



Christoph Franz

Vorsitzender des Vorstands Deutsche Lufthansa AG
in der Hauptversammlung am 3. Mai 2011 in Berlin

Guten Morgen, meine sehr geehrten Damen und Herren! Guten Morgen, liebe Aktionäre hier im Saal! Herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung im ICC in Berlin. Auch unsere Aktionäre, die via Internet zugeschaltet sind, möchte ich sehr herzlich hier über das Internet begrüßen. Einen schönen guten Morgen auch an Sie!

Für mich ist das heute die erste Hauptversammlung als Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa, Ihres Unternehmens. Ich freue mich, dass ich Ihnen heute in der Stadt, in der die alte Luft Hansa vor 85 Jahren gegründet wurde, Rede und Antwort stehen darf.

Uns verbindet viel mit Berlin. Seit der Wiedervereinigung vor etwas mehr als 20 Jahren und nach 45 Jahren erzwungener Unterbrechung dürfen wir wieder nach Berlin fliegen. Seither haben wir in dieser Stadt und der Region mehr als eine halbe Milliarde Euro investiert und gehören zu den größten privaten Arbeitgebern. Die Fluggesellschaften unserer

Airline Gruppe fliegen häufiger die Hauptstadt an als alle anderen Fluggesellschaften. Wir wachsen hier schneller als an anderen Standorten in Deutschland - und wir wollen mit Berlin noch mehr erreichen.

Der neue Großflughafen Berlin Brandenburg International wird für Berlin und die Region einen wichtigen Schub als Luftverkehrs- und Wirtschaftsstandort bedeuten. Deshalb hat Lufthansa auch ein „Berlin-Projekt“ eingerichtet und prüft alle Möglichkeiten und Chancen für ein größeres Engagement am neuen „Hauptstadt-Airport“.

Meine Damen und Herren, bevor ich nun eine Gesamteinschätzung über die Entwicklung Ihres Unternehmens im vergangenen Jahr gebe, möchte auch ich meinen Vorgänger, Wolfgang Mayrhuber, hier sehr herzlich begrüßen. Ich freue mich sehr, dass er heute hier ist, denn es ist ganz wesentlich sein gutes Ergebnis, über das ich hier gleich berichten darf. Insofern: Vielen Dank, Wolfgang! Das ist jetzt Dein Applaus!

Meine Damen und Herren, in medias res: Zum Geschäftsjahr 2010:

- Der operative Gewinn ist im Vergleich zum Vorjahr um mehr als das Fünffache gestiegen und lag bei 876 Millionen €.
- Das Konzernergebnis erhöhte sich - auch dank eines positiven steuerlichen Einmaleffekts von 400 Millionen € - auf rund 1,1 Milliarden €. Im Jahr zuvor war es übrigens noch negativ.
- Der Cash Value Added, also die Wertschaffung Ihres Unternehmens, betrug 71 Millionen €. Wir konnten also bereits ein Jahr nach der Wirtschafts- und Finanzkrise wieder Wert schaffen.
- Das Investitionsvolumen der Lufthansa lag im Konzern bei 2,3 Milliarden €. Der Großteil davon entfiel auf Investitionen in moderne und treibstoffsparende Flugzeuge.
- Der operative Cashflow stieg um mehr als 54 Prozent auf einen

Rekordwert von 3,1 Milliarden €. Er lag damit deutlich über unserem Brutto-Investitionsvolumen. Das hat sich natürlich - zusammen mit dem starken Konzernergebnis - positiv auf unsere Bilanzkennzahlen ausgewirkt.

- Entsprechend konnte die Nettokreditverschuldung weiter reduziert werden. Sie betrug Ende 2010 1,6 Milliarden €. Im Jahr zuvor waren es noch 2,2 Milliarden € gewesen.
- Die Eigenkapitalquote stieg um fast 5 Prozentpunkte auf 28,4 Prozent. Das zeigt die solide finanzielle Aufstellung Ihres Unternehmens.

Meine Damen und Herren, um die Leistung hinter diesen Zahlen ermes- sen zu können, muss man sich die Rahmenbedingungen, unter denen sie erreicht wurden, noch einmal vor Augen führen.

Das Jahr 2010 begann mit einem gewaltigen Hindernislauf: die Spätfolgen der Wirtschaftskrise, ein harter Winter, ein teurer Pilotenstreik, die mehrtägige Luftraumschließung wegen des Vulkanausbruchs in Island - das waren nicht die besten Startbedingungen. Gegen Ende des Jahres holte uns dann wieder ein heftiger Wintereinbruch ein, und während die Skigebiete in Österreich und der Schweiz eher unter Schneemangel litten, hatten wir in Frankfurt, London und Paris reichlich von der weißen Pracht.

