



## Wolfgang Mayrhuber

Vorstandsvorsitzender  
der Deutschen Lufthansa AG  
in der Hauptversammlung am 29. April 2008

Meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Aktionäre!

Sehr geehrte Vertreter der Medien!  
Liebe Lufthansa-Kunden!

Auch von mir einen schönen guten Morgen und herzlich willkommen zur Hauptversammlung der Deutschen Lufthansa AG hier in der Kölnarena. Ein herzliches Willkommen auch an unsere Aktionäre, die via Internet zugeschaltet sind. Wir freuen uns über Ihr reges Interesse am Unternehmen und an seinen Entwicklungsperspektiven.

Meine Damen und Herren, die Lufthansa kann auf ein hervorragendes Geschäftsjahr 2007 zurückblicken. Wir können Ihnen heute ein Rekordergebnis präsentieren – das beste Ergebnis in der Geschichte Ihres Unternehmens.

Die wichtigsten Kennzahlen, die ich Ihnen gleich unterbreiten werde, sprechen eine klare Sprache. Zusammengefasst: Unsere Position ist stark und die Ausgangslage sehr solide:

- ▷ eine starke Bilanz,
- ▷ eine starke Marke,

▷ ein starkes globales Angebot und – ganz wichtig –

▷ ein gut eingespieltes, verlässliches, professionelles und sympathisches Team von 100.000 Mitarbeitern weltweit, die gewinnen wollen. Damit punkten wir!

Es macht große Freude, mit dieser qualifizierten und hoch motivierten Mannschaft zu arbeiten und unser – sprich – Ihr Unternehmen, weiter voran zu bringen.

Ja, das wirtschaftliche Umfeld hat uns geholfen. Aber entscheidend war, dass die Lufthansa wieder bewiesen haben, dass Sie Spitze sind. Ich denke, das wäre einen Applaus wert!

Meine Damen und Herren, die Zahlen sprechen eine klare Sprache. Aber was uns noch mehr freut, ist, dass die Qualität hinter dem Ergebnis besonders beeindruckt.

- ▷ Der Umsatz ist stärker gewachsen als die Nachfrage.
- ▷ Die Auslastung unserer Flugzeuge hat zugenommen. Die Auftragslage in allen Geschäftsfeldern ist gestiegen.

▷ Die Kosten haben wir im Griff, und: Ideen für Neues gehen uns nicht aus.

*Die Nachrichten im Überblick:*

▷ Zunächst hatten wir Ihnen für das Jahr 2008 angekündigt, dass wir das Ergebnis auf operativer Basis über die 1-Milliarde-Schwelle heben wollen. Dies ist uns – auch ohne den Swiss-Beitrag – ein Jahr früher gelungen.

▷ Alle Geschäftsfelder des Konzerns haben sich gut entwickelt und dazu beigetragen.

▷ Unser Kerngeschäft, die Passagierbeförderung, hat ihr operatives Ergebnis sogar verdoppelt, und mehr noch: Die Passage Airlines sind auch hervorragend in das Jahr 2008 gestartet. Schwerpunkte unserer Kapazitäts- und Netzwerkausweitung bleiben die Wachstumsregionen in Osteuropa, in Asien, hier im Besonderen China und Indien. Wir nutzen die Chancen des Marktes, um das Unternehmen voranzubringen.

Nun einige konkrete Unternehmenszahlen:

- ▷ Wir haben den operativen Gewinn um 63% auf knapp 1,4 Milliarden Euro gesteigert.
- ▷ Das Konzernergebnis hat sich mehr als verdoppelt. Es liegt bei 1,7 Milliarden Euro, natürlich begünstigt durch den Verkauf unserer Thomas Cook-Anteile.
- ▷ Der außerordentlich kräftige operative Cashflow übertraf die Investitionen derart, dass die Netto-Liquidität trotz weiterer Ausfinanzierung unserer Pensionsverpflichtungen deutlich zulegen konnte.
- ▷ Mit 30,9% haben wir erstmals die hochgesteckten Ziele der Eigenkapitalquote von 30% im Jahre 2007 erreicht.
- ▷ Im Jahr 2007 hat Lufthansa wieder Wert geschaffen, deutlich mehr als je zuvor. Mit einem CVA in Höhe von 1,5 Milliarden Euro wurde der Wert aus dem Vorjahr fast verdreifacht.

