



Lufthansa



Wolfgang Mayrhuber

Vorstandsvorsitzender

der Deutschen Lufthansa AG

in der Hauptversammlung am 29. April 2010 in Berlin

Meine sehr verehrten Damen und Herren! Liebe Aktionäre! Auch ich darf Sie sehr herzlich hier zur Hauptversammlung der Deutschen Lufthansa im ICC in Berlin begrüßen, ebenso unsere Aktionäre, die sich via Internet zugeschaltet haben. Ihnen allen einen schönen guten Morgen und ein herzliches Dankeschön für das Interesse am Unternehmen und an unserer Arbeit!

Gestatten Sie mir einige Vorbemerkungen.

Zunächst will ich sagen, dass wir froh sind, dass wir die Hauptversammlung in dieser Woche terminiert haben und dass wir die Hauptversammlung in Berlin durchführen. Hätten wir sie letzte Woche durchgeführt, wäre die Veranstaltung noch etwas übersichtlicher gewesen, denn der Luftraum war gesperrt – Herr Weber hat es gerade angesprochen –, und die Mobilität für unsere Aktionäre war deutlich begrenzt. Darauf komme ich später noch einmal kurz zu sprechen.

Nun aber zu Berlin. Berlin bedeutet uns sehr viel. Berlin ist eine Herzenssache für Lufthansa, denn in Berlin steht die Wiege unseres Unternehmens. Hier wurde die alte Lufthansa im Jahre 1926 gegründet. Jahrzehnte durften wir nicht hierher fliegen. Vor 20 Jahren war es dann wieder so weit: Wir durften zurückkommen. Damals zählte die Schar der Lufthansaer in Berlin ganze 19 Mitarbeiter. Heute sind es über 3.500.

Wir haben wieder Wurzeln in Berlin geschlagen. Wir wollen wachsen, und wir wachsen hier an dem Standort schneller als an anderen Standorten in Deutschland. Wir wollen für uns und für Berlin wieder mehr erreichen. Schrittweise und behutsam, wie es unsere Art ist, werden wir aufbauen. BBI, der neue Flughafen, der im nächsten Jahr in Betrieb gehen soll, wird uns dabei helfen. Wir freuen uns sehr auf diese Infrastruktur.

Meine Damen und Herren, in diesem Jahr ist es uns gelungen, als Gastgeber den Weltluftverkehrsver-

band, die IATA, zu seiner Jahrestagung nach Berlin zu bringen. Berlin wird dann zusammen mit der ILA für eine Woche zur Weltluftverkehrsmetropole aufsteigen. Airline-Chefs und Industrieexperten aus allen Ländern der Welt werden hier sein. Ich bin sicher, das wird seine Wirkung nicht verfehlen.

Nun, meine Damen und Herren, nun darf ich zum abgelaufenen Geschäftsjahr kommen.

Betrachtet man die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, so war 2009 für alle Fluggesellschaften weltweit das schwierigste Jahr. Auch unsere Gesellschaft ist nicht verschont geblieben von den Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise. Wir haben sie aber gemeistert und dabei sogar noch ein kleines operatives Ergebnis erwirtschaften können, was bei weitem keine Selbstverständlichkeit ist. Wir dürfen dankbar sein, denn auch das Jahr 2009 war wieder ein unfallfreies Jahr für unseren Konzern, und es war ein Jahr, in dem wir trotz Krise konsequent an unserer strategischen Aus-

richtung, an den Zukunftsinvestitionen, an der Schärfung unseres Profils und an der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens gearbeitet haben.

Das alles ist uns sicherlich nicht in den Schoß gefallen, sondern es ist das Resultat einer wirklich beachtlichen Leistung aller unserer weltweit tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Ihres Unternehmens.

Lassen Sie mich zunächst einen Blick auf die zentralen Kennzahlen des Konzerns im Geschäftsjahr 2009 werfen:

- ▷ Der operative Gewinn betrug 130 Millionen €. Das ist bemerkenswert, kann uns aber bei weitem nicht zufriedenstellen. Bemerkenswert ist er mit Blick auf den Wettbewerb, aber auch, weil wir in dem Zeitraum einen marktbedingten Umsatzrückgang von mehr als 2,5 Milliarden € zu verkraften hatten.
- ▷ Das Konzernergebnis lag bei minus 112 Millionen €. Eine Wertschaffung war somit in diesem Jahr beim besten Willen nicht möglich.
- ▷ Der CVA betrug minus 858 Millionen €. Über die Zyklen hinweg schaffen wir Wert. Das haben wir bewiesen, und das werden wir auch in der Zukunft als Ziel aufrechterhalten. Seit Einführung dieses Steuerungskonzepts im Jahr 2000 haben wir immerhin einen Mehrwert von 2,1 Milliarden € schaffen können.
- ▷ Die Nachfrage im letzten Jahr war konsumbedingt weltweit rückläufig, aber die Zahl unserer Fluggäste stieg wegen der Erweiterung des Konsolidierungskreises von 8,5 Prozent im Vorjahr auf 76,5 Millionen Passagiere.
- ▷ Wir haben trotz Krise Kurs gehalten und stetig in Ihr Unternehmen investiert. Die Investitionen summierten sich 2009 auf 2,4 Milliarden €. Das ist sogar ein Plus gegenüber dem Vorjahr von 12 Prozent. Der größte Anteil dieser Investitionen fiel mit 1,9 Milliarden € auf den Sektor der Passage und hier insbesondere auf die Moderni-

sierung und Erweiterung unserer Flotte.

