



Ausgabe 2013

Balance

Das Wichtigste zum Thema Nachhaltigkeit in der Lufthansa Group



Weitere Informationen zum Thema „Nachhaltigkeit in der Lufthansa Group“ finden Sie unter:

 www.lufthansagroup.com/verantwortung

Den Geschäftsbericht 2012 bestellen Sie unter:

 www.lufthansagroup.com/investor-relations

1 Aus dem Lufthansa Geschäftsbericht 2012

2 Für das Berichtsjahr 2012 sind in *Balance* folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa (inklusive Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Lufthansa Cargo, Germanwings, SWISS (inklusive Edelweiss Air) und Austrian Airlines. Exklusive der Dienste von Dritten, da auf deren Performance und eingesetztes Fluggerät kein Einfluss genommen werden kann (siehe Tabelle „Anteile Dritter“ auf Seite 70).

3 Betrachtete Flugarten: alle Linien- und Charterflüge

4 Siehe Tabelle „Treibstoffverbrauch“, Seite 70

5 Erfasste Gesellschaften wie 2, jedoch inklusive Dienste von Dritten, da diese mit zum Ergebnis des Konzerns beitragen. Flugart wie 3, jedoch inklusive Ferryflüge, da diese einen Kostenfaktor darstellen.

6 *Balance*: Teilstrecken (operative Sicht); Geschäftsbericht: Wegstrecken (Kundensicht). Eine Wegstrecke kann mehrere Teilstrecken enthalten, zum Beispiel bei Zwischenstopps.

7 *Balance*: auf Basis aller an Bord befindlichen Passagiere; Geschäftsbericht: auf Basis aller Zahlgäste

Auf einen Blick

Wirtschaftskennzahlen¹		2012	2011	Veränderung
Umsatzerlöse	Mio. €	30.135	28.734	+4,9 %
davon Verkehrserlöse	Mio. €	24.793	23.779	+4,3 %
Operatives Ergebnis	Mio. €	524	820	-36,1 %
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	Mio. €	1.311	773	+69,6 %
Konzernergebnis	Mio. €	990	-13	
Bilanzsumme	Mio. €	28.419	28.081	+1,2 %
Operativer Cashflow	Mio. €	2.842	2.356	+20,6 %
Investitionen	Mio. €	2.359	2.566	-8,1 %
Eigenkapitalquote	Prozent	29,2	28,6	+0,6 PP

Personalkennzahlen		2012	2011	Veränderung
Mitarbeiter (jeweils per 31.12.)		116.957	116.365	+0,5 %
davon in Deutschland		67.620	67.263	+0,5 %
davon im Ausland		49.337	49.102	+0,5 %
Personalaufwand ¹	Mio. €	7.052	6.678	+5,6 %
Umsatz/Mitarbeiter ¹	Tsd. €	257	249	+3,0 %
Personalaufwand/Umsatz ¹	Prozent	23,4	23,2	+0,2 PP
Durchschnittsalter	Jahre	41,3	40,8	+0,5 J
Teilzeitquote absolut	Prozent	27,9	27,1	+0,8 PP
Teilzeitquote Männer	Prozent	13,7	13,3	+0,4 PP
Teilzeitquote Frauen	Prozent	45,3	44,2	+1,1 PP
Anteil Frauen im Management	Prozent	13,6	13,6	±0 PP

Umweltkennzahlen^{2,3}		2012	2011	Veränderung
Ressourcenverbrauch				
Treibstoffverbrauch ⁴	Tonnen	8.878.926	9.023.671	-1,6 %
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Passagierbeförderung	l/100 pkm	4,06	4,18	-2,8 %
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Frachttransport	g/tkm	230	231	-0,7 %
Emissionen				
Kohlendioxid-Emissionen	Tonnen	27.968.627	28.424.568	-1,6 %
Kohlendioxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	kg/100 pkm	10,24	10,53	-2,8 %
Stickoxid-Emissionen	Tonnen	136.805	133.903	+2,2 %
Stickoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	50,0	49,4	+1,2 %
Kohlenmonoxid-Emissionen	Tonnen	19.416	20.152	-3,7 %
Kohlenmonoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	7,8	8,2	-5,2 %
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe	Tonnen	2.096,0	2.252,8	-7,0 %
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	0,8	0,9	-8,2 %

Transportleistungskennzahlen		Balance ^{2,3}	Veränderung z. Vj.	Geschäftsbericht ⁵	Veränderung z. Vj.
Flüge ⁶		1.003.182	-0,9 %	1.033.588	-1,6 %
Fluggäste ⁷		100.938.009	+2,9 %	103.051.082	+2,4 %
Transportierte Fracht und Post	Tonnen	1.972.357	-7,0 %	1.972.357	-7,0 %
Angebote Sitzkilometer, SKO	Mio. pkm	256.536	+1,3 %	259.861	+0,6 %
Angebote Frachttonnenkilometer, FTKO	Mio. tkm	14.468	-3,3 %	15.249	-6,2 %
Angebote Tonnenkilometer, TKO	Mio. tkm	39.819	-0,6 %	40.064	-1,8 %
Passagierkilometer, PKT ⁷	Mio. pkm	207.747	+2,5 %	204.775	+2,2 %
Frachttonnenkilometer (mit Fremdleistungen), FTKT	Mio. tkm	9.266	-4,6 %	10.203	-6,1 %
Tonnenkilometer, TKT	Mio. tkm	30.126	+0,2 %	29.754	-0,5 %

Inhalt

1	Auf einen Blick
4	Über diesen Bericht
6	Fokusthema Treibstoffeffizienz
14	Lufthansa Group
16	Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe
18	Geschäftsfeld Logistik / Geschäftsfeld Technik
19	Geschäftsfeld IT Services / Geschäftsfeld Catering
20	Corporate Responsibility
26	Stakeholder-Dialog
30	Die Flotte der Lufthansa Group
36	Wirtschaftliche Nachhaltigkeit
38	Konzernstrategie
41	Führungs- und Unternehmensstruktur
41	Corporate Governance und Compliance
43	Datenschutz in der Lufthansa Group
44	Infrastruktur
46	Soziale Verantwortung
48	HR-Management
51	Zahlreiche Aktivitäten für eine Kultur der Vielfalt
55	Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik
59	Aus- und Weiterbildung
61	Arbeits- und Gesundheitsschutz
64	Klima- und Umweltverantwortung
66	Umweltstrategie
68	Kerosin und Emissionen
71	Treibstoffeffizienz: Jeder Tropfen zählt
76	Einsatz von Biofuel bietet Perspektiven
78	Emissionshandel und Luftverkehrssteuer
79	Umweltmanagement
81	Energie- und Ressourcenmanagement
86	Lärm
90	Forschungsprojekte
92	Corporate Citizenship
94	Soziales Engagement
95	HelpAlliance: Mitarbeiter setzen Zeichen der Solidarität
98	Cargo Human Care: Konkrete Hilfe für Menschen in Kenia
100	Umweltförderung
102	Kulturelles Engagement
104	Sportförderung
108	Glossar
114	Impressum

Liebe Leserin, lieber Leser,

als global agierendes Unternehmen ist der verantwortungsvolle Umgang mit Mensch und Umwelt ein wesentlicher Erfolgsfaktor für uns. Wir bekennen uns zur nachhaltigen sozialen Verantwortung, zu „Corporate Responsibility“, denn Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens gehen über Wachstum und Profitabilität hinaus. Mit unserem Zukunftsprogramm SCORE, das wir im vergangenen Jahr gestartet haben, werden die Weichen für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg gestellt. Unserem Ziel, der Verbesserung unserer wirtschaftlichen Ergebnisse, sind wir ein gutes Stück nähergekommen. SCORE ist auf Kurs und wird maßgeblich dazu beitragen, dass wir auch in Zukunft in innovative Dienstleistungen und Produkte für unsere Kunden, in unsere Mitarbeiter sowie in umweltschonende Technologien investieren können.

Im Gesamtkontext unserer wertorientierten Unternehmenssteuerung werden Klima- und Umweltverantwortung seit jeher großgeschrieben. Mit dem größten Flottenerneuerungsprogramm in der Geschichte der Lufthansa Group machen wir deutliche Fortschritte in puncto Emissions- und Lärmreduzierung. Die Passagierfluggesellschaften der Lufthansa Group haben im letzten Jahr im Durchschnitt nur noch 4,06 Liter Kerosin pro Passagier und 100 Kilometer benötigt. Das sind rund drei Prozent weniger als im Vorjahr – und ein neues Rekordergebnis. Beim Treibstoffverbrauch gehen Ökologie und Ökonomie Hand in Hand. Es macht also in jeder Hinsicht Sinn, dass wir noch besser werden. Aktuell haben wir 236 Flugzeuge auf unserer Bestellliste. Damit ersetzen wir im Wesentlichen älteres Fluggerät. Zusätzlich haben wir auch eine neue Abteilung „Fuel Efficiency“ eingerichtet, um konzernweit noch gezielter zu optimieren und weitere Einsparpotenziale zu finden und



zu nutzen. Neben Umweltvorsorge, Umwelt- und Lärmschutz ist die Lufthansa Group auch im gesellschaftlichen Bereich engagiert. Wir fördern den wissenschaftlichen Nachwuchs, sind an Forschungsprojekten beteiligt, unterstützen den Breiten- und Behindertensport, kulturelle sowie soziale Projekte und Vereine – hier insbesondere die von Lufthansa Mitarbeitern gegründete HelpAlliance. Gerade im sozialen Bereich bestimmen nicht nur geltende Gesetze unseren Handlungsrahmen, sondern auch viele Selbstverpflichtungen, wie unsere mehr als 10-jährige Mitgliedschaft im UN Global Compact. So haben wir im Berichtsjahr beispielsweise das Thema Nachhaltigkeit noch stärker in die Einkaufsrichtlinie eingebaut und das Compliance Programm weiter verstärkt. Im Personalbereich haben wir im vergangenen Jahr wieder Projekte auf den Weg gebracht, die die Kultur der Vielfalt im Konzern weiter erhöhen werden und die das Management auf die zukünftigen Anforderungen vorbereiten sollen.

