie wird schlagkräftiger gemacht; die Qualität wird verbessert, das Netz optimiert und die Kundenorientierung intensiviert.

Das Geschäftsjahr 2004 stand bei Cargo vor allem im Zeichen neuer Partnerschaften und Beteiligungen. Die Gründung unseres chinesischen Joint Ventures mit der „Jade Cargo

International“ kam genau zum richtigen Zeitpunkt. Wir sind vor allen anderen da. Das eröffnet der Cargo mittelfristig weitreichende Möglichkeiten im Wachstumsmarkt Asien.

Die Lufthansa Cargo ist operativ wieder in die schwarzen Zahlen zurückgekehrt.

Vor diesem Hintergrund ist auch die Eröffnung des Frachtterminals in Shenzhen zu sehen, das im vergangenen Jahr als Gemeinschaftsunternehmen zwischen der Lufthansa Cargo und Shenzhen Airport in China gegründet wurde.

Nun zur Lufthansa Technik. Die Lufthansa Technik hat sich in einem schwierigen Marktumfeld sehr gut behauptet. Sie hat ihre führende Marktposition im globalen Servicegeschäft weiter ausgebaut. Die Umsatzerlöse konnten insgesamt um 7,3 Prozent gesteigert werden.

Die Zahl der Kunden des Lufthansa Technik Konzerns wurde um 12 Prozent auf weltweit 514 erhöht. Der Auftragseingang beträgt im Berichtsjahr 255 neue Verträge mit einem Gesamtvolumen von 330 Millionen €. Ich denke, die Zahlen sprechen für sich.

Bei der Standortentscheidung für ein neues Joint Venture mit Rolls-Royce zur Instandhaltung von Triebwerken, z. B. für die Flugzeugmuster A330, 340-600 und auch A380, haben wir uns für Erfurt in Thüringen entschieden. Es soll ein „Leuchtturmprojekt“ für die ganze Region werden. Und ich hoffe, dass unsere Entscheidung in diese Richtung als bewusstes Signal für unsere Verbundenheit zum Standort Deutschland gewertet wird.

Die Regierung in China hat der Verlängerung des bewährten Technik-Joint-Ventures zwischen Lufthansa Technik und Air China um weitere 25 Jahre zugestimmt. Auch das ist ein Meilenstein für Lufthansa Technik im stark wachsenden chinesischen und asiatischen Markt.

Die Lufthansa Technik ist gut gerüstet. Sie ist eine feste Größe im Markt. Und auch für die A380 ist sie vorbereitet. Wenn die A380 auf Strecke geht, sind bereits Tausende von Lufthansa-Ingenieurstunden in ihre Entwicklung eingeflossen. Lufthansa Technik steht bereit, den neuen „Super-Jumbo“ für Lufthansa und andere Kunden zu betreuen.

Auch wenn der Weg noch lang und steinig ist: Der Kurs stimmt; das LSG-Problem wird gelöst.

Ich komme nun zum Catering-Geschäft. Bei LSG hat es inzwischen einen Wechsel an der Spitze gegeben. Wir haben großes Vertrauen in das neue Team. Die Restrukturierungsprogramme laufen auf vollen Touren. Wir sehen erste Erfolge bei der Kostenreduktion. Die schwierigste Situation liegt weiterhin im nordamerikanischen Markt. Dieser hat sich faktisch halbiert, meine Damen und Herren. Einschneidende Maßnahmen wurden ergriffen, so z. B. der Verkauf von Chef Solutions, die Schließung und Zusammenlegung von verlustbringenden Standorten, sieben davon in den USA, vier in Kanada. In diesem Zusammenhang musste sich die LSG zwangsläufig auch von 8.000 Mitarbeitern in den USA trennen. Die Sanierung der LSG, sie ist auf den Weg gebracht, und wir sind optimistisch. Das operative Ergebnis hat sich im Vergleich zum Vorjahr schon verbessert, und das trotz Dollarschwäche. Die LSG hält ihre Marktanteile im Airline-Catering-Bereich. Der Marktanteil in Europa, in Afrika und in Asien konnte sogar vergrößert werden.

