



Aktionärsinfo August 2015

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionäre,

die tragischen Ereignisse vom 24. März 2015 sind für uns nach wie vor prägend. Der Absturz von Germanwings-Flug 4U 9525 hat uns verändert und wird für immer Spuren in unserem Unternehmen hinterlassen. Die Bewältigung der Folgen dieses unfassbaren Unglücks ist Teil unserer Verantwortung als Unternehmensgruppe. Im Mittelpunkt stehen für uns die von der Tragödie betroffenen Menschen. Die Schmerzen des Verlusts ihrer geliebten Angehörigen können wir den Hinterbliebenen der Opfer nicht abnehmen, aber wir tun unser Möglichstes, um ihr Leid zu lindern. Die Lufthansa Group steht den Familien und Freunden der Opfer in dieser für sie schweren Zeit nach Kräften mit wirksamer Unterstützung und vielfältiger Hilfe bei.

Auch wenn das Geschehene sehr präsent ist und bleibt – als Unternehmen müssen wir den Blick nach vorne richten.

Deshalb arbeiten wir auch weiterhin fokussiert an der Zukunftsfähigkeit der Lufthansa Group, die auf drei starken Säulen steht: den Premium-Hub-Airlines, unserer Zweitmarke Eurowings im Punkt-zu-Punkt-Verkehr und den Aviation Services. Wir freuen uns, Ihnen in dieser Ausgabe vor allem das weiter verbesserte Premium-Produkt der Lufthansa Passage vorstellen zu dürfen.

Schenken Sie uns auch weiterhin Ihr Vertrauen.

Mit freundlichen Grüßen,



Andreas Hagenbring
Leiter Investor Relations,
Deutsche Lufthansa AG

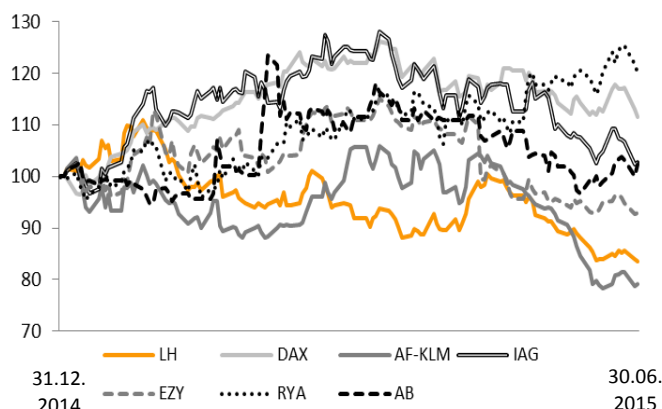
Wirtschaftliche Kennzahlen Januar – Juni 2015

		Jan. – Juni 2015	Jan. – Juni 2014 ¹⁾	Veränd. in %
Umsatz und Ergebnis				
Umsatzerlöse	Mio. €	15 365	14 166	8,5
davon Verkehrserlöse	Mio. €	12 123	11 466	5,7
EBIT ¹⁾	Mio. €	463	216	114,4
Adjusted EBIT	Mio. €	468	178	162,9
EBITDA ¹⁾	Mio. €	1 316	912	44,3
Konzernergebnis	Mio. €	954	-79	
Kennzahlen zu Bilanz und Kapitalflussrechnung				
Bilanzsumme	Mio. €	33 088	29 959	10,4
Eigenkapitalquote	%	17,5	16,6	0,9 P.
Nettokreditverschuldung	Mio. €	2 363	1 614	46,4
Operativer Cashflow	Mio. €	2 527	1 744	44,9
Investitionen (brutto)	Mio. €	1 498	1 548	-3,2
Lufthansa Aktie				
Quartalsabschlusskurs	€	11,57	15,68	-26,2
Ergebnis pro Aktie	€	2,06	-0,17	
Leistungsdaten²⁾				
Fluggäste	Tsd.	50 919	49 887	2,1
Angebote Sitzkilometer	Mio.	132 572	128 345	3,3
Verkaufte Sitzkilometer	Mio.	103 850	100 214	3,6
Sitzladefaktor	%	78,3	78,1	0,3 P.
Fracht und Post	Tsd. t	924	932	-0,9
Angebote Tonnenkilometer	Mio.	20 573	19 957	3,1
Verkaufte Tonnenkilometer	Mio.	15 109	14 806	2,0
Fracht-Nutzladefaktor	%	67,6	70,2	-2,6 P.
Gesamt-Nutzladefaktor	%	73,4	74,2	-0,7 P.
Flüge	Anzahl	490 853	491 389	-0,1

¹⁾ Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend der neuen Ausweissystematik angepasst.

