

Bilanzpresse - und Analystenkonferenz für das Jahr 2008
Bericht des Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Lufthansa AG, Wolfgang
Mayrhuber, Frankfurt, 11. März 2009

- Es gilt das gesprochene Wort -

Guten Morgen, meine Damen und Herren,

herzlich Willkommen zur Lufthansa Bilanz-Pressekonferenz. In den letzten Monaten gab es weltweit nur wenig Positives aus der Wirtschaft zu vermelden. Heute haben wenigstens wir gute Nachrichten für Sie.

Wir können Ihnen für das Geschäftsjahr 2008 ein hervorragendes Ergebnis präsentieren - das zweitbeste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte von Lufthansa:

- Der operative Gewinn beläuft sich auf 1,35 Mrd. Euro – und liegt damit nur knapp unter dem Rekordniveau des Vorjahres!
- Das Konzernergebnis liegt bei 599 Mio. Euro.
- Wir haben Wert geschaffen, gemessen am CVA rund 650 Mio. Euro.
- Die Zahl der Fluggäste kletterte wiederum auf neue Rekordhöhen und lag konzernweit bei 70,5 Mio; auch der Customer Profile Index (CPI) ist erneut gestiegen.
- Und wir haben auch wieder kräftig investiert: 2,2 Mrd. Euro.

Dieses Ergebnis ist nicht nur gut, es hat eine ganz besondere Qualität.

Lufthansa hat in einem sehr schwierigen wirtschaftlichen Umfeld eine beachtliche und stabile Leistung auf sehr hohem Niveau gezeigt:

- Wir konnten uns trotz widriger Umstände im Markt behaupten,
- wir haben unsere Ziele erreicht, zum Teil sogar übertroffen

- und wir haben unsere Nase vor unseren Hauptwettbewerbern, denn wir haben nicht nur an das Vorjahresergebnis anknüpfen können, wir haben auch für die Zukunft vorgesorgt. Das ist abzulesen an der Flottenmodernisierung, am Angebot neuer Destinationen, den neuen Lounges, Innovationen im Service, oder Investitionen in Immobilien wie unser Schulungszentrum in Seeheim etc.

Vor dem Hintergrund eines exzellenten Ergebnisses 2008 und mit Blick auf die Herausforderungen dieses Jahres werden wir eine Dividende von 70 Cent vorschlagen. Auch das ist eine gute Nachricht.

Meine Damen und Herren,

Herr Gemkow wird Ihnen die Details zum Geschäftsjahr 2008 gleich ausführlich darlegen. Ich möchte mich auf die wesentlichen Parameter konzentrieren.

Die Unternehmensentwicklung und Unternehmenszahlen sind hervorragend. Lufthansa ist finanziell und operativ gut aufgestellt.

- Unsere Strategie hat sich ausgezahlt: Der Fokus liegt auf der Entwicklung des Kerns unseres Geschäfts, den Airlines. Gleichzeitig profitieren wir von der breiten Aufstellung über die Service-Geschäftsfelder des Konzerns.
- Unsere Finanzbasis ist solide und stabil. Zu konservativ, meinten einige. Besonnen und weitsichtig – sagen andere, das gefällt mir besser!
- Operativ sind wir bestens positioniert: Wir haben hervorragende Angebote, solide Produkte, sind innovativ, haben die Effizienz ständig gesteigert und Bord- und Bodenprodukte verbessert.

Mit zielgerichteten Investitionen in neue Flugzeuge wollen wir unsere Rentabilität weiter steigern und auch unsere Umweltbilanz erheblich voranbringen. (*ganz aktuell auch bei SWISS mit deren C-Series-Bestellung = positives Statement für künftiges Wachstum des Luftverkehrs.*)

Unsere erfahrene Mannschaft wurde durch 4.000 neue Lufthanseaten in allen Geschäftsfeldern verjüngt. Wir sind ein attraktiver Arbeitgeber. Wir konnten wählen – auch das halte ich für einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil.

Meine Damen und Herren,

Der Geschäftserfolg des Jahres 2008 steht auf einem stabilen Fundament, denn alle Geschäftsfelder haben dazu beigetragen.

