



## Wolfgang Mayrhuber

Vorstandsvorsitzender  
der Deutschen Lufthansa AG  
in der Hauptversammlung am 18. April 2007

Guten Morgen, meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Aktionäre!

Herzlich Willkommen zur Hauptversammlung der Deutschen Lufthansa AG hier im ICC in Berlin. Einen schönen guten Morgen auch an unsere Aktionäre, die via Internet zugeschaltet sind.

Wir freuen uns, nach 7 Jahren wieder einmal eine Hauptversammlung hier in dieser großartigen Stadt abzuhalten. Berlin ist immer eine Reise wert. Für Lufthansa gilt das im Besonderen. Denn hier, mitten in Berlin, steht die Wiege unseres Kranichs. Hier hat er das Fliegen gelernt, und hier hat er sich inzwischen ein ziemlich großes Nest gebaut.

▷ Lufthansa hat hier in Berlin-Brandenburg seit der Wiedervereinigung mehr als 5.000 Arbeitsplätze geschaffen.

▷ Wir gehören zu den größten privaten Arbeitgebern in dieser Region und sind mit allen Geschäftsfeldern des Konzerns hier vertreten.

▷ Wir verbinden Berlin-Brandenburg mit Europa und der Welt. Pro Woche wickeln wir heute zusammen mit unseren Partnern mehr als 800 Flüge ab, und die Zahl wird auch in den nächsten Jahren stetig steigen.

▷ Und mit Berlin-Brandenburg International (BBI), dem neuen Großflughafen, wird Berlin noch attraktiver für Gäste aus aller Welt und auch für Lufthansa.

Zurück zu unserem Kranich. Heute, im stolzen Alter von 81 Jahren ist Ihr Kranich, meine Damen und Herren, kräftiger, größer und schneller denn je. Er ist heute beides – erfahren und neugierig, er ist zielstrebig ohne zu riskieren, er hat Ausdauer und ein Gespür für neue Brutstätten. Er wirkt jung, will hoch hinaus, und er erfreut sich einer außergewöhnlichen Beliebtheit – gleichermaßen bei Kunden, bei Aktionären, bei Mitarbeitern und bei den Berlinern. Der Berliner Bär und der Lufthansa Kranich – zwei echte Typen – einzigartig und klasse! Und der Kranich hat in

2006 ein bärenstarkes Ergebnis abgeliefert.

Und damit komme ich zum *Geschäftsjahr 2006*.

Meine Damen und Herren,

das vergangene Jahr war ein gutes Jahr für die Luftfahrt. Für Lufthansa war es ein besonders gutes Jahr. Die Lufthanseaten haben wieder einmal unter Beweis gestellt, was eine eingespielte, qualifizierte und hoch motivierte Mannschaft zu leisten vermag. Es macht Freude, in diesem Umfeld zu arbeiten, in einer Industrie, die so wichtig und spannend ist.

Und es macht Freude, mit Menschen zu arbeiten, die mit großer Begeisterung dabei sind und Verantwortung tragen und das Unternehmen voranbringen, um Sie und unsere Kunden in den Bann zu ziehen und den Traum vom Fliegen immer mehr Menschen zu ermöglichen.

Bevor ich nun zu den Zahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres komme, möchte ich mit einer Zusammenfassung der guten Nachrichten starten.

1. Der Umsatz wächst, wir haben die Kosten im Griff.
2. Der Gewinn steigt, so auch der Aktienkurs und die Dividende – die konsequente Fortführung unserer Strategie trägt Früchte.
3. Die Zahl der Fluggäste ist wieder auf Rekordniveau gestiegen. Das gilt auch für den Kundenzufriedenheits-Index – die Serviceoffensive zahlt sich aus.
4. Wir schaffen Arbeitsplätze, gewinnen neue Geschäftspartner und investieren in Nachhaltigkeit sowie in bessere Produkte und in künftige Wachstumsmärkte – wir tun etwas für die Weiterentwicklung von Lufthansa und für den Standort Deutschland.
5. Wir haben die Chancen im Markt sehr gut genutzt und durch Erneuerung und Ausbau unserer Flotte den Grundstein für weiteres Wachstum gelegt. Also nicht nur das Ergebnis ist stimmig, auch Weichen für die Zukunft wurden gestellt.