In Summe haben all diese Ereignisse unser Ergebnis mit rund 340 Millionen € belastet.

Zusätzlich mussten wir auch noch die deutlichen operativen Verluste von Austrian Airlines und bmi, die sich beide noch in Restrukturierung

befinden, verbuchen. Diese Verluste beliefen sich auf minus 211 Millionen €.

Mit Blick auf diese erheblichen Belastungen wird die eigentliche Stärke des Jahresergebnisses 2010 wirklich deutlich! Und das macht uns schon ein wenig stolz!

Geholfen hat uns die einsetzende konjunkturelle Erholung sowie die handfesten Ergebnisverbesserungen in der Passage Airline Gruppe und in der Fracht:

- Die Zahl der Passagiere ist auf Rekordniveau gestiegen - die Airlines unseres Unternehmen haben mehr als 91 Millionen Fluggäste befördert. Auch ohne Konsolidierungseffekte sind das Rekordzahlen.
- Auch in der Fracht wurden Rekorde erzielt - beim Umsatzwachstum und beim operativen Ergebnis.

Zum Gesamterfolg des Konzerns haben aber alle Geschäftsfelder beigetragen. Der größte Beitrag kam dabei klar aus unserem Kerngeschäftsfeld, der Passage Airline Gruppe, dicht gefolgt von der Logistik. Aber auch die Service-Geschäftsfelder Technik, IT Services und Catering haben zusammen mehr als 350 Millionen € zum operativen Ergebnis positiv beigesteuert. Ein Indiz mehr, dass unsere Konzernstruktur gerade in Krisenzeiten stabilisierend wirkt und sich auch im Aufschwung bewährt.

Die Lufthansa Aktie war im vergangenen Jahr Spiegel der erfreulichen Entwicklung im Konzern. Mit einem Wertzuwachs von ca. 39 Prozent ist sie sogar doppelt so stark gestiegen wie der DAX - und das in einem wirklich guten Börsenjahr. Aktuell sind wir nicht so ganz zufrieden.

Die verheerende Katastrophe in Japan und die vielen politischen Unruheherde spiegeln sich in den Aktienkursen der Airlines weltweit wider.

Aber nun noch eine gute Nachricht für Sie, sehr geehrte Aktionäre: Mit den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2010 sind nun auch wieder die Bedingungen für eine Dividendenausschüttung erfüllt. Ich freue mich, dass Vorstand und Aufsichtsrat dieser Hauptversammlung eine Dividendenzahlung von 60 Cent pro Aktie vorschlagen können.

Meine Damen und Herren, an dieser Stelle nochmals herzlichen Dank an Wolfgang Mayrhuber, an meine Kollegen im Vorstand, an alle Führungskräfte und Mitarbeiter im Lufthansa Konzern, die diese Entwicklung mitgetragen haben.

Ein ganz besonders großes Dankeschön geht aber an dieser Stelle an unsere Mitarbeiter im Flugbetrieb und an den Stationen. Sie haben während der Ereignisse des letzten Jahres und in zwei harten Winterperioden bis an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit gearbeitet, um unsere Fluggäste zu betreuen, zu versorgen, umzubuchen oder Not-Flugpläne zu erstellen, die Creweinsatzplanung zu managen, verlorenes Gepäck aufzuspüren und wieder zu unseren Fluggästen zu bringen - das alles war eine Herkulesaufgabe!

Und - last but not least - ein großes Dankeschön an unseren Aufsichtsrat, der uns auch im Geschäftsjahr 2010 wieder engagiert und kritisch begleitet hat und mir mit der Ernennung zum Vorstandsvorsitzenden so viel Vertrauen entgegengebracht hat: Es ist mir eine Ehre und Freude, für dieses Unternehmen, Ihre Lufthansa, zu arbeiten.

Alle, die ich gerade genannt habe, haben dazu beigetragen, dass wir Ihnen heute ein Ergebnis präsentieren können, das Anfang 2010 so niemand erwartet hatte. Ihr Unternehmen, sehr geehrte Aktionäre, ist fundamental gesund. Wir sind stolz auf unser starkes Finanzprofil. Wir haben unter Beweis gestellt, dass wir gute Krisenmanager sind, aber auch, dass wir im Aufschwung Gas geben können. Wir haben unsere Chancen im Markt genutzt:

- Lufthansa hat ihre Wettbewerbsposition klar verbessert.
- Unsere Ertragskraft ist deutlich stärker geworden.
- Wir haben gleichzeitig investiert und gespart.
- Wir haben Lufthansa zur führenden europäischen Fluggesellschaft entwickelt. Ihr Unternehmen, sehr geehrte Aktionäre, ist heute die Nummer 1 in Europa! Und das soll auch so bleiben!