Das Geschäftsfeld Passagierbeförderung hat sich gut behauptet und ordentliche Ergebnisse eingeflogen. Das ist keine Selbstverständlichkeit, wie man an den Resultaten vieler Wettbewerber ablesen kann. SWISS hat sich in unserem Airline Verbund zu einer tragenden Säule entwickelt und hat einen wesentlichen Anteil am guten operativen Ergebnis des gesamten Geschäftsfeldes.

Auf die erwartete Weichmarktphase und den späteren Nachfrageeinbruch im zweiten Halbjahr haben wir rechtzeitig reagiert: ab Mai letzten Jahres wurde in der Passage ein Einstellungsstopp verhängt. Gegen Ende des Geschäftsjahres haben wir den Wachstumsschub bewusst weiter gedrosselt und Kapazitäten reduziert.

Wir sind anpassungsfähig, und wir bleiben dabei: Unsere Branche ist eine Wachstumsbranche, wir sind jederzeit startbereit, wenn der Luftverkehr wieder zu wachsen beginnt.

Und wir prüfen auch weiter sehr sorgfältig sinnvolle Partnerschaften oder Zukäufe. Wir haben hier in 2008 wichtige Weichenstellungen sowohl in der Star Alliance als auch im Konsolidierungsprozess vorgenommen.

Noch stehen der Erwerb von Brussels Airlines bzw. die Übernahme von Austrian Airlines unter Vorbehalt, da bestimmte Voraussetzungen noch nicht erfüllt sind. Wenn alle Hürden erfolgreich genommen sind, werden wir unsere Position in und für Europa stärken können.

Und nun ganz kurz zu den übrigen Geschäftsfeldern:

Alle haben schwarze Zahlen geschrieben. Die LSG Sky Chefs haben ein gutes operatives Ergebnis erwirtschaftet, das allerdings unter Vorjahresniveau lag.

Lufthansa Cargo, Lufthansa Technik und Lufthansa Systems haben ihre Vorjahresergebnisse trotz schwieriger Rahmenbedingungen noch verbessert.

Meine Damen und Herren,

Wir haben uns auf die Krise eingestellt und sind gerüstet:

- Aufgrund der anhaltenden Nachfrageschwäche hat Lufthansa Cargo inzwischen Frachterkapazitäten reduziert und versucht darüber hinaus, dem Ergebniseinbruch mit Kurzarbeit entgegenzuwirken.
- Wir setzen auf striktes Kostenmanagement – in allen Geschäftsfeldern werden Ergebnissicherungsmaßnahmen getroffen.
- Bedarfsgerecht werden jeweils Angebot und Kapazitäten zeitnah angepasst. Wir sind in der Lage, sehr flexibel zu reagieren.
- Die Initiative „Upgrade to Industry Leadership“ arbeitet derzeit an mehr als 100 Projekten zur nachhaltigen Absicherung und Steigerung der Profitabilität.

Eine konkrete Prognose für das laufende Geschäftsjahr werden wir an dieser Stelle noch nicht abgeben. *Unser Ziel für 2009 ist ein deutlich positives Ergebnis, das allerdings deutlich unter Vorjahr liegen wird.*

Aktuell ist ja noch Fastenzeit, aber Speck werden wir in diesem Jahr ohnehin nicht ansetzen. Das hat auch Vorteile. Es macht uns wachsamer und agiler.

2009 wird uns fordern – keine Frage! Wir stellen uns dem Markt und dem Wettbewerb. Wir wissen um die gegenwärtige und vor uns liegende „Rüttelstrecke“ – aber wir sind fit, haben gute Stoßdämpfer eingebaut, sind anpassungsfähig, und wir werden dieses schwierige Terrain erfolgreich meistern.

Dabei hilft uns auch unser modularer Unternehmensaufbau. Die Nähe zum Markt, die Nähe zum Kunden, geschäftsfeldspezifische Lösungen und ein hervorragendes Team von Mitarbeitern und Führungskräften werden Lufthansa auf Erfolgskurs halten. Davon können Sie ausgehen!

Danke für Ihre Aufmerksamkeit – bleiben Sie uns gewogen!

Und nun Herr Gemkow bitte.