



Rede

69. ORDENTLICHE HAUPTVERSAMMLUNG

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre, auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen zur diesjährigen Hauptversammlung der Deutschen Lufthansa AG.

In diesem Jahr kommen wir mit Ihnen erneut nur virtuell zusammen. Denn zum Zeitpunkt unserer Planungen für diese Hauptversammlung war eine Großveranstaltung mit persönlicher Präsenz eine äußerst unsichere Option – um nicht zu sagen, noch undenkbar.

Aber als Unternehmen, das Menschen zusammenbringt, das Verständigung und persönlichen Austausch über Grenzen hinweg ermöglicht, freuen wir uns in der Zukunft wieder auf eine direktere Form des Dialogs mit Ihnen. So ist es auch im aktuellen Gesetzesentwurf der Bundesregierung zur Einführung virtueller Hauptversammlungen vorgesehen.

Und die ausklingende Pandemie erlaubt zum Glück endlich wieder mehr persönliche Begegnungen. Das sehen wir Tag für Tag an den Flughäfen, in unseren Flugzeugen und auch an unseren Buchungseingängen.

Ja - die Corona-Pandemie hat uns in den vergangenen 24 Monaten in eine tiefe Krise geführt. Aber diese Krise haken wir jetzt - zumindest mental - ab.



Deshalb haben wir unseren Geschäftsbericht 2021 mit dem Titel „New Normal – New Strength“ überschrieben.

Weil wir uns jetzt wieder voll auf unsere Stärken fokussieren.

Dank unseres erfolgreichen Krisenmanagements sind wir besser durch die Krise gekommen, als die meisten unserer Wettbewerber. Wir haben die Pandemie genutzt, um noch besser zu werden. Jetzt gehen wir wieder in die Offensive!

Dabei ist uns natürlich bewusst, dass wir die finanziellen Folgen noch lange nicht bewältigt haben. Die zusätzlichen Schulden werden uns noch Jahre beschäftigen.

Auch unsere Asien-Verkehre sind noch meilenweit von der Normalität des Jahres 2019 entfernt.

Und nicht zuletzt für unsere Mitarbeitenden am Boden und unsere Crews an Bord, die tagtäglich viele Stunden mit Maske arbeiten müssen, ist die Pandemie nach wie vor präsent.

All das wissen wir.

Und trotzdem schauen wir jetzt mit großer Zuversicht nach vorn.



Denn wir wollen unsere Lufthansa - Ihr Unternehmen – weiter voranbringen und weiter in eine erfolgreiche Zukunft führen.

Für unsere Kunden, für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und natürlich für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre.

Bevor ich Ihnen über das zurückliegende Geschäftsjahr berichte, möchte ich auf das zu sprechen kommen, was uns alle zurzeit am allermeisten bewegt – und erschüttert:

Der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine. Dieser Krieg, der als solcher klar zu benennen ist, bringt unermessliches Leid über die Menschen in der Ukraine.

Für die Lufthansa Gruppe arbeiten in der Ukraine noch mehr als 100 Kolleginnen und Kollegen, die wir - so gut es uns möglich ist - unterstützen. Sie sind in einem Call Center der Austrian Airlines in Lviv beschäftigt. Es bewegt mich persönlich zutiefst, wie diese Menschen mit großer Motivation und einem unerschütterlichen Glauben an eine gute Zukunft unter schwierigsten Bedingungen jeden Tag zur Arbeit kommen und ihren Dienst tun. Ich bin sicher, dass ich ihnen auch im Namen aller Anteilseigner unsere höchste Anerkennung aussprechen darf.



Meine Damen und Herren,

In den vergangenen zwei Jahren haben wir die schwerste Krise unserer jüngeren Unternehmensgeschichte nicht nur bewältigt. Wir haben diese Krise als Chance genutzt. So, wie wir es Ihnen versprochen hatten.

Wir sind heute besser denn je für die Zukunft gerüstet und können uns gestärkt den kommenden Herausforderungen stellen. Mit effizienteren Strukturen, geringeren Kosten, nachhaltiger und fokussierter.

Im Rahmen der notwendigen Restrukturierung mussten wir unseren Konzern mit vor der Krise weltweit rund 140.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verkleinern. Jeder Vierte musste die Lufthansa Gruppe verlassen. Diesen schmerzhaften Personalabbau haben wir im vergangenen Jahr abgeschlossen.