Für vertiefende Einblicke in unser Engagement im Rahmen von „Corporate Responsibility“ empfehle ich Ihnen den vorliegenden Bericht und wünsche eine anregende Lektüre.

Christoph Franz

Christoph Franz
Vorsitzender des Vorstands
Deutsche Lufthansa AG

Über diesen Bericht

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht *Balance* informiert Stakeholder und die interessierte Öffentlichkeit über die Ziele, Aktivitäten und Fortschritte der Lufthansa Group auf den Feldern Ökonomie, Soziales, Umwelt und Gesellschaft. Die Daten dieses Berichts beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2012.

Das Verständnis von Corporate Responsibility in der Lufthansa Group umfasst die folgenden fünf Dimensionen:

- Wirtschaftliche Nachhaltigkeit
- Soziale Verantwortung
- Klima- und Umweltverantwortung
- Corporate Governance und Compliance
- Corporate Citizenship

Der Bereich „Corporate Governance und Compliance“ ist Teil des Kapitels „Wirtschaftliche Nachhaltigkeit“.

Datenabgrenzung

Der Berichterstattung zu Transportleistung, Kerosinverbrauch und Emissionen aus dem Flugbetrieb des Jahres 2012 liegt – sofern nicht anders vermerkt – folgende Datenabgrenzung zugrunde:

- Gesellschaften: Lufthansa Passage (inklusive Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air¹, Augsburg Airways²), Lufthansa Cargo, Germanwings, SWISS (inklusive Edelweiss Air) und Austrian Airlines. Davon ausgenommen sind Dienste von Dritten, da auf deren Performance und eingesetztes Fluggerät kein Einfluss genommen werden kann.
- Flugart: alle Linien- und Charterflüge

Berechnungsmethodik

Kerosin absolut

Die Erhebung des Kerosinverbrauchs erfolgt aus dem tatsächlichen Flugbetrieb heraus (das heißt mit realer Auslastung und Streckenführung), und zwar nach dem sogenannten Gate-to-Gate-Prinzip. Damit sind alle Flugphasen erfasst – vom Rollen am Boden bis hin zu Umwegen und Warteschleifen in der Luft.

Emissionen absolut

Die Berechnung der absoluten Emissionen des Flugbetriebs basiert auf der tatsächlich erbrachten Transportleistung (das heißt auf der realen Auslastung) sowie auf dem tatsächlich absolut verbrauchten Kerosin im Berichtsjahr. Hierbei wird jede in der Flotte vorhandene Flugzeug-Triebwerks-Kombination getrennt betrachtet und mithilfe von Programmen der jeweiligen Triebwerks- und Flugzeughersteller berechnet. In die Programme geht das Jahresdurchschnittsflugprofil jeder einzelnen Teilflotte ein; dies ermöglicht es, Emissionen in Abhängigkeit von Flughöhe, Distanz, Schub und Beladung zu ermitteln. Dies ist insbesondere für Stickoxide (NO_x), Kohlenmonoxid (CO) und unverbrannte Kohlenwasserstoffe (UHC) erforderlich. CO₂-Emissionen indes bedürfen keiner speziellen Berechnung, da diese in einem festen Verhältnis zur Menge des verbrannten Kerosins stehen. Durch die Verbrennung von einer Tonne Kerosin entstehen 3,15 Tonnen CO₂.

Spezifische Verbräuche und Emissionen

Die Berechnung der spezifischen Verbräuche und Emissionen setzt die Absolutwerte ins Verhältnis zur Transportleistung. Damit wird zum Beispiel die Kennzahl „Liter pro 100 Passagierkilometer“ (l/100 pkm) auf Basis der tatsächlichen Auslastung sowie des tatsächlich verbrauchten Kerosins berechnet. Die zugrunde gelegten Distanzen beziehen sich auf Großkreisentfernungen.

¹ Die Kooperation mit Contact Air endete im September 2012.

² Augsburg Airways fliegt im Dienst der Lufthansa bis Ende Sommerflugplan 2013.

Evaluation und Validierung von Daten und Informationen

Umweltmanagementsystem

Die Umweltdaten für diesen Bericht hat Lufthansa mithilfe ihres Umweltmanagementsystems erhoben. Dieses gibt zudem vor, auf welchem Wege Daten zu prüfen und an das Konzernressort Umwelt zu übermitteln sind. Basis der Datenerhebung ist die Lufthansa Umweltdatenbank.

Genauigkeit

Aus Darstellungsgründen sind die Zahlen in den Tabellen und Grafiken gerundet. Die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr bzw. anteilige Prozentangaben beziehen sich allerdings auf die jeweils exakten Werte. Aus diesem Grund kann es vorkommen, dass eine Angabe im Vergleich zum Vorjahr zwar gleich geblieben ist, aber dennoch eine relative Veränderung ausgewiesen wird. Aufgrund Rundung von anteiligen Prozentangaben kann es ferner vorkommen, dass deren Addition, verglichen mit der Addition der nicht gerundeten Prozentanteile, zu abweichenden Ergebnissen führt. So können sich beispielsweise anteilige Prozentangaben bedingt durch Rundungen nicht zu 100 Prozent addieren, obwohl sachlogisch 100 Prozent zu erwarten gewesen wären.

Vergleichbarkeit

Aufgrund der Portfolio-Veränderungen in den vergangenen Jahren ist die Vergleichbarkeit der im Bericht dargestellten Personal- und Umweltkennzahlen zu den Vorjahren nur eingeschränkt möglich. Beispielsweise endete im September 2012 die Kooperation zwischen Lufthansa Passage und der Regionalfluggesellschaft Contact Air. Zudem gibt es im Vergleich zum Geschäftsbericht 2012 unterschiedliche Betrachtungsweisen bei der Berücksichtigung der Passagierzahlen und den sich daraus ableitenden Kennzahlen (siehe Erläuterungen zur Tabelle „Auf einen Blick“, Seite 2).

Erscheinungsweise des Berichts

Balance, der Nachhaltigkeitsbericht der Lufthansa Group, erscheint ein Mal jährlich in einer deutschen und in einer englischen Ausgabe. Die letzte Ausgabe erschien am 22. Juni 2012.

Zusatzinformationen im Internet

Zusätzlich zu diesem Bericht informiert die Lufthansa Group auch im Internet über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten.

 www.lufthansagroup.com/verantwortung

Vorbehalt bei zukunftsgerichteten Aussagen

Die im vorliegenden Bericht enthaltenen Daten wurden mit größter Sorgfalt erhoben und verarbeitet. Dennoch sind Übertragungsfehler niemals vollständig auszuschließen. Bei den in diesem Bericht veröffentlichten Angaben, die sich auf die zukünftige Entwicklung des Lufthansa Konzerns und seiner Gesellschaften beziehen, handelt es sich lediglich um Prognosen und Einschätzungen und damit nicht um feststehende historische Tatsachen. Sie dienen allein informatischen Zwecken und sind durch Begriffe wie „glauben“, „erwarten“, „vorhersagen“, „beabsichtigen“, „prognostizieren“, „planen“, „schätzen“, „rechnen mit“ oder „bestreben“ gekennzeichnet. Diese zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf allen uns derzeit erkennbaren und verfügbaren Informationen, Fakten und Erwartungen. Sie können daher nur zum Zeitpunkt der Veröffentlichung Gültigkeit beanspruchen.

Da zukunftsgerichtete Aussagen naturgemäß mit Ungewissheiten und in ihren Auswirkungen nicht einschätzbaren Risikofaktoren – wie etwa einer Änderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – behaftet sind oder zugrunde gelegte Annahmen nicht oder abweichend eintreffen können, besteht die Möglichkeit, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse und die Entwicklung des Unternehmens von den Prognosen wesentlich unterscheiden. Lufthansa ist stets bemüht, die veröffentlichten Daten zu kontrollieren und auf dem aktuellen Stand zu halten. Dennoch kann seitens des Unternehmens keine Verpflichtung übernommen werden, zukunftsgerichtete Aussagen an später eintretende Ereignisse beziehungsweise Entwicklungen anzupassen. Eine Haftung oder Garantie für Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit dieser Daten und Informationen wird demnach weder ausdrücklich noch konkludent übernommen.