Meine Damen und Herren, erlauben Sie mir nun noch einen kurzen Blick auf die einzelnen Geschäftsfelder. Ich hatte ja bereits erwähnt, dass alle einen positiven Beitrag zum Konzernergebnis geleistet haben. Spitzenreiter war hier ganz klar die Passage Airline Gruppe. Sie hat im Jahr 2010 einen operativen Gewinn von 436 Millionen € ausgewiesen. Im Vorjahr war das Ergebnis noch knapp negativ mit 8 Millionen €.

Innerhalb der Passage Airline Gruppe hat die Lufthansa Passage ganz wesentlich zum Ergebnis beigetragen. Sie hat den konjunkturellen Aufschwung für sich nutzen können. Der Umsatz ist gestiegen und das operative Ergebnis betrug 382 Millionen €.

Zur Ergebnisverbesserung trug auch das Kostensenkungsprogramm Climb 2011 erheblich bei. Hier erwarten wir für 2011 mindestens

350 Millionen € weitere Einsparungen. Damit können wir davon ausgehen, dass die angestrebte 1 Milliarde € nachhaltiger Ergebnisverbesserung bis Jahresende dieses Jahres erreicht werden. Das ganze Potential dieses Programms wird dann 2012 in den wirtschaftlichen Kennzahlen sichtbar werden.

Auch SWISS hat ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr hinter sich und konnte ihren operativen Gewinn auf 298 Millionen € verdreifachen. Das war eine richtig starke Leistung!

Sowohl Austrian Airlines als auch British Midland arbeiten weiter mit Hochdruck und energischer Entschlossenheit an der Restrukturierung bzw. Sanierung ihrer Gesellschaften. Erste Erfolge und deutliche Verbesserungen des operativen Ergebnisses gegenüber dem Jahr 2009 sind sichtbar.

Germanwings, unsere Low-Cost-Tochter, hatte unter den besonderen Ereignissen im vergangenen Jahr deutlich zu leiden und schloss mit einem operativen Verlust von 39 Millionen € ab.

Abschließend sei noch erwähnt, dass bei allen Airlines Ergebnissicherungsmaßnahmen, Sparprogramme und Effizienzsteigerungsprogramme verschärft bzw. weiter fortgeführt wurden. Nur so konnten wir gleichzeitig auch wieder investieren:

- in neue Flugzeuge, die umweltfreundlicher und verbrauchsärmer sind,
- in den Ausbau unseres Streckennetzes zum Beispiel nach Westafrika, Asien oder Südamerika,
- in die Ausstattung von Lounges und Kabinen: in FlyNet, unserem Internetzugang an Bord, das zum Produkt des Jahres 2011 gewählt wurde; in neue, verbesserte und leichtere Sitze in allen Klassen und in unsere völlig neue First Class.

In diesem Zusammenhang muss unbedingt natürlich die Einführung der A380 bei Lufthansa erwähnt werden. Damit haben wir ein neues Kapitel in unserer Unternehmensgeschichte aufgeschlagen. Ich glaube, alle Lufthansaer sind zu Recht stolz auf dieses neue Flaggschiff. Inzwischen fliegen wir bereits mit sechs A380 in die Weltstädte Johannesburg, Peking, Tokio oder New York. Die siebte A380 wird in wenigen Tagen an uns ausgeliefert.

Meine Damen und Herren, Lufthansa Cargo hat sowohl in der Krise als auch im Aufschwung äußerst erfolgreich auf die Marktveränderungen reagiert. Unserem Geschäftsfeld Logistik ist 2010 eine beeindruckende Wende gelungen. Durch ein reaktionsschnelles Management konnte ein deutlicher Vorsprung gegenüber den Wettbewerbern gesichert werden. Mit einem operativen Ergebnis von 310 Millionen € hat das Geschäftsfeld deutlich positiv zu unserem Konzernergebnis beigetragen.

Lufthansa Technik wurde als letztes Geschäftsfeld unseres Konzerns erst spät von den Auswirkungen der Krise erfasst und konnte 2010 noch nicht in vollem Umfang vom Aufschwung profitieren. Das operative Ergebnis blieb deshalb mit 268 Millionen € deutlich positiv, aber leicht hinter dem Vorjahr zurück.

