

Bilanzpressekonferenz / Analystenkonferenz zum Geschäftsjahr 2010
Bericht des Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Lufthansa AG,
Christoph Franz,
Frankfurt, den 17. März 2010

Sperrfrist: Beginn der Rede
Es gilt das gesprochene Wort

Meine Damen und Herren,
herzlich willkommen zu unserer Bilanzpressekonferenz. Für mich ist es die erste als Vorstandsvorsitzender der Lufthansa. Stephan Gemkow hat schon öfter auf diesem Podium gesessen und Ihnen berichtet. Gemeinsam werden wir Ihnen heute die Entwicklung des Konzerns im abgelaufenen Geschäftsjahr erläutern. Wir werden auch einen Blick nach vorne werfen, und Ihnen unsere Einschätzung zum Geschäftsverlauf 2011 geben.

Über das vergangene Jahr ließe sich vieles sagen. Eines bestimmt nicht – dass es langweilig war. Zu Beginn spürten wir immer noch die Spätfolgen der Finanz- und Wirtschaftskrise. Der harte Winter und ein teurer Pilotenstreik, der Vulkanausbruch in Island und die anschließende Luftraumschließung haben unsere Erwartungen an einen positiven Geschäftsverlauf zunächst einmal deutlich gedämpft. Der Jahresauftakt war rückblickend betrachtet ein einziger Hindernislauf. Aber wie sagte schon Erich Kästner: „Auch aus Steinen, die dir in den Weg gelegt werden, kannst du etwas Schönes bauen.“

Und das haben wir – wir haben die Chancen der konjunkturellen Erholung genutzt und können Ihnen heute Zahlen präsentieren, mit denen am Anfang des vergangenen Jahres niemand gerechnet hatte.

Auch nicht mein Vorgänger, Wolfgang Mayrhuber. Ihm gebührt an dieser Stelle unser besonderer Dank. Er war als Vorstandsvorsitzender bis Ende 2010 in der Verantwortung und hat den Steilflug der zweiten Jahreshälfte maßgeblich mit vorangetrieben.

Meine Damen und Herren,

nun zu einigen wesentlichen Kennzahlen des Geschäftsjahres 2010:

- Der operative Gewinn lag bei 876 Mio. Euro und ist im Vergleich zum Vorjahr um mehr als das Fünffache gestiegen.
- Auch das Konzernergebnis hat sich 2010 überaus positiv entwickelt. Nachdem es im Jahr zuvor noch negativ war, konnten wir 2010 (**auch Dank eines positiven steuerlichen Einmaleffekts von 400 Mio. Euro**) mit rund 1,1 Mrd. Euro im Plus abschließen.
- Die Zahl der Passagiere ist auf Rekordniveau gestiegen – die Airlines unseres Konzerns beförderten mehr als 91 Millionen Fluggäste. Auch ohne Konsolidierungseffekte sind das Rekordzahlen.
- In der Fracht wurden ebenfalls Rekorde erzielt – beim Umsatzwachstum und beim operativen Ergebnis.
- Und, wir haben weiter in die Zukunft des Unternehmens investiert: Das Investitionsvolumen lag im Konzern bei 2,3 Mrd. EUR. Davon entfiel der Großteil – rund 2 Mrd. Euro - auf **Investitionen in Fluggerät**.

Hier hat es sich übrigens ausgezahlt, dass wir unsere Flottenstrategie konsequent fortgeführt haben, denn rechtzeitig zur gestiegenen Nachfrage im Passagierverkehr konnten wir die ersten vier A380 in Einsatz nehmen. Bis Ende des Jahres werden vier weitere A380 an uns ausgeliefert, zwei davon noch im März.

Als Fazit bleibt festzuhalten: Lufthansa hat das vergangene Jahr deutlich besser abgeschlossen als zunächst erwartet. Dabei haben die handfesten Ergebnisverbesserungen in der Passage Airline Gruppe und in der Fracht eine wesentliche Rolle gespielt. Natürlich hatten wir Rückenwind durch die spürbare Marktbelebung. Das hat geholfen.