- ▷ Die Netto-Kreditverschuldung betrug 2,2 Milliarden €. Damit reduzierte sich die Eigenkapitalquote des Unternehmens um insgesamt 5,9 Prozentpunkte auf 23,5 Prozent. Ursächlich hierfür war – neben dem negativen Konzernergebnis – im Wesentlichen die Konsolidierung der neuen Gesellschaften.
- ▷ Nun zur Aktie. Sie hat sich im vergangenen, sicherlich turbulenten und volatilen Börsenjahr insgesamt gut geschlagen. Sie notierte zum Jahresende 5 Prozent über dem Jahresabschluss 2008.

Und wenn man bedenkt, dass wir in 2009 als einzige europäische Airline eine Dividende ausgeschüttet haben, so ist das immerhin eine Performance von insgesamt 13,1 Prozent für Sie, sehr verehrte Aktionäre.

- ▷ Leider können wir das dieses Mal nicht wiederholen. Mit Blick auf den negativen Einzelabschluss und vor dem Hintergrund der geplanten Investitionen können wir für das Geschäftsjahr 2009 leider keine Dividende vorschlagen. Das ist enttäuschend und bereitet sicherlich keine Freude. Aber, meine Damen und Herren, es wäre unvernünftig und wirtschaftlich nicht vertretbar, in diesen Zeiten an die Substanz zu gehen. Was uns etwas tröstet, ist, dass Ihre Aktie trotz der Rückschlageffekte durch die jüngste Luftraumsperrung gegenüber Jahresbeginn bereits 8,6 Prozent zugelegt hat. Der Höchststand lag bei 13,28 €. Das hätte einem Plus von 13 Prozent entsprochen. Wir sehen hier eindeutig noch Potenziale, die wir schöpfen wollen.

Meine Damen und Herren, Zahlen sind wichtig, aber sie sind eben nur eine Seite der Medaille und sagen eben nicht alles aus über den Gesamtzustand eines Unternehmens. Deshalb erscheinen mir mit Blick auf das Krisenjahr 2009 drei Botschaften für Sie besonders wichtig:

1. Ihr Unternehmen konnte strategisch Kurs halten und musste unter diesen widrigen Rahmenbedingungen eben keinen Kurswechsel vornehmen, sondern konnte seine Stellung im Markt weiter ausbauen. Darum werden wir vom Wettbewerb beneidet.
2. Wir haben bilanziell vorgesorgt und rechtzeitig Mittel geschaffen, damit die Folgen des Luftverkehrs, die wir zunächst nicht richtig abschätzen konnten, gesichert durchwandert werden konnten. Wir waren vorbereitet, und wir waren handlungsfähig. Auch um diesen Spielraum werden wir von den Wettbewerbern beneidet.
3. Wir haben den Sparkurs verstärkt und dabei gleichzeitig gezielt in die Zukunft investiert. Auch das können nicht viele nachweisen. Alle Geschäftsfelder haben sehr eindrucksvoll demonstriert, dass sie in der Lage sind, ihre Kapazitäten den Marktgegebenheiten anzupassen, und dass sie an der Kostenschraube drehen, ohne dass dies zu Lasten der Qualität, oder wichtiger Zukunftsinnovationen ging. Nur so können wir unseren Erfolg absichern.

Darüber hinaus gibt es noch weitere positive Dinge, die ich gerne anmerken möchte:

1. Lufthansa, Ihr Unternehmen, ist nach wie vor die einzige europäische Fluggesellschaft, die über ein Investment-Grade-Rating verfügt. Das spricht für unsere solide und stabile Finanzpolitik. Das spricht für ein stabiles und kompetentes Führungsteam. Und das spricht für ein professionelles, engagiertes Mannschaftsgefüge, für Mitarbeiter, die weltweit dafür sorgen, dass der Kranich als nicht nur sympathisches, sondern effizientes Unternehmen gesehen wird.
2. Der Lufthansa Konzern ist ein äußerst beliebter und attraktiver Arbeitgeber. Nach Umfragen – z. B. „WirtschaftsWoche“ – rangieren wir bei Hochschulabgängern an zweiter Stelle der sogenannten

Traumarbeitgeber. Auch in den Servicebereichen, in der Technik, dem Flugbetrieb und in anderen Bereichen stehen wir ganz oben auf der Wunschliste. Ich halte das für sehr wichtig, denn es ist gut zu wissen, dass wir für Ihr Unternehmen in allen Sektoren jeweils aus den besten Talenten auswählen können.