Ich bin sehr stolz darauf, dass wir diesen Abbau sozial verantwortlich bewältigen konnten. Unser Versprechen, 100.000 Arbeitsplätze zu erhalten, haben wir dabei sogar übererfüllt.

Mittlerweile können wir in vielen Bereichen bereits wieder neue Mitarbeitende rekrutieren und Ausbildungsgänge starten.

Durch unser striktes Kostenmanagement konnten wir bereits im Sommer 2021 die Mittelabflüsse stoppen und im dritten Quartal in die Gewinnzone zurückkehren.



Unser Einsparziel von 3,5 Milliarden Euro jährlich haben wir bereits zu rund 80 Prozent erreicht: Bis heute haben wir Maßnahmen umgesetzt, die unsere Kosten strukturell um fast 3 Milliarden Euro jährlich reduzieren.

Und die wohl größte Errungenschaft des vergangenen Jahres:

Nach dem erfolgreichen Abschluss unserer Kapitalerhöhung konnten wir im November die vollständige Tilgung der rückzahlbaren Stabilisierungsmittel der Deutschen Bundesregierung bekannt geben. Dieser Erfolg ist ganz maßgeblich auch *Ihr* Erfolg – liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Ohne *Ihr* Vertrauen in die Lufthansa, *Ihre* Loyalität und *Ihre* Bereitschaft zum Erwerb neuer Aktien, wäre die vorzeitige Rückzahlung nicht möglich gewesen.

Das einzig noch verbliebene Stabilisierungselement der Deutschen Bundesregierung ist die Beteiligung des Wirtschaftsstabilisierungsfonds in Höhe von ca 14 Prozent am Grundkapital unserer Gesellschaft. Die Veräußerung dieser Beteiligung wird dem Bund zusätzlich zu den bereits vereinnahmten Zinsen einen hohen Gewinn bescheren.

Die Stabilisierung der Lufthansa kennt damit auch rückblickend nur Gewinner. Ich spreche für alle Lufthanseatinnen und Lufthanseaten, wenn ich auch der Deutschen Bundesregierung heute noch einmal unseren großen Dank übermittle.

Auch in der Schweiz stehen wir kurz davor, den Kredit des Bundes für SWISS und Edelweiss vollständig zurückzuzahlen.



Ich möchte an dieser Stelle auch den Regierungen in Bern, Brüssel und Wien danken, dass sie im Interesse einer stabilen Lufthansa Gruppe, die Europa zuverlässig mit der Welt verbindet, ebenfalls geholfen haben.

Das Jahr 2021 war für uns von einem normalen Geschäftsjahr noch weit entfernt. Aber wir konnten eine positive Trendumkehr verzeichnen:

- Über das Gesamtjahr konnten unsere Airlines 47 Millionen Passagiere an Bord begrüßen – fast 30 Prozent mehr als im Vorjahr.
- Unseren operativen Verlust haben wir um mehr als die Hälfte reduziert: Das Adjusted EBIT ohne Restrukturierungskosten lag bei minus 1,8 Milliarden Euro.
- Der Umsatz der Lufthansa Gruppe ist 2021 im Vergleich zum Vorjahr um ein Viertel gestiegen: Auf 16,8 Milliarden Euro.
- Wesentlich zu diesem guten Ergebnis beigetragen haben Lufthansa Cargo und Lufthansa Technik. Unsere Techniksparte erzielte ohne Restrukturierungsaufwendungen ein Adjusted EBIT von über 360 Millionen Euro.

Im Frachtgeschäft hatten wir sogar ein historisches Jahr: Lufthansa Cargo konnte ihr Adjusted EBIT mit 1,5 Milliarden Euro von einem Rekord zum nächsten nahezu verdoppeln!

Die Luftfracht profitiert dabei von einem Nachfrageboom, der vor allem auf zwei Faktoren basiert: Zum einen waren 2021 noch deutlich weniger Passagierflugzeuge als vor der Pandemie im Einsatz. Damit



fehlten im vergangenen Jahr erneut auf vielen Strecken die entsprechenden Frachträume – mit positivem Nachfrageeffekt für Frachtflugzeuge.