Allen Führungskräften, allen Mitarbeitern, die diese Entwicklung mitgetragen haben, möchte ich an dieser Stelle ganz herzlich danken,

- ▷ denn sie haben dazu beigetragen, dass wir Ihnen ein tolles Ergebnis präsentieren können,
- ▷ dass Lufthansa Substanz hat und gut aufgestellt ist,
- ▷ dass wir unsere Chancen im Markt nutzen und als verlässliches Unternehmen Ansehen erringen.

Nun einige *konkrete Zahlen*:

Das Geschäftsjahr 2006 schließen wir mit einem der besten Unternehmensergebnisse unserer Geschichte ab.

- ▷ Der operative Gewinn ist um 46,4% gestiegen und beläuft sich auf 845 Mio. Euro.
- ▷ Das Konzernergebnis ist um 77,3% gestiegen und beträgt 803 Mio. Euro – das ist absoluter Rekord.
- ▷ Auch bei den Passagierzahlen konnten wir wiederum Höchststände verbuchen. 53,4 Mio. Fluggäste schenken uns ihr Vertrauen

und das mit höchsten Kundenzufriedenheitswerten bei Rekordauslastung.

- ▷ Unsere Investitionen betragen 1,9 Mrd. Euro. 53,8% davon sind in die Flottenerneuerung, bzw. den Ausbau der Flotte, geflossen.
- ▷ Diese Investitionen konnten wir aus dem operativen Cashflow bedienen. Er hat erstmalig die 2-Mrd.-Euro-Marke überschritten. Daran sehen Sie: Unsere Finanzbasis ist noch stärker geworden.
- ▷ Die Eigenkapitalquote betrug 25,2%. Wir wirtschaften solide und mit Weitsicht.
- ▷ Auch die Rating Agenturen goutieren unsere Arbeit und geben uns, als einziger europäischer Airline, ein Investment Grade Rating.
- ▷ Besonders wichtig für Sie, liebe Aktionäre, der Aktienkurs hat sich signifikant bewegt. Er ist im vergangenen Geschäftsjahr um 67% gestiegen, und wir sehen da durchaus Luft für eine weitere Entwicklung nach oben.
- ▷ Auch im Arbeitsmarkt stehen wir hoch im Kurs. Für 2.500 neue Stellen haben wir 97.500 Bewerbungen erhalten – ein deutlicher Vertrauensbeweis in die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens. Wir können uns glücklich schätzen, dass wir heute die besten Mitarbeiter auswählen können, denn sie sichern den Erfolg von morgen.

Das alles belegt, dass uns der Kunde, der Kapitalmarkt und die Öffentlichkeit vertraut.

Auch Ihr Vertrauen, liebe Aktionäre, wollen wir honorieren. Es freut mich sehr, dass wir Ihnen – aufgrund der guten Ergebnisse – heute einen Dividendenvorschlag von 70 Cent vorlegen können. Das sind 40% mehr als im vergangenen Jahr!

Meine Damen und Herren, das gute Lufthansa-Ergebnis haben wir in einem verbesserten konjunkturellen Umfeld erzielt. Aber unser Erfolg basiert in sehr viel stärkerem Maße auf eigener Leistung:

- ▷ auf einem erfolgreichen Kostenmanagement aller Organisationseinheiten,
- ▷ auf einer klaren Kundenorientierung aller Mitarbeiter,
- ▷ auf einer soliden Finanzstruktur des Unternehmens, die im Einklang steht mit zukunftsweisenden Investitionen und
- ▷ auf einer Marke Lufthansa, die so stark ist wie nie.