Geholfen hat aber auch,

- dass wir bei Lufthansa krisenerprobt und krisenerfahren sind,
- dass wir flexibel und reaktionsschnell auf Marktveränderungen reagieren können,
- dass wir strategisch, finanziell und operativ gut positioniert sind und,

- dass wir ein eingespieltes und hoch motiviertes Team von Mitarbeitern und Führungskräften haben.

Meine Damen und Herren,

der Aufwärtstrend von Lufthansa ließ sich 2010 auch am Aktienkurs ablesen. Die Lufthansa Aktie hatte im vergangenen Jahr einen Wertzuwachs von rund 39 % zu verzeichnen und ist in einem guten Börsenjahr sogar doppelt so stark gestiegen wie der Dax. Das ist die eine gute Nachricht für unsere Aktionäre. Die andere: Vorstand und Aufsichtsrat der Lufthansa werden zur Hauptversammlung am 3. Mai eine **Dividendenzahlung** von 60 Cent pro Aktie vorschlagen. Im Jahr zuvor war das wirtschaftlich nicht vertretbar. Jetzt haben wir mit Blick auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung und die insgesamt positive Geschäftsentwicklung erfreulicherweise eine andere Ausgangsbasis.

Meine Damen und Herren,

Was sagen uns die Zahlen, was sagt uns die Entwicklung im vergangenen Jahr?

- Lufthansa ist gestärkt aus der Krise hervorgegangen: Wir haben bewiesen, dass wir in und nach Krisenzeiten in der Lage sind zu wachsen und unseren Abstand zu den Wettbewerbern weiter auszubauen.
- Lufthansa hat ihre Wettbewerbsposition deutlich verbessert und im Aufschwung eine deutlich stärkere Ertragskraft entwickelt.
- Lufthansa hat sich für das zukünftige Wachstum der Branche gerüstet: Wir haben gleichzeitig investiert, gespart und Vorsorge getroffen.

Unser Geschäftsmodell bestehend aus fünf Geschäftsfeldern – mit den Passagier- und Frachtfluggesellschaften als Kerngeschäft - hat sich als robust erwiesen. Der **Blick auf die einzelnen Geschäftsfelder** des Konzerns bestätigt das. Alle konnten das Geschäftsjahr 2010 positiv abschließen und haben zu unserem guten Gesamtergebnis beigetragen.

Die insgesamt positive Entwicklung der **Lufthansa Passage** wurde zunächst durch die besonderen Ereignisse zu Beginn des Jahres zurückgeworfen. Allein die

Luftraumsperrungen brachten uns einen Umsatz- und Ergebnisausfall in dreistelliger Millionenhöhe.

Umso erfreulicher der Steilflug, der dann folgte. 59 Millionen Fluggäste sind 2010 mit der Lufthansa Passage geflogen. Die Markterholung machte sich besonders im Premiumsegment bemerkbar. Das operative Ergebnis hat sich deutlich gegenüber Vorjahr verbessert, ebenso die Erlösentwicklung, die von der Entwicklung im globalen Netzwerk getragen wurde.

Eckpfeiler dieses Erfolges waren

1. der Fokus auf das Firmenkundenmanagement,
2. der systematische Ausbau hochwertiger Marktsegmente sowie
3. die fortgesetzte Erschließung von Wachstumsmärkten wie den USA, China und Indien und
4. die Realisierung von Vertriebs synergien innerhalb des Verbundes.

