



Rede

ORDENTLICHE HAUPTVERSAMMLUNG DER
DEUTSCHEN LUFTHANSA AG –
REDE DES VORSTANDSVORSITZENDEN
CARSTEN SPOHR

am 4. Mai 2021, virtuell
Lufthansa Aviation Center, Frankfurt



Es gilt das gesprochene Wort.



Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

auch ich begrüße Sie herzlich zur Hauptversammlung der Deutschen Lufthansa AG. Leider bereits zum dritten Mal nur virtuell hier aus unserer Konzernzentrale, dem Lufthansa Aviation Center in Frankfurt. Ich darf für den gesamten Lufthansa-Vorstand sprechen, wenn ich sage, dass wir Sie heute wirklich gerne persönlich begrüßt hätten. Aber es soll noch nicht sein.

Sie haben es vorhin in dem kurzen Video-Einspieler gesehen: Hinter uns liegt ein in mehrfacher Hinsicht historisches Jahr. Ein Jahr, in dem wir einen Rekordverlust in Höhe von 5,5 Milliarden Euro verkraften mussten. Ein Jahr, in dem wir zwei Drittel unseres Umsatzes und sogar drei Viertel unserer Passagiere verloren haben. Und ein Jahr, in dem wir um ein Fünftel unserer Belegschaft kleiner werden mussten. Doch nach diesem historischen Jahr steht auch fest: Die Lufthansa Group wird diese Krise nicht nur durchstehen. Wir nutzen diese Krise, um besser zu werden.

Nach den drei erfolgreichsten Jahren unserer Geschichte sind wir gestärkt, als einer der Top 5 Airline-Konzerne weltweit völlig unverschuldet in diese Krise hineingeraten. Profitabel und solide finanziert, mit erfolgreichen Marken, den wirtschaftsstärksten Heimatmärkten in Europa und den besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Branche. Dennoch hatten wir bereits vor der Krise den Transformationsprozess der Lufthansa Group gestartet. Denn trotz unserer guten Marktposition wollten wir weniger komplex und dafür schneller werden, unsere Kosten weiter senken und die Bereitschaft zur Veränderung im gesamten Unternehmen noch mehr stärken. Durch die Pandemie sind wir nun zu mehr und zu schnellerer Veränderung gezwungen. Oder in anderen Worten: Diese Krise beschleunigt unsere Transformation.

Wir restrukturieren und modernisieren die Lufthansa Group unter anderem durch schlankere Strukturen. Wir fokussieren uns noch klarer auf unser Kerngeschäft und desinvestieren in Geschäftsfeldern, die keine oder wenig Synergien mit unseren Airlines haben. Und haben dabei klare Ziele: Auch künftig wollen wir unter den Top 5 der Airline-Gruppen weltweit bleiben – nicht nur in Bezug auf den Umsatz, sondern auch in Bezug auf Qualität und Nachhaltigkeit. Zweitens: Wir stehen zu unserer Verantwortung, unsere export- und reisestarken Heimatländer und Volkswirtschaften mit Europa und der Welt zu verbinden. Und drittens haben wir weiterhin das Ziel, in den Unternehmen unserer Gruppe mindestens 100.000 zukunftsfähige Arbeitsplätze zu sichern.

Meine Damen und Herren,

blicken wir gemeinsam zunächst aber noch einmal kurz auf das Geschäftsjahr 2020 zurück. Es war das herausforderndste Jahr in der jüngeren Geschichte unseres Unternehmens – für unsere Kunden, für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und auch für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre. Wie kaum eine andere Industrie waren wir in der Luftfahrt von den Folgen der Corona-Pandemie betroffen.

Unsere Airlines konnten im Jahr 2020 nur 36 Millionen Fluggäste an Bord begrüßen – gerade mal ein Viertel des üblichen Passagieraufkommens. Auf nur 390.000 ging die Anzahl unserer Flüge – und damit um fast 70 Prozent – zurück. Es gab im letzten Jahr Tage mit weniger als 250 Starts und Landungen – eine Anzahl, die unsere Cockpit-Crews vor der Krise pro Stunde durchgeführt haben!



Entsprechend ist auch der Umsatz der Lufthansa Group im Jahr 2020 auf 13,6 Milliarden Euro gesunken. Als bereinigtes EBIT mussten wir einen Rekordverlust von 5,5 Milliarden Euro ausweisen. Das Konzernergebnis belief sich auf minus 6,7 Milliarden Euro. Der Mittelabfluss im Adjusted Free Cashflow lag insgesamt bei 3,7 Milliarden Euro.

