



## Aktionärsinfo August 2017

### Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionäre,

die in den vergangenen Jahren initiierten Maßnahmen zeigen Wirkung und zahlen sich aus: Wir haben das beste Ergebnis in einem ersten Halbjahr in der Geschichte der Lufthansa Group erzielt. Sowohl bei den Passagierzahlen, der Anzahl und Auslastung der Flüge als auch bei der Höhe des Adjusted EBIT können wir Rekordwerte vorweisen. Unsere Ergebnisprognose für das Jahr haben wir dementsprechend angehoben.

Wesentliche Treiber dieser guten Entwicklung waren die Netzwerk-Airlines, die Point-to-Point-Airlines und das Geschäftsfeld Logistik. Bei den Aviation Services verlief das erste Halbjahr ebenfalls erfolgreich.

Darüber hinaus haben wir strukturelle Verbesserungen erzielt. Dazu zählen die weiter fortschreitende Neuausrichtung der Distributionsstrategie bei den Netzwerk-Airlines und die Vereinbarung mit Fraport, Kosten zu senken und künftig in einen engeren strategischen Dialog zu treten.

Sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre, Ihr Unternehmen ist sehr gut aufgestellt. Unser Aktienkurs hat sich im ersten Halbjahr mit einer Steigerung von 62,4 Prozent besser entwickelt als der jedes anderen DAX-Unternehmens. Das bestätigt uns darin, den von uns eingeschlagenen Kurs, die Lufthansa Group strategisch, finanziell und kulturell weiterzuentwickeln, auch in Zukunft fortzusetzen.

Schenken Sie uns auch weiterhin Ihr Vertrauen.

Mit freundlichen Grüßen



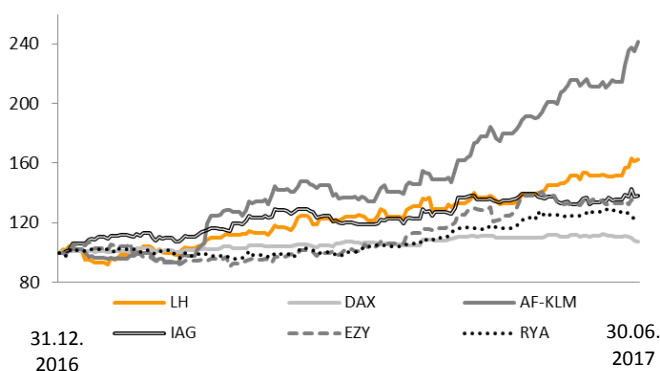
Andreas Hagenbring  
Leiter Investor Relations,  
Deutsche Lufthansa AG

### Wirtschaftliche Kennzahlen Januar – Juni 2017

		Jan. – Jun. 2017	Jan. – Jun. 2016	Veränd. in %
<b>Umsatz und Ergebnis</b>				
Umsatzerlöse	Mio. €	16 951	15 042	12,7
davon Verkehrserlöse*	Mio. €	13 293	11 637	14,2
EBIT	Mio. €	1 031	518	99,0
Adjusted EBIT	Mio. €	1 042	529	97,0
EBITDA	Mio. €	1 891	1 361	38,9
Konzernergebnis	Mio. €	672	429	56,6
<b>Kennzahlen zu Bilanz und Kapitalflussrechnung</b>				
Bilanzsumme	Mio. €	37 901	35 054	8,1
Eigenkapitalquote	%	19,4	10,4	9,0 P.
Nettokreditverschuldung	Mio. €	1 139	2 499	-54,4
Operativer Cashflow	Mio. €	3 226	2 193	47,1
Investitionen (brutto)	Mio. €	1 207	1 167	3,4
<b>Lufthansa Aktie</b>				
Quartalsabschlusskurs	€	19,93	10,53	89,3
Ergebnis pro Aktie	€	1,43	0,92	55,4
<b>Leistungsdaten*</b>				
Fluggäste	Tsd.	59 990	51 178	17,2
Angebote Sitzkilometer	Mio.	154 240	138 086	11,7
Verkaufte Sitzkilometer	Mio.	121 882	105 428	15,6
Sitzladefaktor	%	79,0	76,3	2,7 P.
Angebote Tonnenkilometer	Mio.	7 496	7 286	2,9
Verkaufte Tonnenkilometer	Mio.	5 174	4 832	7,1
Fracht-Nutzladefaktor	%	69,0	66,3	2,7 P.
Gesamt-Nutzladefaktor	%	75,4	72,1	3,3 P.
Flüge	Anzahl	543 654	501 454	8,4

\* Vorjahreszahlen angepasst.