Lufthansa Systems hat im vergangenen Jahr auf die veränderten Marktbedingungen in der IT-Branche reagiert und ein umfassendes Restrukturierungsprogramm aufgelegt. Damit soll die Profitabilität dauerhaft gesichert werden. Lufthansa Systems hat mit 10 Millionen € zum operativen Gewinn des Konzerns beigetragen.

Die LSG Sky Chefs haben 2010 einen operativen Gewinn von 76 Millionen €

erzielt. Das entspricht einer Verdoppelung im Vergleich zum Vorjahr. Auch das ein beeindruckendes Ergebnis.

Der Vollständigkeit halber sei auch hier erwähnt, dass nicht nur die Airlines unserer Gruppe, sondern alle Geschäftsfelder und die Konzernzentrale ihre Kostensenkungsprogramme fortgeführt oder verschärft haben, auch mit Blick auf das aktuelle Geschäftsjahr. Überall wurden Prozesse optimiert, gespart und die Wettbewerbsfähigkeit verbessert. Nur so konnten wir in einem turbulenten Geschäftsjahr ein ordentliches Ergebnis für den gesamten Konzern erwirtschaften.

Meine Damen und Herren, und damit möchte ich nun den Blick auf das aktuelle Jahr richten. Die Hoffnungen, dass 2011 nun endlich mal im Flugbetrieb ein „normales“ Jahr werden könnte, haben sich spätestens seit den Ereignissen in Japan zerschlagen. Wir alle waren geschockt über das Ausmaß dieser Katastrophe und sind noch immer in großer Sorge über die Folgen. Glücklicherweise kam dabei keiner unserer Mitarbeiter dabei zu Schaden. Wir haben in Japan Unterstützung angeboten und geleistet. Wir haben im März Hilfsgütertransporte in die von Erdbeben und Tsunami betroffenen Regionen durchgeführt. Die Help Alliance, die größte Hilfsorganisation der Lufthansa, hat eine Spendenaktion ins Leben gerufen und wird sich ebenfalls vor Ort engagieren.

Bei unserer Flugeinsatzplanung haben wir größten Wert auf die Sicherheit unserer Mitarbeiter und Kunden gelegt. Nach der Lockerung der Reisehinweise des Auswärtigen Amtes fliegt die Lufthansa seit dem 15. April nun wieder direkt nach Tokio/Narita und seit dem 28. April, d. h. seit letzter Woche, auch wieder mit dem A380.

Uns bleibt nach diesen Ereignissen die traurige Erkenntnis, dass es ein business as usual in unserem Kerngeschäft offensichtlich kaum gibt. Ein dauerhaft normaler Geschäftsbetrieb bleibt wohl die Ausnahme - und darauf haben wir uns eingestellt. Deshalb treffen wir Vorsorge. Deshalb ist uns auch die finanzielle Stabilität des Unternehmens so wichtig. Nur so können wir all den Krisen, Naturkatastrophen und sonstigen Unwägbarkeiten etwas entgegensetzen und dann auch „Durststrecken“ überstehen.

Und damit bin ich auch schon mitten im Geschäftsjahr 2011: Wie geht es weiter? Wie schätzen wir die aktuellen Rahmenbedingungen und Konjunkturaussichten ein? Welche Arbeitsschwerpunkte und Ziele haben wir uns gesetzt? Wie sehen die politischen Rahmenbedingungen für unsere Lufthansa aus?

Zunächst einmal der Blick auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung: Alle Experten erwarten eine Erholung der Weltwirtschaft, wenn auch mit reduziertem Tempo. Das Wachstum soll zwischen 3 und 4 Prozent liegen. Die wirtschaftliche Dynamik der asiatischen Volkswirtschaften wird wohl weiter hoch bleiben. Das erwartete Wachstum liegt in Asien voraussichtlich bei 5 Prozent - und deswegen ist Asien auch für uns der Wachstumsmarkt Nr. 1.

Der Blick nach Europa zeigt dagegen eine eher heterogene Entwicklung durch die wirtschaftlichen Probleme in einigen EU-Ländern. Die Prognosen für das europäische Wirtschaftswachstum liegen folglich nur bei 2 Prozent, in Deutschland bei 3 Prozent.

Mit Blick auf den Luftverkehr rechnet die IATA bis 2014 mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von etwa 6 Prozent pro Jahr für den

internationalen Verkehr. Das wäre doppelt so hoch wie das prognostizierte globale Wirtschaftswachstum. Für den Luftfrachtverkehr werden ähnliche Wachstumsraten erwartet.