Treibstoffeffizienz

Die Harmonie ökologischer und ökonomischer Ziele ist im Bereich der Treibstoffeffizienz besonders ausgeprägt. Auf unserer Umweltagenda steht das Thema deshalb ganz oben. Energieeffizienz im Flugbetrieb ist für die Lufthansa Group ein zentraler Erfolgsfaktor und ein wichtiger Pfeiler unseres aktiven Umweltmanagements.



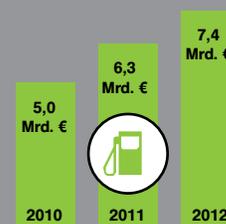
CO₂-Emissionen: Umweltauswirkungen reduzieren



Der Anteil des Luftverkehrs an den globalen CO₂-Emissionen liegt bei 2,46 Prozent. Die Lufthansa Group setzt alles daran, die spezifischen CO₂-Emissionen weiter zu reduzieren und so effizient und umweltverträglich wie möglich in die Zukunft zu fliegen. Jede Tonne Kerosin, die die Lufthansa Group einspart, entlastet die Umwelt um 3,15 Tonnen CO₂.

Treibstoff: größter operativer Kostenblock

Seit Jahren schlägt der Posten Treibstoff in der Lufthansa Group immer stärker zu Buche. Mit rund 7,4 Mrd. Euro waren die Kosten im Jahr 2012 rund 50 Prozent höher als im Jahr 2010. Die konzernweiten Treibstoffeinkäufe machen mittlerweile mehr als 20 Prozent der betrieblichen Aufwendungen aus.



Kompetenz: Expertenteam etabliert



Um in puncto Treibstoffverbrauch nachhaltige Einspareffekte zu erzielen, hat die Lufthansa Group das Thema Treibstoffeffizienz ganz oben auf der Agenda. Zum 1. Mai 2013 hat der Konzern die neue Abteilung „Fuel Efficiency“ eingerichtet. 11 Experten aus verschiedenen Konzerngesellschaften kümmern sich rund um die Uhr darum, Maßnahmen zur Reduzierung des Treibstoffverbrauchs zu entwickeln und zu implementieren.

Neuer Effizienzrekord: 4,06 l/100 pkm

Mit 4,06 Liter Kerosinverbrauch pro Passagier und 100 Kilometer hat die Lufthansa Group im Jahr 2012 einen neuen Effizienzrekord aufgestellt (- 2,8 Prozent gegenüber Vorjahr). Absolut hat der Konzern sogar 144.745 Tonnen Treibstoff weniger verbraucht und damit mehr als 455.000 Tonnen CO₂ weniger emittiert.





Interview mit Jens Ritter

Leiter Fuel Efficiency und Senior First Officer
Deutsche Lufthansa AG

Seit 1. Mai 2013 leiten Sie die neu geschaffene Abteilung „Fuel Efficiency“. Vor welchen Aufgaben stehen Sie?

Aus Kosten- und Umweltbewusstsein wollen wir jede Tonne Kerosin so effizient wie möglich einsetzen. Daher werden wir den erfolgreichen Austausch innerhalb der Konzerngesellschaften intensivieren. Dabei nutzen wir das unterschiedliche Know-how und die Expertise innerhalb der Lufthansa Group, um noch mehr Ideen zu entwickeln und neue Projekte aufzusetzen. Nahezu jeder Bereich einer Airline hat Einfluss auf den Treibstoffverbrauch oder die Treibstoffeffizienz. Genau hier setzen wir an, um gemeinsam und ganzheitlich Fortschritte zu erzielen.

Wie identifizieren Sie Einsparpotenziale?

Wir erhalten fast täglich Vorschläge zur Verbesserung der Treibstoffeffizienz aus allen Bereichen des Unternehmens. Das bringt uns einen guten Schritt voran. In Zukunft wollen wir aber neue Potenziale noch systematischer erschließen. Dazu verfolgen wir zwei Ansätze: Zum einen werden wir ein Fuel Efficiency-Innovationsmanagement aufbauen, um kontinuierlich und methodisch neue Ideen zu generieren. Dabei stehen wir im engen Austausch mit Experten der Lufthansa Technik, die seit geraumer Zeit ein sehr erfolgreiches Innovationsmanagement betreiben. Zum anderen wollen wir aber auch über ein ausgeklügeltes IT-System analysieren, an welcher Stelle unser Flugbetrieb noch effizienter werden kann.

In welchen Bereichen sehen Sie die größten Einsparpotenziale?

Ganz klar im Bereich der neuen Technologien. Moderne Flugzeuge bestehen aus leichteren Materialien, haben

effizientere Triebwerke und eine bessere Aerodynamik. Wir haben aktuell mehr als 200 neue Flugzeuge bestellt. Aber auch für unsere Bestandsflotte gibt es vielversprechende Projekte zur Effizienzsteigerung, beispielsweise durch Triebwerksmodifikationen oder das Anbringen widerstandsarmer Lacke. Wir müssen zudem unsere Dispatcher und Flugbesatzungen mit moderner IT unterstützen, damit sie die bestmögliche Flugroute und das optimale Flughöhenprofil finden und auch im Flug noch anpassen können. Hier sehen wir ein sehr großes Potenzial und besitzen inzwischen auch viel Know-how. Ein Dauerthema bei uns ist das Gewicht. Unnötiger Ballast kostet uns auf jedem Langstreckenflug ein Drittel des Eigengewichts an Treibstoff.

Wie können Sie als Pilot Ihr fliegerisches Know-how für Effizienzverbesserungen einbringen?

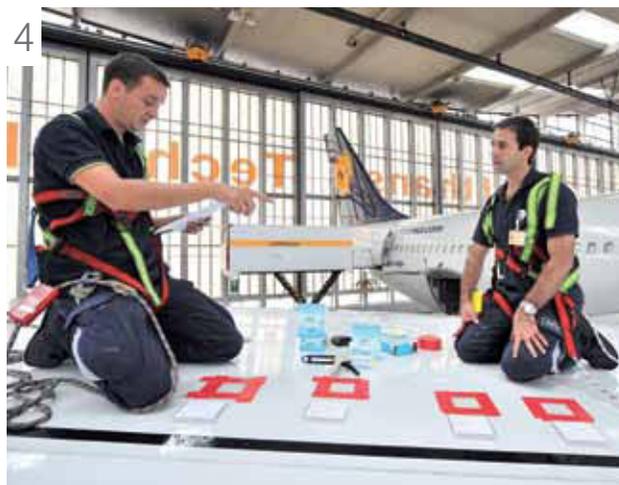
Als Pilot muss ich im Flug oft Entscheidungen treffen, die unmittelbaren Einfluss auf die Treibstoffeffizienz haben. Im Vordergrund steht hierbei immer die Sicherheit; sie ist und bleibt für unseren Flugbetrieb das oberste Ziel. Fuel Efficiency steht hierzu aber nicht im Widerspruch, sondern ergänzt unseren Anspruch, die Sicherheit unter allen Umständen zu gewährleisten. Das ist ein ganz wichtiger Faktor. Beispielsweise wollen wir den Cockpitbesatzungen die bestmöglichen Informationen zur Verfügung stellen, damit sie die sicherste und effizienteste Entscheidung treffen können. Das bedeutet, dass wir aktuelle Wind- und Wettermodelle im Flugzeug verfügbar machen, der Crew Informationen über kurzfristige Änderungen der Verkehrs- oder Wettersituation an Flughäfen geben oder in Echtzeit Berichte von vorausfliegenden Flugzeugen, zum Beispiel über Turbulenzen, an die nachfolgenden Flugzeuge weiterleiten. Bei diesen Themen ist meine fliegerische Erfahrung natürlich hilfreich.



„Ein Airbus speckt ab“

Eine gezielte Aktion zur Identifizierung von Potenzialen zur Gewichtsreduktion haben Lufthansa Experten am 18. Dezember 2012 gestartet: das Wiegen aller losen Gegenstände in der Kabine eines Lufthansa Airbus A340-300. Wer glaubt, auf das Gewicht von Kleiderbügeln, Magazinen, Trolleys, Decken und Kissen zu achten, sei übertrieben, irrt. Bereits einhundert Kilogramm weniger Gewicht auf jedem Flugzeug der Lufthansa Passage senkt die Spritkosten um 2,6 Millionen Euro pro Jahr – und vermeidet etliche Tonnen CO₂.