Auf diesen Grundpfeilern werden wir weiter aufbauen. Sie sind die Basis für den langfristigen Erfolg Ihres Unternehmens.

Meine Damen und Herren,

die Zahlen des vergangenen Geschäftsjahres sprechen eine klare Sprache. Alle Geschäftsfelder haben gut und erfolgreich gearbeitet. Alle haben bei Umsatz und Ergebnis zugelegt.

Besonders erfreulich war die Entwicklung im Airlinegeschäft, dem Kern des Konzerns, der *Passage*.

- ▷ Trotz hartem Wettbewerb und hoher Rohölpreise wurde ein hervorragendes Ergebnis erzielt, deutlich besser als im Vorjahr. Umsatz und Ertrag sind gestiegen. Die Verkehrserlöse um + 10,4% auf 15,4 Mrd. Euro. Gleichzeitig wurde die Kostenstruktur nachhaltig verbessert. Unser Motto ist klar – wir sparen um zu wachsen und nicht umgekehrt. Das eröffnet Chancen, denn das Ersparte wird in das Unternehmen reinvestiert. Reinvestiert in Perspektiven – für Kunden, Aktionäre und die Belegschaft.
- ▷ Unser Angebot hat sich weiter verbessert. Wir haben das Streckennetz ausgeweitet: Wir wachsen auf dem Nordatlantik und legen im Wachstumsmarkt Asien weiter zu.
- ▷ Wir haben auch im Heimatmarkt Europa gepunktet. Unser betterFly-Konzept ist gut angekommen und konnte deshalb auf viele europäische Lufthansa Destinationen ausgeweitet werden.
- ▷ Unser Vollsortimenter-Konzept geht auf. Die anfänglichen Skeptiker verstummen, denn die Resonanz der Kunden ist überaus posi-

tiv. Wir bieten individuelle Angebote, individuellen Service – passgenau für jeden Bedarf. Vom 99-Euro-Schnäppchen- und Schnuppertarif über die voll flexible Lufthansa Classic, die komfortable und effiziente Business Class oder das Top Premium Produkt First Class. Und für den Kunden, bei dem Mobilität über allem steht, bieten wir den einzigartigen Lufthansa Private Jet Service, der den Kunden eine völlig freie Gestaltung des Flugplans zu 1.000 Flughäfen in Europa ermöglicht, und das er mit unseren globalen Diensten koppeln kann. Dieser Service wurde über Erwarten gut angenommen, und auch die Zahl der First Class-Gäste ist im letzten Jahr um 14,1% gestiegen.

- ▷ Sparen um zu investieren bleibt eine unserer Devisen. Unser Vorhaben, mittels des Aktionsplans nachhaltig Einsparungen in Höhe von 1,2 Mrd. Euro zu erzielen, haben wir sogar übererfüllt. Sie sehen, meine Damen und Herren, der Kranich zeigt Ausdauer und verfolgt beharrlich seine Ziele – mit Erfolg!
- ▷ Nun zu unserer kleinen Schwester im Süden: Die SWISS hat den Turnaround geschafft. Sie hat an Schlagkraft deutlich gewonnen. Der Blick richtet sich nun auf die Verstärkung des Erfolgskurses und den Ausbau des Angebotes. Die Zusammenarbeit funktioniert auf allen Ebenen bestens. Alles verläuft schneller und reibungsloser als erwartet. Wir sind hoch zufrieden mit der Ergebnisentwicklung bei SWISS. Auch die Kundenresonanz ist überaus positiv. Angebot und Produkte werden weiter an Attraktivität zunehmen. Das Team um Christoph Franz wird den Erfolgskurs fortsetzen. Ja, die Schweizer sind zu Recht wieder stolz auf ihre SWISS. Und wir sind stolz auf unsere SWISS. Es war für alle der richtige Schritt zum richtigen Zeitpunkt.
- ▷ Auch das No-Frill-Segment mit Germanwings als Qualitätsmarke

in diesem Bereich ist erfolgreich unterwegs. Sie hat allein im vergangenen Jahr 11 neue Destinationen aufgenommen und konnte die Zahl der Passagiere um mehr als 31% – auf über 7 Millionen steigern.