Kursverlauf der Lufthansa Aktie, indiziert auf 31.12.2016, im Vergleich zum DAX und zu Wettbewerbern, in % (exkl. Dividende)



Zum Ende des ersten Halbjahres 2017 notierte die Lufthansa Aktie bei 19,93 EUR. Gegenüber Jahresende 2016 stieg ihr Kurs damit um 62,4 Prozent. Einschließlich der im Juni 2017 ausgeschütteten Dividende von 0,50 EUR je Aktie lag der Total Shareholder Return bei 66,5 Prozent. Der Vergleichsindex DAX legte im gleichen Zeitraum um 7,4 Prozent zu. Die Lufthansa Aktie entwickelte sich besser als jeder andere Wert im DAX. Neben der allgemeinen Entwicklung des Marktumfelds, die sich positiv auf den Geschäftsreiseverkehr und den touristischen Bereich auswirkte, war unter anderem die gute wirtschaftliche Entwicklung wesentlicher Treiber der guten Kursentwicklung.

Zum 30. Juni 2017 empfahlen neun Analysten die Lufthansa Aktie zum Kauf, sieben Analysten empfahlen die Aktie zu halten und elf zu verkaufen. Das durchschnittliche Kursziel lag bei 16,96 EUR.

Der 2. Zwischenbericht 2017 und die Präsentation des Vorstands sind verfügbar unter <http://www.lufthansagroup.com/investor-relations>.



## Wirtschaftliche Entwicklung

Die Lufthansa Group verzeichnete in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres eine sehr gute Entwicklung. Mit insgesamt 60 Millionen Passagieren wurde ein neuer Rekord aufgestellt. Auch bei Angebot, Absatz und Sitzladefaktor wurden im ersten Halbjahr 2017 historische Höchstwerte erreicht. Der Umsatz ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich angestiegen, das EBIT, das Adjusted EBIT und der Free Cashflow konnten nahezu verdoppelt werden. Mit Ausnahme des Geschäftsfelds Catering konnten alle Geschäftsfelder zu dieser positiven Entwicklung beitragen. Dabei lieferten die Netzwerk-Airlines den größten absoluten Ergebnisbeitrag. Auch das Geschäftsfeld Logistik konnte wieder positiv zum guten Ergebnis beitragen. Die Point-to-Point-Airlines konnten die Verluste gegenüber Vorjahr deutlich reduzieren. Treiber der insgesamt sehr positiven Ergebnisentwicklung war im Vorjahresvergleich insbesondere die nachfragebedingt sehr gute Umsatzentwicklung der Airlines.

## Wesentliche Ereignisse

### Tarifeinigung mit Pilotengewerkschaft erzielt

Am 15. März 2017 haben die Lufthansa Group und die Pilotengewerkschaft Vereinigung Cockpit eine rechtlich zunächst nicht bindende Absichtserklärung erzielt. Diese beinhaltet zukunftsweisende Regelungen zu Vergütung und Produktivitätssteigerungen sowie Alters- und Übergangsvorsorge für Piloten von Lufthansa German Airlines, Lufthansa Cargo und Germanwings.

### Neue Vorstandsmitglieder bestellt

Zum 1. Januar 2017 wurde Ulrik Svensson zum Mitglied des Vorstands mit Zuständigkeit für das Finanzressort bis zum 31. Dezember 2019 bestellt. Er folgt auf Simone Menne, die zum 31. August 2016 auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen ausgeschieden ist. Zum 1. Mai 2017 hat Thorsten Dirks das Vorstandsressort Eurowings und Aviation Services übernommen. Er folgt damit auf Karl Ulrich Garnadt, der mit Ablauf seines Vertrags zum 30. April 2017 aus Altersgründen nicht mehr für eine Verlängerung seiner Vorstandsbestellung zur Verfügung stand.

## Lufthansa Group und Fraport unterzeichnen Vereinbarung zur Kostenentlastung und für mehr Wachstum

Am 5. Juli 2017 haben die Lufthansa Group und die Fraport AG eine erste vergleichsweise Einigung über kurzfristige Kostenentlastungen unterzeichnet. Beide Partner schaffen damit die Voraussetzung für weiteres Wachstum der Lufthansa Group am Standort Frankfurt. Zugleich ermöglicht die Vereinbarung den Einstieg in weitere Gespräche über eine mittel- und langfristige Partnerschaft.