Insbesondere das Ergebnis unserer Passagier-Airlines hat unter den Folgen der Pandemie gelitten: Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines, Brussels Airlines und Eurowings verzeichneten zusammen einen Umsatz von insgesamt nur noch 7,2 Milliarden Euro – im Vergleich zu 2019 ein Rückgang um 74 Prozent. Das bereinigte EBIT der Airlines lag bei minus 5,4 Milliarden Euro. Bei der Lufthansa Technik brach der Umsatz um 43 Prozent ein. Aufgrund des Nachfragerückgangs im Krisenjahr 2020 sank dort das bereinigte EBIT auf minus 383 Millionen Euro. Die Nachfrageschwäche der weltweiten Airlines wirkte sich auch auf das Geschäft der LSG aus, die einen Umsatzrückgang von mehr als 60 Prozent verkraften musste. Das bereinigte EBIT unserer Cateringsparte lag bei minus 284 Millionen Euro. Einzig Lufthansa Cargo hat im vergangenen Jahr ein Rekordergebnis erwirtschaftet. Aufgrund der anhaltend hohen Nachfrage lag das bereinigte EBIT unserer Frachtparte bei plus 772 Millionen Euro, der Umsatz stieg sogar im Vergleich zum Vorjahr um 11 Prozent. Das ist besonders beachtlich, wenn man in Betracht zieht, dass üblicherweise ungefähr die Hälfte der Cargo-Umsätze mit zugeladener Fracht in unseren Passagierflugzeugen erzielt wird.

Ich möchte an dieser Stelle aber nicht nur den Cargo-Kolleginnen und -Kollegen, sondern allen Lufthansesatinnen und Lufthansesaten weltweit meinen ausdrücklichen Dank aussprechen. Danke für Ihren großartigen Einsatz im zurückliegenden Jahr! Sie alle haben – wo immer möglich – Ihr Bestes gegeben, um die Zukunftsfähigkeit unserer Lufthansa Group zu erhalten. Ich verstehe, dass diese Phase für Sie alle emotional herausfordernd ist. Auch, weil ja vielfach noch persönliche Belastungen hinzukommen. Aber seien Sie versichert: Ich sehe und spüre Ihre Sorgen.

Ganz besonders gilt mein Mitgefühl den Kolleginnen und Kollegen, die durch diese Pandemie Angehörige oder Freunde verloren haben. Und wir trauern um 21 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Lufthansa Group, die an den Folgen einer Corona-Erkrankung verstorben sind. Wir werden sie nicht vergessen.

Meine Damen und Herren,

in das Jahr 2021 sind wir mit guten Voraussetzungen gestartet. Zum Jahresende 2020 hatten wir mit rund 10,6 Milliarden Euro einen deutlich größeren Liquiditäts-Puffer, als erwartet. Durch unsere konsequenten Maßnahmen konnten wir unseren Liquiditätsabfluss kontinuierlich reduzieren: von einer Million Euro pro Stunde zu Beginn der Pandemie auf derzeit rund eine Million Euro alle vier Stunden – auch wenn jede einzelne davon schmerzt.

Von den 6,8 Milliarden Euro, die uns von der Deutschen Bundesregierung zur Stabilisierung der Lufthansa zugesagt worden sind, mussten wir bislang nur 2,3 Milliarden Euro abrufen. Davon wiederum haben wir durch die Rückzahlung des KfW-Kredits eine Milliarde Euro sogar bereits wieder getilgt. Gleichzeitig hat die Lufthansa-Aktienbeteiligung seit dem Einstieg der Bundesregierung übrigens über eine Milliarde Euro an Wert gewonnen. Und für uns besteht auch weiterhin die



Möglichkeit auf die Stille Beteiligung I des Stabilisierungspakets zuzugreifen, um unser Eigenkapital zu stärken.

Unsere Bilanzkennzahlen haben allerdings unter der Krise stark gelitten. So lag unsere Eigenkapitalquote zum Jahresende bei nur noch 3,5 Prozent. Wir bitten Sie daher heute um Ihre Zustimmung zu einem genehmigten Kapital C. Der Beschluss soll uns in die Lage versetzen, flexibel eine Kapitalerhöhung durchzuführen, damit wir unsere Bilanzkennzahlen wieder stärken und zu alter finanzieller Stabilität zurückkehren können. Der Zeitpunkt und die Höhe einer möglichen Kapitalerhöhung sind aktuell noch nicht entschieden. Das ist von diversen Faktoren abhängig, nicht zuletzt von der weiteren Entwicklung der Krise und unserem Kapitalbedarf, der sich dann daraus ableitet. Klar ist, dass wir einen Großteil der Erlöse für die Rückführung der staatlichen Stabilisierungsmaßnahmen nutzen werden. Denn – und das haben wir immer wieder betont – wenn wir die Wahl haben, finanzieren wir uns lieber am Kapitalmarkt als beim Steuerzahler.

