



Aktionärsinfo November 2015

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionäre,

über ein halbes Jahr ist vergangen, seit die Lufthansa Group von der größten Katastrophe ihrer Unternehmensgeschichte getroffen wurde. Niemand von uns wird den Absturz der 4U 9525 am 24. März 2015 jemals vergessen. Dem Schmerz der Angehörigen stehen wir nach wie vor in Demut gegenüber.

Der Flugbetrieb und der gesamte Aviation-Konzern konnten und durften jedoch auch nach dem tragischen Unglück nicht stillstehen. Denn nach Sicherheit ist die Zukunftsfähigkeit oberste Priorität der Lufthansa Group.

Im September haben wir daher eine umfangreiche Reorganisation beschlossen. Die Organisation wird über alle Geschäftsfelder hinweg in den kommerziellen, operativen und administrativen Funktionen enger verzahnt und deutlich stärker funktional ausgerichtet. Die Neuausrichtung schafft wichtige Voraussetzungen, um die neue Eurowings als Zweitmarke zu etablieren und in unseren Heimatmärkten als führende Punkt-zu-Punkt-Airline zu positionieren. Wir freuen uns, Ihnen unsere Zweitmarke in dieser Ausgabe vorzustellen.

Die wirtschaftliche Entwicklung ist unterdessen erfreulich. Die Lufthansa Group konnte die führende Ergebnisgröße, das Adjusted EBIT, in den ersten neun Monaten um rund 70 Prozent auf einen neuen Bestwert steigern.

Schenken Sie uns auch weiterhin Ihr Vertrauen.

Mit freundlichen Grüßen



Andreas Hagenbring
Leiter Investor Relations,
Deutsche Lufthansa AG

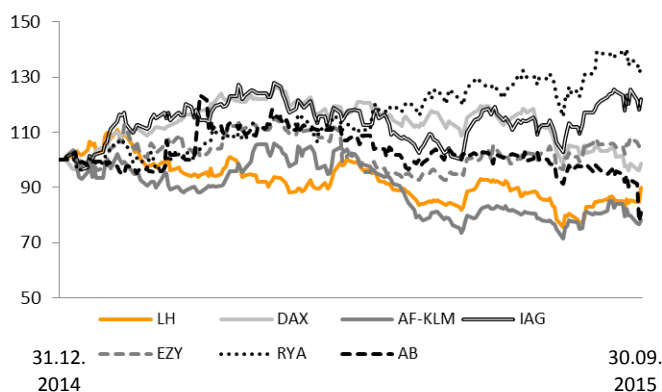
Wirtschaftliche Kennzahlen Januar – September 2015

		Jan. – Sep. 2015	Jan. – Sep. 2014 ¹⁾	Veränd. in %
Umsatz und Ergebnis				
Umsatzerlöse	Mio. €	24 304	22 624	7,4
davon Verkehrserlöse	Mio. €	19 387	18 460	5,0
EBIT ¹⁾	Mio. €	1 663	1 048	58,7
Adjusted EBIT	Mio. €	1 693	988	71,4
EBITDA ¹⁾	Mio. €	2 932	2 111	38,9
Konzernergebnis	Mio. €	1 748	482	262,7
Kennzahlen zu Bilanz und Kapitalflussrechnung				
Bilanzsumme	Mio. €	33 159	30 961	7,1
Eigenkapitalquote	%	18,6	15,2	3,4 P.
Nettokreditverschuldung	Mio. €	2 346	2 262	3,7
Operativer Cashflow	Mio. €	3 160	2 052	54,0
Investitionen (brutto)	Mio. €	1 931	2 235	- 13,6
Lufthansa Aktie				
Quartalsabschlusskurs	€	12,43	12,51	- 0,6
Ergebnis pro Aktie	€	3,78	1,05	261,3
Leistungsdaten²⁾				
Fluggäste	Tsd.	83 017	81 157	2,3
Angebotene Sitzkilometer	Mio.	210 477	204 391	3,0
Verkaufte Sitzkilometer	Mio.	170 824	164 833	3,6
Sitzladefaktor	%	81,2	80,6	0,6 P.
Fracht und Post	Tsd. t	1 387	1 416	- 2,0
Angebotene Tonnenkilometer	Mio.	32 320	31 414	2,9
Verkaufte Tonnenkilometer	Mio.	24 178	23 751	1,8
Fracht-Nutzladefaktor	%	65,8	69,2	- 3,4 P.
Gesamt-Nutzladefaktor	%	74,8	75,6	- 0,8 P.
Flüge	Anzahl	764 376	762 961	0,2

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)



Die Lufthansa Aktie verzeichnete im dritten Quartal 2015 einen Anstieg um 5,4 Prozent. Der Vergleichsindex DAX fiel im selben Zeitraum um 15,5 Prozent. Mit einem Kurs von 12,43 EUR zum 30. September lag die Aktie zwar noch immer um 10,2 Prozent unter dem Wert des Jahresbeginns, die schwache Entwicklung in der ersten Jahreshälfte konnte aber teilweise wieder aufgeholt werden.

Zum Quartalsende empfahlen neun Analysten die Lufthansa Aktie zum Kauf, zehn Analysten empfahlen, die Aktie zu halten, und zehn zu verkaufen. Das durchschnittliche Kursziel lag bei 13,24 EUR.

Der 3. Zwischenbericht 2015 und die dazugehörige Präsentation des Vorstands sind auf unserer Webseite

<http://www.lufthansagroup.com/investor-relations> verfügbar.



Wirtschaftliche Entwicklung

Die Lufthansa Group verzeichnete in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres eine erfreuliche Entwicklung. Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum vor allem währungsbedingt deutlich an. Das Adjusted EBIT konnte erheblich gesteigert werden. Die Verbesserung beruhte insbesondere auf der positiven Entwicklung der Fluggesellschaften der Passage Airline Gruppe. Maßgeblich hierfür waren niedrige Treibstoffkosten und eine, vor allem durch Währungseffekte erzielte, positive Entwicklung der Verkehrserlöse. Weitere Treiber der positiven Geschäftsentwicklung waren der Abschluss des Einbaus der neuen First Class- und Business Class-Sitze bei Lufthansa Passage sowie eine deutliche Ergebnisverbesserung bei Germanwings. Lufthansa Cargo litt in den letzten Monaten unter der steigenden Überkapazität im Markt und verzeichnete im Betrachtungszeitraum rückläufige Ergebnisse. Lufthansa Technik und LSG Sky Chefs konnten hingegen eine solide Ergebnisverbesserung erzielen.

Wesentliche Ereignisse

Im September konnte das umfangreiche Kabinenerneuerungsprogramm bei Lufthansa Passage abgeschlossen werden. In den vergangenen drei Jahren wurden 106 Langstrecken-Flugzeuge der Lufthansa Passage in der Business und Economy Class mit einer modernisierten Kabine und neuen Sitzen ausgestattet. In 76 Flugzeugen wurde zudem die neue First Class-Kabine eingebaut. Der Einbau der Premium Economy Class wird noch im vierten Quartal bei allen Langstreckenflugzeugen abgeschlossen werden.

Nach einem Streik der Pilotengewerkschaft Vereinigung Cockpit (VC) auf allen Kurzstreckenverbindungen von Lufthansa Passage und Germanwings am 9. September 2015, der einem Streik der Langstreckenflüge von Lufthansa Passage und Lufthansa Cargo am Tag zuvor folgte, hat das Landesarbeitsgericht per einstweiliger Verfügung entschieden, diesen Streik zu untersagen. Das Landesarbeitsgericht bezeichnete den Streik der VC als „evident rechtswidrig“. Die VC verfolge mit ihrem Streik nicht nur den Abschluss eines neuen Tarifvertrags Übergangsversorgung, sondern als wesentliches Streikziel zumindest auch die Verhinderung des Auf- und Ausbaus des sogenannten Wings-Konzepts. Dies sei aber „kein tariflich regelbares Streikziel“.

Ausblick

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres haben sich die Ergebnisse der Lufthansa Group in einem von volatilen Einflussfaktoren geprägten Umfeld im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erfreulich entwickelt.

Die Nachfrage wird sich für die Passage Airline Gruppe auch weiterhin regional unterschiedlich entwickeln. Das gilt ebenso für die Durchschnittserlöse. Nach dem erfreulichen Geschäftsverlauf im dritten Quartal ist nun damit zu rechnen, dass sich die Stückerlöse wieder deutlich negativ gegenüber dem Vorjahreszeitraum entwickeln. Eine relative Verbesserung der Kennzahlen gegenüber dem Vorjahr wird zum Jahresende 2015 auch aufgrund einer guten Vergleichsbasis im Vorjahr zunehmend anspruchsvoller. Für das Gesamtjahr erwartet die Passage Airline Gruppe unverändert eine deutliche Ergebnissteigerung gegenüber dem Vorjahr.

Lufthansa Cargo geht aufgrund der Geschäftsentwicklung im zweiten und dritten Quartal und der weiterhin schwachen konjunkturellen Dynamik im Welthandel für 2015 unverändert von einem Adjusted EBIT deutlich unter Vorjahresniveau aus. Lufthansa Technik erwartet trotz erhöhter Aufwendungen für innovative Produktentwicklungen, Wachstumsprojekte und dem Ausbau der Verbundstruktur für 2015 nun ein Adjusted EBIT deutlich über Vorjahr. LSG Sky Chefs rechnet für das Gesamtjahr 2015 unverändert mit einem Umsatz und einem Adjusted EBIT deutlich über Vorjahr.

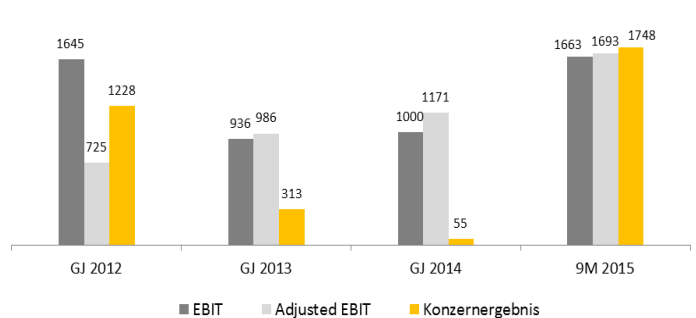
Die Lufthansa Group erwartet für das Geschäftsjahr 2015 nun ein Adjusted EBIT von 1,75 bis 1,95 Mrd. EUR. Kosten für Streiks im vierten Quartal sind in dieser Prognose nicht enthalten.

Treiber und 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 Passage Airline Gruppe sowie der weitere Verlauf der Tarifverhandlungen bei Lufthansa Passage in Deutschland. Für die Lufthansa Passage kommt insbesondere das weitere Nachfrageverhalten der Kunden als Ergebnisrisiko hinzu.

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

	Umsatz in Mio. €	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Adjusted EBIT in Mio. €	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Passage Airline Gruppe	18 739	5,9	1 350	145,9
Logistik	1 763	- 0,2	35	- 49,3
Technik	3 723	16,3	398	14,4
Catering	2 258	15,2	76	33,3
Sonstige	373	- 22,0	- 191	- 334,1

Entwicklung EBIT, Adjusted EBIT und Konzernergebnis in Mio. €





Die neue Eurowings

In der neuen Organisationsstruktur steht die Lufthansa Group ab 2016 auf drei starken Säulen: den Premium-Hub-Airlines, der Zweitmarke Eurowings für den Punkt-zu-Punkt-Verkehr und den Aviation Services.

Im Punkt-zu-Punkt-Verkehr steht die Lufthansa Group in Deutschland und Europa bereits seit vielen Jahren im Wettbewerb mit stark wachsenden Low-Cost-Airlines. Mit der neuen Eurowings wird dieser Herausforderung zukünftig noch effektiver begegnet.

Das Konzept für die neue Eurowings wurde auf Basis der erfolgreichen Übernahme von Lufthansa Passage-Strecken durch die Konzerntochter Germanwings weiterentwickelt. Anfang Januar 2015 wurde die Übertragung von Lufthansa Passage-Strecken, die nicht über die Drehkreuze Frankfurt und München führen, an Germanwings abgeschlossen.

So konnte Germanwings seit der Übernahme des dezentralen Lufthansa Passage-Verkehrs (ab Mitte 2013) nach den ersten neun Monaten 2015 erstmalig ein positives kumuliertes EBIT ausweisen.

Unter dem Dach der Wings-Holding werden zunächst die beiden bereits bestehenden Fluggesellschaften Germanwings und Eurowings mit ihren bisherigen Streckennetzen und Crews fliegen. Germanwings wird zukünftig unter dem Namen Eurowings vermarktet. Ab Mitte Januar 2016 sind alle Eurowings- und Germanwings-Flüge über www.eurowings.com buchbar. Die Flugzeuge, die bislang unter einer Germanwings-Flugnummer fliegen, werden auch nach Januar weiter mit Germanwings-Lackierung und -Crew unterwegs sein. Der IATA-Code "4U" bleibt erhalten. Seit November 2015 liegt die wirtschaftliche und vertragliche Verantwortung aber allein bei Eurowings.

Für die neuen Europa-Angebote wird die bisherige Flotte der Eurowings, die zuletzt aus 23 Jets des Typs Bombardier CRJ900 bestand, bis März 2017 durch moderne Airbus A320 ersetzt. Die Airline wird dann eine homogene Flotte betreiben und durch die Treibstoffeffizienz der Flugzeuge weitere Kostenvorteile haben.

Neben den europäischen Strecken bringt die neue Eurowings auch günstige Langstreckenangebote auf den Markt. Zum neuen Streckennetz gehören ab Winterflugplan 2015/2016 Dubai, die thailändischen Städte Bangkok und Phuket sowie die karibischen Destinationen Varadero, Bridgetown und Punta Cana. Montego Bay und La Romana werden im Full-Charterverkehr bedient. Der Erstflug auf der Langstrecke ist am 2. November 2015 erfolgreich nach Varadero auf Kuba gestartet. Die Interkontinentalverbindungen werden mit Langstreckenjets vom Typ Airbus A330-200 geflogen. Bis 2017 soll die Langstrecken-Flotte auf sieben A330 erweitert werden.

Wie beim Erfolgskonzept von Germanwings gibt das neue Langstreckenangebot dem Kunden die Wahlmöglichkeit zwischen den Tarifen Best, Basic und Smart. Heimatbasis für den Start der neuen Langstreckenflotte ist der Flughafen Köln/Bonn. In Köln wird zudem die kommerzielle Steuerung der Wings-Fluggesellschaften angesiedelt.

Als ersten Standort außerhalb Deutschlands hat Eurowings eine neue Basis in Österreich eröffnet. Von der Hauptstadt Wien aus sollen Jets vom Typ Airbus A320 auf Europastrecken eingesetzt werden. Am 10. November 2015 nahm Eurowings die neuen Flugverbindungen ab Wien auf. Die Airline fliegt von der österreichischen Hauptstadt zunächst direkt nach Barcelona, London-Stansted und Palma de Mallorca.



Fragen und Antworten

Was ist das Ziel der Reorganisation der Lufthansa Group?

Die Lufthansa Group richtet sich mit Wirkung zum 1. Januar 2016 organisatorisch neu aus und stärkt damit ihre Position als führender Aviation Konzern.

Die Neuausrichtung geht einher mit einer stärker funktionalen Ausrichtung der Organisation. Der Konzern wird über alle Geschäftsfelder hinweg in den kommerziellen, operativen und administrativen Funktionen enger verzahnt. Dabei soll die Steuerung der Netzairlines künftig nach einheitlichen Prozessen erfolgen, so dass den Kunden der Lufthansa Group über Drehkreuze und Fluggesellschaften hinweg ein integriertes und durchgängiges Reiseerlebnis geboten werden kann. Gleichzeitig schafft die Neuausrichtung wichtige Voraussetzungen, um die neue Eurowings als europäische Zweitmarke zu etablieren und in den Heimatmärkten der Lufthansa Group als marktführende Punkt-zu-Punkt-Airline zu positionieren. Auch stärkt die Lufthansa Group ihre auf dem Weltmarkt erfolgreichen Service-Gesellschaften, indem sie die Wachstumschancen in den Bereichen Technik, Cargo, Catering und Financial Services aktiv erschließt. Die Reorganisation soll ab 2019 einen Ergebnisbeitrag von jährlich 500 Mio. EUR liefern.

Was bedeutet die neue Distributionsstrategie der Lufthansa Group?

Die weitere Entwicklung und Implementierung von neuen, direkten Buchungswegen schreitet voran. Seit 1. September 2015 werden die Kosten für Buchungen über globale Reservierungssysteme (GDS) transparent und verursachungsgerecht verteilt. Die „Distribution Cost Charge“ (DCC) wird für jedes über ein GDS ausgestellte Ticket berechnet. Kunden der Lufthansa Group können ihre Flugtickets ohne dieses neue Entgelt erwerben, indem sie direkt über die Websites der Airlines, über die Service Center oder an den Ticketschaltern der Flughäfen buchen. Den Reisebüros und Firmenkunden steht ein Onlineportal als alternativer Buchungsweg zur Verfügung. Perspektivisch soll durch diese Anpassungen eine Individualisierung der Produkte und eine moderne Erlössteuerung ermöglicht werden.

Unternehmerische Verantwortung

Airlines der Lufthansa Group führend beim Thema Nachhaltigkeit

Die Fluggesellschaften Lufthansa Passage, Swiss und Austrian Airlines wurden von Verbrauchern in Deutschland zu den drei nachhaltigsten Fluggesellschaften gewählt. Das ist das Ergebnis der repräsentativen Umfrage „Mit gutem Gewissen“, die das Wirtschaftsmagazin Focus Money zusammen mit Deutschland Test und dem Analyse-Unternehmen ServiceValue durchgeführt hat. Dabei kürten die Befragten in der Kategorie „Fluggesellschaften“ Lufthansa als Marke mit dem höchsten Verantwortungswert und damit als nachhaltigste Airline. Neben Lufthansa erhielten auch die beiden Group Airlines Swiss (2. Platz) und Austrian Airlines (3. Platz) das Gold-Siegel für besonders verantwortungsvolles Handeln in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales. Das jüngste Umfrage-Ergebnis honoriert erneut den Anspruch der Lufthansa Group, in allen Bereichen verantwortungsvoll zu wirtschaften und würdigt die zielgerichteten Investitionen des Luftfahrtkonzerns in eine nachhaltige Unternehmensführung. Bereits Anfang 2015 hatte die Lufthansa Group zum zweiten Mal in drei Jahren die renommierte Auszeichnung "Eco-Airline of the Year" des US-Fachmagazins Air Transport World erhalten.

Emissionsarme Flugzeugabfertigung: „Green Gate“ am Flughafen Frankfurt eröffnet

Die Partner der Initiative E-PORT AN, die Fraport AG, die Lufthansa Group, das Land Hessen und die Modellregion Elektromobilität Rhein-Main, haben das erste „Green Gate“ am Flughafen Frankfurt eröffnet. Ab sofort können sich Fluggäste am Lufthansa Gate A15 über die zahlreichen Projekte zum Thema Elektromobilität am größten Verkehrsflughafen Deutschlands informieren. Als wichtigen Projektbaustein präsentiert das „Green Gate“ damit eine Flugzeugabfertigung, die zukünftig weitgehend mit elektrisch angetriebenen Fahrzeugen erfolgen kann. Anhand von Modellen, Informationstafeln und Animationen stellen die Partner ihre Aktivitäten vor, darunter eine solarbetriebene Passagiertreppe, Elektro-Förderbandwagen, Hybrid-Flugzeugschlepper und Elektro-Palettenhubwagen.

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

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
02.11.2016	Veröffentlichung des 3. Zwischenberichts 2016

Anschrift

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