1



Nico Buchholz
Leiter Konzernflotten-Management
Deutsche Lufthansa AG

„ Mit dem größten Flottenerneuerungsprogramm der Unternehmensgeschichte machen wir enorme Fortschritte in puncto Öko-Effizienz. “

2



Alexander Spahn
Managing Director
SPIRIANT, die Equipment-Tochtergesellschaft
von LSG Sky Chefs

„ Unser Leichtgewicht-Trolley ‚Quantum‘ ist für die Umwelt ein echter Gewinn: Er ist um ein Drittel leichter als das Vorgängermodell und wird derzeit auf der gesamten Lufthansa Langstreckenflotte eingeführt. “

3



Joachim Buse
Leiter Aviation Biofuel
Deutsche Lufthansa AG

„ Wir setzen große Erwartungen in alternative Kraftstoffe. Sie bringen Entlastungen in ökonomischer wie ökologischer Hinsicht. Natürlich darf das nicht zu Lasten der Nahrungsmittelproduktion und Biodiversität gehen. “

4



Dr. Georg Fanta
Leiter Aircraft Painting
Lufthansa Technik AG

„ In unserem Forschungsprojekt ‚Multifunctional Coating‘ haben wir die Vorteile von Strömungsoptimierungen durch künstliche, der Haifischhaut nachempfundene Oberflächen erprobt. Erwartetes Einsparpotenzial: 1 Prozent. “

5



Björn Ostertag
Leiter Fuel Efficiency & Punctuality
Lufthansa Cargo AG

„ Gewichtseinsparungen an unserer bestehenden MD11-Frachterflotte helfen uns nachhaltig beim Spritsparen. Und mit der neuen Boeing 777F haben wir bald das effizienteste Frachtflugzeug im Einsatz. “

6



Daniel Meier
Technischer Pilot A320
SWISS

„ Unser neuer A320 ist wie bei Lufthansa mit sogenannten Sharklets ausgerüstet. Auf längeren Strecken ist mit diesen 2,4 Meter hohen Flügelspitzenverlängerungen eine Treibstoffeinsparung von bis zu 4 Prozent möglich. “

7



Matthias Langko
Section Manager
Engine Life Cycle Services
Lufthansa Technik AG

„ Mit Cyclean Engine Wash haben wir eine innovative Methode der Triebwerkswäsche entwickelt, die zu messbaren Kerosineinsparungen führt. Der Motor arbeitet thermisch effizienter und verbrennt dadurch weniger Treibstoff. “

8



Gerhard Baumgarten
Leiter Sales, Marketing &
Product Development
Lufthansa LEOS

„ Auch am Boden prüfen wir alle Optionen zur Reduzierung des Treibstoffverbrauchs. Aktuell erproben wir TaxiBot, einen neuartigen Hybridschlepper. Hiervon versprechen wir uns großes Einsparpotenzial und eine Entlastung der Umwelt. “

Die Vier-Liter-Flieger

Hätten Sie's gewusst: Die deutsche Luftfahrt verbraucht durchschnittlich rund 4 Liter Kerosin, um einen Fluggast 100 km weit zu befördern. Dieses Thema greift der Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL) in seiner aktuellen Kampagne mit dem Slogan „Vier bringen Sie weiter“ auf und zeigt damit die hohe Ökoeffizienz der deutschen Fluggesellschaften.

Nach einer repräsentativen Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen schätzt fast die Hälfte der Bürgerinnen und Bürger den durchschnittlichen Verbrauch um ein 10-Faches höher ein. Mit der Kampagne möchte der BDL zu einer faktenbasierten Information der Öffentlichkeit beitragen.

 www.die-vier-liter-flieger.de



Verbesserung der Energieeffizienz seit 1990

+ 37 %

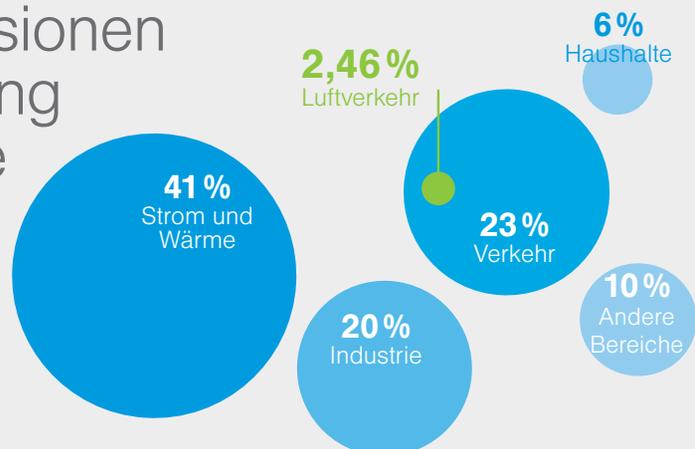
(BDL-Fluggesellschaften)

Emissionen im Blick

Zu Unrecht wird der Luftverkehr als besonders umweltschädlich wahrgenommen. Fakt ist, dass der Anteil des globalen Luftverkehrs an den CO₂-Emissionen durch die Verbrennung fossiler Brennstoffe wie Kohle, Öl und Kerosin bei 2,46 Prozent liegt.

Das für den Klimawandel verantwortliche Treibhausgas CO₂ entsteht vor allem bei der Strom- und Wärmeerzeugung, in der Industrie und durch andere Verkehrsträger. Dennoch: Jede Reduzierung im Treibstoffverbrauch schont das Klima. Deshalb arbeiten die Mitglieder des Bundesverbandes der Deutschen Luftverkehrswirtschaft seit Jahren erfolgreich daran, Energie immer effizienter einzusetzen.

Globale CO₂-Emissionen aus der Verbrennung fossiler Brennstoffe



Quelle: Internationale Energieagentur (IEA) 2011, Werte 2009

Senkung der absoluten CO₂-Emissionen bei innerdeutschen Flügen von 1990 bis heute

- 14 %

(alle Fluggesellschaften, die innerdeutsche Flüge anbieten)

CO₂-Reduktionsziel bis 2050 auf Basis des Jahres 2005

- 50 %

(internationale Luftverkehrsbranche)



Lufthansa Group

Die Deutsche Lufthansa AG ist ein weltweit tätiger Luftverkehrskonzern mit insgesamt mehr als 400 Tochterunternehmen und Beteiligungsgesellschaften. Die Geschäftstätigkeit umfasst neben der Passagier- und Frachtbeförderung auch Dienstleistungen in den Bereichen Airline-Catering, Wartung und Überholung von Flugzeugen sowie Informationstechnologie. Organisatorisch gliedert sich die Lufthansa Group in fünf Geschäftsfelder: Passage Airline Gruppe, Logistik, Technik, IT Services und Catering.

 www.lufthansagroup.com



Die fünf Geschäftsfelder der Lufthansa Group

Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe

Das Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe bildet das Kerngeschäft der Lufthansa Group. Es umfasst die Fluggesellschaften der Lufthansa Passage (Lufthansa einschließlich Germanwings und Regionalpartner), SWISS, Austrian Airlines sowie die Beteiligungen an Brussels Airlines, SunExpress und jetBlue. In ihren jeweiligen Marktsegmenten nehmen die Fluggesellschaften der Lufthansa Group eine Spitzenstellung als Qualitätsanbieter ein.

Im Sommerflugplan 2013 bedienen die Airlines der Lufthansa Group über ihre Drehkreuze Frankfurt, München, Düsseldorf, Zürich, Wien und Brüssel insgesamt 285 Ziele in 102 Ländern auf vier Kontinenten. Ergänzt wird dieses Flugangebot durch zahlreiche Codeshare-Flüge.

Lufthansa

Lufthansa Passage umfasst neben Lufthansa auch die Fluggesellschaften Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Augsburg Airways und Germanwings. Mit einem modernen und qualitativ hochwertigen Angebot, einem einzigartigen Lounge-Konzept und innovativen Services rund um das Fliegen genießt Lufthansa Passage als Vollsortimenter weltweit höchste Anerkennung und großes Renommee. Im Jahr 2012 hat Lufthansa wieder eine Reihe bedeutender Auszeichnungen erhalten. So wurde die Airline beispielsweise im Rahmen der Kundenbefragung der Firma Service Value zu Deutschlands „Service-Champion 2012“ in der

Kategorie Fluggesellschaft gewählt. Um die Zufriedenheit der Kunden weiter zu steigern, erweitert Lufthansa ihr Produktportfolio kontinuierlich und plant unter anderem, ab 2014 ihre gesamte Langstreckenflotte mit einer Premium Economy Class auszustatten. Das neue Produkt schließt die Lücke zwischen dem gehobenen Segment der Business Class und der klassischen Economy Class.


www.lufthansa.com

Germanwings

Die Germanwings GmbH ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG. Seit 1. Januar 2013 sind die Europaverkehre von Lufthansa Passage außerhalb der Drehkreuze Frankfurt und München kommerziell und organisatorisch mit Germanwings zusammengeführt – in einer Gesellschaft auf Basis der Germanwings GmbH. Die „neue Germanwings“ ist damit die drittgrößte deutsche Fluggesellschaft. Mit einem ebenso innovativen wie hochwertigen Produkt- und Markenkonzept positioniert sie sich

als Qualitäts-Carrier im Low-Cost-Segment. Die Lufthansa Group Regionaltochter Eurowings fliegt künftig im Auftrag von Germanwings. Heimatbasis von Germanwings ist der Flughafen Köln/Bonn.


www.germanwings.com

SWISS

Swiss International Air Lines (SWISS) steht für die zivile Luftfahrttradition der Schweiz. Die Airline ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG. Von ihrem Drehkreuz Zürich und den Flughäfen Basel, Genf und Lugano verbindet SWISS die Schweiz mit der Welt. Durch ihre modernen Produkte positioniert sich SWISS in der Economy wie auch in der Business und First Class als Qualitäts-Airline und Premium-Marke. Die in der SWISS Gruppe konsolidierte Ferienfluggesellschaft Edelweiss Air ergänzt

das Angebotsportfolio erfolgreich. Im Geschäftsjahr 2012 hat SWISS mit 15,8 Millionen beförderten Passagieren den Rekordwert des Vorjahres erneut übertroffen.