Steigende Treibstoffpreise, zusätzliche Kapazitäten im Markt und ein Preisniveau, das sich nur langsam von den Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise erholt, bleiben trotz dieser erfreulichen Prognosen drei Herausforderungen, denen wir uns stellen müssen. Für den deutschen Markt ist darüber hinaus die Einführung der Luftverkehrssteuer - das ist ja sozusagen eine Exportsteuer; eigentlich ungewöhnlich für einen Exportweltmeister, die Exporte zu besteuern -, die seit Januar erhoben wird, eine deutliche Zusatzbelastung. Diese Steuer ist in jedem Falle eine Verschlechterung der Wettbewerbsfähigkeit für deutsche Airlines im Vergleich zu europäischen und internationalen Wettbewerbern. Besonders das preisensible Kundensegment ist davon betroffen - und damit neben den günstigen Buchungsklassen der Lufthansa Classic auch unsere Tochter, die Germanwings. In der Folge heißt das für Lufthansa, dass wir noch mehr sparen und die Effizienz noch stärker erhöhen müssen.

Und damit, meine Damen und Herren, bin ich schon mittendrin bei unseren Zielen und Arbeitsschwerpunkten für die Zukunft:

Unser erklärtes und anspruchsvolles Ziel für den Konzern ist das profitable Wachstum mit dem Markt. Wir wollen und müssen in einer Wachstumsindustrie mit dem Markt profitabel wachsen, denn nur durch profitables Wachstum schaffen wir die Voraussetzungen für die finanzielle Stabilität, die in unserer volatilen und krisenexponierten Branche besonders wichtig ist; für eine solide finanzielle Struktur,

die uns attraktiv für Vertragspartner und Anleger macht und ein effektives Risikomanagement von Zinsen, von Währungen und von Kerosin gewährleistet. Wir brauchen dieses profitable Wachstum auch für Investitionen in eine moderne Flotte, die unser Kerosinbudget und die Umwelt entlasten; und wir schaffen natürlich - last but not least - die Voraussetzungen für sichere Arbeitsplätze mit attraktiven Entwicklungsperspektiven.

Wie erreichen wir das? Indem wir den Fokus weiter ganz klar auf unser Kerngeschäft legen. Dabei haben wir unterschiedliche Ansätze und Schwerpunkte.

Zunächst einmal müssen wir die Ergebnisse im Kontinentalverkehr verbessern. Die sind defizitär, aber nicht nur bei uns, was die Aufgabe nicht leichter macht. Die besondere Herausforderung liegt darin, dass wir es gerade innerhalb der EU mit Überkapazitäten zu tun haben. Die Low-Cost-Airlines haben in der Krise ihr Angebot noch erweitert und häufig staatliche Vergünstigungen für die Nutzung von Kleinstflughäfen erhalten.

Im Kontinental- und im Interkontinentalverkehr werden wir aktiv und offensiv die Marktchancen nutzen, die sich uns bieten. Wir möchten unseren Kunden ein immer größeres Netz und nahtloses Reisen anbieten und unser Angebot entsprechend erweitern.

Wir werden daher auch unsere Joint Ventures weiter ausbauen. Am weitesten vorangeschritten ist unser Atlantik++ Joint Venture zusammen mit unseren Partnern Air Canada und Continental/United Airlines. Bis Ende des Jahres wird die vollständige Integration aller Verbundpartner SWISS, AUA, bmi in dieses Joint Venture abgeschlossen sein. Brussels Airlines soll nach der vollständigen Integration

folgen. Insgesamt soll so der Marktanteil, der auf dem Nord-Atlantik schon heute 29 Prozent ausmacht, weiter erhöht werden. Daneben laufen die Vorbereitungen für ein Joint Venture mit unserem japanischen Star Alliance Partner All Nippon Airways (ANA).

Ein weiterer Schwerpunkt in unserem Kerngeschäft ist das Vorantreiben von Investitionen und Innovationen, die direkt beim Kunden ankommen. Wir können uns nur dann von unseren Wettbewerbern abheben, wenn wir durch Qualität auch bei unseren Produkten überzeugen. Und wir werden noch stärker und gezielter den Kontakt zum Kunden suchen, Kundennähe praktizieren und pflegen. Vor diesem Hintergrund werden wir auch das Privatreise-segment stärken und um innovative Produkte ergänzen. Das spiegelt sich übrigens auch in der neuen Organisationsstruktur der Lufthansa Passage seit dem 1. April dieses Jahres wider.

Um all diese Ziele zu erreichen, ist das Zusammenwachsen des Airline-Verbundes und die Fortsetzung des Turnarounds bei AUA und bmi von erheblicher Bedeutung. Daran arbeiten wir mit Hochdruck. Nur mit unserer einzigartigen Verbund- und Allianzstruktur können wir bestmögliche Verbindungen in die ganze Welt anbieten und noch mehr Kunden für uns gewinnen.