Zum zweiten sind die globalen Lieferketten aus dem Takt geraten und die Logistikströme der Seefracht gestört. Vor chinesischen Seehäfen werden diese Probleme aktuell sogar noch größer. Güter, die schnell und sicher ankommen müssen, werden daher verstärkt auf Luftfracht umgebucht.

Ich verspreche nicht zu viel mit der Ankündigung, dass sich die sehr erfreuliche Entwicklung der Lufthansa Cargo vor diesem Hintergrund noch länger fortsetzen wird.

Meine Damen und Herren,

trotz der positiven Entwicklung im Geschäftsjahr 2021, können wir Ihnen angesichts eines erneuten Verlusts keine Dividende auszahlen.

Zudem schließt der noch geltende Vertrag über die Stabilisierung der Lufthansa eine Dividende aus, so lange der Wirtschaftsstabilisierungsfonds an Lufthansa beteiligt ist.

Auch unser Aktienkurs hat im vergangenen Jahr lange unter den Folgen der Pandemie gelitten. Seit der Kapitalerhöhung erholen wir uns aber deutlich. Allein seit Jahresbeginn haben wir in einem rückläufigen Gesamtmarkt mehr als 15 Prozent hinzugewonnen. Und auf Sicht der vergangenen zwölf



Monate schneidet unsere Aktie besser ab, als alle anderen europäischen Wettbewerber und der DAX.

Klar ist aber, dass man als Anteilseigner eines Luftfahrtunternehmens weiter starke Nerven braucht. Umso mehr danke ich Ihnen, dass Sie uns mit Ihrer Loyalität und Treue durch diese zwei turbulenten Jahre der Corona Krise begleitet haben.

Ich verspreche Ihnen: Wir arbeiten weiterhin hart dafür, uns ihr Vertrauen Tag für Tag neu zu verdienen.



Meine Damen und Herren,

Mit Blick auf die Zukunft haben wir uns drei Prioritäten gesetzt:

1. Das Reiseerlebnis für unsere Gäste wieder auf das Premium-Level bringen, das sie zu recht von uns erwarten.
2. Unsere Nachhaltigkeitsinitiativen kraftvoll stärken, damit wir unsere ambitionierten Ziele einer umweltfreundlicheren Luftfahrt erreichen.
3. Und: Unsere Transformation forcieren, um auf dem Weg zu einer effizienteren und fokussierteren Lufthansa Gruppe weiter voran zu kommen.

Oder um es in einem Satz zu sagen:

Unser Ziel ist es, eine noch bessere Lufthansa zu werden.

Zum ersten Punkt: unseren Fluggästen.

Die Menschen wollen fliegen!

Nach den zahlreichen Reisebeschränkungen der vergangenen zwei Jahre ist der Nachholbedarf an Privat- und Geschäftsreisen jetzt groß. Durch die Omikron-Variante setzte diese Entwicklung zwar etwas später ein als erwartet - dafür ist der Anstieg der Buchungen nun umso steiler.



Inzwischen sind wieder über drei Viertel der Flugzeuge unserer Flotte im Einsatz; im Durchschnitt sind sie wieder annähernd so gut gebucht, wie vor der Pandemie.

Und der weitere Ausblick stimmt uns trotz der aktuellen geopolitischen Lage optimistisch.

Unsere Airlines erwarten für den Sommer eine weiter steigende Nachfrage. Dabei ist der Trend zu Buchungen im Premiumsegment ungebrochen: Immer mehr Privatreisende entscheiden sich für die Premium Economy Class, die Business oder sogar First Class.

Auf die strukturellen Nachfrageveränderungen im Privatreise-Sektor haben wir uns strategisch und operativ gut vorbereitet.

Schon vor der Pandemie hatten wir begonnen, die Lufthansa Gruppe in diesem Segment breiter aufzustellen. Das haben wir in den vergangenen zwei Jahren noch einmal deutlich beschleunigt.

Jetzt profitieren wir zugleich von unserem starken Netzwerk und dem breiten Angebot unserer Airlines in ihren jeweiligen Märkten.

Mit einer dreistelligen Zahl von Urlaubszielen bieten wir unseren Fluggästen mehr Auswahl als je zuvor.

Immer mehr Destinationen bedienen dabei unsere auf Urlaubsreisen spezialisierten Fluggesellschaften: Eurowings, Eurowings Discover und



Edelweiss. Aber auch unsere Drehkreuz Airlines Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines und Brussels Airlines mit ihren regionalen Partnern Lufthansa City Line und Air Dolomiti profitieren von diesem Trend. Denn auch in diesen Flugzeugen sitzen rund 70 Prozent Privatreisende, viele davon Urlauber.