Alles in allem sind wir mit der Gesamtentwicklung im Airline-Segment hochzufrieden. Das gilt auch für die Entwicklung der Star Alliance. Im nächsten Monat feiern wir 10-jähriges Gründungsjubiläum dieser ersten, größten und erfolgreichsten strategischen Allianz im Weltluftverkehr. Die *Star Alliance* wächst weiter und mit ihr auch das Netz für unsere Kunden. SWISS und South African sind 2006 beigetreten. Air China, Shanghai Airlines und Turkish Airlines werden in diesem Jahr folgen.

Derzeit fliegen über 400 Millionen Kunden jährlich mit Star Alliance – alle drei Sekunden startet oder landet irgendwo auf dieser Welt ein Flugzeug des Bündnisses. Gemeinsam mit unseren Partnern fliegen wir rund 850 Flughäfen in mehr als 150 Ländern an.

Meine Damen und Herren, Fliegen ist Präzisionsarbeit. Sicherheit und Fortschritt verlangen Liebe zum Detail. Das ist eine unserer Stärken. Deshalb arbeiten wir im Flugbetrieb weiter an technischen Innovationen und operationellen Verbesserungen.

Wir verjüngen die Flotte und wir steuern auf das 3-Liter-Flugzeug zu. Das hilft der Umwelt, und das ist gut für unser Ergebnis. Gezielte Investitionen in werthaltige Assets waren und sind wichtige Weichenstellungen, auch für unser weiteres Wachstum. Wir haben im vergangenen Jahr 62 höchst effiziente Mittel- und Langstreckenflugzeuge bestellt. Diese Modernisierungsoffensive wird dem Unternehmen zusätzlichen Schub geben und uns profitables Wachstum ermöglichen. Wachstum, das nicht auf die Airline allein begrenzt bleibt, sondern in alle Geschäftssegmente abstrahlt. Denn jedes Flugzeug liefert auch immer gleichzeitig Umsatzpotentiale für IT, für LSG, für LCAG und für LHT – also für den gesamten Konzern.

Und damit möchte ich zu den anderen Geschäftsfeldern überleiten.

Zunächst zur Logistik: Die *Lufthansa Cargo* hatte ein gutes Geschäftsjahr. Auslastung und transportierte Frachtmenge sind deutlich gestiegen. Sie hat Netz und Produkte weiter optimiert und trotz harter Wettbewerbsbedingungen die starke operative Leistung des Vorjahres erneut ausbauen können. Unser Frachtgeschäft bleibt auf Erfolgskurs.

Auch im Wachstumsmarkt Asien, wo Lufthansa Cargo im pulsierenden Süden Chinas durch das Joint Venture mit Shenzhen Airlines, Jade Cargo International, eine Vorreiterrolle eingenommen hat. Lufthansa Cargo ist insgesamt schneller gewachsen als der Markt und konnte (trotz negativer Sondereffekte) ein deutlich positives operatives Ergebnis in Höhe von 82 Mio. Euro erzielen.

Neben bereits bestehenden Kooperationen, wie der bewährten Zusammenarbeit mit DHL, wurden im vergangenen Jahr auch weitere Partnerschaften geknüpft. Erfolgreich entwickelt sich die Kooperation mit SWISS World Cargo. Über die strategische Partnerschaft mit der Fraport AG sollen vor allem Qualität, Effizienz, Kostenstruktur, kurz gesagt die Wettbewerbsfähigkeit in Frankfurt, einem der größten Frachtflughäfen der Welt, gesichert werden. Voraussetzung dafür bleibt jedoch eine praktikable Nachtflugregelung.

