



Wolfgang Mayrhuber

Vorstandsvorsitzender

der Deutschen Lufthansa AG

in der Hauptversammlung am 24. April 2009 in Köln

Meine sehr verehrten Damen und Herren, liebe Aktionäre!

Auch ich begrüße Sie, wünsche einen schönen guten Morgen und freue mich, dass Sie so zahlreich erschienen sind. Ich begrüße auch diejenigen Aktionäre, die heute über Internet an dieser Versammlung teilnehmen. Wir werten Ihr hohes Interesse am Unternehmen auch als Wertschätzung der Arbeit der Lufthanseseaten.

Meine Damen und Herren, ich darf Ihnen Bericht erstatten über den Geschäftsverlauf des abgelaufenen Jahres und dessen Ergebnisse. So will es das Gesetz. So ist es auch unser Anliegen. Ich denke, wir haben Ihnen gute Nachrichten zu bringen. Wir werden auch Auskunft über die gegenwärtige Situation und über die Entwicklung des Unternehmens geben. Die guten Nachrichten deshalb, weil wir Ihnen das zweitbeste Ergebnis der Lufthansa in ihrer Unternehmensgeschichte präsentieren können.

Wir haben trotz schwierigster Rahmenbedingungen strategisch Kurs gehalten und auf hohem Niveau eine – wie ich denke – beachtliche und sta-

bile Leistung gezeigt; besonders vor dem Hintergrund der Höchstpreise im Treibstoffsektor, aber auch der sich im Verlauf des Jahres aufbauenden Krise an den Finanzmärkten, die auf unsere Ergebnisse gewirkt haben. Vor diesem Hintergrund ist das Ergebnis besonders bemerkenswert. Ich darf Ihnen die **Kennzahlen** kurz zusammenfassen:

- ▷ Der operative Gewinn beläuft sich auf 1,35 Mrd. Euro – und liegt damit nur knapp unter dem Vorjahresrekordergebnis.
- ▷ Das Konzernergebnis liegt bei 599 Mio. Euro.
- ▷ Unsere Eigenkapitalquote beläuft sich auf 30,9 % für das Jahr 2008.
- ▷ Und ganz wichtig: Wir haben wieder Wert geschaffen – gemessen in CVA rund 650 Mio. Euro.
- ▷ Gleichzeitig haben wir 2,2 Mrd. Euro in die Zukunft Ihres Unternehmens investiert:
 - Zum einen in unsere **Flotte**. Dies ist ein wesentlicher Beitrag zum Umweltschutz, aber gleichzeitig auch wirtschaftliche Notwendig-

keit und wichtig zum Erhalt der Substanz und zur Sicherung der Zukunft.

- Daneben haben wir in **Produkt** und **Service** investiert: Allein in den vergangenen 12 Monaten wurden 17 Lounges weltweit neu- oder wiedereröffnet, so z.B. in Frankfurt, München, New York oder Mumbai. Bis zum Jahr 2013 werden wir weitere 150 Mio. Euro in diese Produkte investieren.
- Da wo es wirtschaftlich Sinn macht eröffnen wir natürlich auch neue Destinationen. Die Märkte der Zukunft sind für uns von besonderer Bedeutung. Im letzten Jahr hat Ihr Unternehmen 15 neue Destinationen eröffnet.
- **Wie immer setzen wir auch ganz stark auf Innovationen, um uns differenzieren zu können.** So sind z.B. unsere eFly-Services ein großer Erfolg. Schon im ersten Jahr haben 1,5 Mio. Kunden diesen Service genutzt. Es ist die Möglichkeit,

völlig papierlos zu reisen. Die Tendenz ist enorm steigend.

- Wir haben aber auch in Infrastruktur investiert, in **Immobilien**, so z. B. in die A380-Technikhalle in Frankfurt, in ein neues Triebwerksüberholungszentrum in Hamburg oder, in das Trainings- und Konferenzcenter, in unser Schulungszentrum in Seeheim, das wir vor wenigen Wochen wiedereröffnen durften.

All diese Investitionen, meine Damen und Herren, sind Ausdruck des Vertrauens in den Standort Deutschland, in unsere Geschäftsfelder, die weltweit operieren, und in die Zukunft des Lufthansa-Konzerns als Ganzes.

Aber wie immer: Die Zahlen sind eigentlich nur die eine Seite der Medaille. Wichtig ist, dass unsere Strategie richtig ist und nachhaltig wirkt, dass unsere Entscheidungen tragfähig sind und sich entfalten können und Ihrem Unternehmen kontinuierlich Zuwachs an Substanz und Attraktivität bieten.