Mehr denn je zahlt sich unsere erfolgreiche Multi-Brand und Multi-Hub Strategie aus. Sie gibt unseren Kunden größtmögliche Flexibilität und Auswahl.

Die Erholung bei Geschäftsreisen erfolgte bislang noch nicht in gleichem Maße wie bei Privatreisen. Aber auch hier werden wir ganz aktuell von Woche zu Woche zuversichtlicher. Auch wenn Videokonferenzen und Online-Veranstaltungen einen Teil dieser Reisen langfristig ersetzen: Der Wunsch nach persönlichen Treffen nimmt bei Geschäftsreisenden deutlich zu. Aktuell sehen wir schon wieder 50 Prozent des Geschäftsreisenvolumens und zum Jahresende erwarten wir 70 Prozent verglichen mit der Zeit vor der Pandemie. Der Trend geht also ganz klar in die richtige Richtung.

Für das Gesamtjahr 2022 rechnen wir jetzt mit einem durchschnittlichen Kapazitätsangebot von 75 Prozent im Vergleich zu 2019. Im bevorstehenden Sommer sogar schon bis zu 90 Prozent. Bereits im kommenden Jahr können wir im Gesamtjahr wieder 95 Prozent des Vorkrisenniveaus erreichen.



Bislang sind wir von einer Rückkehr zum Vorkrisenniveau bis Mitte dieses Jahrzehnts ausgegangen. Angesichts der starken Nachfragedynamik ist es jedoch möglich, dass sich diese Prognose als zu vorsichtig erweist und wir das Vorkrisenniveau früher als geplant erreichen.

Größtmögliche Flexibilität bleibt deshalb weiterhin das Grundprinzip unserer Planung.

Das Vorkrisenniveau wollen und müssen wir auch beim Aspekt der Kundenzufriedenheit schnellstens wieder erreichen.

Es ist uns schmerzlich bewusst, dass wir in vielen Bereichen noch nicht wieder die Angebots- und Servicequalität bieten, für die wir stehen.

In dieser Hinsicht wird der vor uns liegende Sommer herausfordernd: Flughäfen, Flugsicherung, Catering- und andere Partner haben uns bereits wissen lassen, dass sie weiter mit zum Teil erheblichen personellen Engpässen rechnen.

Trotzdem – oder besser gesagt: gerade deswegen – hat die Zufriedenheit unserer Gäste für uns jetzt uneingeschränkt oberste Priorität.

Wir arbeiten dazu gemeinsam mit unseren Partnern intensiv an Lösungen, um die steigenden Passagierzahlen zu bewältigen. Zum Teil sind es auch schmerzliche Maßnahmen: So mussten wir angesichts fehlender



Abfertigungskapazitäten bei Fraport allein in der Osterreiseweche eine dreistellige Anzahl von Flügen von und nach Frankfurt streichen.

Das kann natürlich nicht die Lösung sein. Alle Beteiligten müssen daher ihre Anstrengungen für einen möglichst reibungslosen Flugbetrieb jetzt noch einmal deutlich verstärken.

Um das Reiseerlebnis unserer Gäste auch an Bord weiter zu verbessern, investieren wir auch in neue Flugzeuge und Kabinenausstattungen.

So führen wir in den nächsten 18 Monaten neue Sitze in allen Reiseklassen ein: First Class, Business Class, Premium Economy und Economy Class.

Bereits vor wenigen Wochen haben wir unsere neuen, hochmodernen Premium Economy Sitze zunächst bei SWISS vorgestellt.

Und Ende April hat eine von vier zusätzlichen Airbus A350 mit weiterentwickelter Business Class bei Lufthansa in München ihren Liniendienst aufgenommen.

Ab Mitte kommenden Jahres werden dann neu ausgelieferte Lufthansa Langstreckenflugzeuge mit der von *uns* komplett neu konzipierten Business Class an Bord fliegen. So erwarten wir im Sommer 2023 die Auslieferung neuer Airbus A350 und Boeing 787, die ab Werk mit dieser wegweisenden neuen Kabine ausgestattet sein werden.