3. Lufthansa hat auch 2009 wieder Bestnoten in puncto Kundenzufriedenheit erzielen können. Wir sind noch lange nicht perfekt; das wissen wir. Aber die Anerkennung der Leistung unserer Mitarbeiter ist außerordentlich groß. Dies ist Ansporn für sie, auch in schwierigen Zeiten nicht nachzulassen.
4. Der Wert des Aviation-Konzerns mit seinen sehr unterschiedlichen Geschäftsfeldern und der Wert des neu etablierten Airline-Verbundes ist im Krisenjahr 2009 für uns besonders deutlich geworden. Unsere Geschäftsfelder folgen eigenen Zyklen, die sich insgesamt stabilisierend auf die operativen Ergebnisse auswirken. Der Airline-Verbund schafft dazu Kundenvorteile und Synergien. Er streut das Marktrisiko, und er erhöht die Reaktionsfähigkeit des Konzerns.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich zunächst mit dem Passage-Geschäft der Passage-Airline-Gruppe beginnen. Sie hat mit einem Minus von 8 Millionen € ihr Break-even-Ziel nur knapp verfehlt. Der im Wesentlichen erlösbedingte Ergebnisverfall von 797 Millionen € gegenüber dem Vorjahr verdeutlicht Ihnen die Dimension der Herausforderung, mit der dieses Segment konfrontiert war und konfrontiert ist.

Wie stellt sich die Situation der einzelnen Mitglieder des im Krisenjahr erweiterten Airline-Verbunds dar?

Die Lufthansa Passage musste ihr Ergebnis durch einen Ergebnis-Swing in Höhe von 609 Millionen € verbuchen, und zwar auf einen Wert, der von plus 502 Millionen € operativ im Jahr 2008 auf minus 107 in 2009 gefallen ist. Sie war mit bisher unge-

kannten Erlöseinbrüchen konfrontiert. Die Krise zwang deshalb zu Einschnitten und zur schnelleren Umsetzung geplanter Maßnahmen oder auch Findung neuer Maßnahmen.

Dafür hat die Passage das Projekt „Climb 2011“ aufgesetzt. Hier sollen bis 2011 Ergebnisverbesserungen in Höhe von 1 Milliarde € pro Jahr erzielt werden. Das ist anspruchsvoll, und das kann auch schmerzhaft sein. Aber es ist absolut zwingend.

Climb 2011 besteht aus unterschiedlichsten Bausteinen. Es gibt nicht einen Hebel, der uns die 1 Milliarde beschert. Bausteine z. B. in der Administration, wo wir 400 Arbeitsplätze abbauen wollen, oder im Einkauf, oder bei gemeinsamen Projekten zur Kostensenkung mit internen wie externen Lieferanten, oder bei der Veränderung der Flottenstruktur, bei der Produktivitätssteigerung mit der Folge der Personalkostenreduzierung von 10 Prozent, oder bei der Verfeinerung der Steuerung und Flexibilisierung von Kapazitätsmanagementmaßnahmen im Flottenbereich oder an anderen Stellen.

Also, alles sinnvolle Schritte, die notwendig sind und die auch abgearbeitet werden.

Aber, meine Damen und Herren, um Missverständnissen vorzubeugen: Diese Schritte werden keine Abstriche bei der Qualität zur Folge haben. Unsere Markenwerte werden somit nicht aufs Spiel gesetzt. Das galt genauso bei früheren Programmen. Sie erinnern sich an D-Check, Programm 15 oder auch an Upgrade to Industry Leadership. Das gilt unverändert auch für das jetzige Programm Climb 2011.

Lufthansa bleibt Lufthansa. Das beherzigen wir, denn es ist entscheidend für unsere Kunden, denn sie brauchen ein Differenzierungsmerkmal, und das ist Qualität und Verlässlichkeit durch Lufthansa.

Ich komme nun zur SWISS: Sie blieb auch im letzten Jahr positiv und lieferte einen Ergebnisbeitrag von 93 Millionen €.

Das ist trotz einer Einbuße um 68 Prozent gegenüber dem Vorjahr

sehr beachtlich. Ich denke, Harry Hohmeister mit seinem Team hat die Ergebniskurve und die Erfolgsstory der SWISS erfolgreich fortgesetzt.

Die neuen Gesellschaften, Austrian Airlines und British Midland, belasten das operative Ergebnis des Geschäftsfelds mit insgesamt 23 Millionen € im letzten Jahr. Dazu trug die bmi seit 2009 – im Juli wurde sie integriert – mit einem Verlust von 78 Millionen € bei. Der in den Monaten September bis Dezember angefallene Verlust der Austrian Airlines von 31 Millionen € wurde durch die Auflösung eines Badwill in Höhe von 86 Millionen € überkompensiert.