Meine Damen und Herren,

es ist für Sie vermutlich wenig überraschend: Der Rekordverlust des Jahres 2020 und die Vereinbarung mit der Bundesregierung lassen keinerlei Spielraum für eine Dividende. Doch umso mehr ist es mir ein Bedürfnis, Ihnen heute zu danken. Danke, für Ihr Vertrauen, danke, dass Sie uns die Treue halten, und danke, dass Sie bereit waren, Ihren Teil unserer gemeinsamen Last zu tragen. Wir wissen Ihre Loyalität zu Ihrer – zu unserer Lufthansa zu schätzen. Und ich verspreche Ihnen: Wir werden alles dafür tun, Ihr Vertrauen in die Lufthansa nicht zu enttäuschen. Wir setzen alles daran, zur gewohnten finanziellen Stabilität zurückzukehren. Das zur Abstimmung stehende Kapital C ist auf diesem Weg ein wichtiger Schritt.

Meine Damen und Herren,

neben dieser weitsichtigen Finanzstrategie haben wir auch unsere Unternehmensstrategie mit drei übergeordneten Zielsetzungen geschärft: Erstens, unser Transformationsprogramm ReNew zum Erfolg führen und wieder Wert schaffen. Zweitens, den Fokus unserer Organisation noch stärker auf unsere Kunden richten. Und drittens, unserer Verantwortung für mehr Nachhaltigkeit im Luftverkehr beschleunigt gerecht werden.

Zum ersten Punkt: ReNew. In unserem umfassenden ReNew-Programm haben wir alle Restrukturierungsaktivitäten der Airlines, Servicegesellschaften und der Zentralbereiche gebündelt und bereits signifikante Fortschritte erreicht. Dank unseres einzigartigen Teams und mit einer bisher nicht vorstellbaren Redimensionierung des Unternehmens, konnten wir im Jahr 2020 unsere Kosten bereits deutlich stärker senken, als erwartet.

So haben wir die Anzahl unserer Führungspositionen um 20 Prozent reduziert. Jeder fünfte Mitarbeitende weltweit hat das Unternehmen bereits verlassen. Wir haben mit allen wesentlichen Gewerkschaften und Betriebspartnern weltweit Krisenvereinbarungen abgeschlossen. In der Spitze hatten wir dabei über 80.000 Mitarbeitende in Kurzarbeit. Unsere Investitionen haben wir um zwei Drittel heruntergefahren. Den Verkauf des Europageschäfts der LSG haben wir erfolgreich abgeschlossen. Und – ein besonders harter aber unvermeidbarer Schritt: Für SunExpress



Deutschland und für Germanwings bedeutet die Pandemie das endgültige Aus. Aber auch über die Absicht einer Schließung der deutschen Betriebsstätte von Brussels Airlines wird derzeit verhandelt.

Seit dem 15. April bieten wir außerdem ein Freiwilligenprogramm für Bodenbeschäftigte der Lufthansa, dem bald auch weitere Programme für unsere Kabinen- und Cockpit-Crews folgen werden. Glauben Sie mir, Maßnahmen wie diese schmerzen. Denn als Dienstleistungsunternehmen sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unser Kapital. Doch zur Wahrheit gehört auch, dass wir uns wohl erst Mitte des Jahrzehnts wieder der Vorkrisen-Kapazität nähern werden. In der Krise selbst hat die Kurzarbeit unsere Personalkosten erheblich entlastet. Aber diese Unterstützung fällt ab dem kommenden Jahr weg. Deshalb sind Gewerkschaften und betriebliche Mitbestimmung auch weiterhin in einer besonderen Verantwortung. Wir brauchen Vereinbarungen, die über die Krisenpakete hinausreichen, um Kündigungen nach dem Ende der Kurzarbeits-Regelung Anfang 2022 möglichst vermeiden zu können. Wir sind uns unserer großen gemeinsamen Verantwortung mit den Sozialpartnern bewusst: Wir müssen die Zukunftsfähigkeit unseres gesamten Unternehmens sichern, um damit auch die Zukunftsfähigkeit der verbleibenden 100.000 Arbeitsplätze sichern zu können.

