



Lufthansa

Der Kranich zeigt Biss

Wolfgang Mayrhuber

Vorstandsvorsitzender
der Deutschen Lufthansa AG
in der Hauptversammlung am 17. Mai 2006



Guten Morgen, meine sehr verehrten Damen und Herren, liebe Aktionäre! Seien Sie sehr herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung in der Kölnarena. Auch einen schönen guten Morgen an unsere Aktionäre, die uns via Internet zugeschaltet sind, und an die Vertreter der Medien hier im Saal.

Ich werde Sie heute sehr umfassend über die Lage Ihres Unternehmens informieren und möchte gerne mit einer sehr erfreulichen Nachricht beginnen. Sie lautet: 50 Jahre Lufthansa gleich 50 Cent Dividende – eine außergewöhnliche Steigerung um 67 Prozent, über die wir im Management sehr froh sind.

Meine Damen und Herren, 2005 war unser Jubiläumsjahr. Lufthansa durfte ihren 50. Geburtstag feiern, und wie ich meine, zu Recht. Anlass zum Feiern gaben die Rekordzahlen an Fluggästen, die gute Ergebnisentwicklung und die im Jubiläumsjahr für uns alle so deutlich gewordene Spitzenposition Ihres Unternehmens mit seiner sehr hohen Bedeutung für

den Wirtschaftsstandort Deutschland. Wir haben mit einer herausragenden Mannschaftsleistung allen Widerständen getrotzt, und es macht uns Freude, mit und für ein so großartiges und sehr engagiertes Team zu arbeiten.

Wir haben mit einer herausragenden Mannschaftsleistung allen Widerständen getrotzt.

Der Erfolg Ihres Unternehmens, meine Damen und Herren, steht und fällt mit der Leistungsfähigkeit unserer Führungskräfte und ihrer Mitarbeiter. Da muss uns dann auch nicht bange sein, denn wir verfügen über eine krisenprobierte, starke und in der Industrie anerkannte Führungsmannschaft mit gut ausgebildeten und engagierten Mitarbeitern. Ich möchte an dieser Stelle unseren 90.000 Mitarbeitern weltweit, allen Lufthansa-Seatens, im Namen des Vorstands und des Aufsichtsrats für ihre Arbeit danken. Ich

denke, meine Damen und Herren, dies erfolgt auch in Ihrem Namen.

Bevor ich nun zum abgelaufenen Geschäftsjahr komme, möchte ich Ihnen drei Botschaften mitgeben, die mir wichtig erscheinen.

1. Ihr Unternehmen hat Zukunftspotenzial. Es hat großes Zukunftspotenzial, denn der Bedarf an Mobilität ist groß, und er wird auch weiter steigen. Damit steigt auch die Nachfrage nach den Produkten Ihres Konzerns.

2. Ihr Unternehmen ist gut aufgestellt und bestens gerüstet für künftige Herausforderungen, denn unsere Finanzbasis ist solide. Die Marke Lufthansa ist stark wie nie, und wir verfügen, wie ich schon gesagt habe, über ein schlagkräftiges Team, das weiß, wo man den Hebel anzusetzen hat.

3. Die strategische Positionierung unseres Unternehmens zeigt Wirkung. Die Grundsätze, die wir uns festgeschrieben haben, haben Bestand. Dazu gehören unter anderem: Gewinn hat Vorrang vor Umsatz. Gewinn hat Vorrang vor Marktanteilen. Wir sparen, um zu wachsen, und nicht umge-

kehrt. Wir wollen wachsen, und zwar profitabel. Riskante Manöver und Schlagzeilen sind nicht unsere Sache. Die überlassen wir Dritten.

**Das Unternehmen ist
gut aufgestellt und bestens
gerüstet für künftige
Herausforderungen,
denn unsere Finanzbasis
ist solide.**

Meine Damen und Herren, es kommt uns eben nicht nur auf das absolute Ergebnis an, sondern es kommt uns auch auf die Qualität des erzielten Ergebnisses an. Erfolg – das wissen wir alle – hat ein sehr kurzes Verfallsdatum. Deshalb sind für uns der wirtschaftliche Erfolg und die im Unternehmen verankerten Werte zusammen das Entscheidende für die nachhaltige Entwicklung Ihres Unternehmens. Das werden wir auch in der Zukunft beherzigen. Und damit bin ich schon mitten im Geschäftsjahr 2005.