Ich kann Ihnen versichern: darauf können sich unsere Gäste schon heute freuen!



Diese Produktoffensive setzen wir in den kommenden Monaten konsequent weiter fort. Und wir investieren darüber hinaus in viele weitere Leistungen und Services an Bord und am Boden.

Lassen Sie mich aber ehrlich sein und bei allen Verbesserungen ein besonderes Problem in aller Deutlichkeit ansprechen: Unsere Call Center sind nach wie vor oft nur mit zu langen Wartezeiten erreichbar. Das ist mit weiterhin hohen Anrufquoten, längeren Gesprächszeiten und immer noch komplizierten Reiserestriktionen zwar erklärbar. Aber das darf für uns keine Entschuldigung sein.

Wir haben bereits über 500 neue Call Center Agenten eingestellt und konnten die Wartezeiten damit verkürzen. Trotzdem gibt es noch zu viele Kundinnen und Kunden, die wir mit unserer mangelnden Erreichbarkeit enttäuschen.

Wir werden daher nicht nachlassen, auch dieses Problem mit Hochdruck anzugehen. Auch durch verbesserte digitale Self-Services, die einen Anruf im Call Center unnötig machen.

Es ist ohnehin ein strategischer Schwerpunkt der Lufthansa Gruppe, die Digitalisierung entschieden weiter voran zu treiben. Das gilt beispielsweise für Prozesse bei unserer Technik und Flugzeugwartung, im Vertrieb oder für Optimierungen im Flugbetrieb. Ein besonderes Augenmerk liegt jedoch auf der Verbesserung und der Ausweitung digitaler Angebote für unsere Fluggäste.



Denn unser Ziel ist es, ihnen das bestmögliche Erlebnis entlang der gesamten Reisekette zu bieten.

Dazu gehört auch mein zweiter Punkt: Nachhaltigkeit.

Meine Damen und Herren,

Nachhaltigkeit ist nicht bloß ein Trend, sondern unser aller Zukunft!
Deshalb richten wir unser unternehmerisches Handeln zunehmend an dieser Maxime aus.

Das gilt

- für die Gestaltung unserer Angebote,
- für die Beschaffung von Flugzeugen oder synthetischem Treibstoff,
- und das gilt für die Forschung und Entwicklung, die wir selbst oder mit Partnernetzwerken betreiben,

um nur drei Beispiele herauszugreifen.

Gerade erst vor 14 Tagen hat die Lufthansa Airline neue Optionen zur CO₂-Kompensation in ihre digitale Buchungsstrecke integriert. Bei jedem Online-Ticketkauf steht nun eine CO₂-Kompensation über Klimaschutzprojekte von my climate oder der Kauf von nachhaltigem Flugkraftstoff oder eine Kombination aus beidem zur Auswahl.



Schon nach wenigen Tagen ist dadurch der Buchungsanteil von CO₂-neutralen Flügen auf lufthansa.com deutlich gestiegen.

Zusätzlich testen wir aktuell gemeinsam mit einem Partner den Vertrieb CO₂-neutraler All-Inclusive-Reisen.

Jeder Gast soll die CO₂-Emissionen seines Fluges so einfach und so effektiv wie möglich kompensieren können.

Die vergangenen 24 Monate haben wir zudem für die schnellste und umfangreichste Flotten-Transformation in der Geschichte unseres Unternehmens genutzt. Diese Erneuerung setzen wir mit hohem Tempo fort.

Gerade erst gestern Abend konnten wir den Kauf von weiteren 17 Boeing Langstreckenflugzeugen bekannt geben. Mit diesen, zum Teil schon kurzfristig verfügbaren Flugzeugen, kompensieren wir einerseits Verzögerungen bei anderen Neuauslieferungen, wie zum Beispiel bei der Boeing 777-9. Und wir erhöhen unsere Markt-Chancen im erfolgreichen Frachtgeschäft. Unsere jüngste Bestellung teilt sich daher in 7 Passagier und 10 Frachtflugzeuge auf.

Bis 2025 werden insgesamt 120 neue, besonders treibstoffeffiziente Flugzeuge an unsere Airlines ausgeliefert. Bis 2030 sogar mindestens 180. Das bedeutet: Im Schnitt kommt alle zwei Wochen ein neues Flugzeug hinzu. Jedes davon stößt bis zu 30 Prozent weniger CO₂ aus als das Vorgängermodell und ist bis zu 50 Prozent leiser.