 www.swiss.com



Austrian Airlines

Austrian Airlines ist Österreichs größte Fluggesellschaft und betreibt ein internationales Streckennetz mit rund 130 Destinationen. Die Airline ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG. Der Heimatflughafen Wien ist durch seine günstige geografische Lage im Herzen Europas eine ideale Drehscheibe zwischen Ost und West. Fluggäste der Traditionsgesellschaft profitieren von einem herausragenden Service und der sprich-

wörtlichen österreichischen Gastfreundschaft. Im Geschäftsjahr 2012 hat Austrian Airlines 11,5 Millionen Passagiere befördert. Der Flugbetrieb von Austrian Airlines ist seit 1. Juli 2012 in der 100-prozentigen Tochter Tyrolean gebündelt.

 www.austrian.com



Beteiligungen

Brussels Airlines (45 % Beteiligung)

Brussels Airlines ist Belgiens größte Fluggesellschaft. An ihrer Muttergesellschaft, der in Brüssel ansässigen Holding-Gesellschaft SN Airholding, hält Lufthansa seit Juni 2009 45 Prozent der Anteile. Seit dem Jahr 2011 kann Lufthansa eine Erwerbsoption auf die restlichen 55 Prozent ausüben. Von ihrem Drehkreuz Brüssel aus bedient die Qualitäts-Air-

line die wichtigsten europäischen Regionen sowie 19 Destinationen in Afrika und zwei Ziele an der amerikanischen Ostküste.

 www.brusselsairlines.com



SunExpress (50 % Beteiligung)

SunExpress ist ein Gemeinschaftsunternehmen von Lufthansa und Turkish Airlines. Seit seiner Gründung im Jahr 1989 hat es sich mit großer Dynamik entwickelt: So zählt SunExpress heute zu den marktführenden Fluggesellschaften auf den Strecken zwischen Deutschland und der Türkei. Neben dem Verkehr zu den drei Drehscheiben Antalya, Izmir und Istanbul verfügt SunExpress über eine

Vielzahl von Nonstop-Verbindungen aus Deutschland zu zwölf türkischen Städten. Außerdem bietet die Fluggesellschaft zahlreiche innertürkische Direktflüge an.

 www.sunexpress.com



jetBlue Airways (15,85 % Beteiligung)

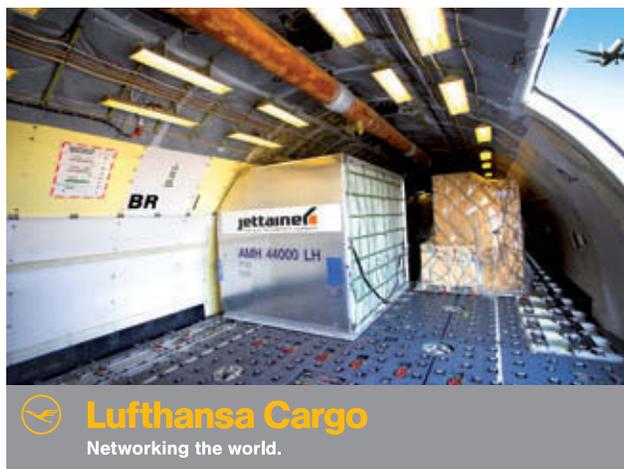
jetBlue Airways ist eine US-amerikanische Passagierfluggesellschaft mit Sitz in New York. Sie wurde 1998 gegründet und hat im Jahr 2000 den operativen Betrieb aufgenommen. Lufthansa hält 15,85 Prozent der Anteile an jetBlue und ist damit die erste europäische Airline, die in bedeutendem Umfang an einer US-amerikanischen Fluggesellschaft betei-

ligt ist. Heimatbasis von jetBlue ist der New Yorker Flughafen John F. Kennedy (JFK).

 www.jetblue.com



Geschäftsfeld Logistik / Lufthansa Cargo AG



Lufthansa Cargo

Networking the world.

Die Lufthansa Cargo AG ist der Spezialist für das Logistikgeschäft der Lufthansa Group. Sie zählt zu den Marktführern im internationalen Luftfrachtverkehr. Lufthansa Cargo verfügt über ein weltweites Netzwerk, bietet kürzeste Transportzeiten und hohe Qualitätsstandards in vielen, zum Teil hoch spezialisierten Produktbereichen. Der Schwerpunkt von Lufthansa Cargo liegt im Airport-to-Airport-Luftfrachtgeschäft. Der Logistikspezialist betreibt 18 eigene Frachtflugzeuge vom Typ MD-11F und hält unter anderem eine Beteiligung an der Frachtfluggesellschaft AeroLogic (50-Prozent-Beteiligung). Lufthansa Cargo bietet ein umfassendes Streckennetz zu rund 300 Zielorten in 100 Ländern, das durch Kooperationen mit anderen Frachtfluggesellschaften und luftfrachtnahen Partnerunternehmen ergänzt wird, darunter SWISS WorldCargo und Air China Cargo. Das Produktportfolio der 100-prozentigen Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG umfasst sowohl Standard- als auch Expressfracht sowie als wesentlichen Eckpfeiler Spezialfracht. Dazu zählen lebende Tiere, Wertfracht, Post, Gefahrgut und die Beförderung temperatursensibler Güter. Hauptumschlagplatz ist der Flughafen Frankfurt. Mit den Konzerngesellschaften SWISS und Brussels Airlines besteht eine enge Zusammenarbeit. Sitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main.

 www.lufthansa-cargo.com

Geschäftsfeld Technik / Lufthansa Technik AG



Lufthansa Technik

More mobility for the world

Die Lufthansa Technik AG ist der weltweit führende herstellerunabhängige Anbieter von flugzeugtechnischen Dienstleistungen. Schwerpunkt der Tätigkeit ist die Wartung, Reparatur und Überholung von Verkehrsflugzeugen sowie von Triebwerken, elektrischen Geräten und Komponenten (Maintenance, Repair and Overhaul, MRO). Die 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG betreut mehr als 730 Kunden weltweit, darunter vor allem Fluggesellschaften sowie Regierungs- und VIP-Jet-Betreiber, aber auch Flugzeug-Leasinggesellschaften. Innerhalb der Lufthansa Group verantwortet Lufthansa Technik Zuverlässigkeit und Werterhalt der Flotte. Lufthansa Technik gliedert sich in die Produktdivisionen Wartung, Flugzeugüberholung, Triebwerke, Geräte, Aircraft Systems (Fahrwerke und Airframe Related Components) sowie die Erstausrüstung und Instandhaltung von VIP-Flugzeugen. Zu dem Technikverbund gehören weltweit rund 30 Instandhaltungsbetriebe. Das Unternehmen ist direkt und indirekt an 55 Gesellschaften beteiligt. Für den Instandhaltungsbetrieb ist Hamburg mit der Flugzeugüberholung, der Erstausrüstung von VIP-Flugzeugen, der Triebwerks- und Geräteinstandhaltung, dem Logistikzentrum sowie dem Entwicklungs- und Herstellerbetrieb der wichtigste Standort von Lufthansa Technik. Die größten Wartungsstationen sind in Frankfurt und München, weitere Stationen befinden sich an allen größeren deutschen Flughäfen und an 50 weiteren Standorten weltweit. Sitz der Lufthansa Technik AG ist Hamburg.

 www.lufthansa-technik.com

Geschäftsfeld IT Services / Lufthansa Systems AG



Lufthansa Systems

IT that makes your life easier

Die Lufthansa Systems AG bietet Beratungs- und IT-Dienstleistungen für ausgewählte Branchen und hat eine weltweit führende Position in der Aviation-Industrie. Mit ihrem umfassenden Produkt- und Service-Portfolio deckt die 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG das gesamte Spektrum der IT-Dienstleistungen ab. Das Angebot reicht von der Beratung über die Entwicklung und Implementierung maßgeschneiderter Branchenlösungen bis zum Betrieb in den eigenen Rechenzentren. Die Experten von Lufthansa Systems verbinden in ihrer Arbeit langjährige Projekterfahrung mit umfassendem Technologie-Know-how, profunden Branchenkenntnissen und Erfahrung in der Analyse anspruchsvoller Geschäftsprozesse. Aufgrund der hohen Komplexität von IT-Projekten kommt dem Projektmanagement eine Schlüsselrolle bei der termin- und kostengerechten Umsetzung zu. Als zertifizierter SAP-Partner übernimmt Lufthansa Systems alle Leistungen von der Konzeption und Anpassung über die Implementierung und Konsolidierung bis zur Wartung von SAP-Systemen. Weltweit vertrauen mehr als 300 Airlines und rund 150 Unternehmen aus den Branchen Transport und Logistik, Industrie, Medien und Verlage, Energie sowie aus dem Gesundheitswesen auf die Expertise von Lufthansa Systems. Sitz des Unternehmens ist Kelsterbach bei Frankfurt am Main. Darüber hinaus hat Lufthansa Systems weitere Niederlassungen in Deutschland sowie Auslandsstandorte in 16 Ländern.