Meine Damen und Herren, das zurückliegende Jahr war nicht nur unser Jubiläumsjahr. Einige sagen sogar, es war ein bisschen ein Jubeljahr. Ich persönlich und der Vorstand sind diesbezüglich etwas zurückhaltend, auch wenn wir über das froh sein dürfen, was wir erreicht haben. Es war ein wirtschaftlich erfolgreiches Jahr, denn wir haben das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr erneut deutlich verbessert. Der operative Gewinn für 2005 beläuft sich auf 577 Millionen €. Das ist eine Steigerung um mehr als 50 Prozent.

Die Airline hat ihre Kapazität um 2,5 Prozent aufgestockt und dabei gleichzeitig den Sitzladefaktor um 1 Prozentpunkt auf 75 Prozent im Jahresdurchschnitt gesteigert. Es war das Jahr der Rekordzahlen bei Flugpassagieren. Es gab Rekordzahlen bei der Auslastung und auch Höchstwerte bei der Kundenzufriedenheit. Alle Geschäftsfelder haben in diesem Jahr gepunktet.

Dass der hohe Ölpreis unsere Gewinnchancen um ca. 840 Millionen €

geschmälert hat, schmerzt natürlich. Erfreulich ist dabei aber, dass uns selbst diese enorme Belastung nicht im Kern erschüttert hat. Denn wir hatten vorgesorgt. Wir sind robuster geworden und konnten dabei sogar noch einiges voranbringen. Wir sind wendiger geworden und haben die Weichen für zukünftiges Wachstum gestellt. Dabei ist unsere Finanzbasis noch stärker geworden. Das Eigenkapital ist um 500 Millionen € gewachsen. Es beträgt 4,5 Milliarden €. Die wirtschaftliche Solidität und das Augenmaß, das wir mit Weitblick anwenden, werden uns auch in Zukunft

**Der operative
Gewinn für 2005 beläuft
sich auf 577 Millionen €.
Das ist eine Steigerung
um mehr als 50 Prozent.**

begleiten, insbesondere, weil wir sicherstellen wollen, dass wir das erzielte Investment-Grade-Rating halten möchten. Das ist ein in der Finanzbranche wichtiger Vertrauensbeweis, der weltweit nur drei Airlines zuteil wird. In Europa sind wir die einzigen.

Der Aktienkurs geht endlich in die richtige Richtung. Er ist in 2005 um 18,6 Prozent gestiegen und entwickelt sich auch in 2006 weiter erfreulich nach oben. Das Vertrauen der Kunden haben wir uns erarbeitet. Das Vertrauen des Kapitalmarktes wollen wir weiter stärken. Wir wollen zeigen, dass auf uns Verlass ist. Es gibt durchaus Kurspotenzial nach oben. Lufthansa ist eben Lufthansa und nicht pauschal mit dem Sektor zu vergleichen.

Wir haben auch im letzten Jahr unsere Sparziele, die sehr ehrgeizig waren, alle erreicht. Aber wir sparen nicht nur – wir investieren auch, und zwar 1. in Preiselastizität, zum Leidwesen unserer Wettbewerber, 2. in attraktive Produkte, auch zur Freude unserer Kunden und unserer Mitarbeiter, und drittens, wie Sie gesehen haben, in die Dividende, zur Freude unserer Investoren. In 2005 ist diese Rechnung gut aufgegangen.

51,3 Millionen Kunden sind letztes Jahr mit uns geflogen. Die Vorjahres-Rekordzahlen wurden damit nochmals übertroffen. Für unsere Qualitäts- und Innovationsoffensive gibt es noch Spielraum. Wir haben schon im letzten Jahr diverse Industriepreise

**Wir haben auch im letzten
Jahr unsere Sparziele, die
sehr ehrgeizig waren,
alle erreicht.**

dafür erhalten. Der Kundenzufriedenheitsindex hat ein Rekordniveau erreicht, obwohl wir intern wissen, dass wir noch Schwächen haben und auch hier noch zulegen müssen.

Unser Konzept des Vollsortiment-Angebots geht auf. Die Strategie ist einfach. Sie lautet: individueller Service, individuelle Angebote, passgenau für jeden Anlass.

Die Kunden loben unsere Business-Class. Sie sind von dem First-Class-Service begeistert. Die Zahlen zeigen, dass diese Premium-Produkt-Strategie richtig ist. Im letzten Jahr konnten wir 20 Prozent mehr Kunden in der First-Class begrüßen.

Mit dem Lufthansa Private Jet Service, ein einmaliges Angebot auf dem ganzen Globus, haben wir unser à-la-carte-Flugangebot weiter nach oben abrunden können. Die Kundenresonanz ist über Erwarten positiv.