Wir investieren damit auch in den kommenden Jahren rund 2,5 Milliarden Euro in neue, treibstoffeffiziente Flugzeuge.

Außerdem setzen wir uns noch intensiver für die Entwicklung skalierbarer Produktionsverfahren für nachhaltige Flugkraftstoffe ein.

Als die größten Abnehmer von nachhaltigem Kraftstoff in Europa tun wir bereits mehr, als alle anderen Airline Gruppen in Europa. Aber damit geben wir uns nicht zufrieden: Bis 2024 werden wir mehr als eine Viertelmilliarde US-Dollar in nachhaltige Kraftstoffe investieren und zugleich unsere Kooperationen in diesem Bereich weiter ausbauen.

Technologie und Infrastruktur sind die wichtigsten Hebel, um der Herausforderung des Klimawandels im Luftverkehr zu begegnen. Aus diesem Grund haben wir im vergangenen Jahr den Lufthansa CleanTech Hub gegründet.

Als Kompetenz-Zentrum und Think Tank bündelt dieser Hub neue Impulse aus der Wissenschaft und der globalen Start-up-Szene und verknüpft sie mit unserem umfangreichen Airline-Know-how.

Wir wollen mit dem CleanTech Hub die vielversprechendsten Unternehmen im Bereich nachhaltiger Technologien finden und in unser Partnerschafts-Ökosystem integrieren.

Über all dem steht ein großes Ziel:



Die CO₂-Emissionen der Lufthansa Gruppe bis 2030 um die Hälfte zu reduzieren. Und bis zum Jahr 2050 komplett CO₂-neutral zu arbeiten.

Um diese Netto-Ziele zu konkretisieren, haben wir uns der „Science Based Targets Initiative“ angeschlossen. Damit wollen wir unseren CO₂-Reduktionspfad mit dem Pariser Klimaabkommen der Vereinten Nationen in Einklang bringen. Und zwar transparent und auf Basis wissenschaftlicher Berechnungen.

Meine Damen und Herren,

Wir sind uns der Verantwortung der Luftfahrtindustrie bewusst. Denn der globale Luftverkehr trägt immerhin knapp 3 Prozent zu den weltweit von Menschen verursachten CO₂-Emissionen bei.

Wir wollen und wir werden unseren Beitrag zu einem klimafreundlicheren Luftverkehr leisten. Und unsere Branche auf dem Weg in eine nachhaltigere Zukunft anführen.

Deshalb unterstützen wir auch die ambitionierten Ziele der EU und das Klimaschutzpaket Fit for 55.

Aber: Eine wirksame Klimaschutzpolitik muss so ausgestaltet sein, dass sie den Wettbewerb nicht verzerrt – weder innerhalb Europas, noch zwischen europäischen und außereuropäischen Airlines.



Denn wir dürfen nicht diejenigen benachteiligen, die viel für einen nachhaltigen Luftverkehr tun. Und im Gegenzug diejenigen begünstigen, die das genau nicht tun.

Es kann in unserer Demokratie auch politisch nicht gewollt sein, dass ausgerechnet autokratisch geführte Staaten Profiteure europäischer Regulierung werden.

Und es kann ebenfalls nicht gewollt sein, dass wir uns nach dem Energiesektor und der Verteidigungsfähigkeit nun auch noch im Luftverkehr in neue Abhängigkeiten begeben.

Das sehen wir in diesen Tagen deutlicher denn je. Europa braucht starke Airlines. Wir dürfen sie nicht durch weitere unfaire Regulierungen schwächen.

Deshalb fordern wir eine europäische Klimapolitik, die Emissionen wirksam reduziert, Carbon Leakage vermeidet und fairen internationalen Wettbewerb gewährleistet.

Nur so hat Europa die Chance, ein weltweites Vorbild für die Dekarbonisierung des Luftverkehrs zu werden.

Zu meinem dritten Punkt: Unserem Weg zu einer stärkeren, effizienteren und fokussierteren Lufthansa Gruppe.



Wir wollen uns künftig noch stärker auf das konzentrieren, was wir am besten können: Als Airline-Gruppe Menschen und Güter sicher an Ihre Ziele fliegen.

Wir werden auch in Zukunft in profitablen Geschäftsfeldern aktiv bleiben, die hohe Synergien mit unseren Fluggesellschaften aufweisen.

Wo diese Synergien gering sind, suchen wir nach besseren Eigentümern.

Ganz konkret bedeutet das:

- Wir haben einen Prozess gestartet, um für unser Kreditkartengeschäft AirPlus einen Käufer zu finden.
- Wir beabsichtigen das noch bei uns verbliebene, internationale Geschäft unserer Cateringtochter LSG zu veräußern.
- Und wir sind überzeugt, dass eine größere Unabhängigkeit vom Konzern der weiteren Entwicklung der Lufthansa Technik guttun wird. Deshalb treffen wir die Vorbereitungen für den Verkauf eines Minderheitsanteils im kommenden Jahr.

Gleichzeitig beobachten wir die wieder entfachte Konsolidierung in der Airline Industrie sorgfältig.

Mit der Erholung des europäischen Luftverkehrs nimmt der Konsolidierungsdruck deutlich zu. Dabei spielen wir als größte europäische Airline Gruppe natürlich weiter eine aktive Rolle.



Für uns gilt jedoch eine strikte und zugleich einfache Regel: Jede Transaktion muss Wert schaffen. Und: Wir sprechen erst dann über Zusammenschlüsse und Übernahmen, wenn es soweit ist, anstatt darüber zu spekulieren, was passieren könnte und was nicht.

Eines lässt sich aber schon heute absehen:

Fluggesellschaften aus starken Heimatmärkten mit einem funktionierenden Geschäftsmodell und einer starken Bilanz kommen gestärkt aus der Corona Krise. Während gleichzeitig die ohnehin Schwachen noch schwächer werden.

Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht:

Indem wir unsere Wettbewerbsfähigkeit in den vergangenen zwei Jahren nachhaltig und strukturell verbessert haben.

Und indem wir Kapazitäten innerhalb der Gruppe mittlerweile so allokiert werden können, dass wir mit jeweils konkurrenzfähigen Kosten und Produkten in unterschiedlichen Marktsegmenten unterwegs sind.

Unsere Flexibilität werden wir auch in unserer Aufbau- und Ablauforganisation noch einmal deutlich erhöhen. Denn wir haben nicht zuletzt im Zuge unseres erfolgreichen Krisenmanagements gesehen, welche enormen Potenziale in einer übergreifenden, an klaren Zielen orientierten Zusammenarbeit liegen.



Diese Stärke unseres Konzerns bauen wir aus. Denn eines ist sicher: Der Wettbewerb in der Luftfahrt wird sich auch in Zukunft weiter verschärfen.

Meine Damen und Herren,

Ich möchte auch in diesem Jahr die Hauptversammlung nutzen, um mich bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu bedanken. Sie haben in einem Jahr, das wieder einmal reich an Herausforderungen war, Großartiges geleistet. Sie haben erneut gezeigt, warum es etwas Besonderes ist, Lufthanseat oder Lufthanseatin zu sein.

Ohne das große Engagement, die Motivation und die Tatkraft unserer Mitarbeitenden wären wir nicht annähernd so erfolgreich durch diese Krise gekommen. Es zahlt sich für unser Unternehmen aus, dass wir mit den besten Sozialstandards der Branche und den höchsten Vergütungen die Besten an Bord holen und haben. Ich darf meinen Dank ganz sicher auch in Ihrem Namen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, aussprechen.

Zu Beginn meiner Rede sagte ich: Nach zwei Jahren Pandemie lassen wir die Krise heute mental hinter uns und blicken gestärkt in die Zukunft.

Wir tun dies in dem festen Wissen, dass Menschen auf der ganzen Welt in großer Zahl wieder regelmäßig reisen wollen und reisen werden. Und Luftverkehr dafür unverzichtbar ist.



Und wir wissen, dass die Bestimmung unseres Unternehmens – ihres Unternehmens - aktueller ist denn je: Die Lufthansa Gruppe verbindet Menschen, Kulturen und Volkswirtschaften auf nachhaltige Weise - we connect people, cultures and economies in a sustainable way.

Damit tragen wir – gemeinsam mit Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären – zu internationaler Völkerverständigung und Frieden bei.

Nie war dies wichtiger und aktueller, als heute.

Bleiben Sie uns weiter gewogen,

Vielen Dank!