Auch in 2010 sind für die beiden Gesellschaften die erwarteten Anfangsverluste gegeben und in unseren Plan eingepflegt.

Mit Wolfgang Brock-Schauer haben wir in London bei bmi einen neuen CEO. Er hat auch die Organisation umgestellt und einen neuen CFO, Netzplaner, installiert, so dass wir mit frischem Wind und einem neuen Team hier aufbrechen können. Das Tandem in Wien, Dr. Bierwirth und Dr. Malanik, arbeiten an dem Sanierungskurs des Unternehmens kräftig weiter.

Beide Gesellschaften, bmi und AUA, arbeiten daran, so schnell wie möglich den Turnaround zu schaffen. Sie nutzen die Synergien, die der Konzern bietet. Sie überarbeiteten ihr Angebot, strafften ihre Organisationen, senken die Kosten und verstärken die Kundenorientierung. In Summe schätzen wir das Synergiepotenzial für die Integration der AUA auf ca. 100 Millionen €, bei bmi auf ca. 20 Millionen € und bei Brussels Airlines auf der Basis unseres derzeitigen 45-prozentigen Beteiligungs Volumens auf rund 60 Millionen €.

Brussels Airlines ist noch nicht konsolidiert, aber der Wert dieser multilateralen Zusammenarbeit ist an der Kundenfront schon heute erkennbar. Auch Brussels Airlines wird eine gute und wichtige Ergänzung in unserem Portfolio.

Germanwings – das ist das Unternehmen, das im No-Frills-Segment tätig ist – hat sich erfolgreich etabliert. Germanwings passte ihre Nachfrage mit einer reduzierten Flotte entsprechend an und lieferte mit 24 Millionen € Ergebnis, erstmals ein merkliches Ergebnis in diesem Bereich. Das ist für Herrn Winkelmann und Dr. Schmitt ein Ansporn, weiter zu wachsen und die Entwicklung des Unternehmens weiter voranzutreiben.

Im Norden Italiens standen wir vor der Frage, wie wir uns dort aufstellen, denn nach der Fusion unseres Partners AirOne mit Alitalia mussten wir entscheiden, ob wir diesen wichtigen Markt vernachlässigen oder ob wir gezielt investieren.

Mit der Neugründung von Lufthansa Italia haben wir uns entschieden, hier zu investieren. Wir mussten allerdings mitten in der Krise starten, also zu einem denkbar ungünstigen Zeitpunkt. Das Kundenfeedback und die Perspektiven der wirtschaftlich stärksten Regionen im Norden Italiens sind ausgesprochen gut; das stimmt uns optimistisch für die Zukunft.

Meine Damen und Herren, Sie sehen, wir haben viel angepackt – auch in diesem Geschäftsfeld – und wesentliche Weichenstellungen für die Zukunft vorgenommen. Es zeichnet einfach ein Unternehmen aus, dass es in einem Krisenjahr keine Kehrtwendung vornehmen muss, sondern den Grundkurs seiner strategischen Ausrichtung beibehalten kann. Ich denke, das ist ein Leistungsausweis, der nicht zu unterschätzen ist.

Als Lufthansa-Gruppe halten wir an dem Gesamtkonzept fest, unseren Kunden das beste Netzwerk und die beste Verbindungsqualität zu geben und den Kunden ein volles Sortiment zu bieten. Vom No-Frills-Carrier über Economy-, Business- und First-Class-Services bis hin zum Lufthansa Private Jet Service offerieren wir den Kunden beste Flugpläne, die auch die Destinationen und Optionen unserer Star Partner mit berücksichtigen. Wir wissen, dass sich langfristig nur sol-

che Maßnahmen lohnen, die beim Kunden auch wirklich ankommen. Deshalb steht im Zentrum unserer Überlegungen und Entscheidungen immer der Kundenwunsch.

Vor diesem Hintergrund setzen wir auch weiter auf Partnerfähigkeit, so auch mit unseren Infrastrukturpartnern, den Flughäfen. Denn wir wissen, das Fliegen beginnt bekanntlich am Boden, und hier gibt es noch enorme Potenziale. Auch damit wollen wir unsere Position im Markt weiter ausbauen. So profitiert der Kunde nicht nur, wenn wir unsere Netzwerke ergänzen, beispielsweise in Regionen, wo Lufthansa noch nicht so stark war wie etwa in Afrika, wo Brussels Airlines uns hilft, oder in Südosteuropa, wo die Austrian Airlines stark ist, oder in Großbritannien über bmi.

Wir spezialisieren uns, wir flexibilisieren unsere Kosten, wir dringen in neue Märkte vor – alles mit Blick, für Sie Werte zu schaffen über die Erfüllung von Kundenwünschen. Nur dort, wo der Kunde profitiert, erhalten in Folge die Mitarbeiter und Sie, liebe Aktionäre, durch Wertsteigerung Ihre Dividenden.

