

## Unternehmensstrategie

# KERNGESCHÄFT STÄRKEN

Die Lufthansa Group ist breit aufgestellt. Sie umfasst Airlines, Lufthansa Cargo, Lufthansa Technik und mit der LSG Group auch einen Cateringkonzern. Angesichts wachsender Herausforderungen hat die Lufthansa Group entschieden, die LSG zu verkaufen. Dass diese strategisch notwendige Entscheidung in der öffentlichen Debatte Fragen auslöst und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erst einmal Sorgen macht, ist mehr als verständlich. Dem ist sich die Unternehmensleitung bewusst und geht den Verkaufsprozess mit großer Sorgfalt und Verantwortung an.

Die Lufthansa Group ist in ihrem Kerngeschäft, den Fluggesellschaften, erheblich gefordert. Auf den Europastrecken steht sie in einem harten Wettbewerb mit Billigflugairlines, die äußerst aggressiv in den Markt drängen. Die zahlreichen Insolvenzen von EU-Airlines der vergangenen Jahre zeigen das schwierige Umfeld. Im Langstreckenverkehr muss sich die Lufthansa Group gegen staatlich subventionierte Wettbewerber ohne europäische Tarif- und Sozialstandards behaupten.

### Fokus auf nachhaltiges Fliegen

Vor diesem Hintergrund hat sich die Lufthansa Group entschlossen, sich künftig auf das Fliegen zu konzentrieren. Das bedeutet vor allem auch eine weitere Fokussierung der Investitionen auf dieses Segment. Daraus ergeben sich Spielräume, noch stärker als bisher in treibstoffeffiziente Flugzeuge und damit in klimaschonendere Mobilität zu investieren. Dieses Ziel deckt sich mit politischen und gesellschaftlichen Erwartungen, die an die Lufthansa Group gerichtet werden.

### Neue Impulse für die LSG Group

Mit einem Eigentümer, der das Catering als Kerngeschäft definiert und entsprechend darin investiert, wird die LSG

die finanziellen Möglichkeiten erhalten, sich künftig mit innovativen Produkt- und Dienstleistungsideen noch besser zu positionieren und ein attraktives, nachhaltiges Arbeitsumfeld zu schaffen. Die Lufthansa Group hat von Beginn der Verkaufsverhandlungen an betont, dass sie die Konzepte der Bieter intensiv auf qualitative Kriterien prüft und einen langfristig orientierten Eigentümer für die LSG sucht, der dem Unternehmen sowie den Mitarbeitern ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell bietet.

Die Lufthansa ist sehr zufrieden mit Qualität und Service der LSG und möchte die gemeinsame Partnerschaft auch in Zukunft fortsetzen. Bei den Verhandlungen zum Verkauf des Europageschäfts der LSG, der zunächst erfolgt, ist daher ein langfristiger Cateringvertrag ein zentraler Bestandteil. Lufthansa und LSG bleiben damit weiterhin eng verbunden. Das schafft für beide Seiten Perspektiven über viele Jahre. Darüber hinaus stellen sich seit Beginn des Verkaufsprozesses die Vorstände der Lufthansa Group und der LSG auf zahlreichen Veranstaltungen den Fragen der Mitarbeiter und sind mit den Arbeitnehmervertretern im Dialog. Diese werden auch weiterhin in den Prozess eingebunden bleiben.

### MASSIVER INVESTITIONSBEDARF IM KERNGESCHÄFT

Anfang März hat die Lufthansa Group 40 hochmoderne Langstreckenflugzeuge bestellt. Allein diese Flugzeuge helfen, 1,5 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr einzusparen. Insgesamt stehen über 200 neue Flugzeuge auf der Bestellliste. Dafür investiert das Unternehmen rund drei Milliarden Euro pro Jahr.



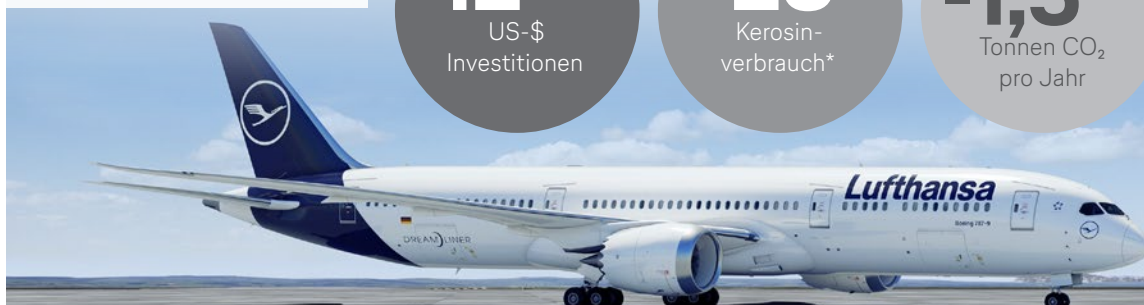
**20**  
Airbus  
A350-900

**12** Mrd.  
US-\$  
Investitionen

**-25**%  
Kerosin-  
verbrauch\*

**-1,5** Mio.  
Tonnen CO<sub>2</sub>  
pro Jahr

**20**  
Boeing  
787-9



\* durchschnittliche Kerosineinsparung gegenüber viermotorigen Flugzeugen