Aber Lufthansa ist nicht nur gut – sie ist auch preiswert. Die „Schnäppchen- und Schnuppertarife“ kommen sehr gut an. Mit Lufthansa „Better Fly“ für 99 € durch ganz Europa, das zieht bei den Kunden. Es ist wichtig für uns, und es ist Bestandteil unserer Strategie, neue und zusätzliche Kunden über diesen Weg für uns zu gewinnen. Der Kranich zeigt Biss, wenn Sie so wollen!

Zugegeben: Der Wettbewerb beflügelt uns auch hier; das ist gut so. Wir stellen uns jeder Konkurrenz und möchten darüber hinaus zusätzliches Wachstumspotenzial in allen unseren Segmenten abschöpfen.

Auch mit der Qualitätsoffensive wird es weitergehen, z. B. in diesem Jahr durch die Ausstattung unserer Kontinentalflotte mit neuen, besseren und bequemeren Sitzen.

Die Erfolge zeigen sich auch mit Blick auf unsere drei Drehscheiben, nämlich Frankfurt, München und Zürich. Wir konnten sie im letzten Jahr zu den pünktlichsten Drehscheiben Europas entwickeln. Das muss so bleiben, denn es ist der wichtigste Dienst am Kunden.

Meine Damen und Herren, Herr Weber hat schon das Zusammengehen mit SWISS angesprochen. Ich denke, es war die wichtigste strategische Entscheidung des letzten Jahres. Seit Juli 2005 hält Lufthansa mittelbar 49 Prozent der SWISS-Aktien. Mit der vollständigen Übernahme der SWISS können wir frühestens Ende 2006 rechnen, nach Erhalt wesentlicher Verkehrsrechte. Aber wir sind hier sehr gut unterwegs.

Ich denke, das Zusammengehen mit SWISS war die wichtigste strategische Entscheidung des Jahres.

SWISS arbeitet mit Hochdruck und mit großem Erfolg an der Umsetzung ihres Restrukturierungsprogramms. Unsere Erwartungen werden auf ganzer Linie erfüllt oder übererfüllt. Und, wie das Chart hinter mir zeigt, sind wir schneller und umfangreicher unterwegs, als wir es ursprünglich gemeinsam geplant hatten. Alles in allem sind wir zufrieden. Die SWISS will den Break Even, nämlich die schwarze Null, in diesem Jahr bereits erreichen.

Auch die Kundenresonanz ist positiv. Die Vorteile des erweiterten und integrierten Netzwerkes werden von den Kunden erkannt. Sie schätzen den Schulterchluss und die dabei bewahrte Eigenständigkeit zweier Qualitätsmarken. Hierfür danken wir Christoph Franz und seinem ganzen

Team und bitten, auf diesem Weg weiterzumachen.

Auch unser Engagement in der Star Alliance bleibt strategischer Bestandteil der Unternehmenspolitik. Wir haben im April den offiziellen Beitritt von SWISS und South African Airways in die Star Alliance feiern dürfen. In der letzten Woche erfolgte die Vertragsunterzeichnung mit Shanghai Airlines, die ebenfalls auf Initiative von Lufthansa in unsere Allianz eintreten wird. Schon heute startet alle 5 Sekunden ein Star-Alliance-Flugzeug irgendwo auf diesem Globus. Wir bleiben damit die Nummer 1 unter den Allianzen.

Schon heute startet alle 5 Sekunden ein Star- Alliance-Flugzeug irgend- wo auf diesem Globus.

Meine Damen und Herren, von zentraler Bedeutung für profitables Wachstum ist es, dass wir die Marktchancen gut und rechtzeitig einschätzen. Dazu schärfen wir bei unseren Mitarbeitern die Sensibilität für Kundenwünsche. Deshalb evaluieren wir auch akribisch Wachstumschancen und suchen nach neuen Quellen für Bedarf. Deshalb versuchen wir frühzeitig, Trends auszumachen. Deshalb fördern wir das Qualitätsverständnis und die Innovationskraft in allen Teilen des Unternehmens. Letzteres verstehen wir als Baustein für eine nachhaltige Strategie zur Entwicklung des Konzerns.

Operative Risiken versuchen wir systematisch auszuschalten. So schaffen wir Vertrauen bei Ihnen, bei den Mitarbeitern, bei den Kunden und bei unseren Geschäftspartnern.

Meine Damen und Herren, aber nicht nur die Airlines, sondern alle Geschäftsfelder haben in 2005 gut und erfolgreich gearbeitet. Alle haben gepunktet. Alle haben sich 2005 auf den jeweiligen Kern, auf ihre Kompetenzen und auf die Rentabilität konzentriert – mit Erfolg, wie wir sehen. Alle Geschäftsfelder weisen einen

operativen Gewinn aus. Alle Geschäftsfelder haben ihre Kundenbasis ausbauen können. Alle Geschäftsfelder haben neue Produkte auf den Weg gebracht, die für zukünftiges Wachstum sorgen werden.