Allein der *Aktienkurs* hat diesen Höhenflug nicht mitgemacht. Auch wenn sich die Lufthansa Aktie besser entwickelt hat als die unserer großen Wettbewerber und sogar Klassenbesten geworden ist – die Aktie hat nach einem deutlichen Zuwachs im Jahr davor, im Börsenjahr 2007 mit Abschlagen geendet. Dies ist unseres Erachtens im Wesentlichen Ausdruck der generellen Unsicherheit in den Finanzmärkten. Niemand von den Analysten empfiehlt, unsere Aktie zu verkaufen. 24% empfehlen Halten, 76% der Analysten empfehlen den Kauf. Im Jahr 2008 bewegt sich die Aktie bisher seitwärts, zum Ende des ersten Quartals hat sie wenigstens den DAX deutlich geschlagen. Und sie performt auch besser als die unserer Wettbewerber.

Last but not least, meine Damen und Herren, ist es für uns wichtig, dass das gute Ergebnis auch bei Ihnen ankommt, und zwar in Form einer *Rekorddividende in Höhe von 1,25 Euro pro Aktie*. Damit gehört Lufthansa zu den DAX-Unternehmen, die die höchste *Dividendenrendite* ausschüt-

ten. Wenn wir es am Jahresschlusskurs des Jahresendes messen, waren es 6,9 Prozent.

Unser Dividendenvorschlag soll aber auch Ausdruck dafür sein, dass wir dieses Unternehmen auch in der Zukunft als ein nachhaltig wirtschaftendes, erfolgreiches Unternehmen sehen und dass wir auch in der Zukunft Ihre Dividende an unserem operativen Ergebnis orientieren wollen.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Unsere strategische Ausrichtung – mit Fokus auf Qualität und Kernkompetenzen – hat sich als richtig erwiesen. Sie trägt Früchte – und zwar in allen Geschäftsfeldern.

Auch die Rating-Agenturen goutieren das und haben uns erneut das Rating bestätigt und es auch erhärtet.

Für einen Servicebetrieb wie die Lufthansa, dessen Erfolg stark von der Einstellung seiner Mitarbeiter abhängig ist, ist es wichtig, auch als Arbeitgeber beliebt zu sein.

Wir haben im vergangenen Jahr 3.000 neue Mitarbeiter eingestellt. Auf unsere Stellenausschreibungen haben sich fast 100.000 Bewerbungen ergeben. Das werten wir als ein Kompliment. Es freut uns auch deshalb, weil es ein Vertrauensbeweis des Arbeitsmarktes in die zukünftige Entwicklung der Lufthansa ist. Und, wir dürfen uns glücklich schätzen, dass wir heute die besten Mitarbeiter für den Erfolg von morgen auswählen können. Auch in diesem Jahr beabsichtigen wir – entgegen dem allgemeinen Trend –, wieder einzustellen.

Wir gehören damit zu den Topinstellern im Land. Wir schaffen Arbeitsplätze, wir sichern Arbeitsplätze, und wir leisten unseren Beitrag für den Standort Deutschland.

*Nun zu den einzelnen Geschäftsfeldern Ihres Konzerns.*

Meine Damen und Herren, die Geschäftsfelder betrachten das Geschäftsjahr 2007 als ein hervorragendes Etappen-Ergebnis. Daran können Sie sehen, dass wir noch Ehrgeiz haben und weiterwollen. Alle Geschäftsfelder – das habe ich schon

ausgeführt – haben zu diesem Superergebnis beigetragen.

Besonders erfreulich war die Entwicklung im Kerngeschäftsfeld, der Passagierbeförderung. Hier wurde das operative Ergebnis verdoppelt. Die *Passage Airlines* hatten mehr Fluggäste, höhere Durchschnittserträge, und sie haben auch durch die Konsolidierung mit SWISS für eine Steigerung der Umsätze gesorgt, und zwar um fast 19%. Die *Verkehrserlöse* sind ebenfalls gestiegen, und zwar um fast 17%, zusammen mit SWISS auf 14,8 Milliarden Euro.