 www.LHsystems.com

Geschäftsfeld Catering / LSG Sky Chefs



LSG
Sky Chefs

LSG Sky Chefs ist Weltmarktführer im Airline-Catering und im Management aller Prozesse rund um den Bordservice. Zur Gruppe gehören 151 Unternehmen mit 211 Standorten in 52 Ländern. Im Jahr 2012 produzierte die 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG 527 Millionen Flugmahlzeiten für mehr als 300 Airlines weltweit – darunter nahezu alle internationalen sowie zahlreiche nationale und regionale Fluggesellschaften, Netzwerk-Carrier, Chartergesellschaften und Low-Cost-Airlines. Die Konzernmuttergesellschaft, die LSG Lufthansa Service Holding AG, hat ihren Sitz in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main. Im Bereich Airline Catering bietet LSG Sky Chefs ein Komplettsortiment, das von auf Bestellung produzierten Premium-Mahlzeiten bis hin zu kostengünstigen Snacks reicht. Aufgrund ihrer weitreichenden Erfahrungen hat die Gruppe bewährte Methoden entwickelt, die sicherstellen, dass Kunden stets erstklassige Qualität erhalten. Weitere Leistungsmerkmale sind kulinarische Exzellenz und Innovation, eine authentische regionale Küche aus dem internationalen Netzwerk sowie ein innovatives und ansprechendes Menüdesign. Darüber hinaus bietet das Unternehmen eine breite Palette an Inflight-Produkten und -Services in höchster Qualität und Zuverlässigkeit. Außerdem hat die Gruppe begonnen, angrenzende Märkte wie Zug- und Schulcatering sowie Lieferungen an den Einzelhandel zu erschließen.

 www.lsgskychefs.com

Corporate Responsibility

Gemeinsam Zukunft gestalten

Corporate Responsibility ist eine wesentliche Einflussgröße, um die Zukunftsfähigkeit der Lufthansa Group zu sichern. Das verantwortungsvolle unternehmerische Handeln ist fest in der Unternehmensstrategie verankert. „Gemeinsam Zukunft gestalten“ ist dabei der Leitgedanke unserer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Unternehmensführung.

Grundvoraussetzung für eine nachhaltige Unternehmensführung ist die wirtschaftliche Nachhaltigkeit. An dieser Stelle setzt das Zukunftsprogramm SCORE der Lufthansa Group an (siehe „Zukunftsprogramm SCORE auf Kurs“; Seite 38 ff.). Es leistet einen wesentlichen Beitrag, damit der Konzern Corporate Responsibility umfassend wahrnehmen kann. Unternehmerisches Handeln, das sich an den Grundsätzen des nachhaltigen Wirtschaftens ausrichtet, generiert mehr als finanzielle Stärke und eine höhere Wettbewerbsfähigkeit. Das Prinzip der unternehmerischen Verantwortung zielt vor allem darauf ab, dass ökonomische, soziale und ökologische Faktoren eng miteinander verzahnt sind und sich wechselseitig beeinflussen. Da es gilt, diese Nachhaltigkeitsdimensionen stets im Gleichgewicht zu halten, hat die Lufthansa Group bewusst *Balance* als Titel ihres Nachhaltigkeitsberichtes gewählt – nicht zuletzt, um auch die Verantwortung für eine Welt des Ausgleichs zwischen den vielfältigen Interessen des Konzerns und seinen Anspruchsgruppen zu verdeutlichen.

So verstehen wir Corporate Responsibility

Die Lufthansa Group sieht sich den Prinzipien der unternehmerischen Verantwortung verpflichtet, die fest in ihren Werten und Führungsprinzipien verankert sind, beispielsweise im Mission Statement. In unserer Konzernstrategie haben wir uns zum Ziel gesetzt, den Unternehmenswert zu steigern, unsere führende Marktposition durch eine aktive Mitgestaltung der Luftfahrtbranche auszubauen, die Kundenzufriedenheit permanent zu steigern sowie ökonomisch und ökologisch nachhaltig zu wirtschaften. Um Corporate Responsibility in all ihren Dimensionen darzustellen und für die Stakeholder nachvollziehbar zu machen, hat der Konzern ein aus fünf Dimensionen bestehendes Modell entwickelt, das die folgenden Themenfelder umfasst: Wirtschaftliche Nachhaltigkeit, Soziale Verantwortung, Klima- und Umweltverantwortung, Corporate Governance und Compliance sowie Corporate Citizenship (siehe nebenstehende Grafik).



„ Nachhaltige Unternehmensführung ist eine wesentliche Grundlage unseres Handelns. Dabei ist es unser Ziel, mit innovativen Dienstleistungen und Produkten eine langfristig positive Wertschöpfung für unsere Aktionäre, für unsere Kunden, die Mitarbeiter und zum Wohle der Gesellschaft zu erzielen. Über seinen Ergebnisbeitrag schafft unser Zukunftsprogramm SCORE eine wichtige Voraussetzung und den nötigen Gestaltungsspielraum für nachhaltiges Handeln. “

Christoph Franz
Vorsitzender des Vorstands, Deutsche Lufthansa AG



Präsentation zum Thema Corporate Responsibility im Umweltforum der Lufthansa Group

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen unsere Kunden und ihr Mobilitätsbedarf. Um uns kontinuierlich weiterzuentwickeln, setzen wir auf langfristige Wertschöpfung, eine umsichtige Steuerung von Chancen und Risiken, ein konsequentes Management unserer Lieferketten und einen konstruktiven Dialog mit unseren Anspruchsgruppen. Unser Ziel: den Unternehmenswert durch nachhaltiges Wirtschaften zu steigern.

Corporate Governance und Compliance

Für die Lufthansa Group sind eine gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung und -kontrolle sowie die Einhaltung von Gesetzen und Regeln selbstverständlich – und sie erwartet dies auch von ihren Lieferanten. Eine offene und klare Kommunikation sorgt für Vertrauen bei Investoren, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit.

Klima- und Umweltverantwortung

Die Lufthansa Group ergreift alle Möglichkeiten, ihre spezifischen CO₂-Emissionen zu mindern, Umweltmanagementsysteme zu implementieren und auszubauen, die Ressourcen- und Energieeffizienz zu erhöhen und sich aktiv an Lärm- und Klimaforschungsprojekten zu beteiligen. Die Umwelt- und Klimaschutzziele orientieren sich an der etablierten Vier-Säulen-Strategie des Luftverkehrs (siehe Abbildung Seite 66 f.).

„ Insbesondere in Zeiten, in denen Unternehmen und Manager in der öffentlichen Kritik stehen, sind Nachhaltigkeit und Verantwortungsübernahme wichtige Werte, um Glaubwürdigkeit zu schaffen. Dies gilt für das wirtschaftliche Handeln ebenso wie bei der Beachtung ökologischer und sozialer Aspekte. Während der aktuellen Restrukturierungsprozesse ist dies eine besondere Herausforderung. Aber Nachhaltigkeit heißt in diesem Zusammenhang auch, neue Strukturen zu schaffen, um insgesamt langfristig erfolgreich bestehen zu können. “

Simone Menne
Vorstand Finanzen und Aviation Services, Deutsche Lufthansa AG



Soziale Verantwortung

Die Lufthansa Group legt hohe moralische Maßstäbe an ihr Handeln an. Die Unternehmenskultur ist geprägt von fairem Umgang mit den Mitarbeitern und Vielfalt in der Belegschaft. Die Sicherheit und Gesundheit der Beschäftigten genießen höchste Priorität – ebenso wie ein breites Weiterbildungsangebot und die Möglichkeit, Beruf und Privatleben zu vereinbaren.

Corporate Citizenship

Die Lufthansa Group unterstützt Projekte in den Bereichen Soziales, Kultur, Bildung, Umweltförderung und Sport. Darüber hinaus engagieren sich auch die Mitarbeiter des Konzerns ehrenamtlich für soziale Zwecke – unter anderem über die Organisationen HelpAlliance oder Cargo Human Care.



Regelmäßiger Austausch auf der oberen Managementebene

Eine effektive Steuerung und Kontrolle aller nachhaltigkeitsrelevanten Themen und Prozesse innerhalb der Lufthansa Group gewährleistet das Corporate Responsibility Council (CRC), das der Leiter der Konzernstrategie steuert. Dieses interdisziplinäre und bereichsübergreifende Gremium ist auf der oberen Managementebene angesiedelt und gibt den grundlegenden Rahmen für die Aktivitäten und Projekte in diesem Bereich vor. Neben dem Verantwortlichen für die Konzernstrategie gehören die Leiter der Konzernabteilungen Politik, Umweltkonzepte, Personal, Recht, Kommunikation, Investor Relations, Controlling und Corporate Sourcing dem CRC an. Das Council tagt zwei Mal im Jahr.