Meine Damen und Herren, ein anderes Thema mit weitreichenden Konsequenzen ist der Schutz der Umwelt. Hier hat Lufthansa eine Vorreiterrolle in der Industrie. Die wollen wir weiter ausbauen. Mit Blick auf das vergangene Jahr hat die Lufthansa einen historischen Rekordwert erreicht: Der spezifische Kerosinverbrauch der Lufthansa-Konzernflotte ist mit durchschnittlich 4,2 Liter Treibstoff pro 100 Passagierkilometer auf dem

niedrigsten Stand in der Geschichte des Unternehmens gesunken. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet das eine weitere Reduktion um 2,4 Prozent.

Wir arbeiten hart an unserem Ziel einer 3-Liter-Flotte. Deshalb werden wir unser Flottenerneuerungsprogramm konsequent fortführen - a) um unsere Umweltziele zu erreichen und b) um unsere Kerosinkosten zu senken. Daneben werden wir alternative Kraftstoffe erproben. Noch in diesem Jahr wird Lufthansa als erste Fluggesellschaft weltweit einen 6-monatigen Praxistest mit Biofuel auf der Strecke Hamburg-Frankfurt starten.

Und nun zu einem Thema, das inzwischen in aller Munde ist: Das Thema Diversity.

Heute zählt Lufthansa 117.000 Mitarbeiter aus rund 150 Nationen. Wir sind ein buntes Team. Wir leben die Vielfalt - wir leben „Diversity“, und das nicht erst, seitdem das Wort „in“ ist. Diversity ist für Lufthansa kein Selbstzweck, sondern einer der Treiber unseres wirtschaftlichen Erfolgs. Unsere vielfältige Kundschaft wird ganz selbstverständlich auch durch eine vielfältige Mitarbeiterschaft betreut.

So sind auch die Maßnahmen zur Förderung von Frauen in Führungspositionen in ein breit angelegtes Diversity-Konzept integriert. Mit rund 44 Prozent haben wir im Unternehmen einen hohen Frauenanteil und knapp 38 Prozent der Frauen in unserem Unternehmen arbeiten als Vorgesetzte mit Personalverantwortung. Richtig ist aber auch: In den oberen Führungsetagen ist der Frauenanteil noch viel zu niedrig. Da gibt es eindeutig Nachholbedarf. Zusätzliche Maßnahmen sind eingeleitet worden. So hat der Lufthansa Vorstand gerade ein Projekt ins Leben gerufen, das

diesem Thema mehr Nachdruck verleihen soll. Wir verstärken hier unsere Aktivitäten, so dass wir bald mehr Frauen in den oberen Führungspositionen haben werden. Deshalb werden wir beispielsweise ab sofort bei jeder Neubesetzung, bei der eine Kandidatin nicht berücksichtigt worden ist, ganz gezielt analysieren.

Mein vorläufiges Fazit zu diesem Thema: Wir sind gestartet, wir liegen nicht hinten, aber wir haben auch die Flughöhe noch nicht erreicht.

Umso erfreulicher ist die anhaltende Beliebtheit von Lufthansa als Arbeitgeber. Wir stehen nach den letzten Umfragen auch derzeit - besonders bei Wirtschaftswissenschaftlern - wieder in der absoluten Spitzengruppe der 100 größten deutschen Unternehmen. So können wir bei der geplanten Neueinstellung von 4.000 Mitarbeitern auch in diesem Jahr wieder unter den Besten auswählen.

Meine Damen und Herren, Lufthansa steht für fairen Wettbewerb, für Integrität und verantwortungsvolles Handeln. Unsere Unternehmensscheidungen und unser Verhalten werden wir auch künftig nach moralischen Grundsätzen, gesetzestreu und ausgerichtet an unseren Unternehmenswerten gestalten. Das Thema Compliance, also die Selbstverpflichtung, sich an Gesetze und Regeln zu halten, haben wir jeden Tag und mit großer Ernsthaftigkeit im Blick. Compliance-relevante Fälle können wir dennoch nicht vollständig ausschließen, aber wir bekämpfen sie mit aller Härte. Wir haben schon vor geraumer Zeit eine Kultur etabliert, aus der unmissverständlich klar wird, dass wir lieber auf ein Geschäft verzichten, als gegen Gesetze zu verstoßen. Wir haben ein konzernweites Compliance-Programm sowie ein Ombuds-System etabliert und damit

die Mechanismen, kriminelle Handlungen aufzudecken. Das tun wir auch.