Insgesamt hat Lufthansa ihre Position im Interkontinentalverkehr weiter ausgebaut und Marktanteile dazu gewonnen:

- Ein Meilenstein ist der **Ausbau des Streckennetzes** nach Nordamerika. Er hat mit der Gründung des transatlantischen **Joint Ventures Atlantic++** erheblich an Dynamik gewonnen. Durch die enge Kooperation der Passage mit den Partnern Air Canada, Continental und United Airlines können wir derzeit gemeinsam rund 280 Transatlantikflüge zu 61 Destinationen pro Tag anbieten. A++ hat jetzt schon einen Marktanteil von 29 %. Der wird sich mit der vollständigen Integration aller Verbundpartner (SWISS, AUA, bmi) in dieses joint venture, das bis Ende des Jahres abgeschlossen sein soll, noch erhöhen.
- Nachdem Atlantic++ so erfolgreich angelaufen ist, werden wir nun auch in anderen Regionen aktiv: Die Vorbereitungen für ein **Joint Venture** mit unserem japanischen Star Alliance Partner All Nippon Airways (**ANA**) verliefen bislang nach Plan. Durch gemeinsame Kapazitätsplanungen und abgestimmte Vertriebsstrategien sollen hier die Marktanteile im Europa-Japan-Verkehr maximiert werden. Die kartellrechtliche Freigabe der japanischen Behörden für das Joint Venture sollte Mitte des Jahres erfolgen. Ob es bei diesem Zeitplan bleiben kann, ist angesichts der aktuellen Ereignisse fraglich.

(Aktuelles zum Erdbeben / Tsunami in Japan)

Die Katastrophe in Japan hat uns tief erschüttert. Wir stehen in Kontakt zu unseren Mitarbeitern vor Ort und zu unserem Partner ANA und haben unsere Hilfe angeboten. Wir sind in großer Sorge, aber auch dankbar dafür, dass – nach dem letzten Stand – keine Mitarbeiter von Lufthansa zu den Opfern dieser Naturkatastrophe gehören. Aber wir sind – wie alle Menschen weltweit – in großer Sorge über das Ausmaß dieser Tragödie. Wir haben – zunächst bis zum Wochenende – einen Sonderflugplan erstellt. Wir führen alle Tokio-Flüge aus Frankfurt und München via Seoul nach Osaka und Nagoya aus. Außerdem lassen wir durch Experten vorsorglich Messungen auf Radioaktivität aus den aus Japan zurückkehrenden Maschinen durchführen – bislang ohne Befund.

Meine Damen und Herren,

es ist schwierig, jetzt wieder in die Rede einzusteigen. Ich bitte um Nachsicht, aber eine elegante Überleitung kann es da nicht geben – wir waren beim Thema Ausbau Kapazitäten / Streckennetz:

- In Asien konnten durch den Einsatz der A380 die Kapazitäten ebenfalls ausgebaut werden.
- Auch das Angebot nach Südamerika (Bogota) und Afrika (PNR = Pointe Noire) wurde erweitert.

Das waren aber nicht die einzigen Aktivitäten. Es wurde nicht nur in den Ausbau des Streckennetzes und in Flugzeuge investiert. Lufthansa Passage hat auch das **Bord- und Bodenprodukt** weiter kontinuierlich ausgebaut. Wir investieren in Qualität, die direkt bei den Kunden ankommt – in der Economy, der Business und der First Class - in Verbesserungen von Kabinenausstattung und Lounges.

Highlights im vergangenen Jahr waren zum Beispiel

- die Wiedereinführung des Internet on-board-Systems Flynet – wir sind nun wieder online über den Wolken unterwegs; (Unser Flynet wurde gerade zum "Produkt des Jahres 2011" ausgezeichnet.)

- oder, die neue First Class, die wir im Rahmen der Einführung des Airbus A380 erstmalig präsentieren konnten. Sie ist deutlich aufgewertet worden und noch exklusiver.
- Auch die Economy Class wurde weiterentwickelt und verfügt nun beispielsweise im A380 über einen persönlichen Bildschirm mit umfassendem Entertainment Programm.
- Die restliche Flotte wird sukzessive seit 2010 entsprechend umgerüstet.
- Am Boden wurde beispielsweise in München die Zahl der Senator Lounges verdoppelt; in Frankfurt wurde die bislang größte Senator Lounge eröffnet (mit dem ersten integrierten Jet Friends-Bereich für Kinder), um nur zwei Beispiele zu nennen.