## Ausblick

Gegenüber der bisherigen Prognose entwickelten sich nachfragebedingt insbesondere der Umsatz und das Ergebnis im ersten Halbjahr besser als erwartet. Der Ausblick auf die Vorausbuchungen der Passagierairlines für das wirtschaftlich besonders wichtige dritte Quartal hat sich stabilisiert. Vor dem Hintergrund dieser besser als erwarteten Entwicklung hat der Vorstand der Deutschen Lufthansa AG seine Gesamtjahresprognose für das Adjusted EBIT von „leicht unter Vorjahr“ auf „über Vorjahr“ erhöht.

Das erwartete organische Kapazitätswachstum im zweiten Halbjahr beträgt circa 4,7 Prozent. Aus heutiger Sicht werden die währungsberinigten Stückerlöse der Passagierairlines im zweiten Halbjahr gegenüber dem Vorjahreszeitraum sinken. Die Entwicklung sollte im dritten Quartal aber besser sein. Die um Währungs- und Treibstoffeffekte bereinigten Stückkosten sollen im zweiten Halbjahr leicht sinken. Die Treibstoffkosten (exklusive Konsolidierung Brussels Airlines) sollen im zweiten Halbjahr nach Hochrechnung mit Stichtag 30. Juni 2017 um circa 100 Mio. EUR gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum sinken. Der Wet-Lease von Air Berlin-Flugzeugen und die seit Jahresbeginn erstmalig konsolidierte Brussels Airlines sollen einen leicht positiven Ergebnisbeitrag liefern. Die anderen Geschäftsfelder erwarten, im zweiten Halbjahr kumuliert ein Ergebnis auf Vorjahresniveau zu erreichen.

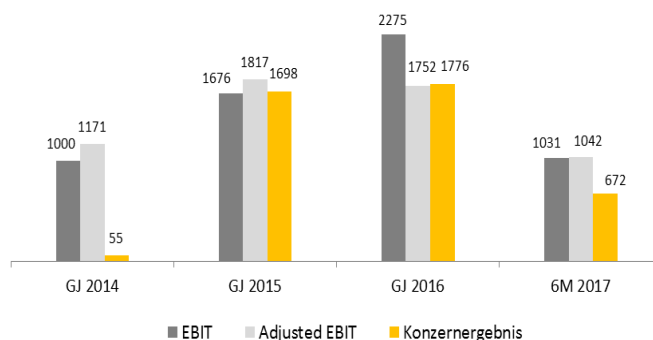
Die Netzwerk-Airlines Lufthansa German Airlines, SWISS und Austrian Airlines erwarten für das Geschäftsjahr 2017 im Wesentlichen aufgrund der guten Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr nun für das Gesamtjahr jeweils ein Adjusted EBIT über Vorjahr. Die Airlines im Geschäftsfeld Point-to-Point erwarten für das Geschäftsjahr 2017 ebenfalls im Wesentlichen aufgrund der guten Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr nun für das Gesamtjahr ein kumuliert positives Adjusted EBIT.

Das Geschäftsfeld Logistik erwartet für das Geschäftsjahr 2017 aufgrund der guten Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr sowie erster Ergebnisbeiträge der 2016 eingeleiteten Maßnahmen nun ein positives Adjusted EBIT. Das Geschäftsfeld Technik erwartet im Wesentlichen aufgrund der guten Geschäftsentwicklung einzelner Unternehmensbereiche und einiger Beteiligungen für das Geschäftsjahr 2017 nun ein Adjusted EBIT auf Vorjahresniveau. Das Geschäftsfeld Catering erwartet unverändert ein Adjusted EBIT deutlich unter Vorjahr.

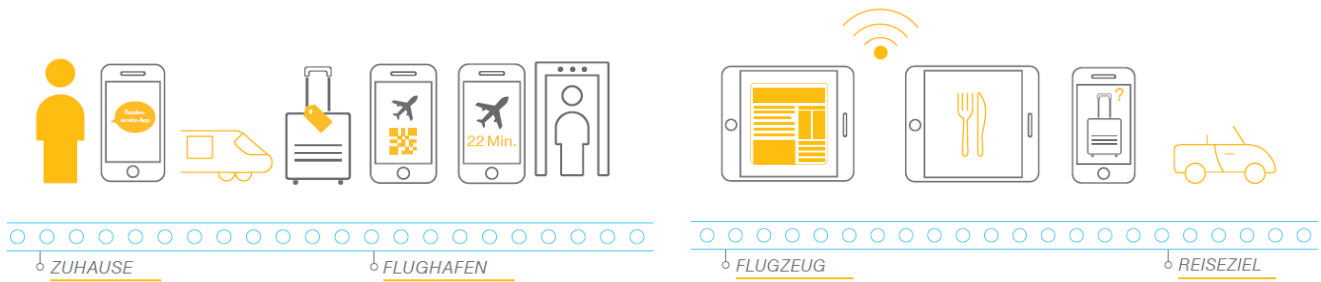
Umsatz und Adjusted EBIT nach Geschäftsfeldern (Jan. – Jun. 2017)