Diese Entwicklung stimmt uns optimistisch, denn sie ist trotz harten Wettbewerbs und hohen Ölpreisen, die sich auf Rekordniveau bewegt haben, vollzogen worden. Die Lufthansa wächst, und zwar in allen Verkehrsregionen. Der weiter steigende Anteil am Premium-Kundensegment wirkt besonders positiv auf unsere Verkehrserlöse. Unser Angebot hat sich verbessert. Das *Streckennetz* ist noch einmal größer geworden, zum Beispiel in Osteuropa. Aber auch in Asien, am Nordatlantik und in unserem Heimatmarkt Europa konnten wir weiter zulegen. Die Auslastung im *Europaverkehr* hat sich verbessert. Unser *BetterFly*-Programm hat sich zu einem großen Erfolg entwickelt. Vom Lowfare-Segment zum Lufthansa Private Jet Service bieten wir unseren Kunden Spitzenqualität in jedem Segment. Das kommt beim Kunden gut an. Erfreulich ist auch, dass der *Lufthansa Private Jet Service* erstaunlich stark nachgefragt wurde. Lufthansa ist die einzige Fluggesellschaft, die damit ihr Produktportfolio nach oben hin erneut abrunden konnte. Wir wollen auch künftig in allen Klassen punkten.

Die *Drehkreuze* – sehr wichtig für uns, ob Frankfurt, München oder Zürich – entwickeln sich erfreulich und bieten unseren Kunden viele Vorteile. Besonders in München steuern wir auf immer neue Rekordmarken zu. Mit dem Motto „Näher am Markt“ haben wir den Managern dieser Drehkreise den Stellhebel in die Hand gegeben, um schneller, präziser und direk-

ter handeln zu können. Das zahlt sich bereits heute aus. Aber auch in den sogenannten Non-Hub-Verkehren sind wir gewachsen, wie z. B. in Hamburg, Berlin und Stuttgart. In diesem Segment ist Düsseldorf heute Spitzenreiter, mit 55 Lufthansa-Zielen, bzw. wenn wir die Codeshare-Partner hinzunehmen, mit 63 Zielen sind wir hier führend. Von Düsseldorf werden wir auch Interkont-Verbindungen nach Toronto, Chicago und New York anbinden. Wir wollen im Winter Toronto gegen Miami tauschen, so dass wir hier flexibel reagieren können.

Nicht nur das Streckenangebot und das Produkt an Bord werden verfeinert, auch der immer wichtiger werdende *Bodenservice* wird weiter verbessert. Bis zum Jahr 2013 werden wir – zur Freude unserer Kunden und der Lufthansa Service Professionals – rund 150 Millionen Euro in den Aus- und Neubau von Lounges investieren, denn Kundenvorteile zahlen sich bekanntermaßen aus.

Meine Damen und Herren, eine ganz besondere Erfolgsgeschichte ist die *SWISS*. Der Zusammenschluss mit *SWISS* ist seit dem 1. Juli 2007 vollständig vollzogen. Die *SWISS* kann ihrerseits auf das beste Unternehmensergebnis in ihrer Geschichte zurückblicken. Dazu kann man Christoph Franz und sein Team nur ganz herzlich beglückwünschen. Das Konzept ist aufgegangen, und es war eine großartige Leistung, die hier vollbracht wurde. Allein die Synergie-Effekte, die zwischen Lufthansa und *SWISS* genutzt wurden, sind rund 50% höher ausgefallen, als wir dies antizipiert hatten. Die *SWISS* hat deutlich zum Konzernergebnis beigetragen und bringt aktuell 81 Flugzeuge, einen Markt und eine starke Marke in den Konzern mit ein. Umgekehrt bieten Lufthansa und die Star Alliance Netzwerkvorteile für unsere schweizer Kundschaft. Nun profitieren alle von diesem Zusammenschluss: beide Partner, die Kunden, die Mitarbeiter, der Standort Schweiz und last, but not least Sie, liebe Aktionäre.

