



Nachricht

Hamburg, 28. April 2016

Lufthansa zieht auf der Hauptversammlung positive Bilanz nach einem schwierigen Jahr

- **Konzern erzielt eines der besten Ergebnisse der Unternehmensgeschichte**
- **Carsten Spohr: „Nach Sicherheit ist und bleibt Zukunftsfähigkeit das wichtigste Ziel. Dabei sind wir ein großes Stück vorangekommen.“**
- **Strategische Weiterentwicklung des Konzerns wird konsequent fortgesetzt**
- **Unternehmen investiert 2016 weiter in Service- und Produktverbesserungen**

„Das Jahr 2015 war das emotional schwierigste und gleichzeitig finanziell eines der erfolgreichsten in unserer Unternehmensgeschichte“, sagt Carsten Spohr, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG. Das Unternehmen konnte ein gutes Ergebnis erzielen und 108 Millionen Passagiere transportieren – so viele wie nie zuvor.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Dividende in Höhe von 50 Cent je Aktie vor

„Nach Sicherheit ist und bleibt Zukunftsfähigkeit unser wichtigstes Unternehmensziel. Dabei sind wir ein großes Stück vorangekommen“, so Carsten Spohr. Im Jahr 2015 hat die Lufthansa Group bei einem Umsatz von 32,1 Milliarden Euro ein Adjusted EBIT von 1,8 Milliarden Euro und ein Konzernergebnis von 1,7 Milliarden Euro erwirtschaftet und damit die Prognose erreicht. Die finanzielle Stabilität konnte weiter gesteigert werden: Die Liquidität hat sich erhöht, die Nettokreditverschuldung ist zurückgegangen und der Free Cash Flow ist deutlich gestiegen. Auf dieser Basis schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von 50 Euro-Cent je Aktie vor. Das entspricht einer Ausschüttungssumme von 232 Millionen Euro und einer Dividendenrendite von rund 3,5 Prozent. Damit hat Lufthansa seit 2008 rund 25 Prozent ihrer Marktkapitalisierung an die Aktionäre ausgeschüttet. „Das ist der höchste Wert im Vergleich aller börsennotierten europäischen Airlines. Und wir haben das Ziel, auch in den kommenden Jahren eine Dividende zahlen zu können“, betont Spohr. Aktionäre sollen von 2016 an erstmals auch die Möglichkeit erhalten, ihre Dividende in Form von Aktien zu beziehen.

Strategische Weiterentwicklung

Die drei Säulen der Lufthansa Group werden kontinuierlich weiterentwickelt. Bei den Netzwerk-Airlines Lufthansa, SWISS und Austrian Airlines sichert das Unternehmen die hohe Erlösqualität durch verbesserte Produkte bei allen Fluggesellschaften. Mit der funktionalen Neuausrichtung und einer engeren Verzahnung der kommerziellen, operativen und administrativen Prozesse werden Kunden von einer schnelleren und effizienteren Weiterentwicklung des Unternehmens profitieren. Gleichzeitig werden durch die Reorganisation ab 2019 jährliche Einsparungen von 500 Millionen Euro möglich.

Dennoch sind weitere Kostensenkungen notwendig, insbesondere bei Lufthansa Passage. Einen Beitrag dazu sollen wettbewerbsfähige Tarifverträge für das Cockpit- und Kabinenpersonal leisten, die Lufthansa in diesem Jahr abschließen will.

2 / 2

Eurowings wird als Zweitmarke weiter ausgebaut und ist in den Heimatmärkten der Lufthansa Group bereits heute die Nummer Eins im Punkt-zu-Punkt-Verkehr. Mit einer Auslastung von mehr als 94 Prozent auf der Langstrecke erreicht Eurowings dabei einen Spitzenwert.

Die Servicegesellschaften sollen weiter profitabel wachsen. Lufthansa Technik setzt dabei vor allem auf Wachstum bei den Low Cost Airlines. LSG Sky Chefs erweitert ihr Produktportfolio und erschließt Kundengruppen auch außerhalb der Luftverkehrsbranche.

In allen Bereichen des Konzerns werden Maßnahmen aus dem Programm „7:1 – Our way forward“ konsequent umgesetzt. Eine wichtige Rolle spielen dabei Innovationen. So sollen zum Beispiel ab 2018 durch Zusatzangebote, wie Beförderungsangeboten am Ankunftsort, Hotelofferten oder Online-Shopping Zusatzerlöse in Höhe von 300 Millionen Euro pro Jahr erwirtschaftet werden.

Ausblick 2016

Neue Flugzeuge helfen dabei, die Effizienz zu steigern. So liegt der Effizienzgewinn eines Airbus A320neo pro Passagier bei rund 20 Prozent im Vergleich zu einer herkömmlichen A320. Alleine 2016 nimmt die Lufthansa Group 52 neue Flugzeuge in ihre Flotten auf. Dadurch wird neben der Umweltbilanz der Konzernflotte auch der Passagierkomfort noch weiter verbessert. Mit Internet an Bord von Kurz- und Mittelstreckenflugzeugen, das von diesem Jahr an installiert wird, profitieren die Passagiere von einer weiteren Innovation.

Das Ergebnis für 2016 soll leicht über dem des Vorjahres liegen. „Die Veränderungen gehen weiter – in der Branche und bei Lufthansa. Wir sind auf einem guten Weg und wir sind optimistisch. Die aktuellen Erfolge bestätigen uns darin, bei der Weiterentwicklung unseres Konzerns konsequent auf Kurs zu bleiben“, so Spohr.