Alle Geschäftsfelder weisen einen operativen Gewinn aus. Alle Geschäftsfelder haben ihre Kundenbasis ausbauen können.

Und ganz besonders erfreulich war das Jahr für Thomas Cook und LSG Sky Chefs. Es war das Jahr des Turnarounds für beide Geschäftsfelder.

Zunächst zur Lufthansa Cargo. Sie ist schlagkräftiger und qualitativ besser geworden. Sie optimiert ihr Netz und die Produkte. Sie verschlankt ihre Organisation weiter. Die Unternehmenszahlen haben sich erfreulich entwickelt, und das trotz schwieriger Wettbewerbsbedingungen. Bei nahezu unverändertem Frachtaufkommen konnten in 2005 die Erlöse aus Verkehrsleistungen um 10 Prozent erhöht werden. Das Ergebnis wurde zu einem großen Teil durch strikte Kostenkontrolle ermöglicht.

Die Cargo ist im Wachstumsmarkt Asien gut aufgestellt. Als erste ausländische Gesellschaft ist sie in China ein Joint Venture mit einem lokalen Partner eingegangen. Die Frachtairline „Jade Cargo International“ bietet exzellente Perspektiven für die Zukunft. Zwei Boeing 747-Frachter werden ab Mitte des Jahres den Flugbetrieb aufnehmen, vier weitere Maschinen dieses Typs sind bestellt.

An dieser Stelle geht unser Dank an Jean Peter Jansen, der über Jahre und in schwierigen Zeiten das Unternehmen sehr konsequent und erfolgreich geführt hat. Er möge seinen Ruhestand genießen.

Ich darf, wie Herr Weber es auch schon gemacht hat, Herrn Gemkow, der bislang für das Ressort Finanzen/Personal bei der LCAG zuständig war und der nun in den Konzernvor-

stand aufrückt, für seine kluge und umsichtige Arbeit bei der Lufthansa Fracht danken. Seinem Nachfolger Herrn Dr. Busch wünschen wir die nötige Fortune. Wir wissen, er kann es. Er hat das Rüstzeug für diese neue Aufgabe; da sind wir sicher.

Die Lufthansa Cargo ist schlagkräftiger und qualitativ besser geworden.

Ich begrüße als Neuzugang im Cargo-Vorstandsteam auch Herrn Karl-Heinz Köpfle, der bereits in früheren Jahren mit Wilhelm Althen bei German Cargo seine Sporen verdient hat und dann seine langjährigen Erfahrungen als Chef der CityLine gewonnen hat.

Kommissarisch wird die Lufthansa Cargo AG von meinem Kollegen im Vorstand, Stefan Lauer, begleitet. Wir wissen, die Cargo ist für ihn nicht nur ein Geschäft, sondern eine Herzenssache. Ich denke, das Unternehmen ist in seinen Händen sehr gut geführt.

Nun zur Lufthansa Technik, meine Damen und Herren. Im vergangenen Jahr hat sie ihr operatives Ergebnis um 26 Prozent steigern können. Sie hat 350 neue Kunden für sich gewinnen können. Ich denke, die Zahlen sprechen schon für sich. Lufthansa Technik hat zahlreiche interessante Neukunden hinzugewonnen und hat damit nicht nur den Außenumsatz steigern können, sondern sie sorgt damit auch für eine neue Basis für künftiges Wachstum.

Um die Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig sichern zu können, sollen mit dem Programm „Perspektiven Technik“ bis zum Jahr 2007 Einsparungen und Verbesserungen in Höhe von 240 Millionen € realisiert werden.

Auch durch Joint Ventures erschließt die Lufthansa Technik neue Märkte, so z. B. mit Rolls Royce in Thüringen. Hier entsteht ein neues Zentrum für die Instandhaltung moderner Stahltriebwerke. Wir haben

uns sehr bewusst für Thüringen entschieden. Wir wollten ein Zeichen setzen; wir wollten zeigen, dass es möglich ist, auch in Deutschland zu investieren und damit Geld zu verdienen. Wenn alle mitziehen, wie es in diesem Fall bisher geschehen ist, dann sind wir auch sehr optimistisch, dass wir damit Recht haben werden.