	Umsatz in Mio. €	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Adjusted EBIT in Mio. €	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Netzwerk-Airlines	11 097	6,7	757	55,4
Point-to-Point	1 772	92,2	-77	43,0
Logistik	1 158	18,6	78	
Technik	2 754	8,5	222	8,8
Catering	1 597	4,7	13	-45,8
Sonstige	216	0,9	41	

Entwicklung EBIT, Adjusted EBIT und Konzernergebnis in Mio. €



## Digitale Services entlang der Reisekette Von der Reiseplanung bis zur Ankunft



Die Entwicklung neuer Produkte und Geschäftsmodelle, einhergehend mit einer zunehmenden Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette im Luftverkehr, bildet einen Schwerpunkt der Konzernstrategie der Lufthansa Group und wird geschäftsfeldübergreifend vorangetrieben. Auf dieser Basis soll die Positionierung der Lufthansa Group als führender Aviation-Konzern in einem dynamischen Marktumfeld weiterhin erfolgreich abgesichert und profitabel ausgebaut werden.

Digitalisierung durchdringt längst jeden Aspekt der Luftfahrt, die Auswirkungen auf bestehende Prozesse und Produkte sind enorm. Die Möglichkeiten der Informationstechnologie bieten der Lufthansa Group konkrete Chancen, ihre Wertschöpfungskette weiter zu optimieren sowie das Produkt- und Serviceangebot um digitale Komponenten zu ergänzen und zu personalisieren. Das Produktangebot wird so für die Kunden noch individueller und attraktiver.

Eine Vielzahl von Innovationen im Bereich der Digitalisierung wurde bereits umgesetzt. Einige davon möchten wir Ihnen nachfolgend vorstellen.

**CHATBOT „Mildred“**, so heißt der Chatbot, der seit Ende 2016 den Kunden der Lufthansa Group bei der Flugsuche hilft. Die virtuelle Ansprechpartnerin in der Facebook Messenger App ermittelt auf Anfrage den günstigsten Preis für einen Flug auf den Strecken der Konzern-Airlines in den nächsten neun Monaten.

**inTIME** „Erreiche ich meinen Flug noch rechtzeitig?“ Diese Frage stellen sich tagtäglich tausende Passagiere. Eine Antwort darauf gibt die neue App inTime von Lufthansa Systems. Sie berechnet, wie viel Zeit einem Fluggast bleibt, um von seinem aktuellen Standort pünktlich zum Gate zu gelangen. Bei ihrer Prognose kalkuliert die Anwendung sowohl Verkehrssituationen außerhalb des Flughafens als auch Wartezeiten an Check-in und Sicherheitskontrolle ein. Änderungen wie ein verspäteter Abflug werden dabei in Echtzeit übermittelt. Basis der Berechnung sind anonymisierte Passagierdaten. inTime ist lernfähig und wird zunehmend intelligenter. Die App steht Lufthansa Passagieren voraussichtlich ab Sommer 2017 zur Verfügung.

**KUNDENSERVICE-APP** Ein verpasster Anschlussflug, wetterbedingte Flugplanänderungen, ein fehlendes Gepäckstück – alles Fälle für den Lufthansa Kundenservice. Doch bevor dieser das Problem lösen kann, muss der Passagier seine persönlichen Daten angeben. Ein zeitintensiver und unnötiger Aufwand, der dank der neuen Kundenservice-App nun der Vergangenheit angehört: Sie kombiniert die persönlichen Daten aus der Lufthansa App mit den aktuellen Angaben des Fluggastes und übermittelt diese Informationen an den Kundenservice-Mitarbeiter. Zugleich informiert die Anwendung über mögliche Wartezeiten und eröffnet neue Kontaktwege wie Rückrufe und Chats.