Zum zweiten Punkt: unseren Kunden. Sie stehen bei jeder Entscheidung, die wir treffen, im Mittelpunkt. Es ist und bleibt unser Anspruch, die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden jeden Tag aufs Neue zu erfüllen, und ihnen ein Lufthansa-typisches, unvergessliches Reiseerlebnis zu bieten. Wer heute eine Flugreise bucht, möchte dies nicht nur möglichst einfach und bequem über sein Smartphone tun. Reisende möchten ein individuelles und vor allem ganzheitliches Angebot, von Tür zu Tür. Unsere Kunden erwarten dabei von uns zu Recht, dass wir verantwortungsvoll mit der Umwelt und natürlichen Ressourcen umgehen. Wir wollen unseren Kunden das beste Gesamtpaket bieten – so nachhaltig wie möglich, digital und mit nahtlosen Übergängen entlang der gesamten Reisekette. An unserem Premium-Anspruch halten wir dabei unverändert fest.

Mit Blick auf unsere Services war die Pandemie für uns auch Innovationstreiber: So ist Lufthansa unter den ersten Airlines weltweit, die mit „Star Alliance Biometrics“ ein kontaktloses Boarding per Gesichtserkennung anbieten. Außerdem integrieren wir Prozesse rund um das Testen und perspektivisch von Impfbescheinigungen in den digitalen Reiseablauf unserer Kunden. So können unsere Fluggäste Reisedokumente schon Tage vor dem Flug hochladen und von uns prüfen lassen sowie den international anerkannten, digitalen Testnachweis „CommonPass“ oder den „IATA Travel Pass“ nutzen.

Meine Damen und Herren,

die Pandemie hat uns alle vieles gelehrt und oft das Wesentliche wieder in den persönlichen Fokus gerückt. Und noch etwas hat sie gezeigt: Die Luftfahrt wird auch in Zukunft unersetzlich bleiben. Gleichzeitig ist klar: Unsere Branche trägt eine besondere Verantwortung. Deshalb sind die so genannten ESG-Kriterien – also unser Engagement in Sachen Umwelt, Soziales und Governance – fester Bestandteil unserer unternehmensstrategischen Ausrichtung.

Und damit zu meinem dritten Punkt: Nachhaltigkeit. Wir setzen alles daran, die Auswirkungen des Fliegens auf die Umwelt weiter zu minimieren. Nicht, weil wir müssen. Nicht, weil andere es wollen



oder fordern. Sondern aus voller eigener Überzeugung. Wir wollen auch bei diesem Thema in unserer Branche führend sein. Es ist unser Ziel, unsere CO₂-Emissionen bereits bis 2030 um die Hälfte zu reduzieren. Bis 2050 wollen wir sogar vollständig CO₂-neutral wirtschaften. Am Boden wollen wir in unseren Heimatmärkten schon 2030 CO₂-neutral sein.

Ein wichtiger Hebel sind dabei neue Flugzeuge. Aktuell setzen wir nahezu ausschließlich unsere modernsten und neuesten Flugzeuge ein. Weniger effiziente Flugzeuge legen wir still – allein im vergangenen Jahr haben wir die Stilllegung von 115 Flugzeugen beschlossen. Und wir prüfen darüber hinaus, alle Flugzeuge, die älter als 25 Jahre sind, gar nicht mehr zurück in den Dienst zu nehmen. Trotz Krise investieren wir weiter konsequent in modernere, effizientere und emissionsärmere Flugzeuge. Unsere Langstreckenflotte modernisieren wir durch antizyklische Opportunitäten sogar schneller als geplant: So hat der Aufsichtsrat gestern dem vorgezogenen Kauf von fünf weiteren Airbus A350 und fünf Boeing 787 zugestimmt. Allein durch diesen Ersatz von zehn älteren Flugzeugen vermeiden wir in den nächsten drei Jahren rund eine Million Tonnen CO₂-Emissionen. Konsequente Flottenmodernisierung bleibt ein wesentlicher Bestandteil unserer Strategie. Ich habe es bereits betont: Wir wollen unsere globale Führungsrolle weiter ausbauen. Und dazu brauchen wir die besten Premium-Produkte und eine hochmoderne Flotte – gerade auch aus Verantwortung gegenüber der Umwelt.