Ein anderes zukunftsträchtiges Joint Venture zur Geräteversorgung der großen Flugzeuge, nämlich der A380, hat Lufthansa Technik mit Air France Industries geschlossen. Dieses Unternehmen hat seinen Sitz in Hamburg. Die Lufthansa Technik ist gut

Die Lufthansa Technik hat im vergangenen Jahr ihr operatives Ergebnis um 26 Prozent steigern können.

positioniert, denn sie ist breit aufgestellt und hat beste Voraussetzungen, um auch künftig im Wettbewerb ihre Spitzenposition zu verteidigen. Um dies nachhaltig zu sichern, wird sie ihre Kosten, wie ich schon gesagt habe, weiter senken. Man sagt bei uns im Hause: Man muss das Dach decken, solange die Sonne scheint.

Viel Positives gibt es über die LSG Sky Chefs zu berichten. Damit meine ich nicht nur die 1 Million Mahlzeiten, die LSG Sky Chefs täglich an 270 Airlines ausliefert. Damit meine ich vor allem die Trendwende. Meine Damen und Herren, sie ist geschafft. Die Fokussierung auf den Kern, die schmerzliche Schließung und Konsolidierung von Betrieben in den USA sowie der Abbau von Overhead zeigen Wirkung. Die Gruppe konnte in 2005 wieder ein positives operatives Ergebnis erwirtschaften. Nach Jahren der Krise und Stagnation sehen wir wieder Wachstumschancen, speziell in der Region Europa und Asien.

Das alles war ein gewaltiger Kraftakt der neuen Führung. Dafür möchte ich dem Vorstand der LSG unter der Leitung von Walter Gehl, allen seinen Mitarbeitern und auch den Vertretern

der Gewerkschaften ausdrücklich danken. Die Eingriffe waren zwingend; das Ergebnis gibt uns Recht. Ich bitte darum, hier auf diesem Pfad weiterzumachen.

Thomas Cook ist nach vier Verlustjahren in die Gewinnzone zurückgekehrt.

Eine ähnliche Entwicklung wie bei LSG finden wir auch bei Thomas Cook. Thomas Cook hat die Sanierung erfolgreich abgeschlossen. Das Unternehmen ist nach vier Verlustjahren in die Gewinnzone zurückgekehrt. Das Ergebnis konnte insgesamt um 281 Millionen € verbessert werden. Die Gruppe steht wirtschaftlich wieder auf soliden Füßen, auch deshalb, weil sich Thomas Cook auf das Wesentliche konzentriert hat. Randaktivitäten wie die Clubmarke Aldiana oder die Wechselstuben in Indien wurden verkauft. Der Konzern fokussiert sich nun auf die Segmente Reiseveranstalter, Vertrieb und Fluggesellschaften.

Condor, der sympathische Ferienflieger, wurde im vergangenen Monat 50 Jahre alt und hat zu Recht gefeiert, denn nach harten und schwierigen Sanierungsjahren fliegt Condor wieder im Aufwind. Auch hier möchte ich Dank sagen an das Management, an Herrn Beeser für Thomas Cook und an Herrn Teckentrup für die Condor, und auch an alle Mitarbeiter des Konzerns, die mit großem Einsatz den Turnaround des Unternehmens gemeistert haben. Jetzt gilt es, den Kurs zu halten.

Meine Damen und Herren, auch für das sechste Geschäftsfeld des Konzerns, die kleine, aber feine Gesellschaft Lufthansa Systems, also der Bereich, der IT-Dienstleistungen weltweit anbietet, war es ein gutes Jahr. Wettbewerbsfähigkeit ist in diesem Segment in jeder Stunde wichtig. Sie hat sich gut positioniert und hat sich weltweit als Vollsortimenter für Informationstechnologie für die Luft-

fahrtbranche positioniert. Die Systems schafft Voraussetzungen für weiteres Wachstum durch eine Reihe neuer Produkte, die sie entwickelt hat, wie z. B. das papierlose Cockpit.

Auslandsaktivitäten wie das Joint Venture mit Garuda in Indonesien oder der Ausbau von Produktionsstandorten in Ungarn und Polen belegen die Dynamik dieses Unternehmens, belegen die Attraktivität und die Zukunftsfähigkeit des IT-Hauses bei Lufthansa.

Lufthansa Systems hat sich weltweit als Vollsortimenter für Informationstechnologie für die Luftfahrtbranche positioniert.

Systems wurde vor wenigen Wochen in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Damit tragen wir, meine Damen und Herren – auch in der externen Wahrnehmung – der gestiegenen Bedeutung und der Beständigkeit dieses Geschäftsfelds Rechnung. Auch hier wünsche ich Herrn Gohde und seiner ganzen Mannschaft, dass sie an dem Kurs festhalten.