Und ganz aktuell: Wir haben gestern vom Aufsichtsrat die Genehmigung erhalten zur Bestellung von 30 Airbus A320 Neo-Flugzeugen für die Passage Airline Gruppe und fünf Boeing 777 Frachtflugzeugen für das Geschäftsfeld Logistik.

Gespart wurde natürlich auch. Trotz beziehungsweise gerade um die Finanzierung der erheblichen Investitionen abzusichern, laufen Überprüfung und – wo nötig - Korrektur unserer Prozesse und der Kostenbasis weiter. **Climb2011**, das Ergebnisverbesserungsprogramm der Lufthansa Passage, wird unverändert fortgeführt und wird nach heutigem Stand die nachhaltige Milliardeneinsparung ab 2012 wie geplant erreichen. So ist beispielsweise der Ausstieg aus dem 50-Sitzer-Segment weitgehend abgeschlossen, die Neuausrichtung der Regionalfluggesellschaften der Lufthansa Passage (CityLine, Eurowings und Air Dolomiti) wird eine nachhaltige Stückkostensenkung nach sich ziehen. Damit werden wir unsere Wettbewerbsfähigkeit im besonders wettbewerbsintensiven Kontinentalverkehr deutlich verbessern. Des Weiteren werden die Personalstückkosten um 10 % gesenkt. Die gemeinsamen Projekte zur Prozessoptimierung und Kostensenkung mit den externen und internen Lieferanten sollen ebenfalls in geplanter Höhe bis Ende 2011 realisiert werden.

Meine Damen und Herren,
die Geschäftsentwicklung der Verbundairlines verlief erwartungsgemäß unterschiedlich. Die **SWISS** kann auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken:

Mehr als 14 Millionen Passagiere und eine Verdreifachung des operativen Gewinns sind eine starke Leistung! Die gestiegene Nachfrage und der deutliche Aufwärtstrend im Interkontinental- und Frachtgeschäft, ein effektives Kostenmanagement und der starke Heimatmarkt Schweiz, inklusive der Erholung des Finanzplatzes, haben maßgeblich zu diesem Erfolg beigetragen. Die Schweizer Erfolgsgeschichte geht weiter, und das freut mich natürlich auch persönlich sehr.

Bei **Austrian Airlines** wurde weiter mit Hochdruck an der Restrukturierung und Sanierung der Gesellschaft gearbeitet. Erste Erfolge sind sichtbar und zeigen sich bereits im Ergebnis. Inzwischen können auch Synergien verstärkt ausgeschöpft werden. Die deutliche Erholung im Langstreckenverkehr und das anziehende Firmenkundengeschäft haben zu einer positiven Entwicklung beigetragen. Auch die Marktposition am Drehkreuz Wien konnte weiter gestärkt werden.

Am 1. April 2011 wird Thierry Antinori den Vorstandsvorsitz von Austrian Airlines übernehmen. Er war mehr als 10 Jahre für die Bereiche Marketing und Vertrieb in der Lufthansa Passage verantwortlich. Gemeinsam mit Dr. Malanik und Dr. Bierwirth wird er den künftigen Kurs der AUA mitbestimmen, der in Richtung profitables Wachstum gehen soll. Wir sind unterwegs, aber nicht am Ziel.