Nun zu einem anderen Geschäftssystem, dem No-Frill-Bereich. Unser No-Frill-Anbieter *Germanwings* konnte seine Wettbewerbsposition im letzten Jahr auch weiter ausbauen und fliegt im Sommer 2008 in Europa 69 Ziele an. Die Zahl der Passagiere stieg im vergangenen Geschäftsjahr um 11% auf 8 Millionen. Dennoch: Auch dieser Sektor ist hart umkämpft, denn die Treibstoffkosten wirken sich in diesem extrem preissensiblen Kundensegment besonders stark aus. Wir gehen davon aus, dass der Sektor insgesamt strukturelle Anpassungen erfahren wird. Deshalb analysieren auch wir für uns Optionen. Derzeit wird geprüft, ob eine Zusammenführung mit den deutschen Tochtergesellschaften der TUI nachhaltige wirtschaftliche Vorteile für beide bringen könnte.

Meine Damen und Herren,

die Aufstellung und der Ausbau der Passage Airlines und seinem Verbund wird permanent weiterentwickelt. In diesem Zusammenhang ist auch unsere Beteiligung an JetBlue, einer qualitätsorientierten amerikanischen Airline mit Sitz in New York, zu sehen. Mit solchen Meilensteinen in der strategischen Ausrichtung stärken wir unsere Position. Diesmal im weltweit größten Markt, den Vereinigten Staaten, mit dem stärksten Quellaufkommen in New York. Es wird zwischen Lufthansa und JetBlue Kooperationen auf verschiedenen Ebenen geben. Ein Zeitplan wurde dafür erarbeitet. Im Fokus stehen Vorteile für unsere Kunden.

Die erfolgreiche Gesamtentwicklung in unserem Kerngeschäft muss auch im Kontext mit der *Star Alliance* gesehen werden. Auch die *Star Alliance* wächst weiter, und das Netzwerk wird immer größer. Im vergangenen Jahr durften wir Air China und Shanghai Airlines als neue Mitglieder begrüßen. Der Beitritt von Egypt Air wurde angekündigt, und im letzten Monat haben wir die Aufnahme von Turkish Airlines in Istanbul gefeiert. Das alles sind wichtige Eckpfeiler für die Entwicklung in den Zukunftsmärkten.

Nur im Verbund mit unserer Star Alliance können wir dieses nahtlose globale Netzwerk anbieten, das heute über 160 Länder und fast 900 Destinationen erfasst.

Insgesamt sind wir mit der Entwicklung im Airline Segment, meine Damen und Herren, sehr zufrieden. Wir haben unser Streckennetz ausgebaut und die Lufthansa fliegt im Sommerflugplan 2008 erstmalig mehr als 200 Destinationen an. 37 Strecken haben wir neu ins Programm aufgenommen – so viele wie noch nie zuvor.

Damit wir auch weiter profitabel wachsen können – und das bleibt unser Ziel -, verjüngen wir ständig unsere Flotte. Dabei steuern wir gleichzeitig mit Riesenschritten auf das 3-Liter-Flugzeug zu. Dies ist ein wesentlicher Beitrag zur Entlastung unseres Treibstoffbudgets. Dies ist auch eine Entlastung der Umwelt und reduziert unsere Stückkosten. Wir haben insgesamt Bestellungen mit einem Listenpreis von mehr als 14 Milliarden Euro in Auftrag gegeben.

Dies wird dem gesamten Unternehmen Schub geben, und es wird in alle Geschäftsfelder ausstrahlen. Denn jedes Flugzeug bedeutet auch Umsatzpotentiale für die LSG Sky Chefs, für den IT-Bereich, für die Lufthansa Cargo und natürlich auch für die Lufthansa Technik. Damit, meine Damen und Herren, komme ich zu den übrigen Geschäftsfeldern:

Zunächst zum Geschäftsfeld der Logistik: der *Lufthansa Cargo*. Sie erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr ein operatives Ergebnis von 136 Millionen Euro. Auslastung und transportierte Frachtmenge sind deutlich gestiegen. Damit setzt die Cargo ihren Erfolgskurs fort und behauptet sich in einem durchaus hart umkämpften Markt besser als ihre Konkurrenz. Sie ist global aufgestellt, aber auch lokal verankert. Sie geht Joint Ventures ein, zum Beispiel in Asien mit Jade Cargo, in Frankfurt mit der Fraport oder in Leipzig mit der neuen gemeinsamen Frachtfluggesellschaft zwischen LCAG und DHL, der Frachtauflinie „AeroLogic“, die für den Express Frachtverkehr von und

nach Asien gegründet wurde. Die Lufthansa Cargo arbeitet in 2008 an einer weiteren Ergebnisverbesserung – bei moderatem Umsatzwachstum. Carsten Spohr und seine Mannschaft sind motiviert, dieses Unternehmen weiter in die Spitzenposition zu treiben.

Die *Lufthansa Technik* hat wieder ein hervorragendes Ergebnis abgeliefert. Sie hat sich in den Wachstumsfeldern weiter entwickelt und an Boden gewonnen. Sie ist Weltmarktführer und wächst weiter. Sie macht uns viel Freude. Die Lufthansa Technik konnte ihr operatives Ergebnis nochmals um 45 Millionen Euro auf 293 Millionen Euro steigern. Die Technik hat wieder viele neue Kunden gewonnen und alleine im vergangenen Jahr 456 Verträge abschließen können. Im September hat die Lufthansa Technik zusammen mit Rolls Royce das gemeinsame Unternehmen für Triebwerks-Instandhaltungen mit dem Namen N3 offiziell eröffnet. Wir halten es für ein Leuchtturmprojekt für Thüringen bzw. für den Standort Deutschland. Es ist ein wichtiger Schritt für die Zukunftsentwicklung unserer Technik. Die Nachfrage, meine Damen und Herren, nach Wartungs-, Reparatur- und Überholungsleistungen wird sich auch in diesem Jahr weiter fortsetzen, so dass wir auch für 2008 mit einer leichten Steigerung des operativen Ergebnisses rechnen dürfen, was jedoch durch die Schwäche des US-Dollars eine besonders anspruchsvolle Zielsetzung sein könnte. Dennoch: Wir sind zuversichtlich, dass August Henningsen und seine Crew hier wirklich schlagkräftig vorangehen.

Das operative Ergebnis des *Geschäftsfeldes IT Services* liegt mit 23 Millionen Euro deutlich unter dem Vorjahresergebnis. Allerdings ist es durch Einmal-Aufwendungen für Prozess-Optimierungen und auch durch die Einstellung des Großprojekts Face bedingt. Das Projekt wurde sinnvollerweise rechtzeitig gestoppt, weil sich im Laufe der Entwicklung die wirtschaftlichen Risiken für das Unternehmen als zu groß herausgestellt

hatten. Ich denke, Herr Gohde und seine Crew haben hier richtig gehandelt und Mut bewiesen. Gleichwohl konnte die Lufthansa Systems dank ihrer interessanten Produkte die Position als führender IT-Dienstleister für unsere Branche weiter festigen. Systems hat zahlreiche Neukunden akquiriert und das Unternehmenswachstum gesteigert. Da der Markt für IT Outsourcing weiter wachsen wird, erwarten wir in 2008 für *Lufthansa Systems* wieder ein deutlich höheres operatives Ergebnis.

Freude macht uns auch unser *Geschäftsfeld Catering*. Die Köche von Herrn Gehl haben kräftig gerührt und das operative Ergebnis auf 100 Millionen Euro verdoppelt. Ich denke, das ist eine ganz große Leistung! Das Ergebnis der LSG ist durch gestiegene Umsätze und stringente Kostenkontrolle geprägt. Der Weltmarktführer, der wir im Catering bereits sind, wird derzeit durch Neukundenakquisitionen ausgebaut. Die LSG erwartet auch im Jahre 2008 ein weiteres Wachstum beim Umsatz. Bei den operativen Ergebnissen wollen sie auch nichts anbrennen lassen. Man hat uns signalisiert, dass man die negativen Effekte aus den Warenpreiserhöhungen und dem schwächelnden US-Markt zwar erwartet, aber gute Rezepte hat, dagegen anzugehen.