Auch wenn der Weg noch lang und steinig ist: Der Kurs stimmt; das LSG-Problem wird gelöst.

Im Tourismussegment zeigt sich der Trend sehr positiv. Er zeigt ganz klar nach oben. Bei Thomas Cook sind wir deswegen angesichts der

jüngsten Zahlen auch sehr optimistisch:

- ▷ 13 Millionen Gäste,
- ▷ 7,5 Milliarden € Umsatz,
- ▷ ein Anstieg der Konzernliquidität um mehr als 50 Prozent,
- ▷ eine Halbierung der Nettokreditverschuldung
- ▷ und ein positives operatives Ergebnis von 22 Millionen €

Für den gesamten Konzern der Thomas Cook AG heißt das: weiter auf diesem Kurs. Für den Gesamtkonzern ist die Lösung: Konzentration auf das jeweilige Kerngeschäft, auf Kernkompetenzen und auf Rentabilität

Ich schließe mit dem letzten Geschäftsfeld, bevor ich dann zu einer anderen Thematik komme, ab.

Das Thema Informations- und Kommunikationstechnologie hat für einen Servicebetrieb natürlich ganz große Bedeutung. Das Jahr 2004 hat mit einer deutlichen Steigerung bei Lufthansa Systems im Ergebnis und im Umsatz abgeschlossen.

Das operative Ergebnis der Lufthansa Systems konnte um 56,4 Prozent auf insgesamt 61 Millionen € gesteigert werden. Es ist der Systems gelungen, zahlreiche neue Kunden außerhalb der Airline-Branche zu gewinnen. Dieses Wachstum soll auch weiter fortgesetzt werden.

Das operative Ergebnis der Lufthansa Systems konnte um 56,4 Prozent auf insgesamt 61 Millionen € gesteigert werden.

Ein beispielhafter Innovations-schwerpunkt, den ich hier stellvertretend für viele andere nennen kann, ist die elektronisch generierte Routenkarte für Flugzeugführer. Das ist ein wesentlicher Schritt hin zum „papierlosen“ Cockpit, das in naher Zukunft Realität werden kann. Airbus beabsichtigt, unser System mit der A380 weltweit einzuführen. Ich denke, das

unterstreicht auch die Kompetenz dieses Geschäftsfeldes.

Wenn ich an dieser Stelle einen kleinen Ausblick einfügen darf, dann möchte ich wie folgt zusammenfassen: Die Luftverkehrsbranche befindet sich weltweit in einer unverändert schwierigen Lage. Überkapazitäten führen zu anhaltendem Druck auf die Durchschnittserlöse. Ferner gehen wir davon aus, dass der Treibstoffpreis auf hohem Niveau verharret. Nach derzeitigem Stand ist außerdem – vorbehaltlich der kartellrechtlichen Freistellung – SWISS im Verlauf des zweiten Halbjahres zu konsolidieren.

Im Tourismussegment zeigt sich der Trend sehr positiv. Er zeigt ganz klar nach oben.

Lufthansa wird alle genannten Belastungen durch gezielte Maßnahmen operativ weitgehend kompensieren. Dieses sind: eine zeitgerechte Umsetzung unseres Aktionsplans, sprich: Kostenreduzierung. Abgesehen davon werden die anderen Konzerngesellschaften im Markt, wie ich beschrieben habe, erfolgreich sein und zusätzliche Ergebnisverbesserung abliefern. Und wir werden unser Kapazitätsmanagement gezielt einsetzen.

Vor diesem Hintergrund, meine Damen und Herren, erwarten wir, für den Konzern ein operatives Ergebnis auf Vorjahresniveau erreichen zu können.