Um dies zu sichern, behält die Lufthansa ihre Strategie der Identität unserer Verbund-Airlines aufrecht. Letztlich hoffen wir, dass wir auch bei den neuen Partnern ähnliche Erfolgsgeschichten schreiben können, wie wir sie mit SWISS geschrieben haben.

Im März konnten wir das fünfjährige Bestehen des Zusammenschlusses von SWISS und Lufthansa begehen. Ich weiß, wie kritisch das am Anfang durchaus von einigen gesehen wurde. Aber wir hatten wirklich allen Grund zu feiern, denn mit SWISS ist uns ein Meisterstück im europäischen Konsolidierungsprozess gelungen.

Das gemeinsam entwickelte Konzept der behutsamen und erfolgreichen Integration dient nun als Vorbild für alle weiteren Zusammenschlüsse, die wir in der jüngsten Zeit eingegangen sind.

Mit Blick nach vorne darf ich Ihnen sagen, meine Damen und Herren, dass alle Airlines erste Anzeichen einer beginnenden Erholung sehen. Die Nachfrage wächst schwerpunktmäßig im Interkont-Verkehr. Das ist gut, denn es wirkt als Gegenläufer gegen die steigenden Treibstoffkosten, die wir im Moment verspüren. Sie wissen, meine Damen und Herren, wir bleiben vorsichtig bei unseren Prognosen, aber der Ausblick ist heute deutlich besser als noch vor wenigen Wochen.

Zum Abschluss des Airline Segmentes möchte ich ein weiteres Highlight ansprechen, das von großer Bedeutung ist, nämlich die Inbetriebnahme der A380. Das ist ein ganz besonderes Ereignis, nicht nur für die Flug- und Technikbegeisterte unter Ihnen. Das Flugzeug wird mit Sicherheit großen Anklang finden bei unseren Kunden, und es wird uns deutliche wirtschaftliche Vorteile verschaffen.

Der Countdown für die Überführung läuft, und das neue Flaggschiff soll am 19. Mai von der Airbus-Werft in Finkenwerder nach Frankfurt überführt werden, und dort feierlich getauft werden. Damit starten wir in eine neue Dimension, in ein neues Zeitalter des Fliegens. Zum fliegerischen Auftakt auf der Langstrecke werden wir unsere Fußballnationalmannschaft zur Weltmeisterschaft nach Südafrika fliegen. Danach wird der A380 seine Arbeit im Liniendienst aufnehmen. Zunächst wird Tokio die Station sein, die wir anfliegen. Aber in diesem Jahr werden schon weitere Stationen folgen. Ich denke, das ist wieder ein wichtiger Meilenstein in unserer Flottenstrategie.

Lassen Sie mich, meine Damen und Herren, nun zu den anderen Geschäftsfeldern des Konzerns kommen.

Jedes einzelne Geschäftsfeld hat sich inzwischen eine führende Rolle im jeweiligen weltweiten Markt erarbeitet. Das ist, glaube ich, eine tolle Leistung, und den Geschäftsleitern und Mitarbeitern gebührt großes Lob für diese Errungenschaft.

Auch darum werden wir von anderen Wettbewerbern beneidet. Es gilt für jedes Geschäftsfeld, dass wir eine solide und robuste Bilanz nachweisen, dass wir Effizienz zeigen bei der Anpassung von Kapazität und Kosten und dass wir neue Produktideen generieren und damit eine nachhaltige Vertrauensbasis bei unseren Kunden schaffen. Das wird der entscheidende Erfolgsfaktor auch in der Zukunft sein. Das wissen wir, und darauf sind wir eingestellt.

Die Lufthansa Cargo – das ist das erste Geschäftsfeld, das ich jetzt erwähnen möchte – hat nach vielen erfolgreichen Jahren im Geschäftsjahr 2009 einen operativen Verlust von 171 Millionen € verzeichnet. 2009 war damit für unsere Frachtgesellschaft das bisher härteste Jahr in der Unternehmensgeschichte der Lufthansa Cargo. Warum? Der Umsatz von Lufthansa Cargo brach um ein Drittel ein, ausschließlich marktbedingt. Die weltweite Krise hat mit Produktionsrückgängen in allen Bereichen, mit einem abrupten Ausfall der Investitionstätigkeit und einem gebremsten Konsum die komplette Logistikbranche insgesamt mit voller Wucht getroffen. Herr Spohr und seine Mannschaft haben aber sofort reagiert mit einem ganzen Bündel von Maßnahmen. So konnte z. B. mit Kurzarbeit, mit der Stilllegung von Flugzeugen und mit anderen Maßnahmen sichergestellt werden, dass die Auswirkungen der Krise zumindest abgefedert wurden.