„ Ökonomische und ökologische Ziele haben im Luftverkehr eine hohe Zielharmonie. Die neuesten Generationen von Flugzeugen sind nicht nur sparsamer im Verbrauch und damit deutlich kostengünstiger im Betrieb, sie leisten auch einen maßgeblichen Beitrag zur Reduktion von Schadstoff- und Lärmemissionen. Lufthansa investiert wie nie zuvor in die Modernisierung ihrer Flugzeugflotte. Parallel fließen substanzielle Summen in den aktiven Lärmschutz. “

Carsten Spohr
Vorstand Lufthansa Passage, Deutsche Lufthansa AG

Dagegen konnte das Unternehmen die Mitgliedschaft im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) trotz erneut verbesserter Punktezahl nicht erreichen. Verbesserungspotenzial sahen die Bewerter vor allem in den Themengebieten Lieferkettenmanagement und gesellschaftliches Engagement. Sehr gut schnitt die Lufthansa Group hingegen in den Bereichen Effizienz sowie Umweltpolitik und Umweltmanagementsystem ab. Wir nehmen externes Feedback zu unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten stets sehr ernst und streben auf dieser Basis fortlaufend Verbesserungen an.

Darüber hinaus haben im Jahr 2012 zahlreiche weitere Institutionen die Gesellschaften der Lufthansa Group für ihre Bemühungen hinsichtlich unternehmerischer Verantwortung prämiert. Ein Überblick über die wichtigsten Highlights und Auszeichnungen im Bereich Corporate Responsibility findet sich auf den Seiten 24 und 25.

Nachhaltigkeitsaktivitäten werden honoriert

Regelmäßig evaluieren und bewerten anerkannte Nachhaltigkeitsanalysten und Rating-Agenturen die Lufthansa Group im Hinblick auf verantwortungsvolles Handeln. In der Folge konnte sich das Luftfahrtunternehmen im Jahr 2012 in mehreren Nachhaltigkeitsindizes behaupten, zum Beispiel dem FTSE4Good und dem ESI (Ethibel Sustainability Index). Zudem hat die renommierte und auf Nachhaltigkeit spezialisierte Rating-Agentur ECPI die Lufthansa Group im Berichtsjahr in zwei ihrer Indizes aufgenommen. Der Konzern beteiligt sich ferner seit dem Jahr 2006 am Carbon Disclosure Project (CDP). Diese unabhängige und weltweit aktive Investoreninitiative setzt sich dafür ein, dass Unternehmen nicht nur ihre CO₂-Emissionen offenlegen, sondern auch ihre Strategien, wie sie deren Ausstoß reduzieren wollen. Im Jahr 2012 gelang es der Lufthansa Group erneut, eine bessere Beurteilung im Vergleich zum Vorjahr zu erreichen.



Vorreiter im UN Global Compact

Die Lufthansa Group bekennt sich zu den Prinzipien des UN Global Compact, der weltweit größten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Als weltweit erster Luftfahrtkonzern ist Lufthansa der Initiative im Jahr 2002 beigetreten, die der damalige UN-Generalsekretär Kofi Annan zwei Jahre zuvor ins Leben gerufen hatte. Die teilnehmenden Unternehmen haben sich verpflichtet, ihre Geschäftstätigkeiten und Strategien an zehn universell anerkannten Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auszurichten (siehe Übersicht Seite 23).

Seitdem hat das Unternehmen zahlreiche Programme und Aktivitäten gestartet, deren Handlungsrahmen sich an den Prinzipien des UN Global Compact orientiert. Dazu zählen unter anderem das Compliance Programm (2004), das Strategische Umweltprogramm (2008) und die stärkere Verankerung des Themas Corporate Responsibility in der Einkaufsrichtlinie (2012, siehe unten). Überdies unterzeichnete der damalige Vorstandsvorsitzende der Deutschen Lufthansa AG, Wolfgang Mayrhuber, im Dezember 2008 eine internationale CEO-Erklärung zur Einhaltung und För-

derung der Menschenrechte in seinem Einflussbereich. Gleichzeitig fordert das Unternehmen seine Mitarbeiter auf, an einem eLearning-Programm zum Thema Menschenrechte auf einer UN-Internetseite teilzunehmen. Der Nachhaltigkeitsbericht *Balance* dokumentiert jeweils die jährlich erzielten Fortschritte hinsichtlich der zehn Prinzipien des UN Global Compact.

Die Lufthansa Group ist unter anderem Mitglied der Internationalen Handelskammer (ICC Deutschland), die Regeln und Standards für die Wirtschaft setzt. Beispielsweise engagiert sich die Organisation seit mehr als 30 Jahren in der Korruptionsbekämpfung und hat bereits Anfang der 1990er-Jahre eine Umweltcharta verabschiedet, die ein grundsätzliches Umdenken der Unternehmen und ihrer Verantwortung für die Umwelt zum Ausdruck bringt. Darüber hinaus ist Lufthansa Mitglied im Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik e.V. und bei Transparency International.

Noch mehr Nachhaltigkeit im Einkauf

Im Zuge einer Aktualisierung der Konzerneinkaufsrichtlinie hat die Lufthansa Group im Jahr 2012 Aspekte der unternehmerischen Verantwortung noch weiter in den Vordergrund gerückt. Nun müssen alle Lieferanten im Rahmen von Standardverträgen verschiedene Verpflichtungen aus den Bereichen soziale Verantwortung sowie Klima- und Umweltverantwortung eingehen: So haben sie die zehn Prinzipien des UN Global Compact einzuhalten und die vier Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO). Des Weiteren müssen die Zulieferer die „Leitlinien zur Umweltvorsorge“ der Lufthansa Group berücksichtigen sowie angekündigte und unangekündigte Audits durch den Luffahrtkonzern zulassen. Und schließlich haben die Geschäftspartner Lufthansa das Recht einzuräumen, die Verträge bei Verstößen gegen die eben genannten Vereinbarungen zu kündigen. Durch diese Verpflichtungen stellt die Lufthansa Group sicher, dass auch in der Lieferkette das Thema Nachhaltigkeit ernst genommen und gelebt wird.

„Neben den fachlichen Qualifikationen ist in der Lufthansa Group die ethische Grundhaltung der Führungskräfte und Mitarbeiter ein kulturprägender Faktor, der entscheidend für unseren langfristigen Unternehmenserfolg ist – mehr denn je in Zeiten, in denen wir gemeinsam tief greifende Veränderungen anstoßen.“

Stefan Lauer
Vorstand Verbund-Airlines und Konzernpersonalpolitik, Deutsche Lufthansa AG (bis 30. Juni 2013)



Die zehn Prinzipien des UN Global Compact

Menschenrechte

- Unternehmen sollen den Schutz der international verkündeten Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs gewährleisten und
- sicherstellen, dass sie nicht indirekt in Menschenrechtsverletzungen verwickelt sind.

Arbeit

- Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf kollektive Verhandlungen für ihre Beschäftigten gewährleisten,
- jede Form von Zwangsarbeit abschaffen,
- Kinderarbeit wirksam unterbinden und
- jede Diskriminierung bei Einstellung und Beschäftigung abstellen.

Umwelt

- Unternehmen sollen sich im Umgang mit Umweltproblemen am Prinzip der Vorsorge orientieren,
- Initiativen ergreifen, um ein größeres Umweltbewusstsein zu schaffen, und
- die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

Bekämpfung von Korruption

- Unternehmen sollen allen Formen von Korruption, einschließlich Erpressung und Bestechung, entgegenwirken.

 www.unglobalcompact.org



Corporate Responsibility

Highlights und Auszeichnungen* 2012

2.2.

Lufthansa Group verlängert Sporthilfe-Partnerschaft
Der Konzern bleibt für weitere vier Jahre Nationaler Förderer der Deutschen Sporthilfe.



9.3.

Positive Untersuchungsergebnisse zu Biokerosin

DLR-Wissenschaftler bestätigen Alltagstauglichkeit des biosynthetischen Kerosins, das die Lufthansa Group im regulären Flugbetrieb zwischen Hamburg und Frankfurt eingesetzt hat.



24.4.*

LSG Sky Chefs Seattle: ausgezeichnetes Umweltengagement
Der LSG Sky Chefs Betrieb in Seattle erhält den „Green Gateway Environmental Excellence Award“ in der Kategorie „umweltfreundliche Leistung“.



12.1.

Erster Transatlantik-Linienflug mit Biokraftstoff in die USA
Erstmals fliegt eine mit rund 40 Tonnen Biokerosingemisch betankte Lufthansa Boeing 747-400 von Frankfurt nach Washington D.C.



19.3.

Lufthansa Technik nimmt in Hamburg Blockheizkraftwerk in Betrieb
Die Anlage ermöglicht es dem Anbieter flugzeugtechnischer Dienstleistungen, jährlich 7.200 Tonnen CO₂-Emissionen einzusparen.



6.2.

Präsentation des Projekts „Führungskräfte-landschaft 2020“
„FK 2020“ bildet die Basis, auf der die Lufthansa Group die Vielfalt in den Führungsetagen erhöhen will.

3.4.

Gründung einer Forschungs-kooperation zur Produktion von Biokerosin
Die Deutsche Lufthansa AG arbeitet künftig eng mit der Leuphana Universität Lüneburg und dem auf Rohstoffkonzepte spezialisierten Unternehmen INOCAS zusammen. Ziel ist es, anwendungsorientierte Lösungen für eine nachhaltige Produktion von Rohstoffen für alternative Kraftstoffe zu entwickeln.