Meine Damen und Herren, im Juni letzten Jahres haben wir mit Erfolg die Kapitalerhöhung durchgeführt. Dies war ein ganz entscheidendes Ereignis für die Zukunft unseres Unternehmens. Ich danke Ihnen, liebe Aktionäre, für Ihr Vertrauen. Ich danke Ihnen für Ihre Unterstützung bei diesem wichtigen Schritt. Damit haben wir – mit Blick auf unsere Flotteninvestitionen – erheblich an Flexibilität gewonnen.

Aber nicht nur Sie, liebe Aktionäre, haben investiert. Auch die Mitarbeiter haben ihren Beitrag geleistet.

Eine Produktionssteigerung um fast 12 Prozent ohne Mitarbeiterzuwachs, das ist keine Selbstverständlichkeit. Es ist das Ergebnis verantwortungsvollen Handelns und das Ergebnis einer großen Anstrengung aller.

**Vor diesem Hintergrund
erwarten wir, für den
Konzern ein operatives
Ergebnis auf
Vorjahresniveau
erreichen zu können.**

Ja, wir haben wieder viel erreicht im letzten Jahr, aber wir nehmen uns auch weiterhin sehr viel vor. Der Kranich hat an Flughöhe gewonnen. Ich denke, er kann noch weiter hinaus, und wir wollen ihn beflügeln. Die Perspektiven dafür sind gut. Die Luftfahrtbranche ist eine Wachstumsbranche, und wir wollen davon profitieren. Das können wir nur, wenn wir auch hier am Standort verlässliche Rahmenbedingungen bekommen. Hier liegt meines Erachtens einiges im Argen. Der überfällige Ausbau gewinnbringender Infrastruktur, z. B. in Frankfurt, schleppt sich trotz des Engagements des Fraport-Managements seit Jahren mühselig dahin. Dafür werden andernorts überflüssige, verlustträchtige Kleinstflughäfen und ehemalige Militärbasen in Nachbarschaft zu bestehenden Flughäfen aufgerüstet. Diese Art, Steuergeld einzusetzen, ist meines Erachtens Unfug.

Es schafft keine Arbeitsplätze, sondern gefährdet Arbeitsplätze. Deswegen muss das gestoppt werden.

Oder, ein anderes Stichwort: unsere Genehmigungsbürokratie. Zu Recht sind wir stolz darauf, dass der A380 zu einem Drittel ein deutsches Produkt ist. Aber wenn bei der Einleitung eines Genehmigungsverfahrens für den Bau einer simplen Wartungshalle 2,5 Millionen € aufgewendet werden müssen, nur um eine Anhörungshalle für die A380-Gegner zu ertüchtigen, dann halte ich das beim besten Willen für einen Unsinn und

kann das ja auch niemandem erklären.

Ich denke, erst recht nicht den Arbeitslosen, die dort sofort Arbeit finden können. Dennoch: Wir werden zusammen mit der Fraport dafür sorgen, dass wir diese Halle zeitgerecht bekommen.

Und weil Sie so schön applaudieren, gebe ich Ihnen noch ein drittes Beispiel: Die Druckkosten, meine Damen und Herren, nur die Druckkosten zur Versendung von Planfeststellungsunterlagen für den so wichtigen Flughafen Frankfurt belaufen sich auf 6 Millionen €. Wo soll das hinführen? Man könnte glauben, die Bahn wird aus Papier gebaut. Dieses Verfahren kostet Zeit, es kostet Geld, es kostet Nerven und es hilft niemandem – höchstens unseren Wettbewerbern. Deswegen müssen diese Planfeststellungsverfahren, so denke ich, grundlegend revidiert werden. Sie müssen entrümpelt werden. Es grenzt schon fast an eine gesetzlich sanktionierte Investitionsbremse.