Alles in allem sind wir für 2005 mit der Entwicklung der Ergebnisse aller Geschäftsfelder zufrieden. Aber es ist gar keine Frage, dass wir hier in den kommenden Jahren noch gezielt zulegen können und dies auch tun werden, meine Damen und Herren.

Wir sind als Luftfahrtkonzern global aufgestellt. Die Welt ändert sich täglich, und mit ihr die Anforderungen an unser Unternehmen. Darauf stellen wir uns ein. Ausgangspunkt und Ziel aller Überlegungen bei der Entwicklung Ihres Unternehmens und seiner vielfältigen Produkte bleibt der Kunde. Aber das alleine reicht nicht. Globaler Erfolg entsteht hier im Heimatmarkt. Deshalb sind wir auf verlässliche Rahmenbedingungen am Standort Deutschland und im Heimatmarkt Europa angewiesen. Hier, meine Damen und Herren, liegt einiges im Argen. Wir müssen auf verän-

derte Rahmenbedingungen pochen, und zwar sowohl in Berlin als auch in Brüssel.

Worunter die Luftfahrt besonders leidet, ist die Genehmigungs- und auch Belastungsbürokratie, die nicht abnimmt. Was meine ich damit? Der Luftverkehr wächst. Wir wollen, dass dieses Wachstum mit uns hier am Standort Deutschland stattfindet. Denn das schafft Arbeitsplätze und generiert Werte. Dazu brauchen wir eine ausreichende Infrastruktur und unter anderem eben die zusätzliche Start- und Landebahn in München bzw. Landebahn in Frankfurt.

Die Genehmigungsverfahren ziehen sich über Jahre, ja Jahrzehnte hin. Sie kosten Zeit, sie kosten Geld, sie kosten Nerven. Das schadet dem Standort Deutschland und bremst die Entwicklung unseres Unternehmens, liebe Aktionäre.

Worunter die Luftfahrt besonders leidet, ist die Genehmigungs- und auch Belastungsbürokratie, die nicht abnimmt.

Während wir Anhörungshallen aufstellen, werden in Dubai Großflughäfen gebaut. Der Ausbau des dortigen Großflughafens auf eine Kapazität von 60 Millionen Passagieren ist noch gar nicht abgeschlossen, da wird schon der Beton für den nächsten Großflughafen in der Wüste ange-rührt. Dieser soll dann die doppelte Kapazität des heutigen Flughafens Frankfurt haben.

Hier in Deutschland hingegen stoßen wir immer wieder auf Investitionshürden und hausgemachte Wachstumsbremsen. Wir können die Chancen, die sich uns bieten, nicht umfassend nutzen.

Wenn Fraport allein für das Verfahrensmanagement ihres Ausbauvorhabens ca. 150 Millionen € ausgeben muss – dafür kann man anderswo eine halbe Startbahn bauen –, dann benachteiligt das nicht nur den Flug-

hafen, sondern auch seinen Homecarrier.

Wer, wie Fraport, dann noch 25 Millionen € Beraterhonorare zahlen muss, einen Saal für die Anhörung zum Ausbau mieten muss, für den sie 3,5 Millionen € ausgibt und der alleine für die Druckkosten für die Unterlagen zur Planfeststellung 6 Millionen € ausgeben muss, der wird es im internationalen Wettbewerb nicht leicht, sondern schwer haben.

Oder wenn, meine Damen und Herren – wie in Berlin –, nun endlich die Zusammenlegung der drei Flughäfen Tegel, Tempelhof und Schönefeld zum Großflughafen BBI in Brandenburg dazu führt, dass im Gegenzug die Betriebsöffnungszeiten gekappt werden, dann berauben wir uns damit von vornherein entscheidender Zukunftschancen. Dies muss deutlich gemacht werden.

Meine Damen und Herren, auch wenn es einige nicht wahrhaben wollen: Luftverkehr ist das ökonomischste und auch das ökologische Transportmittel für Distanzen über 400 km. Und es ist ohne Zweifel auch das zukunftsorientierteste Transportmittel, das es gibt. 3 km Schienen oder 3 km Autobahn bringen Sie exakt 3 km weit. Eine 3 km Startbahn bringt Sie in die ganze Welt.

Luftverkehr ist ohne Zweifel auch das zukunftsorientierteste Transportmittel, das es gibt.

Zum Treibstoffverbrauch: Das 3-Liter-Flugzeug fliegt bereits; es wird in Europa gebaut. Der Lärmteppich ist geschrumpft auf das Areal des Flughafens und seines unmittelbaren Umfelds. Und die Technik hält schon weitere Fortschritte bereit. Wir werden noch leisere Flugzeuge bekommen und sind noch lange nicht am Ende der technischen Möglichkeiten.