**eJOURNALS** Die Airlines der Lufthansa Group bieten ihren Fluggästen zahlreiche kostenlose eJournals anstelle von gedruckten Zeitungen und Magazinen. Vor dem Flug müssen die Passagiere nur Namen und Buchungscode oder Ticketnummer

online eingeben – und schon können sie ihre Wunschlektüre auf ihr Smartphone, Tablet oder Notebook laden. Vom digitalen Medienangebot mit mehr als 250 Zeitungen und Magazinen in 18 Sprachen profitiert auch die Umwelt: eJournals reduzieren das Gewicht an Bord, wodurch sich der Treibstoffverbrauch und die CO2-Emissionen verringern.

**BOARDCONNECT** Lufthansa Systems arbeitet kontinuierlich daran, das Reiseerlebnis der Passagiere mit personalisierten Lösungen zu verbessern und Airlines optimal für die digitale Zukunft aufzustellen. Ein Beispiel dafür ist BoardConnect: Die digitale Plattform sorgt in drei Varianten für drahtloses Inflight Entertainment (IFE) auf den Smartphones und Tablets der Fluggäste: Neben der fest installierten klassischen IFE-Lösung BoardConnect gibt es die flexible Variante BoardConnect Portable. Sie kombiniert alle technischen Komponenten in einem einzigen Gerät, das sich schnell und einfach in jedem Flugzeug ohne große Verkabelung installieren lässt. Eine weitere Option ist die Internetlösung Board-Connect Plus.

**FLYNET** Surfen, chatten, mailen und Videos streamen – und das alles in Breitband-Qualität. Auf Langstreckenflügen bietet Lufthansa diesen Service schon seit vielen Jahren. Jetzt kommen Passagiere von Lufthansa, Austrian Airlines und Eurowings auch auf der Kurz- und Mittelstrecke in den Genuss von FlyNet, wenn sie ihr Smartphone, Tablet oder Notebook mit dem WLAN an Bord verbinden. Die Airlines der Lufthansa Group gehören damit zu den ersten in Europa, die ihren Fluggästen ein solches Surferlebnis bieten. 2018 wird das Ausrüstungsprogramm bei Lufthansa beendet sein.

**ALLERGEN APP** Ob Milch, Fisch, Erdnüsse oder glutenhaltiges Getreide: Viele Menschen leiden unter Lebensmittelunverträglichkeiten. Daher hat die LSG Group auf Basis der EU-Verordnung 1169/2011 eine Allergen App entwickelt, die alle Informationen zu Bordmahlzeiten und 14 Hauptallergenen umfasst. Der Passagier teilt dem Purser seine Unverträglichkeiten mit und dieser sagt ihm, welche Gerichte er essen kann. Die Anwendung ist in 16 Sprachen verfügbar und genau auf die Anforderungen der EU-Verordnung zugeschnitten, welche die Kennzeichnung von Lebensmitteln (Zutaten, Hinweise auf Allergien, Mindesthaltbarkeit, etc.) regelt.

**DIGITALE GEPÄCKSERVICES** „Ciao, wir bleiben in Kontakt!“ So können sich Lufthansa Passagiere seit Frühjahr 2016 von ihren Koffern und Taschen verabschieden. Denn die digitalen Gepäckservices der Airline sorgen dafür, dass Fluggäste über einen Link auf ihrer mobilen Bordkarte in der Lufthansa App jederzeit wissen, wo sich ihr aufgegebenes Gepäck gerade befindet. Nach der Ankunft am Zielflughafen informiert die App die Kunden darüber, wann genau und auf welchem Gepäckband sie ihre Gepäckstücke in Empfang nehmen können. Zudem machen Etiketten, die über die neuen Lösungen „HomeTag“ und „Rimowa Electronic Tag“ erstellt werden, die Gepäckaufgabe deutlich komfortabler.

## Fragen und Antworten

### Die Lufthansa Group investiert kontinuierlich in ihr Produkt.

#### Zahlt sich das aus?

Die Lufthansa Group strebt die Qualitätsführerschaft in ihren Märkten an. Dafür werden kontinuierlich Maßnahmen zur weiteren Verbesserung des Produkts und des Kundenservices entlang der gesamten Reisekette identifiziert und umgesetzt. Wir freuen uns darüber, dass sich unsere Investitionsoffensive auszahlt und die Qualität unserer Produkte von unseren Kunden in hohem Maße geschätzt und anerkannt wird. So haben alle Airlines der Lufthansa Group herausragende Ergebnisse bei den diesjährigen Skytrax Awards erzielt. Lufthansa German Airlines wurde als „Best Airline in Europe“ ausgezeichnet. Dafür wurden 18 Millionen Passagiere aus über 160 Ländern befragt. Insgesamt wurden die Airlines der Lufthansa Group mit vier „Skytrax World Airline Awards“ ausgezeichnet. So wurde Lufthansa German Airlines zudem als „Best Airline in Western Europe“ und mit dem Award „Best First Class Lounge Dining“ ausgezeichnet. Austrian Airlines wurde für ihre Mitarbeiter mit dem „Best Airline Staff Service in Europe“-Award prämiert.