Um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, setzen wir in der Lufthansa Group aber nicht nur auf neueste Flugzeuge und Technologien, sondern auch auf strategische Partnerschaften. So haben wir beispielsweise erst gestern mitgeteilt, dass wir als erste Airline weltweit die so genannte „Sharkskin-Technologie“ in Serie bringen werden. Lufthansa Technik hat die Oberflächenfolie mit unserem Partner BASF entwickelt; sie ist der Haut von Haifischen nachempfunden. Ab 2022 schon stattet zunächst Lufthansa Cargo alle Frachter mit dieser Technologie aus. Wir erwarten uns allein dadurch Einsparungen von rund 3.700 Tonnen Kerosin und fast 11.700 Tonnen CO₂ pro Jahr.

Innovationen wie diese sind Teil unserer DNA. Für noch mehr klimafreundliche Entwicklungen „Made by Lufthansa“ gründen wir gerade einen Hub für „CleanTech“-Lösungen im Luftfahrtbereich, in dem wir in einem ersten Schritt alle Nachhaltigkeitsinitiativen der Group bündeln.

Außerdem investieren wir zunehmend in nachhaltig erzeugte, synthetische Kraftstoffe, so genannte Sustainable Aviation Fuels, kurz SAF. SAF sind zentral für klimaneutrales Fliegen, daher unterstützt die Lufthansa Group seit 10 Jahren bereits deren Erprobung und die so wichtige Produktion in größeren Mengen. Denn zur Wahrheit gehört auch, dass wir mit der gesamten, zurzeit weltweit verfügbaren Menge von SAF unsere Lufthansa-Flotte nicht einmal für eine Woche betreiben könnten. Wir setzen deshalb auf Partnerschaften mit Forschungsinstituten und Start-ups. Weltweit sind wir bereits in 12 SAF-Zukunftsprojekten aktiv. Mit den ersten sichtbaren Erfolgen: Lufthansa Cargo hat im vergangenen November den weltweit ersten CO₂-neutralen Frachtflug nach Shanghai durchgeführt.

Unsere Kunden und Passagiere haben heute schon die Möglichkeit, über die Plattform Compensaid die CO₂-Emissionen ihres Fluges zu kompensieren. Entweder durch den Einsatz von Sustainable Aviation Fuels oder über hochwertige Klimaschutzprojekte. Seit kurzem bieten wir Compensaid auch Unternehmenskunden an, die die Plattform einfach und problemlos für die Dienstreisen ihrer Mitarbeiter nutzen können.



Einen wichtigen Beitrag für eine bessere Klimabilanz bietet auch die Nutzung von Synergien unterschiedlicher Verkehrsträger. Wir arbeiten daher intensiv an einer noch engeren Vernetzung und Kooperation mit den deutschen, schweizerischen und österreichischen Bahn-Gesellschaften. Denn beim Ausbau der Intermodalität sehen wir noch erhebliche Potenziale.

Auch dabei zeigt sich wieder: Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind eine Gemeinschaftsaufgabe, die wir auch nur gemeinsam bewältigen können: Hersteller, Airlines, Politik, Partner und Kunden. Wir sind stolz darauf, dabei voranzugehen und Begeisterung für das Thema bei unseren Kunden und unserer Belegschaft zu schaffen.

Meine Damen und Herren,

die Corona-Pandemie ändert nichts an der herausragenden Bedeutung der Luftfahrt. Im Gegenteil: Wir haben in der Pandemie Reisende aus aller Welt nach Hause gebracht, Lieferketten durch unser Streckennetz aufrechterhalten, sowie Impfstoffe und dringend benötigtes medizinisches Material transportiert, wie gerade in diesen Tagen wieder nach Indien. Wir haben erneut bewiesen, wie essenziell unsere Branche für eine moderne und weltoffene Gesellschaft ist.

Die Luftfahrt war immer Zukunftsindustrie. Und sie wird es bleiben. Sie ermöglicht Völkerverständigung und wirtschaftlichen Wohlstand. Ohne Luftfahrt gäbe es keine globalisierte Welt. Denn Globalisierung besteht aus vier globalen Strömen: Finanzströmen, Datenströmen, den Transportströmen von Gütern und den persönlichen Begegnungen von Menschen. Zwei dieser Ströme wären ohne unsere Branche schlicht nicht existent. Nur Daten und Dollars, die sich um die Welt bewegen? Das ist nicht die Globalisierung, an die wir glauben, und die unseren Frieden sichert. Wir brauchen wieder den länderübergreifenden Austausch von Menschen und Kulturen. Und so hoffen wir unter anderem auch, dass die für unseren Frieden und Wohlstand unersetzliche transatlantische Partnerschaft möglichst bald auch wieder von jedem einzelnen gelebt werden kann.