Meine Damen und Herren, manchmal besteht der Eindruck, als wäre Luftfahrt etwas für Eliten. Das ist

aber Schnee von vorgestern. Heute reicht Luftfahrt in alle Schichten der Bevölkerung. Sie ist essentiell für unsere Volkswirtschaft. Deshalb müssen wir die Luftfahrt fördern, wir dürfen sie nicht behindern oder sie sogar Dritten überlassen. Die Frage ist: Wollen wir Europa an die Welt anbinden, oder wollen wir, dass Europa von außen angebunden wird? Wir brauchen einen Strukturwandel und eine moderne Haltung der Politik-Entscheider in Brüssel und in Berlin.

Manchmal besteht der Eindruck, als wäre Luftfahrt etwas für Eliten. Das ist aber Schnee von vorgestern.

Weshalb leisten wir uns 59 Flugsicherungen in Europa, wenn zwei genügen? Weshalb versucht man, unsere Industrie immer wieder mit neuen Steuern zu belegen, obwohl wir durch Gebühren unsere Infrastruktur schon überbezahlen? Weshalb denkt man über Ticket-Taxes nach, um die Entwicklungsfonds aufzufüllen, obwohl gerade die Luftfahrt den ärmsten Ländern wichtige Impulse gibt und sich diese Entwicklungsländer sogar gegen diese Sondersteuer aussprechen? Weshalb müssen Fluggäste für ihre Sicherheitskontrollen selber bezahlen, während Demonstranten kostenlos umsorgt werden?

Meine Damen und Herren, es scheint eher so, als ob man die Chancen durch unsere Industrie völlig unterschätzt. Diese deutlich zu machen, ist Aufgabe des Unternehmens, ist Aufgabe jedes Mitarbeiters und ist Aufgabe des Vorstands und der Führer in unserer Industrie. Ich hoffe, dass unser Engagement, das wir hier verstärkt haben, keine wertschöpfungsfreie Übung bleibt.

Deutschland braucht mehr Mut, mehr Weitblick, mehr Geschwindigkeit und mehr Veränderungsbereitschaft.

Dass dies nicht einfach geht, das wissen wir und sehen es auch im ei-

genen Unternehmen. Aber dass es geht, sehen wir auch im eigenen Unternehmen, und wir wissen, die Anstrengungen lohnen sich.

Deutschland braucht mehr Mut, mehr Weitblick, mehr Geschwindigkeit und mehr Veränderungsbereitschaft.

Ab und zu keimt Hoffnung auf: Der Aviation Summit letzte Woche in Salzburg lässt hoffen, dass die EU-Kommission unsere Industrie stärker wahrnimmt und dass sie die Chancen für Europa erkennt. Und gerade habe ich auch erlebt, wie es in Thüringen sehr unbürokratisch zu Entscheidungen gekommen ist. Wir haben Anfang Mai den Grundstein gelegt für das bereits erwähnte Gemeinschaftsprojekt zwischen Rolls Royce und Lufthansa. Von der Vertragsunterzeichnung bis zur Grundsteinlegung, bei der übrigens der Keller schon fertig war, ist gerade mal ein Jahr ins Land gegangen. Ich finde, das ist sensationell, denn dort entstehen 500 Arbeitsplätze. Man hat sich dafür auch kräftig eingesetzt.

Die ersten 70 Mitarbeiter, die wir rekrutiert haben und die heute in der Schulung sind, stießen auf 6.000 Bewerber. Wir haben hier Potenzial an qualifizierten Mitarbeitern, die wir nur dann nutzen können, wenn wir auch die Rahmenbedingungen für die Luftfahrt stärken.

Wenn wir in Deutschland von solchen Vorgängen lernen, dann ist mir auch nicht bange, dass wir und die Wirtschaft wachsen können.

Meine Damen und Herren, gestatten Sie mir jetzt auch ein paar persönliche Worte an Herrn Dr. Kley, der, wie Herr Weber schon gesagt hat, heute seine letzte Hauptversammlung als Vorstand mit Ihnen hält. Er wird uns als Aktionär – so denke ich, Herr Dr. Kley – treu bleiben und dann vielleicht auch völlig entspannt an künftigen Hauptversammlungen teilnehmen.