Darüber hinaus wurde bei den World Airport Awards das von der Lufthansa Group und dem Flughafen München gemeinsam betriebene Terminal 2 zum besten Terminal der Welt gewählt.

### Was tut sich bei der Flottenentwicklung?

Neben stetigen Investitionen im Produktbereich erneuert die Lufthansa Group kontinuierlich ihre Flotte. So stieß vor kurzem das jüngste Mitglied der Airbus Familie hinzu: die A350-900, das weltweit modernste und umweltfreundlichste Langstreckenflugzeug. Es verbraucht 25 Prozent weniger Kerosin, erzeugt 25 Prozent weniger Emissionen und ist bei Start und Landung wesentlich leiser als vergleichbare Flugzeugtypen. Die A350-900 bietet 293 Passagieren ein besonders hochwertiges Produkterlebnis: 48 Gästen in der Business Class, 21 in der Premium Economy Class und 224 in der Economy Class. Am 12. August 2017 wurde die vierte A350-900 am Flughafen München in Betrieb genommen. Insgesamt hat die Lufthansa Group 25 Flugzeuge dieser Bauart bestellt.

## Unternehmerische Verantwortung

### Lufthansa Group veröffentlicht 23. Nachhaltigkeitsbericht

Die Lufthansa Group hat im Juli 2017 ihren 23. Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Unter dem Titel „Balance“ informiert die Lufthansa Group jährlich transparent über die vielfältigen Aktivitäten, Ziele und Fortschritte des Konzerns in den Bereichen Ökonomie, Soziales, Umwelt, Produkt und Gesellschaft.

Der thematische Schwerpunkt im diesjährigen Balance Bericht „#Digital Aviation“ ermöglicht Einblick in zentrale Innovations- und Zukunftsthemen der Lufthansa Group. Dabei werden die vielfältigen Digitalisierungsprojekte des Unternehmens und deren zentrale Bedeutung für eine nachhaltige Unternehmensführung vorgestellt. Ziel ist es, ein ganzheitliches und nachhaltiges Mobilitätskonzept aufzubauen, das auf den individuellen Wunsch des Kunden zugeschnitten ist. Hier spielt die Digitalisierung entlang der gesamten Reisekette eine zentrale Rolle. Der Beitrag auf Seite 3 in dieser Aktionärsinfo gibt Ihnen einen ersten Einblick in die Thematik.

Ein anderes zentrales Thema ist die Klima- und Umweltverantwortung. Auch hier ist die Lufthansa Group auf Kurs: ökonomisch, ökologisch und sozial. So war der Konzern im Berichtsjahr erneut in zahlreichen Nachhaltigkeitsindizes gelistet. Mit einem Climate Scoring Ergebnis von „B“ in der CDP-Klimawandelberichterstattung hat die Lufthansa Group darüber hinaus den Status „Sector Leader Transportation“ in der DACH-Region erreicht und ist damit das umweltfreundlichste Unternehmen der Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Weitere Themen im Balance Bericht sind die Flottenentwicklung, Gender und Diversity sowie die Neuausrichtung des gesellschaftlichen Engagements der Lufthansa Group.

Den Nachhaltigkeitsbericht Balance und Details zu den Aspekten der unternehmerischen Verantwortung bei der Lufthansa Group finden Sie unter [www.lufthansagroup.com/verantwortung](http://www.lufthansagroup.com/verantwortung).

## Kontakt

Ihre Ansprechpartner bei Investor Relations:



Frédéric Depeille



Phuc-Thi Thai

Gerne stehen wir Ihnen bei Fragen unter **+49 69 696-28008** oder per Email an [investor.relations@dlh.de](mailto: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

25.10.2017	Veröffentlichung 3. Zwischenbericht 2017
15.03.2018	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2017
26.04.2018	Veröffentlichung 1. Zwischenbericht 2018
08.05.2018	Hauptversammlung
31.07.2018	Veröffentlichung 2. Zwischenbericht 2018
30.10.2018	Veröffentlichung 3. Zwischenbericht 2018

## Anschrift

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