Ich denke, das war gute Arbeit, die sich jetzt lohnt, denn der Markt hat begonnen, sich wieder zu drehen. Wir sehen zunehmend Anzeichen dafür, dass es wieder bergauf geht. Die Nachfrage steigt. Wir können bessere Preise durchsetzen. Das Geschäftsfeld ist für 2010 optimistisch und wird positiv abschließen.

Die Lufthansa Technik hat auch in der Krise gegläntzt. Trotz Nachfrage- und Ertragsrückgängen im gesamten Airline-Industrie-Sektor konnte sie das Ergebnisniveau halten. Die Lufthansa ist sogar gegen den Markttrend gewachsen. Der Umsatz stieg um 6,6

Prozent auf 4 Milliarden €. Für 2009 konnte unsere Technikgruppe ein operatives Ergebnis von 316 Millionen € ausweisen, immerhin eine Steigerung um 5,7 Prozent.

Ich glaube, dass die Technik auch gut positioniert ist für die Zukunft. Dennoch, die Techniker sind vorsichtig, denn sie schließen nicht aus, dass es Spätfolgen aus der Krise geben kann. Sie sind oder wären darauf vorbereitet. Wir bleiben aber nicht nur optimistisch, sondern wir sind sicherlich davon überzeugt, dass 2009 wieder ein deutlich positives Ergebnis der Technik zu erwarten ist, wenn es auch ambitioniert ist, auf das Vorjahresniveau zu kommen.

Nun darf ich zum IT-Geschäft kommen, die Lufthansa Systems. Sie bekam natürlich auch die mengenbedingten Ausfälle zu spüren und hatte einen Ergebnisrückgang zu verbuchen. Aber mit 16 Millionen € operativem Ergebnis war sie profitabel. Und für 2010 wird ein operatives Ergebnis über Vorjahresniveau erwartet.

Am 1. Juli dieses Jahres wird Stefan Hansen, ein junger, aber erfahrener und anerkannter Fachmann mit intensiven Kenntnissen in der Branche und auch Kenntnissen bei Lufthansa Systems, als neuer CEO in den Vorstand eintreten. Wir wünschen ihm viel Erfolg dabei. Herr Hansen übernimmt die Nachfolge von Wolfgang Gohde, der aus eigenen und für mich sehr nachvollziehbaren persönlichen Gründen Ende März ausgeschieden ist.

An dieser Stelle geht unser herzlicher Dank an Wolfgang Gohde für seinen Einsatz, für sein Engagement an unterschiedlichsten Stellen, so z. B. im Management der Technik und zuletzt im Vorstand unseres IT-Hauses.

So, jetzt könnte ich salopp sagen: Von Bits zu Bytes. Kommen wir zum Geschäftsfeld Catering.

Das Geschäftsfeld Catering konnte einen operativen Gewinn erwirtschaften, und zwar in Höhe von 72 Millionen €. Das war auch eine Steigerung

gegenüber dem Vorjahr von 2,9 Prozent.

Ich denke, das ist ein bemerkenswertes Ergebnis und eine tolle Leistung, denn es war ein extrem schwieriges Marktumfeld, in dem das Catering arbeiten musste. Sie haben rasch reagiert, ihre Kapazitäten angepasst und auch versucht, mit neuen Produkten Rückenwind zu bekommen. Das ist gelungen. Für 2010 erwartet Herr Gehl insgesamt – trotz Stagnation der Nachfrage – ein positives Ergebnis, das auf oder über dem Vorjahr liegen wird.

Eines, meine Damen und Herren, ist in diesem Krisenjahr besonders deutlich hervorgetreten, nämlich der Wert und die Bedeutung der tief verwurzelten Identifikation unserer Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen. Das macht uns besonders stolz. Die Loyalität der Mitarbeiter ist für die Führungskräfte beides, ein unschätzbare hoher Wert, aber auch eine besondere Verpflichtung. Ich erwähne das an dieser Stelle auch deshalb, weil im Zusammenhang mit den Sparprogrammen oder auch den jüngsten Tarifaueinandersetzungen in der Hitze des Gefechts öffentlich vereinzelt auch grundlegende unternehmerische Entscheidungen der strategischen Ausrichtung angezweifelt wurden oder sogar eine vermeintliche systematische Zerstörung des Wir-Gefühls adressiert wurde. Beides ist natürlich nicht haltbar, aber hoffentlich jetzt auch ausgeräumt.

Ein Hinweis in dieser Sache ist mir dabei wichtig: Die Lufthansa -Familie ist gewachsen. Auch das Wir-Gefühl ist gewachsen. Denn das, was wir für das Unternehmen erreicht haben, haben wir gemeinsam erreicht. Jeder einzelne Mitarbeiter hat dazu seinen Beitrag geleistet, ob am Boden oder in der Luft, ob im Stab oder in welchem Geschäftsfeld auch immer, und auch an den weltweiten Standorten der Lufthansa. Die Erfolgsgeschichte von Lufthansa ist eine gemeinsame Erfolgsgeschichte, auf die wir alle stolz sein können. Es ist eine Erfolgsgeschichte, um die uns viele beneiden.