Alles in allem startet die Cargo mit dem jüngst ernannten Vorstandsvorsitzenden, Carsten Spohr, den ich an dieser Stelle begrüßen darf – in ein vielversprechendes Geschäftsjahr 2007. Wir gehen davon aus, dass die starke operative Leistung des Vorjahres durch Effizienzsteigerungen weiter ausgebaut werden kann. Herrn Spohr und seinem Team wünsche ich viel Erfolg. Logistik hat Zukunft und Lufthansa hat die Kompetenz, sich in diesem Geschäft weiterzuentwickeln.

*Lufthansa Technik* macht uns weiter Freude. Herr Henningsen und seine Techniker-Crew haben die solide Position der LHT als globaler



Anbieter von Spezial- und Komplettlösungen weiter ausgebaut. LHT bleibt auf Erfolgsspur.

Die weltweit starke Nachfrage nach Flugzeuginstandhaltung ist ungebrochen. Das wird auch so bleiben. LHT hat im letzten Jahr 48 neue Kunden gewonnen und umsatzstarke langfristige Verträge abgeschlossen: Alleine im Wachstumsmarkt Indien wurde die technische Betreuung von über 60 Flugzeugen vertraglich gesichert – mit dreistelligem Umsatzvolumen in den nächsten zehn Jahren.

Die breite Produktpalette von der Rundum-Sorglos-Betreuung bis zu maßgeschneiderten Einzellösungen zahlt sich aus. Wir können dieses Spektrum anbieten, denn wir haben das entscheidende Know-how. Wissen zählt, und wir haben die entscheidende Größe – size matters. Und wir sind vor Ort beim Kunden präsent durch unsere globale Aufstellung und eine ausgeklügelte Logistik und eine einzigartige Web-Anbindung.

Daneben bereitet sich die LHT auch auf die technische Betreuung des Airbus A380 vor. In Frankfurt und in Peking entstehen bereits die entsprechenden Wartungshallen.

Im thüringischen Arnstadt steht der neue Triebwerks-Instandhaltungs-Betrieb N3 Engine Overhaul Services, eine Kooperation mit Rolls Royce, vor der Fertigstellung. Und daneben punktet die LHT mit neu angemeldeten Patenten und web-basierten Kunden- und Prozessmanagement-Systemen. Mit ihren innovativen Produkten setzt die Lufthansa Technik Maßstäbe.

Wir gehen davon aus, dass der breit angelegte Erfolgskurs der Lufthansa Technik auch in diesem Jahr weiter fortgesetzt wird.

Und damit komme ich zur *Lufthansa Systems*. Sie hat ihre Position als führender IT-Dienstleister für unsere Branche weiter gefestigt. Auch hier sind Innovationen der Motor des Erfolges. Wichtige zukunftssträchtige Produkte sind auf den Weg gebracht, zum Beispiel die digitale Bereitstellung flugtechnischer Unterlagen – das

papierlose Cockpit sozusagen. Mit richtungsweisenden Lösungen für die Luftfahrt-Industrie hat die Systems ihre Marktposition schon heute weiter ausgebaut.

Auch der Umsatzanteil mit Kunden außerhalb des Lufthansa Konzerns ist weiter gestiegen. Durch hohe Vorlaufkosten für Entwicklung ist das operative Ergebnis hinter dem des Vorjahres zurückgeblieben. Herr Gohde und sein Team werden die Basis für weiteres profitables Wachstum schaffen, mit neuen Produkten, einer verbesserten Kostenstruktur und optimierten Prozessen. Hier ist einiges im Fluss.

Nun zum nächsten Geschäftsfeld, dem Catering und damit gleichzeitig zum „Caterer des Jahres 2006“: der *LSG Sky Chefs*.

Herr Gehl und seine Köche haben die Wende geschafft. Darauf sind wir sehr stolz und darauf können alle in der LSG stolz sein. Nicht nur das Ergebnis ist positiv, auch die Branche honoriert die Leistung mit einem prominenten Qualitätspreis.