Meine Damen und Herren,

wir arbeiten daran, dass unser Konzern – sprich: Ihr Unternehmen – auch künftig auf Erfolgskurs fliegt. Uns erwartet dabei eine neue Dimension des Wettbewerbs; das ist uns bewußt. Aber dafür rüsten wir uns auch. Die hohen Ölpreise werden eine Belastung bleiben, der wir mit vielfältigen Maßnahmen begegnen, wobei wir bisher sehr erfolgreich bewiesen haben, dass das geht. Die Auswirkungen der US-Finanzkrise sind heute noch nicht vollständig abschätzbar. Bislang haben sie sich noch nicht auf den Auftragseingang und auf die Vorausbuchungen ausgewirkt. Wir sind jedoch wachsam. Wir sorgen vor: bilanziell, strategisch und operativ. Auch in diesem Gesamt-Zusammenhang ist die neue Konzerninitiative „Upgrade

to Industry Leadership“ zu sehen. „Upgrade“ soll helfen, uns eine Spitzenposition im Wettbewerb langfristig zu sichern – auch wenn konjunkturelle Schwankungen auf uns zukommen. Wir wollen auf lange Sicht attraktiv, fit und leistungsfähig bleiben – das heißt mit anderen Worten: wir dürfen in guten Zeiten keinen Wohlstands-Speck ansetzen. Wir möchten industrieweit in allen Bereichen neue Maßstäbe setzen und wissen, dass in den Geschäftsfeldern dafür noch Potentiale existieren und Luft vorhanden ist. Konzernweit wurden unter der Leitung von Frau Schlosser schon mehr als 100 konkrete Projektvorschläge auf den Tisch gelegt, die bereits in Bearbeitung gehen. Erste Projekte sind angelaufen, wie zum Beispiel

- ▷ die Neuausrichtung unseres konzernweiten Einkaufs, oder
- ▷ die dauerhafte Steigerung von Effizienz/Pünktlichkeit an der Drehscheibe in Frankfurt, oder, auch wichtig
- ▷ im Umweltbereich zur Treibstoffreduzierung bzw. Treibstoffeinsparung arbeiten wir an vielen Maßnahmen.

Allein die Neuausrichtung unseres konzernweiten Einkaufs verspricht mittelfristig Ergebnisbeiträge in dreistelliger Millionenhöhe. Wir rüsten uns für etwaige Krisen und Turbulenzen. Anders ausgedrückt, wir decken das Dach, so lange die Sonne scheint.

Dies scheint auch das richtige Stichwort für nötige *Weichenstellungen im politischen Umfeld* zu sein – dort, wo die Rahmenbedingungen festgelegt werden, innerhalb derer wir wirtschaften müssen.

Hier scheint meines Erachtens ein Umdenken und zügiges Handeln zwingend notwendig zu sein, um als Standort Deutschland nicht aus der Champions-Liga in die Regionalliga abzusteigen. Es geht also um handfeste Standortinteressen Deutschlands und Europas.

Deutschland und Europa sind für mich die Wiege der Mobilität. Von hier aus sind bedeutende Entwicklun-

gen ausgegangen, ob im Automobilbau, auf der Schiene, in der Seefahrt und ganz besonders auch in der Luftfahrt. In vielen Segmenten hat sich die Industrie eine Führungsrolle erarbeitet. Davon lebt der Standort Deutschland ganz gut. Ob Großkonzerne, Mittelständler, Serviceanbieter, Logistiker, egal welche Berufsgruppen, oder der Finanzbereich – fast alle Unternehmen hängen direkt oder indirekt vom Mobilitätssektor ab.