Ich will Sie nicht mit Zahlen, Daten und Fakten langweilen. Aber dennoch: Es ist imposant, wenn man zum Wechsel der Dekade kurz in den Rückspiegel blickt und feststellt, welch unglaubliche Wegstrecke Ihr Unternehmen dank der strategischen Ausrichtung und dank unserer Führungsphilosophie und dank der Leistungsstärke unserer Mitarbeiter zurückgelegt hat. Ihr Unternehmen ist erheblich gewachsen, hat an Substanz zugelegt und in sieben von zehn Jahren Dividende bezahlt.

Mit Blick auf Umsatz, auf die Anzahl unserer Mitarbeiter, auf das Streckennetz, die jährlichen Investitionen, den Flottenausbau, die Erweiterung der Star Alliance, die Produktverbesserungen, die diversen Infrastrukturmaßnahmen, das Wachstum unserer Markt- und Kundenbasis sowie der Verbreiterung unseres Portfolios im Airline-Segment und in den Geschäftsfeldern des Aviation-Konzerns wird deutlich, was gemeinsam bewegt wurde.

Alle haben davon profitiert, und das soll auch so bleiben. Um dies alles fortzuführen, müssen sich auch künftig Einzelinteressen am Gemeinwohl ausrichten.

Dies zu vermitteln, meine Damen und Herren, und einen fairen Ausgleich herzustellen, wird die Hauptaufgabe oder -herausforderung für Führung, Mitbestimmung und auch die Gewerkschaften sein.

Nun, meine Damen und Herren, einige Anmerkungen zum Thema Vulkanausbruch.

Naturkatastrophen haben immer etwas Bedrohliches und Furchterregendes für Menschen an sich. Das galt schon für den Homo sapiens, und das gilt erst recht im Zeitalter der Medien oder des Internets.

▷ Fliegen, die nachweislich sicherste Form der Fortbewegung, hat für viele Menschen auch gefühlsmäßig etwas Risikoreiches oder Riskantes an sich. Deshalb steht die Sicherheit an oberster Stelle in unserer Industrie und natürlich bei Lufthansa sowieso. Vertrauen ist unser

größtes Asset. Das setzen wir nie aufs Spiel, im Gegenteil: Hier sind unsere Kompetenzen unumstritten und auch gefragt. Hier werden wir auch in der Zukunft ganz gezielt weiter investieren.

▷ Wenn nun Fliegen und mögliche Folgen einer Vulkaneruption gemischt werden, treffen sie den Kern des Sicherheitsbedürfnisses der Bevölkerung. Insofern stellt sich natürlich primär die Frage nach dem professionellen und verantwortungsvollen Risikomanagement und nach fundierter Kommunikation aller, ob Behörden, Industrievertreter, Politik oder wissenschaftliche Institute.

▷ Bei den Grundlagen zur Bewertung von Risiken muss meines Erachtens nachgearbeitet werden. Es müssen die richtigen Schlussfolgerungen für die Zukunft gezogen werden, denn es haben sich deutliche Defizite aufgetan.

▷ Der Flugverkehr kam auf behördliche Veranlassung in Europa faktisch komplett zum Erliegen. Noch nie wurde ein ganzer Kontinent wegen einer lokalen oder sektoralen Kontamination geschlossen. Die Risiken dieses Vulkanausbruchs und seiner Ausbreitung wurden von den Entscheidungsträgern in allen europäischen Ländern völlig überschätzt, während die Folgen völlig unterschätzt wurden. Fragwürdig ist dabei auch für uns, dass jedes Land anders und unterschiedlich reagiert hat, was die Zeitenlage angeht. Fraglich war für uns auch, warum nur die „Profis“ im Luftraum gesperrt wurden, während der restliche Verkehr, – Privatflüge oder sogenannte VFR-Flüge – vollumfänglich erlaubt wurden, so, als hätte die Asche differenzieren können, wer hier fliegt.

▷ Wir fragen uns auch, weshalb man erst so spät den von Anfang an in Zweifel gestellten mathematischen Kontaminationsmodellrechnungen durch Messungen einen Gegenpol gesetzt hat und diese auch verifiziert hat.

▷ Zigtausende Flugausfälle, Millionen gestrandete Passagiere und der beginnende Kollaps der Versorgungskette mussten sozusagen dafür sorgen, dass zum Schluss über die Messflüge deutlich wurde, dass man den Luftraum wieder freigeben kann.

▷ Wichtig ist es nun für die Zukunft, auch auf die Erfahrungen und Empfehlungen anderer Regionen, die mit Vulkanausbrüchen besser vertraut sind, zurückzugreifen.

▷ Wir bedauern sehr die überflüssige Unannehmlichkeit, die unseren Kunden zuteil wurde. Mein Dank geht auch ausdrücklich an die gestrandeten Passagiere, dass sie sich so geduldig und ruhig mit der Situation abgefunden haben.