Wir blicken aber nicht nur Richtung Atlantik zuversichtlich in die Zukunft. Nach einem immer noch stark von der Pandemie belasteten ersten Halbjahr erwarten wir, dass sich die Erholung der Nachfrage in der zweiten Jahreshälfte global beschleunigt. Denn die Menschen wollen reisen! Und wann immer es möglich ist, wann immer Reisebeschränkungen gelockert oder ganz aufgehoben werden, buchen und fliegen sie.

Die aktuellen Entwicklungen geben dabei Anlass zu Optimismus für den vor uns liegenden Sommer: In unseren Heimatmärkten nehmen die Impfkampagnen spürbar Tempo auf. Nach jüngsten, in Rekordzeit getroffenen Entscheidungen in Brüssel, erwarten wir einen baldigen Start des „Green Pass“, des EU-Gesundheitsnachweises für Geimpfte, Genesene und Negativ-Getestete. Europäische Länder öffnen bereits ihre Grenzen für geimpfte Personen, gerade auch aus den USA. Auch die deutsche Regierung sollte nun rasch die Voraussetzungen dafür schaffen, Reiserestriktionen für geimpfte Personen ebenso abzubauen wie pauschale Quarantäneregeln.

Europa sollte dabei wo immer möglich gemeinsam agieren, mit einheitlichen Regeln. Ein Klein-Klein an nationalen Regeln wirft uns alle gegenüber anderen Wirtschaftsräumen zurück. Für Airlines verschärft die Krise den ohnehin schon ungleichen Wettbewerb zwischen Carriern in der EU und der



außereuropäischen Konkurrenz. Denn viele unserer Wettbewerber weltweit haben erhebliche finanzielle Hilfen erhalten – ohne sie zurückzahlen zu müssen. Zudem operieren sie oft unter gänzlich anderen Umwelt- und Sozialstandards. Nur wenige Fluggesellschaften Europas sind global noch erfolgreich. Damit wir erfolgreich bleiben, muss die EU dringend wieder für Chancengleichheit im internationalen Wettbewerb sorgen.

Abhängig von diesen und anderen europäischen und globalen Entwicklungen ist die Lufthansa Group mit Blick auf den weiteren Jahresverlauf auf mehrere Szenarien vorbereitet. Wir sind in der Lage, bei entsprechender Nachfrage auch kurzfristig bis zu 70 Prozent der Vorkrisen-Kapazität in die Luft zu bringen. Im Jahresdurchschnitt rechnen wir für 2021 derzeit mit einer Kapazität von rund 40 Prozent im Vergleich zum Vorkrisenniveau.

Meine Damen und Herren,

im Jahr 2018 feierte der Kranich als Symbol unseres Unternehmens sein 100-jähriges Jubiläum. In diesen 100 Jahren hat der Kranich nicht nur jede Krise gemeistert, sondern ist daraus im Vergleich zum Wettbewerb stets gestärkt hervorgegangen. Ich bin davon überzeugt: Das wird uns auch dieses Mal gelingen.

Wir werden diese Krise nicht nur bestehen, sondern sie als Chance nutzen, unsere globale Position in unserer einzigartigen Branche weiter zu stärken. Die Lufthansa Group wird in Zukunft zunächst kleiner sein – aber auch fokussierter, digitaler, effizienter und nachhaltiger. Unser Leitbild hat nichts von seiner Gültigkeit verloren: „Connecting people, cultures and economies in a sustainable way“ – Menschen, Kulturen und Wirtschaftsräume zu verbinden, und dies so nachhaltig wie möglich – das bleibt auch über diese Pandemie hinweg unser Anspruch und unser Ziel.

Trotz der schwersten Krise in der internationalen Luftfahrt erleben Sie mich heute zuversichtlich. Diese Zuversicht eint uns Lufthanseatinnen und Lufthanseataten weltweit. Es ist unser Spirit, der auf der ganzen Welt trotz Krise ungebrochen ist. Wir alle freuen uns wieder auf unsere Passagiere. Bleiben auch Sie uns weiter gewogen.

Vielen Dank.



Kontakt

Media Relations

Lufthansa Group

Telefon +49 69 696 2999

lufthansa-group@dlh.de

<http://newsroom.lufthansagroup.com/>

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