Meine Damen und Herren, LSG ist ein Beispiel, das belegt, dass sich Mut zur Anpassung für alle auszahlt. Die neue FührungscREW hat nicht locker gelassen und hat geschafft, was wir Ihnen versprochen haben. Beim Thema „Mut zur Anpassung“ schließe ich ausdrücklich auch die Gewerkschaften in den USA und hier in Deutschland mit ein.

Der Erfolg gibt uns Recht. Nur profitable Arbeitsplätze haben Zukunft. Die Führung wird zügig auch noch die restlichen Verlustbringer drehen. Der Umsatz bei LSG ist gestiegen, die Kosten wurden nachhaltig reduziert, und das operative Ergebnis hat sich mit 50 Mio. Euro signifikant verbessert und übertrifft das des Vorjahres um ein Vielfaches:

- ▷ ein Resultat konjunktureller Erholung und erfolgreicher Restrukturierung,
- ▷ ein Resultat der Straffung von Geschäftsabläufen und nachhaltigen Kostensenkungsprogrammen,
- ▷ ein Resultat von verstärkter Kundenorientierung.

Die LSG Sky Chefs sind mit 30% Marktanteil Weltmarktführer beim Catering im Luftverkehr. Die bewährte Versorgung mit Essen und Getränken ist inzwischen um Dienstleistungen für das Inflight Management ergänzt worden. Diese Komplett-Anbieter-Kompetenz zahlt sich ebenso aus wie spezifische Lösungen für No-Frills-Flieger und Chartergesellschaften. So können wir unsere Marktposition ohne nennenswerten Kapitalbedarf europa- und weltweit weiter ausbauen. Und genau das wollen wir – aber immer mit Augenmaß.

Zu guter Letzt – und auch zum letzten Mal – berichte ich über das *Geschäftsfeld Touristik*. Meine Damen und Herren, alles in allem hat sich die Touristik im Geschäftsjahr 2006 gut entwickelt. Der Turnaround wurde geschafft. Gästebuchungen, Umsatz und Ertrag sind gestiegen. Die Tourismus-Industrie befindet sich aber nach wie vor in einem tiefgreifenden Strukturwandel.

Mit Blick auf die anstehenden und notwendigen Strukturanpassungen und Konsolidierungen wären zielgerichtete Investitionen und eine klare Priorisierung der Ressourcen unausweichlich, um die Ergebnisse zu festigen und in eine nachhaltige strategische Ausrichtung zu investieren.

Vor diesem Hintergrund haben wir die Entscheidung getroffen, unsere Anteile an Thomas Cook zu verkaufen und haben im Dezember 2006 mit KarstadtQuelle eine entsprechende Absichtserklärung unterzeichnet. Dies auch mit Blick auf unsere Strategie der Fokussierung und klarer Ausrichtung auf unsere Kernkompetenzen mit Priorität auf unser Kerngeschäft.

Im Zusammenhang mit dieser Transaktion wird Lufthansa ihren direkten Anteil an Condor von derzeit 10 auf 24,9% aufstocken und die von Thomas Cook gehaltenen Anteile in Höhe von 50% an SUN EXPRESS, einer türkischen Airline mit hohem Verkehrsaufkommen nach Deutschland, übernehmen. Die Verträge sind inzwischen unterschrieben. Aufsichtsrat und Kartellbehörden haben zugestimmt. Wir sind davon überzeugt,

dass dies der richtige Weg war – sowohl für Thomas Cook als auch für Lufthansa. Den erzielten Buchgewinn wollen wir in die Unternehmensentwicklung reinvestieren.

Meine Damen und Herren,

alles in allem lässt sich sagen: Alle Geschäftsfelder des Konzerns haben gut, hart und erfolgreich gearbeitet. Die Konzentration auf die jeweiligen wesentlichen Erfolgsfaktoren zahlt sich aus.

Wir werden auch in Zukunft unsere Strategie fortsetzen, das Portfolio konsequent auf unsere Kernkompetenzen auszurichten, konzernübergreifend und in allen Geschäftsfeldern. Damit können wir Wertzuwachs für unser Unternehmen schaffen.