Auch bei **British Midland** zeigen die Restrukturierungsmaßnahmen erste Erfolge. Alle Personalmaßnahmen konnten bereits im Laufe des letzten Geschäftsjahres abgeschlossen werden. Insgesamt wurden mehr als 800 Stellen abgebaut. Das war bitter, aber wirtschaftlich notwendig. Eine weitere Maßnahme auf der Kostenseite war die Kapazitätsanpassung der Flotte, deren Produktivität deutlich erhöht wurde. Insgesamt konnte bmi aber nicht vom weltweiten Aufschwung des Interkontinentalverkehrs profitieren, da ihr Streckennetz auf die Kurz- und Mittelstrecke beschränkt ist. Dennoch konnten die Verluste (wie auch bei AUA) deutlich verringert werden.

Germanwings, die low-cost-Tochter unseres Konzerns, ist weiter erfolgreich unterwegs. Das belegen die zahlreichen Auszeichnungen in unterschiedlichsten Kategorien. Der Wachstumskurs konnte fortgeführt werden. Aufgrund von Sondereffekten wurde jedoch nur ein negatives Ergebnis erwirtschaftet. Pilotenstreik

und Luftraumsperrung haben Germanwings besonders stark belastet. Trotz der Maßnahmen zur Ergebnissicherung konnten die Ausfälle nicht vollständig kompensiert werden. Der innereuropäische Flugverkehr bleibt auch weiterhin von einer hohen Wettbewerbsintensität und niedrigen Durchschnittserlösen geprägt. Es ist ein schwieriges Marktumfeld. Deshalb suchen wir auch gesellschaftsübergreifende Lösungen und stärken die Zusammenarbeit der Airlines im Verbund. Zum Beispiel können die Kunden von Germanwings seit dem 1. September 2010 auf allen Germanwings Flügen auch Prämienmeilen für das Miles & More Programm sammeln. Es gelten die gleichen Meilenwerte wie auf Lufthansa Flügen.

Meine Damen und Herren,

Lufthansa Cargo musste in der jüngsten Finanz- und Wirtschaftskrise besonders stark gegensteuern und hat dabei dennoch Weitsicht bewiesen. Die Strukturen blieben intakt. Lufthansa Cargo hat durch Kapazitäts- und Kostenflexibilität erfolgreich auf die Marktveränderungen reagiert. So konnte unser Fracht-Geschäftsfeld im Geschäftsjahr 2010 ein operatives Rekordergebnis erzielen. Damit ist der Lufthansa Cargo nach dem krisenbedingten Verlust im Jahr 2009 eine beeindruckende Wende gelungen. Natürlich wurde dieses Ergebnis in großen Teilen auch durch die rasante weltweite Erholung im Luftfrachtmarkt beflügelt. Es bleibt gleichwohl eine starke Leistung! Ein wesentlicher Eckpunkt im zurückliegenden Geschäftsjahr war die Integration des Frachtgeschäfts von Austrian Airlines in die Lufthansa Cargo Gruppe. Damit konnte Lufthansa Cargo ihre Kapazitäten weiter ausbauen – vor allem in Richtung Osteuropa. Dort profitieren die Kunden seit Sommer 2010 von einem noch dichteren Netz.

Lufthansa Technik musste 2010 zunächst Einbußen beim Umsatz in Kauf nehmen. Sie wurde als letztes Geschäftsfeld des Lufthansa Konzerns erst sehr spät von den Auswirkungen der globalen Wirtschaftskrise erfasst. Erwartungsgemäß konnte das operative Ergebnis nicht auf dem hohen Vorjahresniveau gehalten werden. Es blieb aber deutlich positiv. Lufthansa Technik hat in der zweiten Jahreshälfte zunehmend aufgeholt und in einem starken vierten Quartal ihren Wachstumspfad weiter fortgesetzt.