²⁾ Vorjahreszahlen angepasst.

Kursverlauf der Lufthansa Aktie, indiziert auf 31.12.2014, im Vergleich zum DAX und zu Wettbewerbern, in % (exkl. Dividende)



Zum Ende des ersten Halbjahres 2015 notierte die Lufthansa Aktie bei 11,57 EUR. Damit hat die Aktie im zweiten Quartal mit einem Kursverlust von 11,0 Prozent in etwa ebenso viel an Wert verloren wie der Vergleichsindex DAX mit einem Minus von 10,4 Prozent. Im ersten Halbjahr hat die Lufthansa Aktie insgesamt 16,4 Prozent an Wert verloren, während der DAX um 11,6 Prozent zulegen.

Aktuell empfehlen acht Analysten die Lufthansa Aktie zum Kauf, elf Analysten empfehlen die Aktie zu halten und acht zu verkaufen. Das durchschnittliche Kursziel lag zum Ende des ersten Halbjahres bei 13,68 EUR.

Der 2. Zwischenbericht 2015 und die dazugehörige Präsentation des Vorstands sind auf unserer Webseite <http://www.lufthansagroup.com/investor-relations> verfügbar.



Wirtschaftliche Entwicklung

Die operativen Geschäftsfelder der Lufthansa Group entwickelten sich im Berichtszeitraum einzeln und in Summe positiv. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz vor allem währungsbedingt deutlich an. Das Adjusted EBIT konnte im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesteigert werden. Die Verbesserung beruht im Wesentlichen auf der positiven Entwicklung der Passage Airline Gruppe, die von niedrigeren Treibstoffkosten und einer, vornehmlich durch Währungseffekte erzielten positiven Entwicklung der Verkehrserlöse profitierte. Lufthansa Cargo litt zum Ende des ersten Halbjahres unter einer deutlichen Marktschwäche und konnte die positive Ergebnisentwicklung nur eingeschränkt aufrechterhalten. Lufthansa Technik und LSG Sky Chefs hingegen erzielten eine solide Ergebnissteigerung im ersten Halbjahr.

Infolge der wiederholten Streiks der Pilotengewerkschaft Vereinigung Cockpit zu Beginn des Berichtszeitraums hat die Lufthansa Group am 29. April 2015 eine Gesamtschlichtung aller offenen Tarifverträge angeboten und ist damit auf eine Forderung der Gewerkschaft eingegangen. Diese wurde durch die Pilotengewerkschaft Vereinigung Cockpit zunächst auch akzeptiert. Am 6. Juli 2015 hat die Gewerkschaft die Sondierung allerdings für gescheitert erklärt. Am 24. Juli 2015 hat die Vereinigung Cockpit jedoch ein neues Angebot unterbreitet. Die Lufthansa Group prüft das Angebot und ist in Kontakt mit der Pilotengewerkschaft. Die durch die Gewerkschaft durchgeführten Arbeitsniederlegungen führten einschließlich Buchungsausfällen im Berichtszeitraum zu Ergebnisbelastungen von insgesamt 100 Mio. EUR.

Die Lufthansa Group und die Unabhängige Flugbegleitergewerkschaft (UFO) führen ihre Verhandlungen des ursprünglich bis zum 1. September 2015 terminierten Bündnis für Wachstum und Beschäftigung bis zum 1. November 2015 fort. Die Alters- und Übergangsversorgung sowie die Vergütung der Kabinenmitarbeiter von Lufthansa Passage werden dabei ebenfalls verhandelt. Ein unabhängiger, externer Wirtschaftsprüfer soll zur Bewertung der Kosten und Einsparpotenziale von Angeboten und Forderungen hinzugezogen werden.

Ausblick

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres haben sich die Ergebnisse der Lufthansa Group in einem von volatilen Einflussfaktoren geprägten Umfeld solide entwickelt. Alle operativen Geschäftsfelder haben zu der erreichten Ergebnisverbesserung beigetragen.

Die Nachfrage und die Durchschnittserlöse werden sich für die Passagier-Airlines regional weiterhin unterschiedlich entwickeln. Auf den Strecken nach Nordamerika sollten insbesondere währungsbedingt höhere Durchschnittserlöse erzielt werden. In den anderen Verkehrsgebieten wird mit sinkenden Durchschnittserlösen gerechnet.

Aufgrund der Geschäftsentwicklung im zweiten Quartal und mit Blick auf die sich abzeichnende Schwäche im chinesischen Markt geht das Geschäftsfeld Logistik für 2015 nun von einem Adjusted EBIT signifikant unter Vorjahr aus. Das EBIT wird deutlich darunter erwartet.

Lufthansa Technik erwartet für 2015 nun ein Adjusted EBIT leicht über Vorjahr. Das EBIT wird das Vorjahresniveau trotz mit dem Markt wachsender Umsätze voraussichtlich nicht erreichen.

LSG Sky Chefs rechnet für das Gesamtjahr 2015 unverändert mit einem Adjusted EBIT deutlich über Vorjahr.

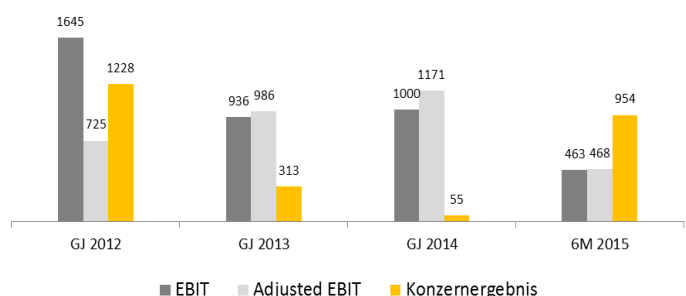
Die Lufthansa Group erwartet für das Geschäftsjahr 2015 unverändert ein Adjusted EBIT von mehr als 1,5 Mrd. EUR vor Streikkosten. Die Kosten der bisherigen Streiks bei Lufthansa Passage und Germanwings belasten das Ergebnis im Gesamtjahr mit rund 100 Mio. EUR. Aufgrund der wieder gesunkenen Treibstoffkostenprognose und des Geschäftsverlaufs im zweiten Quartal ergeben sich nach Einschätzung des Vorstands nun mehr Chancen als Risiken.

Wesentliche Einflussgrößen auf die Ergebnisentwicklung bleiben vor allem der Ölpreis und die Entwicklung des Jet Fuel Crack, die Wechselkurse des Euros insbesondere zum US-Dollar und zum Schweizer Franken, die Durchschnittserlöse der Passagier-Airlines sowie der weitere Verlauf der Tarifverhandlungen bei Lufthansa Passage. Für die Lufthansa Passage kommt insbesondere das weitere Nachfrageverhalten der Kunden als Ergebnisrisiko hinzu.

Umsatz und Adjusted EBIT nach Geschäftsfeldern (Jan. – Juni 2015)

	Umsatz	Veränderung gegenüber Vorjahr	Adjusted EBIT	Veränderung gegenüber Vorjahr
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Passage Airline Gruppe	11 642	6,3	249	
Logistik	1 207	4,0	50	16,3
Technik	2 556	22,4	268	18,1
Catering	1 448	17,1	26	188,9
Sonstige	262	-17,4	-140	-324,2

Entwicklung EBIT, Adjusted EBIT und Konzernergebnis in Mio. €





5 STAR – Ausbau der Qualitätsführerschaft

Die Premium-Hub-Airlines stellen eine der drei starken Säulen der Lufthansa Group dar.

Zur weiteren Entwicklung der Lufthansa Group wurde 2014 das strategische Arbeitsprogramm „7to1 – Our Way Forward“ initiiert. Dabei ist „Kundenorientierung und Qualitätsfokus“ eines der sieben Handlungsfelder um das Ziel „Lufthansa – Erste Wahl für Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und Partner“ zu erreichen.

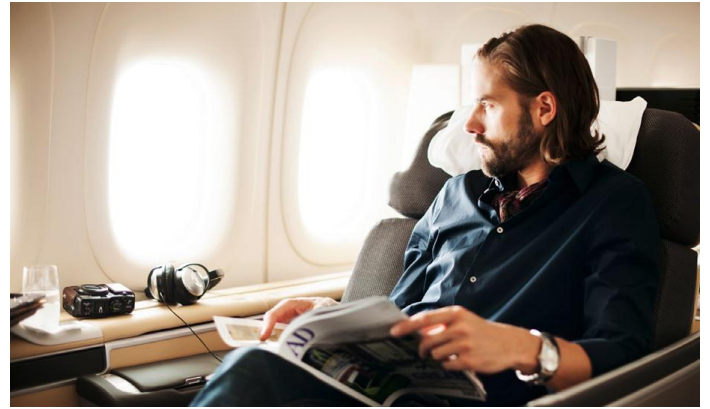
Die kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung der Produkte und Services ist von hoher Bedeutung für die Hub-Airlines. Lufthansa Passage strebt die Qualitätsführerschaft in ihren Märkten an. Ziel ist es, die Lufthansa Passage als Five-Star-Airline zu qualifizieren. Diese Auszeichnung verspricht den Gästen ein herausragendes Passagiererlebnis, denn fünf Sterne sind ein Synonym für höchste Qualität, erstklassigen Komfort und persönlichen Service. Bis Anfang 2016 soll dieser Anspruch durch das renommierte Airline-Rating-System von Skytrax bestätigt werden. Damit wäre Lufthansa Passage die erste westliche Fluggesellschaft mit der höchsten Skytrax-Auszeichnung. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, wurden diverse Projekte initiiert und zum Teil bereits umgesetzt.

So wurde im Zuge der Umrüstung der Lufthansa Langstreckenflotte die Ausstattung mit der neuen First Class im Juni 2015 vollendet, der Einbau der neuen Business Class wird in diesen Tagen abgeschlossen. Bis zum Herbst dieses Jahres erhalten alle Lufthansa Langstreckenflugzeuge auch die neue Premium Economy Class.



Neben der Umrüstung der Kabinausstattung werden auch die Services für Kunden verbessert.

Reisende in der Lufthansa Business Class können sich ab August auf den Lufthansa-Restaurant-Service, einen völlig neuen Service an Bord von Langstreckenflügen, freuen. Die Flugbegleiter werden künftig ihren Service noch stärker an den Rhythmus der Passagiere anpassen, um wie in einem erstklassigen Restaurant individuell auf die Wünsche ihrer Gäste einzugehen. Nachdem sich die Flugbegleiter bei „ihren“ Gästen an Bord persönlich und namentlich vorgestellt haben, nehmen sie die Bestellung auf und decken den



Tisch mit PorzellanGeschirr ein. Die Speisen werden direkt aus der Bordküche serviert. Außerdem weichen Tablett und Bord-Trolleys einem Platzteller.

Weitere Servicemaßnahmen, die im Rahmen der Five-Star-Initiative bereits eingeführt wurden, umfassen unter anderem die Aufwertung der Amenity Kits, die Einführung eines neuen Inflight-Entertainment-Systems mit mehr Auswahl auf der Langstrecke, die Erweiterung des Angebots in den Lounges sowie die Einführung einer Fast-Lane für Premium-Kunden an internationalen Flughäfen.



Neuausrichtung der Vertriebsstrategie

Die Netzwerk-Airlines richten ihre Vertriebsstrategie neu aus, um Kundenbedürfnisse künftig noch individueller bedienen zu können und gleichzeitig die Ertragskraft des Unternehmens zu stärken. Die Airlines der Passage Airline Gruppe werden ihre Leistungen künftig mit maßgeschneiderten Preisen und zusätzlichen Services flexibler und modularer in Form sogenannter „Branded Fares“ anbieten.

Die damit verbundene gruppenweite Einführung des neuen Preiskonzepts auf Europa-Strecken mit den neuen Tarifoptionen „Light“, „Classic“ und „Flex“ in der Economy Class soll Fluggästen erlauben, genau die von ihnen gewünschten Services auszuwählen. Die verschiedenen Tarifoptionen unterscheiden sich vor allem bei Freigepäck, Sitzplatzreservierung sowie Umbuchungs- und Stornierungsmöglichkeiten. Das Preiskonzept wurde bereits Ende Juni 2015 bei SWISS eingeführt. Lufthansa Passage und Austrian Airlines bieten die Optionen ab Anfang Oktober 2015 an.

Des Weiteren ist eine klare Kostendifferenzierung bei den Buchungswegen vorgesehen. Derzeit übersteigen die Aufwendungen für die Nutzung globaler Reservierungssysteme (GDS) die Kosten anderer Buchungswege wie beispielsweise der eigenen Onlineportale deutlich. Daher werden die Airlines der Lufthansa Group ab dem 1. September 2015 für jedes über ein GDS ausgestellte Ticket ein Entgelt, die „Distribution Cost Charge“ (DCC), in Höhe von 16 EUR berechnen. Über alle direkten Buchungswege werden Flugtickets weiterhin ohne die DCC angeboten.

Fragen und Antworten

Wie geht es weiter mit den dezentralen Verkehren?

Die Weiterentwicklung der Punkt-zu-Punkt-Verkehre mit der Zweitmarke Eurowings ist auf gutem Wege. Die strategische Entscheidung, alle direkten Verkehre außerhalb der Drehkreuze Frankfurt und München in der Germanwings zu bündeln, war ein voller Erfolg. Nachdem in diesem Bereich im Geschäftsjahr 2012 noch einen Verlust von rund 200 Mio. EUR verbucht werden musste, wird in diesem Jahr die Gewinnschwelle erreicht. Eurowings wird als Zweitmarke der Lufthansa Group auf Kurz- und Langstrecke mit attraktiven Angeboten im Heimatmarkt Europa verankert.

Mit der Dachmarke Eurowings will die Lufthansa Group zusätzliche Märkte im preissensiblen Punkt-zu-Punkt-Privatreise-segment erschließen und ihre führende Position vor allem in den Heimatmärkten Deutschland, Österreich, Schweiz und Belgien absichern. Die Fluggesellschaften Eurowings, Germanwings und weitere Flugbetriebe sollen ab Ende 2015 unter einem gemeinsamen Dach Qualitätsangebote zu günstigen Preisen auf der Kurz- und Langstrecke bieten und so neue Kunden gewinnen. Die Basis des Geschäftsmodells sind deutlich verbesserte Kostenstrukturen.

Wie gestaltet sich das Angebot der neuen Eurowings?

Heimatbasis für den Start der neuen Langstreckenflotte ist der Flughafen Köln/Bonn. Die interkontinentalen Flüge der neuen Eurowings starten ab 1. November 2015 und werden mit Langstreckenflugzeugen vom Typ Airbus A330-200 geflogen. Die Langstreckenflotte soll schrittweise auf insgesamt sieben Flugzeuge erweitert werden. Wie beim Erfolgskonzept von Germanwings gibt das neue Langstreckenangebot dem Kunden die Wahlmöglichkeit zwischen den Tarifen Best, Basic und Smart.

Auch ihr Kurz- und Mittelstreckenangebot baut die neue Eurowings mit neuen, attraktiven Destinationen weiter aus. Ab dem Flughafen Wien, der erste Eurowings Standort außerhalb Deutschlands, wird die neue Eurowings künftig Punkt-zu-Punkt-Verbindungen zu beliebten Zielen innerhalb Europas anbieten.

Unternehmerische Verantwortung

Airlines der Lufthansa Group mit neuem Effizienzrekord

Die Fluggesellschaften der Lufthansa Group haben erneut einen Effizienzrekord aufgestellt: Durchschnittlich verbrauchten die Flugzeuge der Passagierflotten im Jahr 2014 nur noch 3,84 Liter Kerosin um einen Fluggast 100 Kilometer weit zu befördern. Dies entspricht einer Verbesserung von 1,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Konzern hat damit das anspruchsvolle Luftfahrt-Branchenziel der jährlichen Effizienzsteigerung von 1,5 Prozent wie in den Vorjahren eingehalten. Ob Lufthansa Passage, Swiss, Austrian Airlines oder Germanwings – alle Airlines der Lufthansa Group haben ihre spezifischen Verbrauchswerte weiter verbessert. Auch die Frachtflugzeuge von Lufthansa Cargo waren mit 0,183 Liter/Tonnenkilometer - eine Verbesserung um 5,2 Prozent gegenüber 2013 - so effizient wie nie zuvor unterwegs. Konzernweit konnte die Effizienz bei der Frachtbeförderung im Jahr 2014 um 0,8 Prozent gesteigert werden. Der absolute Treibstoffverbrauch im Konzern erhöhte sich im Jahr 2014 geringfügig um 0,7 Prozent bei einer Steigerung der Transportleistung um 1,9 Prozent, sodass der Trend zur Entkopplung von Transportleistung und Treibstoffverbrauch ebenfalls erfolgreich fortgeführt werden konnte.

Lufthansa Group veröffentlicht 21. Nachhaltigkeitsbericht

Um das Reisen für ihre Fluggäste noch effizienter, nachhaltiger und attraktiver zu gestalten, setzt die Lufthansa Group verstärkt auf ein vernetztes Innovationsmanagement und investiert rund 500 Millionen Euro bis 2020 in Innovationen. Im Nachhaltigkeitsbericht „Balance“ kommt dem Thema „Innovation – der Schlüssel für eine erfolgreiche Zukunft“ daher ein ganz besonders hoher Stellenwert zu. Auf einer Sonderstrecke wird im Bericht die große Bedeutung des Innovationsmanagements beim weltweit größten Luftfahrtkonzern ausführlich dargestellt. „Innovation und Digitalisierung“ ist eines von sieben zentralen Handlungsfeldern des strategischen Arbeitsprogramms „7to1 – Our way forward“, das der Konzern im Jahr 2014 aufgelegt hat.

Den Nachhaltigkeitsbericht Balance und mehr Details zu den Aspekten der unternehmerischen Verantwortung bei der Lufthansa Group finden Sie unter www.lufthansagroup.com/verantwortung.

Kontakt

Ihre Ansprechpartner bei Investor Relations:



Frédéric Depeille



Patricia Minogue

Gerne stehen wir Ihnen bei Fragen unter **+49 69 696-28008** oder per Email an investor.relations@dlh.de zur Verfügung.

Vorbehalt bei zukunftsgerichteten Aussagen

Bei den in unserer Aktionärsinfo veröffentlichten Angaben, die sich auf die zukünftige Entwicklung der Lufthansa Group und ihrer Gesellschaften beziehen, handelt es sich lediglich um Prognosen und Einschätzungen und damit nicht um feststehende historische Tatsachen. Sie dienen allein informatorischen Zwecken und sind gekennzeichnet durch Begriffe wie „glauben“, „erwarten“, „vorhersagen“, „beabsichtigen“, „prognostizieren“, „planen“, „schätzen“, „rechnen mit“ oder „bestreben“. Diese zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf allen uns derzeit erkennbaren und verfügbaren Informationen, Fakten und Erwartungen. Sie können daher nur zum Zeitpunkt der Veröffentlichung Gültigkeit beanspruchen.

Da zukunftsgerichtete Aussagen naturgemäß mit Ungewissheiten und in ihren Auswirkungen nicht einschätzbaren Risikofaktoren – wie etwa einer Änderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – behaftet sind oder zugrunde gelegte Annahmen nicht oder abweichend eintreffen können, besteht die Möglichkeit, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse und die Entwicklung des Unternehmens von den Prognosen wesentlich unterscheiden. Die Lufthansa Group ist stets bemüht, die veröffentlichten Daten zu kontrollieren und auf dem aktuellen Stand zu halten. Dennoch kann seitens des Unternehmens keine Verpflichtung übernommen werden, zukunftsgerichtete Aussagen an später eintretende Ereignisse bzw. Entwicklungen anzupassen. Eine Haftung oder Garantie für Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit dieser Daten und Informationen wird demnach weder ausdrücklich noch konkludent übernommen.

Finanzkalender

29.10.2015 Veröffentlichung des 3. Zwischenberichts 2015
17.03.2016 Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2015
28.04.2016 Hauptversammlung in Hamburg
03.05.2016 Veröffentlichung des 1. Zwischenberichts 2016
02.08.2016 Veröffentlichung des 2. Zwischenberichts 2016

Die nächste Aktionärsinfo erscheint im November 2015.

Anschrift

Deutsche Lufthansa AG
Investor Relations
Lufthansa Aviation Center LAC
Airportring, 60546 Frankfurt am Main