Und, meine Damen und Herren, darüber hinaus ist Deutschland Exportweltmeister. Aber nicht nur das. Wir sind auch Vize-Import-Weltmeister. Deutschland ist aufgrund seiner geographischen Lage Kreuzungs- und Knotenpunkt. Gibt es eine bessere Voraussetzung, um globaler Mobilitätschampion zu werden? Wir sollten diese Chance nutzen; denn wenn dann auch noch der Mobilitätszweig global unterentwickelt ist, was heißt, dass es Wachstumsperspektiven gibt, wenn dieser Mobilitätszweig Werte schafft, Arbeitsplätze bietet, Grundbedürfnisse von Menschen bedient und von Umweltrelevanz ist, dann müssten die EU-Kommission, der Bund und die Länder den infrastrukturellen Rahmenbedingungen höchste Priorität geben und ihnen auch den strategischen Vorrang geben. Politik muss sehen, dass das eine richtige Investition ist. Ich werde später sagen, dass wir keinen Groschen von ihm brauchen, sondern dass wir einfach nur das Freihandelschild brauchen. Schließlich könnten sich auch die Wettbewerbsvorteile wieder positiv auf die Veränderungen im Markt auswirken.

Umgekehrt müssen Engpässe, Beschränkungen, Staus, das Fliegen von Umwegen, Slot-Begrenzungen usw. als umweltfeindliche und wirtschaftspolitische Störgrößen verstanden werden. Aber leider wird man täglich von dem Eindruck bestärkt, dass Mobilität eher stört, und allenfalls als willkommene Einkommensquelle für die Aufpolsterung fiskalischer Engpässe gebraucht und verstanden wird. Wir halten das für eine untaugliche Standortstrategie und auch für ein Ärgernis auf Kosten der Endverbraucher und

für eine vermeidbare Umweltsünde. Deswegen muss daran gearbeitet werden.

Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Seit 1960, also seit 48 Jahren, wird z. B. in Europa über den *Single European Sky* (SES) gesprochen. SES wäre das größte Effizienzprogramm und das größte unmittelbar wirkende Umweltprogramm der Luftfahrt. Europa könnte hier Zeichen setzen. Es bedarf des politischen Willens, es bedarf keiner Investition aus öffentlichen Kassen; es brächte sofort 6% Effizienzsteigerung pro Flug und es würde die CO<sub>2</sub>-Emissionen unmittelbar um 10 - 12% reduzieren.

Aber, die Umsetzung von SES gleicht mehr oder minder einer Wandertüte: Jedes Jahr verschiebt sie sich nach hinten. Zurzeit wird in Brüssel darüber diskutiert, sie etwa in 2015 einzuführen, also 55 Jahre nach der ursprünglichen Zielsetzung. Ich denke, das ist unglaublich!

Und ich glaube auch, die Politik läuft hier meines Erachtens auf ein riesiges Glaubwürdigkeitsproblem zu; denn, wenn dieses SES in der Schublade bleibt, während enorme Anstrengungen unternommen werden, Europa ein bürokratisches, ökologisch zweifelhaftes und wirtschaftlich gefährliches und die Industrien sogar diskriminierendes System des Emissionshandels in der Luftfahrt überzustülpen, dann haben wir ein Glaubwürdigkeitsproblem, weil wir das unmittelbar Mögliche, das SES einzuführen, nicht tun. ETS, also Emission Trading, im europäischen Alleingang bedeutet nichts anderes als ein Abrüsten der europäischen Airlines und ein Aufrüsten unserer Konkurrenten. Ich füge hinzu: Das, was jetzt vorliegt, ist das Dreifache der kumulierten Ergebnisse aller europäischer Airlines, die man sozusagen als Gebühren auflegen möchte. Das alles wird garniert mit Drohungen über Steuern, die man erwirken möchte, wohlwissend, dass unsere globale Branche aus gutem Grund auf ein Gebührensystem festgelegt wurde, und zwar seit der Gründung. Fees and Charges *oder* Steuern – aber bitte nicht beides!

Grotesk wird es auch dann innerhalb Deutschlands, wenn ich zu einem anderen Thema komme, nämlich zu der Frage der Flughafenentwicklung. Das Argument der Arbeitsbeschaffung stimmt ja. Aber wenn die Standortentwicklung so läuft, dass Kleinstflughäfen in Nachbarschaft zu anderen Flughäfen mit Subventionen und Steuergeldern aufgepöppelt werden, dann schafft das *keinen* Wert, sondern dann zerstört es Wert.