Für **Lufthansa Systems** war das wirtschaftliche Umfeld schwierig. Es war geprägt von sinkenden Umsatzzahlen bei Fluggesellschaften und deren sehr zurückhaltender Bereitschaft Investitionen zu tätigen. Trotz rückläufiger Umsätze hat Lufthansa Systems auch 2010 mit einem positiven operativen Ergebnis das Konzernergebnis unterstützt. Im zweiten Halbjahr wurde mit „Jetzt“ ein umfassendes Restrukturierungs- und Kostensenkungsprogramm gestartet. Es soll Umsatz- und Ergebnissituation kurz- bis mittelfristig verbessern. Insgesamt will unser IT-Geschäftsfeld seine Unternehmensstruktur verschlanken und seine Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig sichern.

LSG Sky Chefs behauptet nun seit 10 Jahren ihre Weltmarktführerschaft im Airline Catering. Mehr als 300 Unternehmen in aller Welt zählen zu ihren Kunden. Dank der Nachfragebelebung im Luftverkehr hat auch die Nachfrage nach Cateringleistungen weiter angezogen. So konnte die LSG Sky Chefs Gruppe im Geschäftsjahr 2010 nicht nur ihren Umsatz steigern, sondern den operativen Gewinn im Vergleich zum Vorjahr sogar verdoppeln. Das war eine besonders erfreuliche Entwicklung, zumal im Vorjahresergebnis noch ein positiver Einmaleffekt enthalten war.

(Schlussworte / Ausblick)

Meine Damen und Herren,
das Geschäftsjahr 2010 hat gezeigt, dass Lufthansa erfolgreich in Schlechtwetterphasen unterwegs ist, aber auch Schönwetterperioden direkt wieder für sich nutzt. Die Finanzen stimmen, die Qualität stimmt, die Kundenzufriedenheit ist unverändert hoch. Wir sind Innovationstreiber, und wir setzen auf nachhaltigen Erfolg und profitables Wachstum des Unternehmens.

Die neue Führungscrew ist nun bald 100 Tage im Amt. Neu in unserem Konzernvorstand ist der Leiter des Ressorts Lufthansa Passage, Carsten Spohr, der vorher die Lufthansa Cargo leitete. Alle gemeinsam haben wir uns einiges vorgenommen für die nächste Zeit. Wir wissen, dass das Jahr 2011 kein Spaziergang wird.

Für den **Geschäftsverlauf 2011** gibt es zahlreiche **Unwägbarkeiten**.

Der europäische Wettbewerb bleibt intensiv, der Preisdruck verschärft sich weiter. Das gilt auch für die Langstreckenverkehre, vor allem nach Asien und Afrika.

Besonders kritisch sehen wir den ungezügelten Wachstumskurs der staatlichen Golf Carrier. Diese bauen derzeit die weltweit größte Langstreckenflotte auf. Ziel ist es, die globalen Passagierströme über die eigenen Drehkreuze zu lenken und die europäischen Drehscheiben in ihrer volkswirtschaftlichen Bedeutung abzulösen. Damit läuft Europa Gefahr, nicht mehr eines der Logistikzentren der Welt zu bleiben. Zehntausende von Arbeitsplätzen könnten dadurch verlorengehen mit den entsprechenden Folgen für die Volkswirtschaften, aber auch mit weitreichenden Folgen für die Umwelt. Auf vielen Strecken müssten Umwege geflogen werden: Die deutlich längeren Flugzeiten ziehen in der Spitze bis zu 40 % mehr Emissionen nach sich - beispielsweise auf Strecken von Europa nach Asien.

Auch die Folgen der im Januar in Deutschland eingeführten **Luftverkehrssteuer**, die nicht EU-weit eingeführt wurde, sind derzeit nicht absehbar. Wie sich diese Steuer auf die Buchungszahlen im Gesamtjahr niederschlägt, bleibt noch abzuwarten. Aber Tatsache ist, sie trifft unsere Kunden empfindlich. Und uns auch, denn wir können sie nicht vollständig an unsere Kunden weiterreichen und müssen als Unternehmen einen signifikanten Anteil zu Lasten unseres Ergebnisses selbst tragen. Hinzu kommt, dass diese Steuer die europäischen Fluggesellschaften, die die EU anfliegen, in wesentlich höherem Maße belastet, als nicht-europäische Unternehmen. Damit könnte der europäische Luftverkehr weiter von den globalen Entwicklungen abgekoppelt werden. Genauso ist zu kritisieren, dass die ab 2012 geplante Einbeziehung des europäischen Luftverkehrs in den Emissionshandel nicht im globalen Kontext erfolgen wird. Und das größte Umweltprojekt der EU, der Single European Sky der Flugsicherungen, geht leider viel zu langsam voran.

Meine Damen und Herren,

Die Auswirkungen der Katastrophe in Japan gehören, ebenso wie die Unruhen in Afrika, auf die Liste der Unwägbarkeiten für 2011.

Das gilt ebenso für die **Kerosinkosten**, auch wenn das ein ganz anderes Thema ist. Die Ölpreise sind hochvolatil. Lufthansa sichert ab. Mit unserer umfangreichen Treibstoffkostensicherung können wir steigende Preise zumindest in den Spitzen abfedern. Das wird Stephan Gemkow gleich noch etwas detaillierter erläutern.

Meine Damen und Herren,

mit Blick auf all diese Entwicklung war unsere Strategie richtig, auch in Krisenzeiten bei unserem Flottenmodernisierungsprogramm keine Abstriche zu machen.

Das gilt auch mit Blick nach vorne und auf die Umwelt. Unsere Industrie hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt, um die **Umwelt** zu entlasten, und **Lufthansa** sieht sich hier in einer **Vorreiterrolle**. Dabei ist der Einsatz neuester Technologie unser effektivstes Mittel. Nur so war es uns möglich, den spezifischen Kerosinverbrauch in den letzten 20 Jahren um mehr als ein Drittel zu senken und damit nicht nur die Umwelt, sondern auch unser Budget zu entlasten.

Mit Blick auf das volatile Umfeld in der Luftverkehrsbranche werden verlässliche politische Rahmenbedingungen also immer wichtiger. Deshalb freut es mich besonders, dass wir im Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft mit Klaus Peter Siegloch einen international renommierten Medienfachmann als Präsidenten gewinnen konnten. Er soll der herausragenden Bedeutung der Luftverkehrswirtschaft nicht nur in Deutschland ein stärkeres Gewicht verschaffen.

Meine Damen und Herren,

für einen fundierten Ausblick ist es eindeutig noch zu früh – bislang sind wir trotz der genannten Unwägbarkeiten zuversichtlich. Die konjunkturellen Aussichten sind weiterhin erfreulich. Zuversichtlich stimmen uns auch die mittelfristigen Wachstumsprognosen:

- Die Zahl der Flugreisenden soll bis 2014 um jährlich 5,9 % ansteigen – wobei das Wachstum im Besonderen auf der starken Nachfrage in China basiert.
- Die Luftfracht soll nach jüngsten Prognosen bis 2014 um jährlich 6,4 % steigen – davon wollen wir natürlich ebenfalls profitieren.

Für Lufthansa und das Geschäftsjahr 2011 erwarten wir eine Fortsetzung des Umsatzwachstums und eine weitere Steigerung des operativen Ergebnisses.

Deshalb können wir auch – wie zu Beginn des Jahres angekündigt - 4000 neue Mitarbeiter einstellen.

Und, wir wollen auch 2011 wieder Wert schaffen. Wir möchten nicht wachsen um der schieren Größe willen, unser Ziel ist ein nachhaltiger profitabler Wachstumskurs – in einer Branche, die gerade in Europa von Preisdruck, Verlusten und Krisen geprägt ist.

Und damit, meine Damen und Herren, möchte ich meine Ausführungen beenden und Stephan Gemkow bitten, Ihnen zum Geschäftsjahr 2010 vertiefendes Zahlenmaterial zu präsentieren. Ich danke Ihnen und freue mich im Anschluss auf Ihre Fragen!