Ich möchte Ihnen, lieber Herr Dr. Kley, sehr herzlich danken, danken für Ihre umsichtige und sehr kollegiale Art, für den Mut, den Sie hatten, kritische Dinge anzusprechen, für den Umstand, dass auf Sie immer Verlass war, und für Ihre offene und direkte Art. Ihre klaren Meinungsäußerungen im Vorstand waren sehr hilfreich, und Sie haben auch die Zusammenarbeit gefördert.

Wie es sich für einen guten CFO gehört, haben Sie die Interessen des Kapitalmarktes immer vorangestellt. Sie hatten Ideen, Sie haben uns ein Stück Modernität gegeben, und Sie hinterlassen ein gut bestelltes Ressort. Auch dafür unseren Dank.

Ich weiß, dass Ihnen diese Entscheidung des Abschieds nicht leicht gefallen ist. Das ist auch gut so; das spricht für unser Unternehmen und auch für Sie. Geholfen hat Ihnen bei dieser Entscheidung, dass Sie die Arbeit, Ihre Arbeit, in die Hände eines bewährten Nachfolgers, den Sie in jahrelanger persönlicher Zusammenarbeit kennen gelernt haben und sehr schätzen, legen dürfen.

Lufthansa wird den Erfolgskurs halten. Wir sind dafür bestens gerüstet.

Herr Weber hat es schon gesagt: Herr Gemkow kommt aus unserem Haus. Er hat diverse Führungspositionen innegehabt. Er kennt den Konzern, und wir freuen uns auf diese Zusammenarbeit.

Lieber Herr Dr. Kley, Sie haben dem Unternehmen nicht nur etwas gegeben, sondern Sie nehmen auch Erkenntnisse mit. Die wesentlichste aus meiner Sicht, die Sie mitnehmen müssen, ist die, dass ein Kernerfolgskriterium für die Wirtschaft Mobilität heißt. Deswegen wünschen wir, dass Sie das auch in Ihr neues Haus mitnehmen und dass das Haus dann auch Großkunde der Lufthansa wird und sehr viele Meilen bei uns sammeln wird.

Ich finde, die Pharmaindustrie muss viel globaler arbeiten.

Als Kollege gehen Sie, als Kunde kommen Sie – adé und willkommen an Bord!

Nach den Passagier-Rekordzahlen des letzten Jahres konnten wir auch im ersten Quartal 2006 noch einmal zulegen.

Meine Damen und Herren, wie wird es weitergehen? Lufthansa wird ihren Erfolgskurs halten. Wir sind dafür bestens gerüstet. Wir können auf Veränderungen reagieren, und wir wissen, dass mir mit der nötigen Erfahrung und mit der nötigen Flexibilität Dinge, die auf uns zukommen, bewältigen werden. Wir setzen auf beides, auf Tradition und auf Neuerungen. Wir haben gelernt, die unterschiedlichsten Werkzeuge gezielt ein-

zusetzen, um Kurs halten zu können, denn das oberste Ziel bleibt, Perspektiven für Sie zu schaffen und profitabel zu wachsen. Dies wollen wir tun durch neue Strecken und zusätzliche Frequenzen. Dies wollen wir tun durch neue Produkte in allen Geschäftsfeldern. Dies wollen wir auch tun durch Zukauf wie im Falle Fraport oder der SWISS, oder Ergänzungen durch unsere Partner aus der Allianz. Last but not least wollen wir das auch durch Joint Ventures tun wie im Falle N3 in Thüringen oder von Jade Cargo im Süden Chinas.

Meine Damen und Herren, für 2006 haben wir uns wieder ehrgeizige Ziele gesetzt. Nach den Passagier-Rekordzahlen des letzten Jahres konnten wir auch im ersten Quartal 2006 noch einmal zulegen. Das Umfeld im April deutet weiterhin darauf hin, dass wir optimistisch für den Verlauf des Geschäftsjahres gestimmt sein dürfen.

Wir wollen trotz dramatischen Gegenwindes insbesondere auf dem Treibstoffsektor und trotz harten Wettbewerbs mindestens unser Vorjahresergebnis erreichen. Und es soll noch mehr kommen, denn unser Ziel, ein operatives Ergebnis von 1 Milliarde € im Jahr 2008 zu erzielen, steht fest. Wir werden durch eine grundsolide Arbeit auch künftig Ihr Vertrauen rechtfertigen. Darauf dürfen Sie bauen.

Unser Ziel, ein operatives Ergebnis von 1 Milliarde € im Jahr 2008 zu erzielen, steht fest.

Meine Damen und Herren, liebe Aktionäre, ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit. Ich freue mich schon jetzt auf Ihre Fragen und bitte Sie um Zustimmung zu den Anträgen der Verwaltung. Bleiben Sie uns gewogen!