- ▷ Wir haben unser **Kerngeschäft, die Airlines**, weiterentwickelt und profitieren gleichzeitig von unserer sehr breiten Aufstellung in den Service-Geschäftsfeldern des Konzerns.
- ▷ Im vergangenen Jahr konnten wir wieder **Rekordzahlen** bei den Passagieren und auch Rekordzahlen bei den Auftragseingängen in unseren Geschäftsfeldern verbuchen und dabei **Bestnoten** bei der Kundenzufriedenheit nachweisen.
- ▷ Unsere **Finanzbasis** ist dabei solide geblieben. Wir sind stabil. Das zahlt sich gerade in diesen Zeiten aus – wir haben schon immer, wie Sie wissen, besonnen und weitsichtig gewirtschaftet. Das soll auch in der Zukunft so bleiben.
- ▷ Auch **operativ** sind wir bestens aufgestellt: Wir haben in kundenrelevante Bord- und Bodenprodukte investiert, aber auch in produktivitätstreibende Innovationen, um die Effizienz zu steigern. Und wir

haben dabei als Unternehmensverbund Markt-Know-How verbreitert.

Lufthansa hat sich auch 2008 wieder als attraktiver **Arbeitgeber** erwiesen. Wir konnten mehr als 4.000 Mitarbeiter einstellen und ihnen Arbeit und Perspektiven geben. Und wir konnten dabei wieder aus den Besten wählen. Meine Damen und Herren, ich denke, das ist ein ganz entscheidender Wettbewerbsfaktor für Ihr Unternehmen auch in der Zukunft.

Wenn man die Mitarbeiter betrachtet, dann kann ich nur sagen, dass es eine Freude ist, zu sehen, wie sie zu Werke gehen, ob jung oder erfahren, ob am Boden oder in der Luft, ob in Deutschland oder im Ausland – sie identifizieren sich mit ihrem Unternehmen. Sie geben ein klares Bekenntnis zur Mobilität. Sie sind loyal, sie sind engagiert, sie sind neugierig. Sie achten den Wettbewerb. Sie wollen sich im Wettbewerb durchsetzen. Sie wissen, meine Damen und Herren, dass in einem Servicebetrieb Mitarbeiter das größte Asset sind. Ich denke, auch hier haben wir einen Wettbewerbsvorteil gegenüber unseren Hauptwettbewerbern. Herr Weber hat, was die Führung angeht, mit dem klaren Hinweis auf vier Vorstandsvorsitzende seit 54 Jahren auch gezeigt, dass wir in der Führung stabil sind und hier auf Kurs halten.

Nun ein Wort zur Dividende.

Wir verfolgen seit Jahren eine auf Verlässlichkeit und Kontinuität ausgerichtete Dividendenpolitik. Die Dividendenhöhe soll sich dabei vorrangig an dem operativen Ergebnis orientieren, sofern die Jahresüberschüsse der Konzern- und der Einzelabschlüsse der Lufthansa AG dies ermöglichen. Für das Jahr 2008 wurde die Dividendenhöhe durch den Bilanzgewinn des Einzelabschlusses gedeckelt.

Die vorgeschlagenen 70 Cent liegen somit klar unter der Rekord-Dividende des Vorjahres, in den jedoch auch der Gewinn aus dem Verkauf der Thomas Cook Anteile eingeflossen ist. Dennoch gehören wir mit einer auf den Jahresschlusskurs bezogenen Dividendenrendite von 6,3 Prozent abermals zu den Top-Werten im

DAX. Wir denken, meine Damen und Herren, hiermit einen fairen Kompromiss gefunden zu haben, der Ihnen und unserer Lufthansa entgegenkommt. Es ist eine Dividende, die sowohl dem Vertrauen, das Sie in unsere Arbeit gesetzt haben, als auch den Herausforderungen, die in diesem Jahr auf uns warten, gerecht wird.

In diesem Zusammenhang auch eine Anmerkung zur Entwicklung des Lufthansa-Aktienkurses. Ich denke, in 2008 war niemand mit dem Aktienkurs – egal, in welcher Branche – wirklich zufrieden. Der Kurs ist im letzten Jahr um ca. 40 % gefallen. Damit stehen wir im Aktienmarkt natürlich nicht alleine. Das ist aber kein Trost. Es ist auch kein Trost, dass wir gegenüber unseren Hauptwettbewerbern klare Outperformer sind. Es ist bitter, und zwar vor allem deshalb, weil die stabilen und guten Leistungen, die wir in einem derart schwierigen Umfeld mit dem zweitbesten Ergebnis in der Lufthansa-Geschichte erbracht haben, offensichtlich wenig zählen. Der Kursverlust zeigt aus unserer Sicht klar, dass die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen letztlich viel schwerer wiegen und deswegen auch ausschlaggebend sind. **Aktuell** hat die Aktie wieder etwas an Fahrt gewonnen. Aber seit Jahresbeginn liegt sie immer noch um knapp 14 Prozent unter dem Einstandspreis. Wir bleiben optimistisch und glauben, dass der aktuelle Kurs unseres Erachtens Chancen bietet.

Der Geschäftserfolg, meine Damen und Herren, den wir Ihnen heute präsentieren, steht auf einem wirklich stabilen Fundament; denn alle Geschäftsfelder haben dazu beigetragen und sich solide entwickelt.

Das Geschäftsfeld **Passagierbeförderung** hat sich in einem sehr schwierigen Umfeld – ich hatte schon von den Treibstoffpreisen, die auf Rekordniveau geklettert sind, berichtet; aber auch die beginnende Finanzkrise war zu berücksichtigen, die natürlich Wirkung entfaltet – sehr, sehr gut entwickelt und ordentliche Ergebnisse eingeflogen. Lufthansa und SWISS konnten zusammen 70,5 Mio. Passa-

giere an Bord begrüßen – auch das ist erneut ein neuer Rekord. Die Gesamtauslastung war im Jahresdurchschnitt etwas schwächer als im Vorjahr, aber die Verkehrserlöse sind immerhin um fast 14 % auf 17 Mrd. Euro gestiegen.

Trotz des im Verlauf des Jahres immer schwieriger werdenden Marktfeldes konnte ein operatives Ergebnis von 722 Mio. Euro eingeflogen werden. Zum Vergleich: Das Vorjahresergebnis betrug 826 Mio. Euro. Auf die SWISS entfielen 314 Mio. Euro – das ist mehr als beachtlich. Die SWISS hat sich in unserem Airlineverbund zu einer tragenden Säule entwickelt und wesentlich zum operativen Ergebnis dieses Geschäftsfeldes beigetragen.

Nachdem wir im zweiten Halbjahr die Nachfrage schwächer werden gespürt haben, mussten wir gegensteuern, unter anderem durch einen Einstellungsstopp. Gegen Ende des Jahres wurden dann auch die Kapazitäten schrittweise reduziert. Wir gehen davon aus, da die Nachfrageschwäche anhält, dass wir in diesem Jahr auch noch weiter drosseln müssen.

Insofern treten wir, meine Damen und Herren, im Moment ganz bewusst auf die Bremse. Noch ist nicht erkennbar und sicher, ob wir die Bodenbildung schon erreicht haben. Aber je nachdem, wie sich der Bedarf ändert, können wir beides. Weiter bremsen oder auch wieder Gas geben. Wir haben uns auf diese Krise eingestellt. **Wir sind gerüstet. Wir haben es fest im Griff. Vor allem können wir selbstbestimmt** reagieren – und zwar in alle Richtungen.

Priorität muss in diesem Jahr natürlich die Ergebnissicherung haben. Wir setzen deshalb auf striktes Kostenmanagement in allen Geschäftsfeldern. Und unsere Initiative „**Upgrade to Industry Leadership**“, die wir schon gestartet haben, bevor die Worte Finanzkrise und Realwirtschaftskrise in den Markt kamen, arbeitet zurzeit an 100 Projekten zur nachhaltigen Absicherung und Steigerung der Profitabilität.

Meine Damen und Herren,

die Lufthansa Passage ist auch ein begehrter Partner für viele Airlines. Vor dem Hintergrund der derzeitigen Rahmenbedingungen ist es besonders wichtig, dass wir die Balance zwischen „Chance nutzen“ und „Risiko begrenzen“ oder zwischen kurzfristigen, akzeptierten Belastungen und mittelfristig erntbaren Wertbeiträgen sehr sorgfältig abwägen. Und das tun wir. Insbesondere bei **Zukäufen** ist das von großer Bedeutung. Es muss wirtschaftlich einfach Sinn machen und muss langfristig tragfähig sein.

Am Beispiel SWISS haben wir gezeigt, dass sich auch ausländische Unternehmen unter dem Dach unseres Konzerns sehr gut entwickeln können, dass sie dabei ihre Identität bewahren können und dass wir mehrere Drehkreuze miteinander so verknüpfen können, dass daraus Kundenvorteile entstehen. Ich denke, dieser Mehrwert erzeugt auch die Zuneigung der Kunden. Wir möchten deshalb auch an das Beispiel SWISS anknüpfen.

Deshalb haben wir in 2008 Chancen für wichtige Weichenstellungen im Konsolidierungsprozess aufgegriffen. Noch stehen der Erwerb von Brussels Airlines bzw. der Übernahme von Austrian Airlines Hürden entgegen. Es gibt noch den Vorbehalt, da bestimmte Voraussetzungen noch nicht erfüllt sind. Wenn alle Hürden genommen sind, werden wir unsere Position in Europa damit stärken können. **Austrian Airlines** hat wertvolle Verbindungen in osteuropäische Märkte. Diese haben heute zwar auch erhebliche Probleme, aber mittel- und langfristig versprechen sie ein überdurchschnittliches Wachstum.

Mit **Brussels Airlines** bieten sich Chancen, die Hauptstadt Europas besser in das globale Lufthansa-Netzwerk einzubinden. Außerdem kann Brussels Airlines mit einer starken Präsenz im afrikanischen Marktpunkten und unser Netzwerk um 14 weitere Destinationen ergänzen.

Beide Unternehmen werden von der gegenwärtigen Nachfrageschwäche natürlich auch schwer getroffen

und arbeiten deshalb ebenfalls an Ergebnissicherungsmaßnahmen. Sie hoffen dabei auch auf die Nutzung von Synergien im Verbund der Lufthansa.

Die langfristige Marktlogik spricht für die Zusammenführung.

Auch der Erwerb der Aktienmehrheit an **bmi** steht noch unter Vorbehalt, und zwar unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen sowie der regulatorischen Freigabe.

Meine Damen und Herren, ich komme nun zu Italien. Die Neugründung von „**Lufthansa Italia**“ ist für uns besonders wichtig, weil der Markt Italien für uns ein sehr wichtiger ist. Nun sind wir seit Februar 2009, nachdem Alitalia und unser Partner Air One fusioniert haben und beide in das Sky Team, also in eine unserer Wettbewerbsallianzen, gewechselt sind, vor Ort direkt aktiv und bieten unseren Kunden zu wichtigen Märkten in Europa Angebote an Direktflügen. Ich denke, das ist ein ganz wichtiger Schritt gewesen, auch in einer schwierigen Zeit. Wir werden dazu auch inneritalienische Destinationen aufnehmen, um für die Kunden in Norditalien besonders attraktiv zu sein. Sie wissen, die Lombardei ist eine der wirtschaftsstärksten Regionen Europas.

Daneben setzen wir natürlich nach wie vor auf den Erfolg und die Partnerschaften der **Star Alliance**. Unsere Allianz hat ihre führende Rolle im Jahr 2008 nicht nur verteidigt. Sie hat auch wieder weitere Kunden und Partner hinzugewonnen. Als neue Mitglieder konnten wir Egyptair und Turkish Airlines begrüßen. Bereits beschlossen sind der Beitritt von Continental Airlines – ich denke, das ist eine ganz gewichtige Entscheidung –, TAM in Brasilien, von Air India und dann auch Brussels Airlines. Auch diese Partnerschaften werden eine wichtige Rolle bei der Erschließung der entsprechenden Märkte spielen. Unsere Kunden wollen Verbindungsqualität. Die können wir über diesen Weg erzeugen. Heute sind wir 21 Mitglieder und fliegen in 160 Ländern zu fast 1.000 Destinationen.

Meine Damen und Herren,

Warum sind Partnerschaften und Allianzen und warum ist Konsolidierung für uns ein wichtiges Thema?

Nun, Deutschland ist zwar der zweitgrößte internationale Luftverkehrsmarkt in Europa. Aber er ist leider zu klein, um damit langfristig im globalen Wettbewerb bestehen zu können. Deutschland reicht nicht aus, um eine Unternehmensgröße zu erzeugen, die unserer Marktposition nachhaltig reicht. Schon heute sind 70% unserer Kunden nicht-deutsche Kunden. Deswegen sind das Feeder-Netzwerk, das europäische Netzwerk und das internationale Netzwerk der Lufthansa eng verflochten und wichtig. Es muss stabilisiert und auch ausgebaut werden. Deshalb sehen wir auch zukünftiges Wachstum in der Verbindung von europäischen Carriern und deren Märkte, die uns – als „Stronghold Europe“, wie wir es intern bezeichnen, die Basis und Attraktivität für Kunden und Partner-Airlines in den Weltmärkten geben. Ebenso weil wir in Europa so stark sind, sind wir auch für die globalen Allianz-Partner so attraktiv.

Meine Damen und Herren, wenn Sie sich die wirtschaftlichen Entwicklungen und auch die demografischen Entwicklungen ansehen, dann wird relativ schnell deutlich, dass sich die Gewichte auf diesem Globus verschieben, und zwar in Richtung Asien. Asien ist durch Megametropolen gekennzeichnet. Auf der anderen Seite verstärken die Amerikaner die Zusammenschlüsse ihrer Carrier und erzeugen dadurch eine entscheidende Netzwerkdichte, aus der heraus sie im globalen Markt operieren können und immensen Wettbewerbsdruck auslösen können.

Der Nahe Osten wiederum baut massiv Kapazitäten auf – auch in Zeiten, wo alle anderen schrumpfen. Es sind Überkapazitäten, die sich nicht am Bedarf des Heimatmarktes orientieren, sondern ganz klar auf Verdrängung abzielen. Diese Kapazitäten werden ungeschminkt in den Markt geschickt. Deswegen ist es meines Erachtens wichtig, dass wir die geo-

grafische Lage und auch die Standortkostenvorteile, die diese Carrier nutzen können, richtig verstehen. Darauf muss Europa insgesamt strategisch wie auch operativ antworten, zum Beispiel mit langfristig wettbewerbsfähigen Airlinestrukturen. Deswegen ist **Konsolidierung im europäischen Luftverkehr** eine ganz wichtige Möglichkeit, wobei natürlich auch deutlich wird, dass den aufnehmenden Carriern wirtschaftliche Grenzen gesetzt sind. Diese Grenzen sind deutlich sichtbar.

Die Zusammenschlüsse von Fluggesellschaften sind volkswirtschaftlich, aber auch verkehrspolitisch aus unserer Sicht die einzige Chance, um im Weltmarkt zu bestehen. Sie sorgen für eine größere Arbeitsplatzsicherheit. Sie sorgen für den Erhalt unserer Drehkreuze, für bessere Verbindungsqualität, für verbraucherfreundliche Flugpreise – sprich für Kunden- und Standortvorteile. Deshalb müssen wir durch den Ausbau der Qualität unserer Netze und durch die Verbesserung der Funktionalität unserer Drehkreuze die Verkehrsströme für uns absichern.

Nicht zuletzt verstehen wir uns auch als **Anwalt der Kunden und unseres Standortes und natürlich auch als Anwalt unserer Aktionäre.** Ihre Investition, meine Damen und Herren, soll sich aus dem Wert des Wachstums, aber auch aus dem Wert der Dividende speisen.

- ▷ Deshalb wollen wir weitere Destinationen suchen und mit verbesserter Verbindungsqualität punkten.
- ▷ Deshalb wollen wir profitabel wachsen.
- ▷ Deshalb wollen wir auch durch sinnvolle Akquisitionen, durch neue Partnerschaften und auch durch Fusionen dazu beitragen.

Hier sollten meines Erachtens in Europa die Interessen für seine eigene Zukunft klar sein. Es wäre wichtig, wenn die Bürokratie und die Politik hier keine **unüberwindlichen Hürden** aufbauen.

Meine Damen und Herren,

nun zu den anderen Geschäftsfeldern:

Das Geschäftsfeld **Logistik** hat im Geschäftsjahr 2008 mit einem hervorragenden Ergebnis abgeschlossen. Der Umsatz konnte gesteigert werden, ebenso das operative Ergebnis: Es belief sich auf 164 Mio. Euro.

Damit konnte die Lufthansa Cargo ihren Erfolgskurs fortsetzen und hat sich im hart umkämpften Markt besser behauptet als ihre Wettbewerber. Aufgrund der gegen Jahresende abrupt eingetretenen Nachfrageschwäche hat Lufthansa Cargo die Frachterkapazitäten reduziert und versucht, dem Ergebniseinbruch entgegenzuwirken, auch durch Kurzarbeit.

Es ist klar und zeichnet sich ab, dass der Markt noch auf dem extrem niedrigen Niveau verharren wird. Mit Blick auf die schlechte Weltwirtschaftslage, auf den schwachen Konsum und auf die reduzierten Investitionstätigkeiten werden wir weitere Maßnahmen folgen lassen müssen, und wir erwarten ein deutlich schlechteres – sprich negatives operatives Ergebnis in diesem Geschäftsfeld in 2009.

Die Lufthansa **Technik** hat in 2008 ihren Umsatz und auch ihr Ergebnis gesteigert. Der operative Gewinn lag 2 % höher als im Vorjahr und betrug 299 Mio. Euro. Trotz beginnender Krise konnte die Lufthansa Technik 500 neue Verträge abschließen – ich denke, das ist ein richtiger Beweis für die Kompetenz und die Leistungsfähigkeit dieses Unternehmens -, darunter auch Projekte wie die Erneuerung der Langstreckenflotte der Bundesregierung. Besonders stolz darf die Technik darauf sein, dass sie einen Award erhalten hat. Sie wurde 2008 zur **„Best European Airline MRO Operations“ gekürt.** Ich denke, auch das ist eine ganz besondere Anerkennung für die hohe Qualität der Techniker.

Natürlich wird auch diese Krise nicht vor den Werktoeren der LHT Halt machen. Die Lufthansa Technik bereitet sich deswegen auch frühzeitig auf schwierige Zeiten vor. Der

globale Abschwung wird sie allerdings erst später als die anderen Geschäftsfelder treffen. Für 2009 wird ein relativ stabiles operatives Ergebnis – vermutlich leicht unter dem Vorjahreswert – erwartet.

Auch unser Geschäftsfeld **IT Services** hat in 2008 gute Ergebnisse vorgelegt. Die Produktivität wurde gesteigert, die Profitabilität erhöht. Die Investitionen in neue Produkte haben sich ausgezahlt. Damit konnte wieder ein Grundstein für weiteres Wachstum gelegt werden, um im globalen Markt durchhalten zu können. Lufthansa Systems hat im vergangenen Geschäftsjahr mit einem operativen Ergebnis von 40 Mio. Euro zum Konzernergebnis beigetragen. Auch im schwierigen Umfeld hat die Systems ihr Produktportfolio noch einmal weiter verbreitern können. Auch deshalb ist ihr Anteil am externen Kundengeschäft gestiegen. Die Systems nimmt sich jetzt vor, auf die Marke von 60 % anwachsen zu wollen. Gleichwohl rechnet auch die Systems in 2009 mit leichten Umsatzrückgängen und natürlich auch mit einem geringeren operativen Ergebnis.

Unser Geschäftsfeld Catering konnte sich trotz angespannter Wirtschaftslage im vergangenen Jahr im Markt behaupten und mit 70 Mio. Euro zum operativen Ergebnis des Gesamtkonzerns beitragen. Ich denke, das ist ein starkes Ergebnis. Es ist das zweitbeste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte der LSG. Die Strategie der LSG, in Wachstumsmärkten moderat und schrittweise zu expandieren und gleichzeitig die nicht-profitablen Aktivitäten zu reduzieren, ist aufgegangen. Highlight im letzten Jahr war für dieses Unternehmen mit Sicherheit die Eröffnung des modernsten und größten Cateringbetriebs in Europa. Am Standort Frankfurt wurde auf einer Produktionsfläche von 28.000 m² investiert. Dort können 80.000 Mahlzeiten täglich gefertigt werden.

Aufgrund der großen Abhängigkeit des Catering-Aufkommens von der Entwicklung des Luftverkehrs erwartet die LSG für das Jahr 2009 auch

sinkende Nachfragewerte. Entsprechend werden sich die Umsätze reduzieren, ebenso das operative Ergebnis. Um hier gegenzusteuern, werden auch in unseren Küchen die Programme zur Kostensenkung und Produktivitätssteigerung weiter verstärkt.

Meine Damen und Herren, wo steht die Industrie, und wie soll es weitergehen?

Ich beginne bei den **IATA-Fluggesellschaften**. Prognostiziert waren 8,5 Mrd. US-Dollar Verlust. Es werden im Jahr 2008 deutlich über 10 Mrd. sein. Ich denke, dass die Prognose für 2009 für die IATA ziemlich unklar ist. Was wir aber erkennen können, ist, dass das Gros der europäischen Fluggesellschaften, die im vergangenen Jahr noch schwarze Zahlen geschrieben haben, in 2009 deutliche Verluste ausweisen wird. Die Regionen mögen sich auf der Welt sehr unterschiedlich präsentieren. Auch wenn die Industrie tief rot prognostiziert, meine Damen und Herren, bleibt es ganz klar **unser Ziel, auch in 2009 ein deutlich positives operatives Ergebnis zu erzielen**.

Solche Krisen bieten auch Chancen. Deswegen ist es wichtig, dass wir zusammenrücken, nicht nur im Unternehmen, sondern auch mit unseren Systempartnern, mit unseren Lieferanten, egal ob Flughäfen, Flugsicherung oder andere Serviceprovider. Vor allem ist es wichtig, dass wir keine zusätzlichen Belastungen durch Verordnungen, Gesetze etc. erhalten.

Unsere Systempartner, die sich in einer **„Initiative Luftverkehr am Standort Deutschland“** gefunden haben, haben deshalb gerade ein Schreiben an die Vertreter aller Parteien und an die Mitglieder des Verkehrsausschusses des Deutschen Bundestages als zentrale Handlungsempfehlung zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Stärkung des Luftverkehrsstandortes Deutschland ausgesprochen.

Wir wollen keine Subventionen. Wir wollen auch keinen Schirm über uns gespannt haben, aber was wir wollen, ist ein klares „Ja“, ein Bekenntnis zur Mobilität, ein Bekennt-

nis zur Luftfahrt. Und, meine Damen und Herren, die **privatwirtschaftlich finanzierten Konjunkturprogramme**, die die Luftfahrt bietet, sind enorm. Hierzu zählen unter anderem:

- ▷ Bis 2020 plant die Luftverkehrswirtschaft, 20 Mrd. Euro in die Infrastruktur und 20 Mrd. Euro in modernes Fluggerät zu investieren.
- ▷ Deswegen ist ein klares Bekenntnis der Politik nötig. Dieses Bekenntnis ist für uns vor allem bei den Ausbauvorhaben wichtig, beispielsweise am Flughafen Frankfurt, in München und natürlich auch an anderen Stellen.

Es ist auch wichtig, dass wir ein vernünftiges, geordnetes **Flughafenkonzept des Bundes** erhalten.

- ▷ Die bundespolitisch koordinierte Infrastrukturentwicklung an unseren Flughäfen ist Voraussetzung für die Zukunftsfähigkeit und die internationale Wettbewerbsfähigkeit aller Standorte in Deutschland. Oder die Schaffung der **wettbewerbsfähigen Rahmenbedingungen**, die wir brauchen.

- ▷ Es ist notwendig, dass einseitige Belastungen, die zur Benachteiligung gegenüber anderen Verkehrsträgern, aber vor allem gegenüber anderen Wettbewerbern aus dem internationalen Luftverkehr, eingegrenzt werden. So sollten beispielsweise aus unserer Sicht öffentliche Aufgaben, die auch von der öffentlichen Hand durchzuführen sind, auch öffentlich finanziert werden, z. B. die Sicherheitskosten.

Ich sehe, meine Damen und Herren, in dieser Krise auch nach wie vor den Strom von unsinnigen **Subventionen** – z.B. an den Kleinstflughäfen. Sie sollen eingestellt werden, denn ich halte Subventionen aus zweierlei Gründen für gefährlich:

1. Das Geld fehlt an einer anderen Stelle, wo es wirklich gebraucht wird.
2. Die Subventionen richten Schaden an. Ich denke, die Heilungskräfte des Wettbewerbs sind die bessere Antwort.

Was wir vor allem brauchen, sind keine Belastungen, sondern Rahmenbedingungen, die uns helfen. Ich denke, dass die Realität hier eher ambivalent aussieht. Auf der einen Seite wird endlich das zweite Paket für den Single Sky in Europa verabschiedet. Es muss jetzt schnellstens umgesetzt werden, um Früchte zu tragen, damit die erhofften Entlastungen auch eintreten können. Es ist dringend, denn auf anderen Feldern drohen uns neue unsinnige Belastungen wie z. B. Auflagen in Frankfurt, wo immer noch das **Nachtflugverbot** diskutiert wird.

In Zeiten, wo gerade in Frankfurt von der Banken-City bis Rüsselsheim die Politik mit Milliarden um viele tausend Arbeitsplätze kämpft, riskieren wir unter dem Druck weniger, **dass der Frankfurter Flughafen, ein Weltflughafen, dazu tendieren muss, nachts die Lichter auszuschalten**. Ich glaube, das kann nicht sein, denn Deutschland ist nicht nur Exportweltmeister. Wir sind auch ImportvizeWeltmeister und, wie ich gestern gelernt habe, auch Transportweltmeister. Wir sind auf eine effiziente Mobilitätsstruktur angewiesen.

Meine Damen und Herren,

es geht gar nicht um uns alleine. Falsche politische Weichenstellungen kommen zum Schluss immer auch beim Bürger an. Ich glaube, das müssen wir der Politik auch noch einmal deutlich sagen. Ich hoffe, dass das Wahljahr hier hilft.

Meine Damen und Herren, als Ihr Unternehmen, die Deutsche Lufthansa, 1926 aus einer Fusion von drei kleinen Gesellschaften hervorging und gegründet wurde, mussten die Passagiere, um in das Flugzeug zu steigen, noch über Leitern hochklettern. Heute checken unsere Gäste bequem per Handy oder über SMS ein. Das ist nur ein Beispiel für den technologischen Fortschritt, den wir sehen. Wir bauen auch in der Zukunft auf solche Fortschritte. Wir wollen hier in der Zukunft eine Vorreiterrolle haben. Ich glaube, das ist auch eine unserer Stärken.