**Wenn bei der Einleitung
eines Genehmigungsverfahrens für den Bau einer
simplen Wartungshalle
2,5 Millionen € aufgewendet
werden müssen, nur
um eine Anhörungshalle
für die A380-Gegner zu
ertüchtigen, dann halte
ich das beim besten
Willen für einen Unsinn.**

Ich sage das nicht von ungefähr, denn während wir hier zaudern oder abwägen, wird zeitlich an anderen Stellen, z. B. in den Golfstaaten, gebaut, und zwar kostengünstige Großflughäfen. Wir dürfen uns hier nicht das Wasser abgraben lassen. Wir haben eine Chance, im Wettbewerb zu bestehen, insbesondere mit einer so starken Marke wie Lufthansa.

Ich sehe immer wieder die Talkshows, in denen Politiker die Lage im Land beklagen und auf Management-

Fehler hinweisen. Ich denke, die Volksvertreter sollten sich auf Themen stürzen, die sie beeinflussen können, nämlich solche, wie ich sie genannt habe, und weniger auf die Heuschrecken-Plage.

**Es ist wichtig, dass
die Initiativen und
die Innovationszirkel,
die wir zu Recht in der
Politik platziert haben,
z.B. beim Bundeskanzler
oder im Ministerium für
Verkehr und Wirtschaft,
nicht durch den
„Ideenreichtum“ anderer
Ministerien konterkariert
werden.**

Meine Damen und Herren, es ist ohne Zweifel: Lufthansa steht zum Standort Deutschland. Wir haben ein ganz klares Bekenntnis abgegeben. Aber genauso, wie man sich auf uns verlassen kann, müssen wir uns auf andere verlassen. Die Vorlaufzeit für Flugzeuge wie eine A340, die das Äquivalent zu einem Mittelständler ist, ist mehrere Jahre. Wir müssen wissen, ob wir dann mit den Flugzeugen kostengünstig operieren können oder nicht.

Deswegen ist es wichtig, dass die Initiativen und die Innovationszirkel, die wir zu Recht in der Politik platziert haben, z. B. beim Bundeskanzler oder im Ministerium für Verkehr und Wirtschaft, nicht durch den „Ideenreichtum“ anderer Ministerien konterkariert werden. Die Versuche reißen leider nicht ab: gestern die Kerosinsteuer-Diskussion, heute die Entwicklungshilfe-Abgaben, morgen Sicherheitsgebühren oder der Lärm-Taler, und das alles obendrauf. Damit muss jetzt Schluss sein, denn jeder weiß: Man darf die Hühner, die Eier legen sollen, nicht ständig rupfen.

Eine erfolgreiche Lufthansa hilft dem Standort Deutschland und wirft ein positives Licht auf Deutschland.

Ich denke, das ist auch gut für das Image unseres Landes im Ausland.

Meine Damen und Herren, unsere Branche befindet sich ständig im Umbruch. Lufthansa ist gut gerüstet. Lufthansa hat – neben den bewährten Wegen – auch immer wieder neue Wege beschritten. Das werden wir auch in Zukunft tun, um unser Unternehmen auch über die nächsten 50 Jahre hinaus zu sichern.

Der Instrumentenkasten zur Gestaltung unserer Zukunft wird vielfältiger; er wird facettenreicher.

Die Liberalisierung des europäischen Luftverkehrs ist erreicht. Die Konsolidierung hat eingesetzt. Wir haben diese Entwicklung im Rahmen von Allianzbildungen aktiv mitgestaltet. Aufgrund der restriktiven Vergabe von Verkehrsrechten waren Allianzen die schnellste Möglichkeit, durch Partnerschaften Synergien auszuschöpfen und den Kunden ein weltumspannendes Netz zu bieten. Das hat weiter Gültigkeit, aber der Instrumentenkasten zur Gestaltung unserer Zukunft wird vielfältiger; er wird facettenreicher. Wir, die Lufthansa, sind in der Lage, alle Tools, die uns zur Verfügung stehen, gezielt einzusetzen. Unser Vorgehen ist dabei von Umsicht geprägt. Nachhaltigkeit bestimmt unser Handeln. Die „Toolbox“ für erfolgreiches Wachstum besteht

1. aus organisatorischem Wachstum mit bekannten Bordmitteln, also neue Strecken, neue Flugzeuge, neue Frequenzen;
2. aus Wachstum durch Partnerschaften über globale Allianzen mit den gleichen Wirkungen;
3. aus Wachstum durch Zukauf wie im Falle Air Dolomiti oder SWISS

zur Intensivierung und Markterschließung;

4. aus Wachstum an den Rändern über neue Produkte, so z. B. über Lufthansa Private Jet Service oder das No-Frills-Angebot von Germanwings.

Alle Werkzeuge sollen situativ gezielt zum Einsatz kommen.

Zu SWISS möchte ich heute nur so viel sagen: SWISS macht Sinn für Lufthansa, Lufthansa macht Sinn für SWISS. Der Zusammenschluss ist gut für Deutschland. Er ist auch gut für die Schweiz und somit ist er auch gut für Europa. Die Marken passen, der Markt passt, und die Kulturen passen. Die Zeit ist reif, aus Gegnern Partner zu machen. SWISS bleibt SWISS, auch mit Lufthansa. Jetzt wollen wir mit Qualität aus dem Herzen Europas eine gemeinsame Erfolgsgeschichte schreiben.

Durch den Zusammenschluss werden unseren Kunden eine Menge Vorteile zufließen. Dadurch werden auch Sie, die Aktionäre, gewinnen. Wir werden Kostensynergien heben, und diese wollen wir wieder re-investieren.

SWISS macht Sinn für Lufthansa, Lufthansa macht Sinn für SWISS.

Es gibt also auf beiden Seiten viele Argumente für einen Zusammenschluss dieser beiden Unternehmen. Die Risiken halten wir dabei für überschaubar.

Meine Damen und Herren, grundsätzlich gilt in einem Service-Unternehmen, wie es die Lufthansa ist, dass man nur dann „Erste Klasse“ sein kann, wenn auch die Mitarbeiter erstklassig sind, und genau das sind sie. Es ist Verdienst aller Lufthansa-

ten, dass Lufthansa heute eine führende und eine erfolgreiche Airline ist, die weltweit bekannt ist, und dass Lufthansa als Luftfahrtkonzern Weltgeltung erreicht hat. Es ist ihr Verdienst, dass die Kundenzufriedenheit heute so hoch ist wie noch nie. Und es ist ihr Verdienst, dass Ihr Unternehmen, liebe Aktionäre, zu den fünf Unternehmen in Deutschland gehört, die am meisten Arbeitsplätze in der Vergangenheit geschaffen haben.

Wir wissen, dass dauerhafter Erfolg sich nur dann einstellt, wenn es uns gelingt, alles zu erhalten, nämlich die Mitarbeiter-Loyalität, die Kunden-Loyalität und die Loyalität der Aktionäre.

Die Identifikation mit Lufthansa war bei unseren Mitarbeitern, aber auch bei unseren Kunden und Aktionären schon immer hoch. Das macht unser Unternehmen auch so besonders. Verantwortung zu tragen für eine sinnvolle Aufgabe – das prägt. Und Lufthansa wissen: Auf ihr Unternehmen ist auch Verlass!

Aufsichtsrat, Vorstand und Mitarbeiter kennen die Erwartungen der Eigentümer dieses Konzerns. Wir wollen Ihre Erwartungen, liebe Aktionäre, erfüllen, denn wir wissen, dass dauerhafter Erfolg sich nur dann einstellt, wenn es uns gelingt, alles zu erhalten, nämlich die Mitarbeiter-Loyalität, die Kunden-Loyalität und Ihre Loyalität, die Loyalität der Aktionäre. Darauf richtet sich unser Augenmerk. Wir wollen und werden den Erfolgskurs weiterführen. Bleiben Sie uns gewogen – auch über die nächsten 50 Jahre hinaus. – Vielen Dank.