



Nachricht

Hamburg, 5. Mai 2017

Lufthansa präsentiert auf Hauptversammlung erneut sehr gutes Ergebnis und blickt in digitale Zukunft

- **Carsten Spohr: „Lufthansa ist wieder in der Offensive.“**
- **Strategische Neuausrichtung des Konzerns zeigt Erfolge**
- **Modernisierung und Digitalisierung werden konsequent vorangetrieben**

„Die Zahlen stimmen: Wir können Ihnen erneut eines der besten Ergebnisse in der Geschichte der Lufthansa präsentieren. Unsere strategische Neuausrichtung nimmt Fahrt auf und wir haben die großen Tarifkonflikte gelöst. Lufthansa ist wieder in der Offensive“, sagt Carsten Spohr, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG.

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

Im Jahr 2016 hat die Lufthansa Group bei einem Umsatz von 31,7 Milliarden Euro ein Adjusted EBIT von 1,75 Milliarden Euro und ein Konzernergebnis von 1,8 Milliarden Euro erwirtschaftet. Der Free Cashflow lag auch aufgrund verschobener Flugzeugauslieferungen mit 1,1 Milliarden Euro um 36,5 Prozent über dem Vorjahr. Die Nettokreditverschuldung konnte mit einem Minus von 19 Prozent deutlich gesenkt werden. Gemessen im EACC (Earnings after Capital Cost) hat die Lufthansa Group im abgelaufenen Geschäftsjahr nachhaltigen Wert in Höhe von 817 Millionen Euro geschaffen.

Vorstand und Aufsichtsrat haben der Hauptversammlung daher erneut eine Dividende in Höhe von 50 Euro-Cent je Aktie vorgeschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von 234 Millionen Euro und einer Dividendenrendite von 4,1 Prozent bezogen auf den Jahresschlusskurs der Lufthansa Aktie. Den Aktionären wird wie bereits im letzten Jahr angeboten, die Dividende wahlweise in Form von Aktien zu beziehen. „Auch der Kapitalmarkt goutiert unsere Erfolge: In den letzten zwölf Monaten ist die Lufthansa-Aktie um 28 Prozent gestiegen“, betont Spohr.

Strategische Neuausrichtung zeigt Erfolge

Die strategische Neuausrichtung von Lufthansa Group ist weiter vorangekommen. In allen drei strategischen Säulen – den Netzwerk-Airlines, den Punkt-zu-Punkt-Airlines und den Aviation Services – wurden wichtige Erfolge erzielt. Das Unternehmen hat 2016 erneut ein sehr gutes Ergebnis erzielt und 110 Millionen Passagiere an Bord seiner Flugzeuge begrüßt – und damit erneut einen Rekord erzielt.

Einen wesentlichen Beitrag dazu haben die Netzwerk-Airlines mit ihrer Premium-Positionierung geleistet. Die dank massiver Investitionen verbesserten Produkte und Services werden von den Kunden sehr gut angenommen. Gleichzeitig konnten die Airlines durch die größte Flottenerneuerung der Unternehmensgeschichte sowie modernisierte Tarifverträge und vereinheitlichte Prozesse ihre Kosten senken. Mit dem weiteren Ausbau von Joint Ventures und Kooperationen werden Profitabilität und Marktanteile auf der Langstrecke abgesichert und das Angebot für die Kunden weiter verbessert. 70 Prozent der Langstreckenerlöse werden in Joint Ventures erzielt.

Eurowings bleibt der Wachstumstreiber in der Lufthansa Group und wird dieses Jahr mit 160 Flugzeugen an zwölf Basen starten und landen. Damit ist Eurowings in kurzer Zeit zur Nummer drei im europäischen Punkt-zu-Punkt-Verkehr aufgestiegen.

Die Servicegesellschaften nehmen in ihren Märkten eine führende Position ein. Sie bilden mit profitablen Wachstum ein stabiles Gegengewicht zu den Airlines. So konnte der Konzern trotz eines schwächeren Ergebnisses bei den Netzwerk-Airlines im ersten Quartal 2017 das beste Ergebnis seit 2008 erzielen.

In allen drei Bereichen des Konzerns wird die Digitalisierung konsequent vorangetrieben. So werden zum Beispiel bis Ende dieses Jahres 180 Kurz- und Mittelstreckenflugzeuge mit Breitband-Internet ausgerüstet. Lufthansa Technik entwickelt derzeit einen so genannten digitalen Zwilling, in dem ein Flugzeug komplett digital in den Wartungssystemen abgebildet wird. „Digitalisierung ist für uns einer der Schlüssel zur Zukunft. Unser Ziel ist ein ganzheitliches Mobilitätskonzept, das auf den jeweiligen Wunsch des Kunden zugeschnitten ist. Bis 2020 investieren wir in die Neu- und Weiterentwicklung personalisierter, digitaler Angebote bei den Airlines 500 Millionen Euro“, sagt Spohr.

Ausblick 2017

Die Lufthansa Group erwartet für das laufende Geschäftsjahr unter anderem vor dem Hintergrund unsicherer geopolitischer Entwicklungen und steigender Treibstoffpreise ein Ergebnis leicht unter dem des Vorjahres. Daher bleiben Kostensenkungsmaßnahmen im Fokus – neben profitablen Wachstum. „Unser Ziel ist es, die Lufthansa Gruppe nicht nur im Wettbewerb noch erfolgreicher zu machen, sondern auch, die Zukunft der Airline-Branche mitzugestalten und unsere führende Rolle auszubauen“, sagt Spohr.

Follow us on Twitter: [@lufthansaNews](https://twitter.com/lufthansaNews)