Die Welt um uns herum ändert sich immer schneller. Mit diesen Veränderungen müssen wir auch im Unternehmen Schritt halten. Die Lufthansa ist hierauf bestens vorbereitet. Wir bleiben dabei, dass das, was im Kern seit der Gründung des Unternehmens das **Markenversprechen** ist, auch zentrale Handlungsmaxime für alle Führungskräfte und Mitarbeiter ist. Das Markenversprechen ist Garant für Kontinuität. Die Marke Lufthansa steht für fliegerische Perfektion. Sie steht für technische Kompetenz. Sie steht auch für Service-Orientierung, für Kunden-Orientierung, für Partnerfähigkeit und für vieles, vieles mehr. Lufthansa ist eine starke Marke. Sie gibt jedem Orientierung und auch Vertrauen. Es ist für uns ganz wichtig, dass wir das auch in der Zukunft erhalten. Gerade in Krisenzeiten ist Vertrauen von ganz besonderer Bedeutung. Davon werden wir profitieren, und wir werden in allen Geschäftsfeldern des Konzerns dafür sorgen, dass alle in die Marke einzahlen. Alle stehen für höchste Qualität. Das wird auch in Zukunft so bleiben, meine Damen und Herren.

Zusammengefasst möchte ich sagen, dass der Konzern – Ihr Unternehmen – gut aufgestellt ist, eine solide Finanzbasis hat, Mitarbeiter mit Ideen hat und gut gerüstet ist für die aktuelle Krise und auch für zukünftige Herausforderungen.

Ja, wir wissen, dass wir auch im Wirtschaftsumfeld exponiert sind. Wir kennen unsere Stärke, und wir haben die Antworten für Lösungen. Wir können auch an unserer Strategie festhalten. Ich halte es für eine ganz wichtige Aussage, dass ein Unternehmen, das auch in Krisenzeiten keine Kehrtwendung machen muss, damit eigentlich den Beleg liefert, dass es gut und solide aufgestellt ist.

Wir müssen aber auch in Krisen schon an die Zukunft denken. Deswegen ist das, was Herr Weber vorhin gesagt hat, ganz wichtig, nämlich das wir auch die organisatorischen Voraussetzungen zeitgenau schaffen. Wir sind gewachsen. Wir wollen Verbund

werden. Neue Anforderungen kommen auf uns zu. Deswegen ist es notwendig, dass wir uns auch organisatorisch neu aufstellen.

Ich will nicht wiederholen, was Herr Weber gesagt hat, aber es ist wichtig für Sie, zu wissen, dass wir aus einem qualifizierten, guten Fundus von Führungskräften im Unternehmen schöpfen können. Das ist heute keine Selbstverständlichkeit mehr. Wir haben die Qualität. Wir wollen auch mit der Erweiterung in der Zukunft schlank bleiben. Wir sind froh, dass wir mit Christoph Franz jemanden haben, der Erfahrungen aus unterschiedlichen Bereichen mit einbringt und der bestens zu unserem Unternehmen passt.

Herr Weber hat schon im Detail erklärt, wie wir uns aufteilen. Ich glaube, eine schlagkräftige Mannschaft wird dafür sorgen, dass der Kranich zu weiteren Höhenflügen ansetzen kann. Ihr Unternehmen, der Kranich, wie ich ihn immer bezeichne, ist ein zäher Vogel. Er ist wetterfest, und er beherrscht Ausweichmanöver, wenn die Turbulenzen zu stark sind. Wir wissen nicht, ob die Bodenbildung schon erreicht ist, ob das, was wir an Volumen und Erlösausfällen sehen, schon das Ende ist. Wir werden aber die Belastungsprobe bestehen; dessen bin ich mir sicher.

Auch wenn wir vorsichtig sind und Ihnen derzeit keine konkrete **Prognose für das Jahr 2009** geben wollen, kann ich Ihnen noch einmal bestätigen, dass wir zwangsläufig einen Ergebnisdruck haben, dass wir Ihnen aber auch im Jahr 2009 ganz klar **ein deutlich positives Ergebnis abliefern wollen**. Die solide Basis, unsere Strategie und das Spitzen-Team von Mitarbeitern und Führungskräften werden Ihr Unternehmen, liebe Aktionäre, auf Kurs halten. Darauf können Sie sich verlassen! Wir werden, wie es uns Analysten bestätigt haben, nicht nur den Kurs halten, sondern sicher durch die Turbulenzen steuern.

Meine Damen und Herren, ich darf Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit danken – bleiben Sie uns gewogen!