Meine Damen und Herren,

Lufthansa, Ihr Unternehmen, ist ein globales Unternehmen. Unser Standort ist Deutschland. Das soll auch so bleiben. Unser Heimatmarkt ist Europa, unser Wachstumsmarkt ist inzwischen die ganze Welt. Um an diesem Wachstum teilzuhaben, müssen allerdings die Rahmenbedingungen hier am Standort und im Heimatmarkt – also in *Deutschland und Europa* – stimmen.

Es tut sich einiges in Deutschland und in Europa. Berlin und Brüssel scheinen die Bedeutung unserer Industrie erkannt zu haben. Arbeitsplätze, Steuerquellen im Land und eine Marke, die eine positive Botschafterfunktion ausübt, haben ihren Wert. Aber diese Erkenntnis alleine reicht nicht. Noch ist Europa gut positioniert. Wir laufen aber Gefahr, die Veränderungs-Geschwindigkeit Dritter zu unterschätzen.

- ▷ Ein Blick auf die Wirtschaftsdynamik in anderen Regionen,
- ▷ ein Blick auf die gezielten und enormen Infrastruktur-Investitionen in anderen Regionen,
- ▷ ein Blick auf die demographischen Verschiebungen weltweit und
- ▷ die Erkenntnis, dass Luftverkehr keine Einbahnstraße ist, sondern vom jeweiligen Endpunkt organisiert werden kann – muss uns beflügeln, zügig zu Lösungen zu

kommen, die ein nachhaltiges Wirtschaften befördern und nicht behindern.

Europa verfügt über führende Hersteller im Flugzeug-, Triebwerks- und Avionikbereich und Europa hat einige starke und wettbewerbsfähige Airlines mit hoher Anerkennung. Drei der zehn größten Flughäfen liegen noch in Europa, aber die Infrastrukturkosten sind zu hoch und die Führungssysteme zerstückelt.

Unsere Infrastruktur am Boden und in der Luft muss zügig auf wettbewerbsfähige Effizienz getrimmt werden. Hier muss die Politik ansetzen. Insofern ist die gegenwärtige Diskussion zur Begrenzung der Treibgase sogar willkommen. Sie wird deutlich machen, wie effizient wir schon sind, und vor allem, welche Potentiale es noch gibt. Sie wird deutlich machen, dass der schnellste und größte Beitrag durch die Politik selber zu leisten ist und auch einfach leistbar wäre.

Die Vereinheitlichung des Luftraumes in der EU, der European Single Sky, sozusagen ein Schengener Abkommen der Lüfte, wäre das größte Klimaschutzprojekt Europas. Der Schlüssel, hier 10-12% CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren, liegt in den Händen der Politik -

- ▷ ebenso die Beschleunigung der Infrastrukturvorhaben an Engpassflughäfen,
- ▷ ebenso die Freigabe optimierter Interkontinental-Routen,
- ▷ sowie das Ende amtlich verordneter Verstopfungen der Drehkreuze durch Übersteuerung der Anflugdichte.

Zu guter Letzt sei darauf hingewiesen, dass Europa immer dann gewonnen hat, wenn es mit technischen Lösungen Probleme beseitigt hat. Das gilt für den KFZ-Bereich genauso wie für Kraftwerksanlagen, für erneuerbare Energie oder Wärmedämmung an Gebäuden und erst recht für die technisch anspruchsvolle Fliegerei.

Auch in der Luftfahrt werden wir nicht beim 3-Liter-Flugzeug stoppen. Europa darf sich nicht auf lokal wirksame Lösungen fokussieren. Umwelt-

schutz erfordert global wirkende Lösungen – wir können sie liefern. Wir täten gut daran, Europa zum Problemlöser für die Weltbevölkerung von 6,5 Mrd. Menschen zu erklären und nicht zum Problem als solches. Wenn wir eine Vorreiterrolle einnehmen wollen, dann durch direktes Reduzieren, es ist immer effektiver und nachhaltiger als Emissionshandel.