Und wir beugen vor: Wir haben Schulungsprogramme etabliert, die alle Mitarbeiter bis hoch zum Vorstandsvorsitzenden durchlaufen müssen. Jedem Einzelnen soll bewusst sein, wie er sich selbst und das Unternehmen vor den negativen Folgen der Missachtung von Gesetzen schützen kann - dazu zählt in den Ländern, in denen wir tätig sind, leider immer einmal wieder auch das Thema Korruption.

Meine Damen und Herren, mit Blick auf das volatile Umfeld, in dem wir arbeiten, sind verlässliche und stabile, faire Rahmenbedingungen politischer Art besonders wichtig. Unser Kerngeschäft, die Airlines, befindet sich im massiven internationalen Wettbewerb: Deshalb fordern wir gleiche Bedingungen für alle Marktteilnehmer. Deshalb kämpfen wir weiterhin - vor allem auf den Bühnen hier in Berlin und in Brüssel - für Wettbewerbsbedingungen, die stabil und fair sind. Und wir kämpfen für einen starken deutschen und europäischen Luftfahrtstandort mit starken europäischen Mitstreitern und damit auch für Wertschöpfung und Arbeitsplätze hier in Deutschland und Europa.

Auch vor diesem Hintergrund hat sich die Luftverkehrswirtschaft stärker organisiert und zusammengeschlossen. Seit dem 1. Januar dieses Jahres wurde der Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL) gegründet. Es ist der erste gemeinsame Branchenverband des Luftverkehrs in der EU. Ihm gehören Fluggesellschaften, Flughäfen, Flugsicherung und sonstige Dienstleister an.

Der BDL wird der zentrale Ansprechpartner für Politik, Medien und

gesellschaftliche Organisationen sein. Er soll die volkswirtschaftliche Bedeutung des Luftverkehrs stärker herausstellen, vor allem auch unseren Beitrag für sichere und umweltschonende Mobilität. Wir freuen uns, dass wir als Präsidenten Klaus Peter Sieglöcher, einen international renommierten Medienfachmann, gewinnen konnten.

Wenn es um faire politische Rahmenbedingungen geht, haben wir drei Punkte besonders im Fokus:

1. Das ungebremste Wachstum der Golfcarrier: Die drei Staats-Airlines Emirates, Qatar und Etihad, fliegen mit 111 Wochenfrequenzen nach Deutschland. Dem gegenüber stehen 31 - d. h. weniger als ein Drittel - Frequenzen deutscher Airlines in die Golfstaaten. Die Heimatländer dieser Fluggesellschaften haben zusammen gerade einmal 4,5 Millionen Einwohner, Deutschland fast 82 Millionen Einwohner. Es besteht also heute schon ein Ungleichgewicht, und wir werden dafür kämpfen, dass das nicht noch stärker ausgeweitet wird.

Wettbewerb: Ja! Aber die Bedingungen müssen für alle fair und einheitlich sein. Das ist hier ganz sicher nicht der Fall. Hier werden unglaubliche Überkapazitäten aufgebaut! Mit den Niedrigstpreisen dieser Staatsunternehmen sollen auf Kosten der Wettbewerber die Verkehre der europäischen Drehkreuze in die Golfregion verlagert werden. Das hätte weitreichende Folgen, nicht nur für die europäischen Airlines, sondern gerade auch für den Arbeitsmarkt hier in Europa, für die Volkswirtschaften - insbesondere der europäischen Exportnationen - und auch für die Umwelt, da zum Teil erheblich längere Flugzeiten und Umwegflüge in Kauf genommen werden müssen, um über Drehkreuze im Nahen Osten die Ziele zu erreichen.

2. Beim Thema Umwelt tun wir bereits alles, was wir aus eigener Kraft leisten können. Aber das größte europäische Umweltprojekt, das wir haben, muss von der Politik vorangetrieben werden - es ist der Single European Sky. Seine Umsetzung, die uns ca. 12 Prozent der Kohlendioxidemissionen der europäischen Luftfahrt einsparen helfen könnte, kommt leider Gottes nur sehr, sehr schleppend voran. Seit mehr als fünf Jahrzehnten wird diskutiert. Nun sind wir endlich auf dem Weg, aber es geht, ehrlich gesagt, alles viel zu langsam voran und es ist nicht erkennbar, ob wir unser Ziel überhaupt erreichen werden.