Ein geordneter Ausbau der Infrastruktur wäre segensreich, mit Schwerpunkten wie beim BBI, wie bei der Drehscheibe in Frankfurt mit ihrer vierten Bahn, oder in München, aber auch an anderen Standorten. Es muss nur geordnet zugehen. Ich glaube, meine Damen und Herren, Planfeststellungsverfahren wie in Frankfurt, die länger als 10 Jahre dauern, treffen schon lange nicht mehr den Kern sorgfältiger Güter- und Interessensabwägung oder unserer demokratischen Grundordnung. Das waren Beispiele, die dringend renoviert werden müssten.

Meine Damen und Herren,

*nun zum Ausblick.* Die Perspektiven der Luftfahrtindustrie sind grundsätzlich gut. Der Bedarf an Mobilität wird weiter steigen. Noch scheint unser wirtschaftliches Umfeld stabil, aber die Unsicherheiten aus den Finanzmärkten, der ständig steigende Kerosinpreis, die Kostenentwicklung bei Rohstoffen, die Fragen des disponiblen Einkommens der Bevölkerung, die aktuellen Entwicklungen in den Vereinigten Staaten, der ungebrochen starke Expansionskurs der Golfcarrier sowie die anhaltende Dynamik, z. B. in China, Indien und jetzt auch in Teilen Lateinamerikas fordern natürlich unsere Gestaltungs- und Leistungskraft heraus. Ich möchte aber festhalten: Die Lufthansa ist gut aufgestellt. Wir sind global präsent. Wir haben genug Schubkraft, um einen weiteren Steigflug zu organisieren. Und wir verfügen über die nötige Flexibilität für den Fall, dass „Fallwinde“ auf uns zukommen und das wir das Gas herausnehmen müssen. Der Kranich, meine Damen und Herren, ist nicht

nur leistungsstark, er ist anpassungsfähig geworden, und, er ist bekanntermaßen auch sehr zäh.

Die IATA hat bereits auf die Risiken hingewiesen. Wir wissen aber auch, dass es nicht immer nur aufwärts geht. Da wo Leben und Dynamik herrschen gibt es Zyklen. Sie lassen sich nicht außer Kraft setzen. Sie lassen sich auch nicht aus Vergangenheitswerten hochrechnen, und man sollte sie auch nicht herbeireden. Aber in dieser Unsicherheit sieht die Lufthansa jedes Mal ihre Chance. Das haben wir in der Vergangenheit bewiesen, und das wollen wir auch in der Zukunft, so es denn notwendig ist, nutzen. Mit anderen Worten: Wir stellen uns auf Veränderungen ein. Das können wir, denn wir haben vorgesorgt. Wir sind strategisch gut auf-

gestellt, wir haben eine solide Bilanz, und wir sind operativ flexibel geworden. Das Rekordjahr 2007 soll, meine Damen und Herren, keine Eintagsfliege bleiben. Wir setzen auf Stetigkeit. Wir setzen auf Nachhaltigkeit und wir werden die Erfolgsgeschichte Ihres Kranichs weiterschreiben.

Wir haben in der vergangenen Woche die Zahlen des ersten Quartals 2008 veröffentlicht. Der Kranich hat einen hervorragenden Start hingelegt. Ich kann Ihnen versprechen, dass das gesamte Lufthansa-Team alles daran setzen wird, dass der Steigflug Ihres Unternehmens, liebe Aktionäre, weiter anhalten wird.

Meine Damen und Herren,

Sie wissen, dass wir bei Lufthansa mit Prognosen immer etwas vorsichtig sind. Für den Gesamtkonzern ge-

hen wir aber auch heute noch davon aus, dass wir in 2008 das herausragende operative Ergebnis des zurückliegenden Geschäftsjahres erreichen und daran anknüpfen werden. Nach Möglichkeit wollen wir es natürlich auch noch steigern. Voraussetzung dafür ist immer, dass wir in einem einigermaßen intakten Umfeld agieren können.

Was in unserer Macht steht, meine Damen und Herren, das werden wir tun und leisten. Das sagt Ihnen Ihr Vorstand, und unsere Mitarbeiter sagen Ihnen das auch zu. Ich denke, das gilt auch für unsere Sozialpartner sowie für den neuen Aufsichtsrat. Begleiten Sie uns als Aktionär, als Kunde, und bleiben Sie uns gewogen!

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit!