



Rede

72. ORDENTLICHE HAUPTVERSAMMLUNG

Rede des Vorstandsvorsitzenden

Carsten Spohr

– ES GILT DAS GESPROCHENE WORT –

Meine sehr geehrten Damen und Herren,
liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre,

ein herzliches Willkommen zur 72. ordentlichen Hauptversammlung der Deutschen Lufthansa AG.

Begrüßen darf ich Sie auch im Namen meiner Vorstandskollegen Grazia Vittadini, Till Streichert und Dieter Vranckx - die heute erstmalig dabei sind – und natürlich auch im Namen meines langjährigen Kollegen Michael Niggemann.

Unser Vorstand ist seit dem vergangenen Sommer neu zusammengesetzt.



Erstmals im neuen Team freuen wir uns daher gemeinsam auf den heutigen Austausch mit Ihnen.

Denn in Ihrem Unternehmen passiert aktuell sehr viel.

Eine Dynamik, die nicht nur die Bedeutung des Luftverkehrs in der globalen Wirtschaft reflektiert. Sondern auch die Rolle, die wir - als inzwischen größte Airline Gruppe der Welt außerhalb der USA - dabei spielen.

In einer Zeit, in der sich unsere politische und ökonomische Werteordnung weltweit neu justiert. Und sich globale Marktbedingungen in großer Geschwindigkeit verändern.

Diese Volatilität erzeugt bisweilen Verunsicherung.

Aber durch unseren klaren Kurs ergeben sich auch neue Chancen und Möglichkeiten.

Schon immer haben kurzfristige und unvorhergesehene Entwicklungen Fluggesellschaften unmittelbarer gefordert als andere Unternehmen.

Daher sind wir geübt darin, auch in bewegten Zeiten flexibel und vorausschauend zu handeln.



Das, was wir tun, ist dabei wichtiger denn je: Menschen, Kulturen und Volkswirtschaften auf nachhaltige Art miteinander zu verbinden.

Luftverkehr ermöglicht globale Völkerverständigung und stärkt wirtschaftliche Prosperität.

Er ist und bleibt dadurch eine Zukunftsbranche. Mit besten Wachstumsperspektiven.

Der internationale Luftfahrtverband IATA erwartet für dieses Jahr erstmals mehr als fünf Milliarden Fluggäste weltweit. Und einen Branchenumsatz, der die Marke von einer Billion Dollar übertreffen soll. Auch das erstmalig.

Diese Wachstumsperspektiven unserer globalen Industrie sind beste Voraussetzungen für eine weiterhin positive Entwicklung der Lufthansa Gruppe.

Von der auch Sie als unsere Anteilseigner profitieren werden.

Bevor ich zum Bericht über den Geschäftsverlauf für 2024 komme, möchte ich unseren guten Start in das Jahr 2025 kurz hervorheben.

Denn In den Sommer-Spitzen der Jahre nach der Pandemie konnten wir mit unserer operativen Qualität nicht immer zufrieden sein.



Dafür gab es verschiedene Ursachen.

Bei uns selbst – und häufig bei unseren Partnern und Dienstleistern.

Im Ergebnis haben unsere Gäste zu oft nicht *die* Regelmäßigkeit und Pünktlichkeit erlebt, die sie zu Recht von uns erwarten dürfen.

Oft blieb uns Lufthanseaten, bis hin zu mir selbst, nichts anderes, als uns bei unseren Kunden zu entschuldigen.

Deshalb haben wir unermüdlich daran gearbeitet, Lufthansa ab 2025 wieder zum Inbegriff für zuverlässigen und pünktlichen Flugverkehr zu machen.

Ich darf heute - nach inzwischen vier Monaten dieses Jahres - sagen: Mit Erfolg!

Wir blicken zurück auf den operativ besten Start seit zehn Jahren.

Alle Mitarbeiter in unseren inzwischen 13 Airlines haben dazu beigetragen: unsere Crews in Cockpit und Kabine, unsere Techniker in den Hangars und unsere Kolleginnen und Kollegen an den weltweiten Stationen und in der Administration.

103.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ein starkes Team, das mit den Osterferien auch die erste große Reisewelle des Jahres exzellent gemeistert hat.



Damit sind wir gut vorbereitet für einen verkehrs- und passagierstarken Sommer.

Und damit komme ich zum Rückblick auf das Jahr 2024, in dem wir ebenfalls eine Hochsaison mit Rekordauslastungen von bis zu 90 Prozent hatten.

Dennoch war 2024 war für uns ein zweigeteiltes Jahr. Mit Höhen und Tiefen. Im ersten Halbjahr geprägt durch Streiks und andere Unregelmäßigkeiten.

Im zweiten Halbjahr geprägt durch Rekord-Auslastungen.

Es war damit in Summe ein erfolgreiches Jahr. Angesichts der guten Nachfrage nach Flugreisen durften unsere Passagier-Airlines erstmals über 130 Millionen Gäste an Bord von fast einer Million Flügen begrüßen.

Unsere Umsätze erhöhten sich um sechs Prozent auf eine neue Bestmarke von 37,6 Milliarden Euro. Nie zuvor in unserer Unternehmensgeschichte hatten wir einen höheren Jahresumsatz.

Zugleich war 2024 aber auch ein Jahr, in dem wir unser Potential nicht voll entfalten konnten.

Vor allem, weil unser Kerngeschäft, die Lufthansa Airline, nicht zum finanziellen Unternehmenserfolg beitragen konnte.



Alle weiteren Konzerngesellschaften haben dagegen gute Ergebnisse erzielt – zum Teil sogar Rekordwerte.

Doch so erfreulich diese Erfolge sind: sie können uns mit Blick auf den gesamten Konzern nicht zufriedenstellen.

Denn Lufthansa Airlines ist und bleibt mit Abstand unsere wichtigste, größte und umsatzstärkste Fluglinie.

Sie allein steuert 40 Prozent zum Gesamtumsatz bei.

Allerdings ist sie leider auch stark betroffen von überproportional hohen Standortkosten in Deutschland.

Und von den in Deutschland besonders stark gestiegenen Personalkosten.

2024 musste sie zusätzlich hohe Kosten in Zusammenhang mit Streiks und Tarifauseinandersetzungen verkraften.

Diese Arbeitsniederlegungen haben nicht nur unsere Finanzergebnisse im ersten Halbjahr in dreistelliger Millionenhöhe belastet. Sondern auch die Kundenzufriedenheit deutlich getrübt.

Auch die anhaltenden Lieferschwierigkeiten der Flugzeughersteller haben unsere Kernmarke ein weiteres Jahr überproportional belastet. Denn sie muss - mehr als andere Airlines - ausbleibende Neulieferungen durch den Weiterbetrieb älterer Flugzeuge kompensieren.



Das treibt einerseits die Wartungs- und Treibstoffkosten.

Andererseits verringert es die Produktivität der Flotte, weil mehr Reserven eingeplant werden müssen.

Und es mindert die Produktivität von Crews, die zum Teil schon auf neue Muster geschult worden sind und dadurch nur wenige Einsätze fliegen können.

Mit minus 94 Millionen Euro musste Lufthansa Airlines daher am Ende des Jahres einen Fehlbetrag ausweisen.

Im Kontrast dazu standen die Ergebnisse aller anderen Fluggesellschaften unserer Gruppe sowie von Lufthansa Technik, die gemeinsam in Summe erstmalig unsere EBIT-Zielmarge von 8 Prozent erzielen konnten:

SWISS erreichte annähernd ihr Rekordergebnis aus dem Vorjahr. Unsere Schweizer Tochter übertraf beim Adjusted EBIT zum zweiten Mal die Marke von 800 Millionen EUR.

Eurowings wiederholte ihr gutes Vorjahresergebnis und landete erneut bei einem Adjusted EBIT von über 200 Millionen EUR.

Brussels Airlines erreichte mit 60 Millionen EUR den höchsten Gewinn ihrer Geschichte, während Austrian Airlines das Jahr mit einem Adjusted EBIT von 76 Millionen EUR abschloss.



Unsere Lufthansa Technik steigerte ihr operatives Ergebnis aus dem Vorjahr nochmals: Auf 635 Millionen EUR.

Auch für die Lufthansa Cargo war 2024 ein gutes Jahr: Am Ende standen 251 Millionen EUR als bereinigtes Ergebnis in den Büchern, wovon allein im vierten Quartal 199 Millionen EUR erwirtschaftet wurden.

Unter dem Strich konnten wir das abgelaufene Jahr mit einem operativen Gewinn von 1,6 Milliarden EUR abschließen.

Auch, wenn dieses Ergebnis deutlich unter dem Vorjahreswert liegt, schlagen wir Ihnen mit 30 Cent pro Aktie heute eine Dividende in gleicher Höhe vor.

Unsere Dividendenrendite steigt damit auf annähernd fünf Prozent - bezogen auf den Jahresschlusskurs unserer Aktie.

Mit der Entwicklung unseres Aktienkurses können wir gleichwohl *nicht* zufrieden sein.

Auch der Aufwärtstrend, den wir bis zu den Zoll-Ankündigungen der USA im ersten Quartal dieses Jahres zunächst gesehen haben, kann nicht über die enttäuschende Performance hinwegtäuschen.

Umso wichtiger ist daher der Erfolg unseres Turnaround Programms, das unser Kerngeschäft wieder auf Kurs bringen und profitabel machen soll.



Wir haben es im letzten Frühjahr gestartet und seitdem konsequent vorangetrieben. Ein detaillierter Verbesserungs-Plan mit 700 Einzelmaßnahmen.

Der durchaus ambitioniert ist: Bis Ende kommenden Jahres wollen wir einen Bruttoergebniseffekt von 1,5 Milliarden EUR erreichen. Bis Ende 2028 sogar 2,5 Milliarden Euro.

Zu zwei Dritteln aus Kostensenkungen und zu einem Drittel aus Erlössteigerungen.

Grundlage für das Gelingen sind unsere eingangs erwähnten, deutlich verbesserten operativen Kennzahlen.

Denn in der Luftfahrt ist die stabile operative Leistung Voraussetzung für eine darauffolgende nachhaltig positive wirtschaftliche Entwicklung.

Dank der ungebrochen hohen Nachfrage konnten wir im ersten Quartal 2025 ein Umsatzplus von zehn Prozent verbuchen. Und wir erwarten abermals einen starken Sommer - mit einer erneut hohen Auslastung unserer Flotte.

Und trotz aller politischen und ökonomischen Unwägbarkeiten bestätigen wir unseren Ergebnis-Ausblick für das laufende Jahr mit „signifikant über Vorjahr“.



Dennoch ist auch 2025 ein weiteres Transformationsjahr. Vor allem, weil uns wichtige Voraussetzungen für den Geschäftserfolg von Lufthansa Airlines noch immer fehlen: neue Langstrecken-Flugzeuge!

Das prominenteste Beispiel für die anhaltenden Lieferprobleme der Flugzeug-Hersteller ist unsere Langstrecken-Bestellung bei Boeing. Bereits vor 12 Jahren – also im Jahr 2013 – haben wir zwanzig 777X bestellt. Hinzu kamen 21 Boeing 787, so dass insgesamt 41 Flugzeuge aus diesen beiden Bestellungen längst für Lufthansa in Betrieb sein sollten - und bis heute noch immer nicht ausgeliefert wurden.

Das sprichwörtliche „Licht am Ende des Tunnels“ ist aber zu sehen. Die ersten Exemplare der Boeing 787 kommen nun aus heutiger Sicht in wenigen Monaten und werden bereits im dritten Quartal bei Lufthansa im Liniendienst eingesetzt.

Die Erneuerung unserer Flotte steht im Zentrum unserer Transformation. Insgesamt 240 Flugzeuge, davon 100 Langstreckenflugzeuge, haben wir bestellt.

Das gab es noch nie in unserer Geschichte.

Jedes neue Flugzeug erfreut unsere Controller. Weil es 25 bis 30 Prozent geringere Treibstoffkosten und einen deutlich niedrigeren Wartungsaufwand aufweist und gleichzeitig höhere Erlöse erzielt.



Aber es freut noch viel mehr unsere Fluggäste und Crews.

Denn in unseren neuen Langstreckenflugzeugen bieten wir unseren Kunden in allen Klassen ein deutlich verbessertes Reiseerlebnis.

Ob bei Lufthansa mit Allegris oder den baugleichen SWISS Senses Sitzen – mit dieser Kabinenausstattung setzen wir in unserer Industrie neue Maßstäbe.

Vor allem in der neuen First Class, die wir erst kürzlich eingeführt haben, und die in diesem Sommer bereits in zehn Flugzeugen eingebaut ist.

Unsere Kunden - und auch die Fachmedien sind sich einig: komfortabler und angenehmer kann man einen Langstreckenflug kaum erleben.

Diese Premium-Angebote bleiben eines der zentralen Elemente unserer Strategie, um für Sie, unsere Anteilseigner, Wert zu schaffen.

Kern-Element dieser klaren und ganzheitlichen Premium Positionierung sind und bleiben die Menschen, die Lufthansa einzigartig machen: unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich Tag für Tag mit Leidenschaft und Teamgeist unermüdlich für unsere Gäste einsetzen.



Lassen Sie mich zu einem weiteren zentralen Element unserer Strategie kommen - unserer Aufstellung als europäische Airline-Gruppe.

Meine Damen und Herren,

wir sind groß geworden in einer föderalen Struktur. Lufthansa hatte nie ein Einzugsgebiet, das mit London oder Paris vergleichbar wäre.

Dieser Wettbewerbsnachteil hat uns schon seit Wiederbeginn des Flugbetriebes vor 70 Jahren innovative Lösungen abverlangt.

Auch um überhaupt am globalen Wachstum unserer Branche teilnehmen zu können - trotz der Infrastruktur-Engpässe an deutschen Flughäfen.

Mit unserer Multi-Drehkreuz, Multi-Airline, Multi-Marken Strategie haben wir die Antwort gefunden.

Nur mit dieser Wachstums-Strategie konnten wir zur - nach Umsatz und Flotte- weltweit größten Airline Gruppe außerhalb der USA aufsteigen.

Aus dem einstigen Nachteil ist ein Vorteil geworden.



Denn wir haben mittlerweile die Kompetenz, die Kultur und die Prozesse, um Airlines unterschiedlicher Länder, mit ihren Drehkreuzen und Marken in unseren Verbund zu integrieren.

Und dabei immer besser die darin liegenden Synergien zu nutzen.

Heute zählen fünf nationale Airlines, die an sechs Drehkreuzen operieren, zu unserer Gruppe: Neben der Kernmarke Lufthansa sind das SWISS, Austrian und Brussels Airlines und seit Januar dieses Jahres nun auch endlich ITA Airways.

Mit der Aufnahme von ITA vollziehen wir die größte Airline Akquisition unserer Geschichte.

Italien ist für die Lufthansa Group - nach den USA - schon heute der zweitwichtigste Auslands-Markt, der jetzt zu unserem Heimatmarkt wird. Wir ergänzen unser Hub-System um das 5-Sterne-Drehkreuz Rom Fiumicino.

Und wir erhalten mit Mailand-Linate Zugang zum zweitgrößten Einzugsgebiet der Europäischen Union.



Bei der Integration von ITA in die Lufthansa Group sind wir innerhalb von nur einhundert Tagen gut vorangekommen.

Ende Februar haben wir die ersten gemeinsamen Code-Share-Flüge aufgelegt und bereits 84.000 Tickets für diese Flüge verkauft.

Den Umzug der ITA in unsere Terminals in Frankfurt und München haben wir erfolgreich vollzogen, so dass Umsteigepassagiere seit Ende März von kurzen Wegen und direkten Anschlüssen profitieren.

Die Zusammenarbeit mit Lufthansa Cargo bei der Luftfracht hat ebenfalls begonnen und auf den Weg gebracht ist auch die Aufnahme in die Star Alliance.

Als nächstes steht nun die weitere Integration unserer Flugpläne für den kommenden Winter und die Zusammenführung der IT-Systeme an.

Innerhalb von nur 18 Monaten wollen wir die wesentlichen Integrationsschritte abgeschlossen haben.

Das ist nicht nur die schnellste Integration unserer Geschichte.



Sondern ein großer Schritt bei einem Kern-Element unserer strategischen Zukunftssicherung: Der weiteren Internationalisierung unserer Gruppe!

In diesem Jahr werden erstmalig mehr Flugzeuge an unseren ausländischen Drehkreuzen stationiert sein als in Frankfurt und München.

Vor dem Hintergrund der hohen Kosten in Deutschland ein logischer Schritt

Meine Damen und Herren,

Der Kostenwettbewerb gewinnt auch deswegen zunehmend an Bedeutung, weil sich die Nachfragestruktur im Luftverkehr verändert hat.

Wir sehen seit einigen Jahren einen anhaltenden Anstieg bei Privatreisen. Nicht nur in der Economy-Class, sondern auch in den höherwertigen Premiumklassen.

Auf diesen Trend haben wir uns frühzeitig eingestellt.

Nach dem Vorbild unserer Fluglinie Edelweiss, die das Angebot der SWISS am Drehkreuz Zürich ergänzt - haben wir vor vier Jahren Discover Airlines gegründet.



Und inzwischen an unseren Drehkreuzen in Frankfurt und München profitabel etabliert.

Heute betreibt Discover bereits 30 Flugzeuge.

Sie wächst dieses Jahr auf 2.000 Mitarbeiter und fliegt 80 Destinationen in 26 Ländern an.

Aufgrund von deutlich günstigeren Betriebskosten können Edelweiss und Discover Destinationen anfliegen, die wir sonst nicht wirtschaftlich bedienen könnten.

Steigende Anteile touristischer Reisen betreffen auch die Verbindungen abseits unserer Drehkreuze – sie haben für uns, bedingt durch die föderale Struktur unseres Heimatmarktes – eine im Branchenvergleich überproportional hohe Bedeutung.

In diesen Märkten hat sich Eurowings inzwischen - auch als Ferienfluggesellschaft - profitabel etabliert. Mit 100 Kurz- und Mittelstreckenflugzeugen, die an insgesamt 13 internationalen Basen stationiert sind.



Um aber auch die Kurzstrecken in unseren deutschen Drehkreuzen wieder wettbewerbsfähig aufzustellen, haben wir im vergangenen Jahr mit Lufthansa City Airlines einen Flugbetrieb für die Zu- und Abbringung von und nach Frankfurt und München geschaffen.

Die Gründung dieser drei Airlines in den letzten Jahren waren entscheidende strategische Schritte, um auch in Deutschland die langfristig notwendige Profitabilität zu erreichen.

Denn so erfreulich Gewinne inzwischen aller unserer Auslands-Gesellschaften, der Lufthansa Technik und Cargo sind: Wir wollen und müssen auch am Standort Deutschland eine ausreichende Wertschöpfung sicherstellen.

Neben dieser strategischen Logik, übersetzt sich die Vielfalt unserer Passagier-Airlines aber auch unmittelbar in Mehrwert für unsere Kunden.

Aufgrund unserer Angebotsbreite, Netzqualität und Frequenzdichte im Heimatmarkt Europa verkaufen wir schon heute drei von vier Tickets außerhalb Deutschlands.



Rund die Hälfte aller Umsteige-Passagiere nutzt bei ihren Reisen dabei mehr als eine Fluggesellschaft unserer Gruppe.

Unsere Gäste profitieren von den komplementären Angeboten unserer Airlines.

Von zunächst einmal deutlich mehr Verbindungen, aber auch dem Zugang zu den Lufthansa Group-Lounges bis hin zu zentralen Service Centern oder unserer inzwischen weltweit führenden App.

Da diese Zahl der Kontaktpunkte, an denen unsere Kunden die Vorteile der Gruppe nutzen können, weiter zunimmt, wollen wir die Vorzüge unserer Gruppe für unsere Kunden künftig noch besser erlebbar machen.

Indem wir weitere Angebote und Services unter der Dachmarke „Lufthansa Group“ positionieren.

Darüber hinaus integrieren wir das Zusammenspiel unserer Airlines auch jenseits der für Kunden sichtbaren Gemeinsamkeiten kontinuierlich, um weitere Synergien zu schaffen, Kosten zu senken und unsere Profitabilität zu steigern.



liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre,

Sie sind nicht nur Eigentümer unserer Fluggesellschaften.

Auch der Weltmarktführer für Wartung, Reparatur und Überholung von Flugzeugen, Lufthansa Technik, gehört zu Ihrem Unternehmen.

Die „LHT“ ist eine unverzichtbare Säule der Lufthansa Group. Ihre technologische Exzellenz und Innovationskraft kommen der gesamten Gruppe zugute.

Und sie eröffnen zusätzliche Wachstumsperspektiven. Ganz aktuell zum Beispiel im Verteidigungssektor.

Die stabile Ergebnisentwicklung des Geschäftsfeldes gibt uns zudem wirtschaftliche Kontinuität und zusätzliche Resilienz. Gerade in volatilen Zeiten.

Das trifft auch für Lufthansa Cargo zu. Bereits bei Gründung der ersten Lufthansa – vor 99 Jahren – spielte die Luftfracht eine wichtige Rolle.



Und heute wie damals gilt: Je turbulenter die weltwirtschaftliche Entwicklung, desto größer die Nachfrage nach kurzfristigen interkontinentalen Transportleistungen per Flugzeug.

Mit 22 Frachtflugzeugen plus den Frachträumen aller Passagierflugzeuge in unserer Gruppe können wir unseren Cargo-Kunden so viel Kapazität anbieten, wie nie zuvor.

Und mit 350 Zielorten in 100 Ländern so viele Destinationen, wie nie zuvor.

Meine Damen und Herren, liebe Aktionäre,

Unsere strategische Ausrichtung und die Qualität unseres Portfolios beinhalten großes Potenzial für ein profitables Wachstum in der Zukunft.

Passagier-Airlines, Luftfracht und Lufthansa Technik.

Wir haben in allen Geschäftsfeldern, auf denen wir aktiv sind, inzwischen die notwendige kritische Größe.



Denn gerade in unserer Branche sind Skaleneffekte die Basis für wirtschaftlichen Erfolg.

Aus diesem Grund haben wir uns konsequent aus Bereichen zurückgezogen, wo uns die kritische Größe fehlte oder die Synergien mit unserem Kern zu gering waren - beispielsweise bei der LSG Group oder dem Zahlungs-Dienstleister AirPlus.

Meine Damen und Herren, liebe Aktionäre,

während wir hier in Frankfurt unsere Hauptversammlung durchführen, wird in Berlin ein neuer Bundeskanzler gewählt.

Seit rund einem Monat kennen wir die Pläne der neuen Bundesregierung für den Verkehrssektor und für die Luftfahrt.

Die vorgesehenen Entlastungen sind überfällig. Jetzt brauchen wir dringend auch die zügige Umsetzung der angekündigten Maßnahmen.

Und es braucht darüberhinausgehende, weitere Schritte, um den Luftverkehr in Deutschland wieder in die Erfolgsspur zu bringen.



So wir brauchen eine Reduktion nicht nur bei der Luftverkehrssteuer, sondern auch bei den Kosten für die hoheitlichen Aufgaben Flugsicherung und Luftsicherheit.

Denn es kann nicht in unser aller Sinne sein, – und auch nicht im Sinne der deutschen Politik - dass die Lufthansa Group nur noch außerhalb Deutschlands wächst.

Besonders zu begrüßen ist das Bekenntnis im Koalitionsvertrag zur Wettbewerbsneutralität für europäische Airlines, die im globalen Wettbewerb nicht benachteiligt werden dürfen.

Denn das EU-Programm „Fit vor 55“ ist in seiner jetzigen Form - zumindest für den Teil des Luftverkehrs - gescheitert.

Weil es keine CO₂-Reduzierung bewirkt und dadurch nicht zu mehr Klimaschutz führt.

Sondern zu Wettbewerbsverzerrung und einer bloßen Verschiebung von Emissionen.

Es bleibt zu hoffen, dass sich auch die EU-Kommission dem ganz offensichtlichen Reformbedarf aktiv annimmt. Und die Positionen der Mitgliedstaaten berücksichtigt.



Denn Europa braucht wieder eine positive Vision. Die Wettbewerbsfähigkeit und Wirtschaftsstärke ins Zentrum stellt.

Als Europas Nummer Eins leisten wir dazu unseren Beitrag.

Indem wir unseren Kontinent Europa mit der Welt und die Welt mit Europa verbinden.

Dafür stehen wir.

Dank Ihres Vertrauens, liebe Aktionärinnen und Aktionäre.

Dank der großen Treue und Loyalität unserer Kundinnen und Kunden.

Und Dank des großen Einsatzes und des unermüdlichen Engagements unserer über 100.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Gemeinsam mit Ihnen freuen wir uns bereits auf das kommende Jahr, in dem wir 100 Jahre Lufthansa feiern werden. Und mit Ihnen gemeinsam das nächste Kapitel unserer Unternehmensgeschichte aufschlagen.

Bleiben Sie uns gewogen.

Vielen Dank!