3. Der dritte Punkt, den ich hier adressieren möchte, ist die Bereitstellung einer leistungsfähigen Infrastruktur für Luftfahrt in Deutschland. Nur über eine leistungsfähige Infrastruktur an unseren Drehkreuzen - da muss ich übrigens auch die Drehkreuze in Österreich, in der Schweiz, in Belgien und in Großbritannien einbeziehen - hilft uns, die Belastungen für die Umwelt auf ein Minimum zu reduzieren, Staus zu vermeiden, Verspätungen, Warteschleifen, unnötigen Kerosinverbrauch und natürlich auch die volkswirtschaftlichen Verluste, die so etwas nach sich zieht. Hier ist noch einiges zu tun, aber mit der neuen Landebahn in Frankfurt, die zum Winterflugplan dieses Jahres in Betrieb genommen wird, mit dem neuen Hauptstadt-Flughafen in Berlin-Brandenburg im nächsten Jahr, mit den Planungsvorhaben für eine dritte Start- und Landebahn in München oder dem neuen Satellitenterminal am Flughafen München sind wir als Lufthansa auf einem guten Weg, am künftigen Wachstum des Luftverkehrs in Deutschland teilhaben zu können. Wichtig sind allerdings keine unnötigen zusätzlichen Nachtflugverbote, denn hier sind uns die Wettbewerber

aus der Golfregion mit ihren Mega-Hubs mit 24-Stunden-Flugbetrieb einen großen Schritt voraus.

Meine Damen und Herren, erlauben Sie mir noch einige abschließende Gedanken und einen kurzen Ausblick.

Lufthansa ist heute einer der führenden Netzwerkcarrier weltweit. Diese Position werden wir weiter ausbauen. Bis zum Jahresende haben wir allerdings noch zwei Drittel der Wegstrecke vor uns. Unser aktueller Geschäftsbericht trägt nicht ohne Grund den Titel „Weitblick“! Ich denke, den haben wir in der Vergangenheit klar unter Beweis gestellt. Und wenn ich heute einen Ausblick wage, dann ist das auch ein Weitblick, einer mit dem Fernglas.

Gerade die Ereignisse der letzten Wochen haben uns wieder einmal gezeigt: Prognosen sind unsicher, vor allem, wenn sie in die Zukunft gerichtet sind. Wir müssen immer mit Turbulenzen rechnen in unserer Branche, und wir operieren in einem Umfeld mit zahlreichen Unbekannten und Unwägbarkeiten, wie beispielsweise dem extrem volatilen Ölpreis, der tendenziell vermutlich weiter steigen wird.

Aufgrund der Verschuldungssituation im Euro-Raum und der Anhebung des Leitzinses wird auch die Zins- und Währungsentwicklung volatil bleiben.

Zum jetzigen Zeitpunkt erwarten wir eine positive Nachfrageentwicklung für Lufthansa und ein entsprechendes Umsatzwachstum. Das spiegeln auch die Verkehrszahlen des 1. Quartals 2011 wider. Trotz der Unruhen im Nahen Osten und Afrika und trotz der Katastrophe in Japan konnte in unseren Kerngeschäftsfeldern die Zahl der Passagiere um

fast 7 Prozent gesteigert werden. Die transportierten Frachtmengen stiegen sogar um mehr als 18 Prozent.

Aktuell gehen wir davon aus, dass wir unser operatives Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr weiter steigern können - auch, weil wir unsere Maßnahmen zur Effizienzerhöhung und unsere Sparprogramme in allen Geschäftsfeldern weiter fortführen.

Und, sehr geehrte Aktionäre, wir werden auch in 2011 wieder Wert schaffen. Das ist unser erklärtes Ziel.

Wir erwarten, dass sich die insgesamt positive Geschäftsentwicklung für 2011 fortsetzt und sich in den Ergebnissen am Ende des Jahres widerspiegeln wird. Um Zahlen zu nennen, ist es an dieser Stelle definitiv noch zu früh. Aber - sollte alles weiterlaufen wie bisher - können wir auch für das Geschäftsjahr 2011 davon ausgehen, dass die Voraussetzungen für eine Dividendenzahlung gegeben sein werden.

Der neu zusammengesetzte Vorstand hat sich viel vorgenommen. Wir wissen um die Herausforderungen, die vor uns liegen. Wir wissen, dass wir dazu bestehende Strukturen hinterfragen müssen.

Gerade für den Luftverkehrsmarkt gilt: „Nichts ist so beständig wie der Wandel“. Aber das war schon immer eine der Stärken von Lufthansa: Flexibilität zeigen, sich neuen Marktgegebenheiten anpassen, sich weiterentwickeln - aber auch Gutes und Bewährtes beibehalten.

In diesem Sinne werden wir für Ihr Unternehmen weiter arbeiten - Ihr Vertrauen ist uns Auftrag und Verpflichtung! - Ich danke Ihnen!