▷ Aber mein ganz besonderer Dank geht an dieser Stelle auch an unsere Mitarbeiter an der Front, im Krisenstab, und an alle, die geholfen haben, in unermüdlicher Form und mit außerordentlichem Einsatz, hier für Abhilfe zu sorgen. Dieser großartige Einsatz ist auch beim Kunden angekommen. Das Feedback über die Leistung unserer Mitarbeiter – egal, auf welcher Station – ist überwältigend. Mit Blick nach vorne, meine Damen und Herren, werden wir nun mit der EU-Kommission und mit den zuständigen Stellen in Deutschland und anderswo eng in Kontakt sein und mit unseren Verbänden – ob ICAO, AEA oder IATA –, aber auch mit den Wissenschaftlern und mit den meteorologischen Instituten zusammenarbeiten, um solch eine Wiederholung zu vermeiden.

Es ist auch deutlich geworden, dass Europa noch immer ein Flickenteppich ist und dass der Single Sky, den wir aus Kosten-, aus Sicherheits-, aber auch aus Umweltgründen schon lange fordern, überfällig ist. Ich denke, das hat einigen die Augen geöffnet. Ich bin jetzt hoffnungsfroh, dass wir hier auch die nötigen politischen Zeichen in Brüssel demnächst sehen werden.

Natürlich werden alle Themen, die mit der Krisenbewältigung und den Kosten zu tun haben, z. B. auch der tagelangen Betreuung von Tausenden von Passagieren usw., nachgefragt werden, wie denn dieses kompensiert werden kann.

Um es klar zu machen, meine Damen und Herren: Lufthansa und auch der AEA-Verband fragt nicht nach Subventionen. Das haben wir noch nie getan. Das werden wir auch nicht tun. Aber es geht um die Frage der Schadenersatzansprüche und möglicher Kompensationen, vor allem, damit dieses in Europa fair und einheitlich geregelt wird.

Ich darf zum Fazit kommen, meine Damen und Herren. Natürlich haben uns sowohl die Krise mit ihren Nachwirkungen, aber auch der harte Winter zu schaffen gemacht. Die Streikeffekte im Februar schlugen auch zu Buche. Jetzt kam dieser vulkanbedingte Ausfall mehr oder minder einer kompletten Produktionswoche. Trotzdem ist und bleibt unser Ziel für 2010, mit einem positiven Ergebnis abzuschließen, das über dem Vorjahresniveau liegt. Das ist unser Ziel; dafür setzen wir uns ein. Dazu ermu-

tigen uns nicht nur unsere Zwischenergebnisse der eingeleiteten Maßnahmen, wie Climb und bei anderen Gesellschaften, sondern auch erste Nachfragesteigerungen. Genaue Prognosen wären allerdings zu diesem Zeitpunkt unseriös, denn dafür gibt es noch zu viele unbekannte Einflussgrößen, die vor uns auf dem Weg liegen.

Aber unsere wesentlichen Ziele könnte ich wie folgt zusammenfassen:

1. Ein operatives Ergebnis über dem Vorjahr.
2. Nachhaltiges und profitables Wachstum, den Wachstumspfad klar auf Nachhaltigkeit auslegen.
3. Wir wollen die Führungsrolle im Markt weiter ausbauen.
4. Wir setzen weiter auf stabile Finanzen und Flexibilität.
5. Wir wollen weiter durch Qualität, durch Service, durch fliegerische und technische Kompetenz sowie durch Innovation glänzen und uns so vom Wettbewerber unterscheiden.
6. Wir werden auch weiter Verantwortung übernehmen, Verantwortung für die bald 100 Millionen

Gäste, Kunden, die sich uns jährlich anvertrauen, Verantwortung übernehmen für die über 110.000 Mitarbeiter, um ihren Arbeitsplatz zu erhalten und ihnen Perspektiven zu geben, Verantwortung übernehmen für den Wirtschaftsstandort Deutschland und Europa. Wir brauchen für unsere Wirtschaft attraktive globale Verbindungen.

Und, last not least, werden wir dafür sorgen, dass Ihre Investitionen in Form einer Rendite, liebe Aktionäre, so aufgebaut ist, dass Ihr Kapital, das ja die Basis ist, auf der wir die Zukunftsperspektiven aufbauen, sich richtig verzinst.

Ich versichere Ihnen: Wir werden – wie schon in der Vergangenheit – auch diese Krise erfolgreich durchfliegen. Ihr Unternehmen hat enormes Potenzial. Der Bedarf an Mobilität wird weiter wachsen, und die Produkte des Lufthansa Konzerns werden stärker denn je nachgefragt werden.

Ich danke Ihnen im Namen meiner Kollegen für Ihr Vertrauen und für Ihre Aufmerksamkeit. Begleiten Sie uns auf unserem Weg und bleiben Sie uns gewogen!