Meine Damen und Herren,

Gradmesser für Fortschritt und die Attraktivität von Wirtschaftsstandorten ist und bleibt die Mobilität. Deshalb brauchen wir effiziente, schnelle, beschränkungsfreie Verkehre und globale Anbindungen. Nur da, wo sich etwas bewegt, da tut sich was!

Aber was erleben wir derzeit? Staus am Boden und in der Luft und damit einhergehend: Unnötiger Treibstoffverbrauch und unnötige CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Eine effiziente Infrastruktur, meine Damen und Herren, steht in direktem Zusammenhang mit dem Schutz von Mensch und Umwelt. Auch diese Erkenntnis muss sich in Berlin und Brüssel durchsetzen.

Meine Damen und Herren,

nach diesem kleinen Ausflug in Politik und Umwelt noch *ein kurzer Blick nach vorne*: Wie wird es weitergehen?

Die Luftfahrt wird auf absehbare Zeit Wachstumsbranche bleiben. Die Weltwirtschaft braucht globale Anbindungen. Menschen wollen mobil sein. Diese Mobilität wollen wir ihnen liefern. Wir wollen dabei im Wesentlichen organisch wachsen, wären aber auch in der Lage, Unternehmenszusammenschlüsse à la SWISS vorzunehmen. Dazu bedarf es einer für beide Seiten geeigneten Gelegenheit.

Uns gehen die Phantasien nicht aus, aber eines ist klar: Wir behalten ganz sicher einen kühlen Kopf. Wir verstehen uns als ein Unternehmen, das nicht nur Werte hat, sondern Werte generiert und wir sind ein Unternehmen, das Wachstumsphantasie und Wachstumspotentiale hat. Meine Damen und Herren, Lufthansa bietet

Aktionären beides – Wachstum und Wert – Value and Growth! Und zwar solide und profitabel – Wassertriebe gehören nicht zu unserer Botanik.

Lufthansa ist gut ins neue Jahr gestartet. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen beurteilen wir positiv. Wir dürfen optimistisch sein. Lufthansa ist gerüstet – für gute aber auch für schlechtere Zeiten. Der Kranich ist ein überaus zäher Vogel:

Er kann bei gleicher Leistungsfähigkeit 3.000 km fliegen, ohne Nahrung aufzunehmen. Damit ist eigentlich alles gesagt.

Unser Kurs ist klar: Wir wollen weiter profitabel wachsen. Wir wollen weiter durch Qualität und Leis-

tung überzeugen und auch in den kommenden Geschäftsjahren das Vertrauen unserer Kunden und Aktionäre wieder rechtfertigen. Wir werden innovativ sein und die Erfolgsmarke Lufthansa weltweit noch stärker positionieren. Wir verfolgen eine klare Ausrichtung und werden diese mit einer stabilen Führung und einem schlagkräftigen Team von Lufthanseseaten umsetzen:

- ▷ mit Mitarbeitern, die den Wettbewerb gerne annehmen,
- ▷ die der Konkurrenz mit Respekt begegnen, diese aber nicht fürchten, sondern sich im offenen Markt durch Qualifikation, Engagement und Serviceorientierung überzeugend durchsetzen wollen,

▷ mit Mitarbeitern, die Ihr Unternehmen, unsere Lufthansa, in guten wie in harten Zeiten weiter voranbringen.

Wir haben Biss, sind aber nicht verbissen.

Unser Ziel für das Geschäftsjahr 2007 ist eine weitere Ergebnisverbesserung. Spätestens im nächsten Jahr wollen wir die Marke von 1 Mrd. Euro im operativen Ergebnis überspringen. Damit ist klar: 2007 bleibt spannend und bleibt arbeitsreich.

Liebe Aktionäre, Ihre Lufthanseseaten sind hochmotiviert und werden auch weiterhin ihr Bestes geben. Begleiten Sie uns auf unserem Flug und bleiben Sie uns gewogen!