8.5.*

Lufthansa Group erhält Auszeichnung als „Gold Eco Airline of the Year“
Das US-Fachmagazin Air Transport World ehrt die Lufthansa Group für ihr Umwelt- und Nachhaltigkeits-Engagement



8.3.*

LSG Sky Chefs Hongkong: Ehrung für Reduktion der CO₂-Emissionen
Die Flughafenbehörde Hongkong (AHK) zeichnet den LSG Sky Chefs Betrieb in Hongkong mit dem „Most Effective Carbon Reduction“ Gold Award aus.



18.–25.5.

Lufthansa Festival of Baroque Music
Das Festival ist seit 28 Jahren Bestandteil des kulturellen Engagements der Lufthansa Group.



23.5.

Lufthansa CityLine erneut re Zertifiziert und revalidiert

Lufthansa CityLine wird einmal mehr ein erfolgreiches Umweltmanagement bescheinigt.



7.7.

Klimaforschung per Linienflug

Der Lufthansa Airbus A340-300 „Viersen“ sammelt seit einem Jahr atmosphärische Spurenstoffe im Dienste der Wissenschaft.

16.8.*

„Fraport Energy Award“ für LSG Sky Chefs

Die LSG Sky Chefs Frankfurt International GmbH gewinnt den Fraport Energy Award 2012 in der Kategorie „Höchste Einsparungen“.

24.5.*

AIRail weltweit beispielhaft

Die Kooperation zwischen Lufthansa und der Deutschen Bahn als „Integrated AirRail Partnership of the Year“ wurde mit dem Global AirRail Award ausgezeichnet.



8.7.*

Airline Strategy Awards: Lufthansa Group belegt ersten Platz

Die renommierte britische Fachzeitschrift Airline Business zeichnet die Lufthansa Group mit dem ersten Platz der Airline Strategy Awards in der Kategorie „Umwelt“ aus.



5.–6.6.

Forschungsprojekt burnFAIR auf der „Woche der Umwelt“ in Berlin

Auf der „Woche der Umwelt“ in Berlin präsentiert die Lufthansa Group mit burnFAIR den ersten Praxiseinsatz von Biokerosin im regulären Flugbetrieb. Zu der Veranstaltung im Garten von Schloss Bellevue hatte der Bundespräsident in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bundesstiftung Umwelt eingeladen.



5.9.*

World Savers Award für die Lufthansa Group

Zum zweiten Mal in Folge wird der Konzern für sein Nachhaltigkeits-Engagement ausgezeichnet – mit dem ersten Platz in der Rubrik „Doing it All“ bei den World Savers Awards des US-Reisemagazins Condé Nast Traveler.



31.10.*

Umweltpreis ÖkoGlobe 2012 für Lufthansa Cargo

Die Frachtfluggesellschaft erhält die Auszeichnung für die Entwicklung und den Einsatz von Leichtgewicht-Containern.



22.6.

Balance 2012 erscheint

Christoph Franz, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Lufthansa AG, stellt im Rahmen einer Pressekonferenz den Nachhaltigkeitsbericht der Lufthansa Group vor.



28.11.

Engagement für Klimaforschung

Der Lufthansa Airbus A340-600 „Leverkusen“ hat im Rahmen des Forschungsprojektes CARIBIC zwei Millionen Flugkilometer zurückgelegt.



1.8.*

Seeheim ausgezeichnet als „Certified Green Hotel“

Lufthansa Training & Conference Center Seeheim ist vom Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) für seine nachhaltige Qualität zertifiziert worden.



Stakeholder-Dialog

Kontinuierlicher Austausch mit den Anspruchsgruppen

Die Lufthansa Group legt Wert auf einen regelmäßigen und vertrauensvollen Dialog mit ihren Stakeholdern. Dazu zählen Kunden, Lieferanten, Kapitalgeber, Politik, Kommunen, Anrainer und die Wissenschaft ebenso wie die Mitarbeiter. Ihre Interessen, Erwartungen und Erfahrungen bezieht der Luftfahrtkonzern stets in sein unternehmerisches Handeln mit ein.



Die wichtigsten Stakeholder-Aktivitäten des Jahres 2012:

Expertenbefragung

Um relevante Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren und zu priorisieren, haben wir im Jahr 2012 unter 21 Stakeholdern eine Expertenbefragung durchgeführt. Dazu wurden Statuskunden, Vertreter von Nichtregierungsorganisationen, Flughafenanrainer, Investoren, Kunden, Mitarbeiter und Wissenschaftler interviewt – zumeist persönlich.

Das Spektrum der Themen umfasste alle Dimensionen unternehmerischer Verantwortung. Wie wichtig den Befragten die jeweiligen Aktivitäten der Lufthansa Group ist, konnten sie auf einer Skala von 1 (sehr wichtig) bis 6 einschätzen. Ziel war es zu erfahren, wie die Lufthansa Group aus Sicht der Stakeholder auf diesen nachhaltigkeitsbezogenen Feldern aufgestellt ist und wo der Konzern sich verstärkt engagieren sollte. Die Ergebnisse dieser Befragung liefern der Lufthansa Group wichtige Hinweise, um den Dialog mit den Anspruchsgruppen auszubauen und weiterzuentwickeln. Seit Beginn des Jahres 2013 steht mit dem neuen Format „Stichwort der Woche“ beispielsweise ein zusätzlicher Informationsdienst zu Themen aus allen Bereichen der Nachhaltigkeit auf unserer Website zur Verfügung.

 www.lufthansagroup.com/verantwortung



Kunden

Die Kunden stehen bei der Lufthansa Group stets im Mittelpunkt. Ihre Zufriedenheit ist dem Luftfahrtunternehmen ein wichtiges Anliegen. Daher misst Lufthansa Passage mithilfe des CPI (Customer Profile Index) seit mehr als einem Jahrzehnt kontinuierlich und systematisch, wie zufrieden ihre Passagiere sind. Der Index setzt sich aus Kundenbewertungen zusammen, die die gesamte Servicekette abbilden, und ermittelt so die Kundenzufriedenheit. Der Blick auf die Ergebnisse zeigt, dass sich der Wert im Jahr 2012 um 83 Punkte auf 7.731 Punkte erhöht hat. Insbesondere die Beurteilungen des Flugplans, der Pünktlichkeit, des Bodenprodukts und der generellen Einstellung zu Lufthansa Passage verbesserten sich weiter.

Im Rahmen eines „Passagiererlebnistages“ haben sich mehr als 1.000 Top-Kunden im Mai 2012 im Frankfurter A380-Wartungshangar über Lufthansa informiert. Unter anderem konnten sie sich persönlich davon überzeugen, dass die Milliardeninvestitionen in neue Flugzeuge, Dienstleistungen und Produkte sowie das Zukunftsprogramm SCORE auf ein gemeinsames Ziel einzahlen: die Position der Lufthansa Group als Nummer 1 in Europa und einer der weltweit führenden Luftfahrtkonzerne auch in Zukunft weiter auszubauen. „Stargast“ der Veranstaltung war die neue Lufthansa Boeing 747-8.



Investoren

Auch im Geschäftsjahr 2012 hat die Lufthansa Group ihre Investoren wie gewohnt zeitnah, ausführlich und sachlich informiert – und ihnen so ein aktuelles und transparentes Bild vom Konzern und von seinen Perspektiven vermittelt. Dies ist eine Grundvoraussetzung, um das Vertrauen der Aktionäre zu gewinnen und zu wahren. Vorstand und Mitarbeiter der Abteilung Investor Relations informierten auf den Quartalskonferenzen sowie auf 18 Roadshows und neun Investorenkonferenzen institutionelle Investoren über die Entwicklung der Lufthansa Group. In diesem Rahmen führten sie auch mehr als 200 Einzel- und Gruppengespräche. Darüber hinaus standen Vertreter von Investor Relations auf drei speziell für Privatanleger ausgerichteten Foren Rede und Antwort. Ergänzt wird das Angebot für Privataktionäre durch die „Aktionärsinfo“, die 2012 zweimal erschien.

Zusätzlich zu den regelmäßigen Geschäfts- und Zwischenberichten informiert die Lufthansa Group den Kapitalmarkt monatlich über die jüngste Verkehrsentwicklung der fliegenden Gesellschaften und aktuelle Themen aus dem Konzern in ihrer „Investor Info“. Ferner erhalten Fremdkapitalgeber und Anleiheinvestoren auf Wunsch mehrmals im Jahr eine „Creditor Info“ mit den für sie relevanten Informationen. Sämtliche Veröffentlichungen, Finanzberichte, Präsentationen, Hintergrundinformationen und Reden sowie aktuelle Nachrichten können Interessierte auch im Internet abrufen.

 www.lufthansagroup.com/investor-relations



„Fragen Sie Franz“ – ein Mal im Monat beantwortet der Vorstandsvorsitzende im Videointerview Fragen der Mitarbeiter zu aktuellen Themen.



„Frühstück beim Vorstand“ – in kleiner Runde steht der Vorstand im Rahmen dieser Dialogveranstaltungen Rede und Antwort.



„Vorstand im Dialog“ – bis Ende 2014 sind weltweit mehr als 50 Veranstaltungen dieser Art geplant.

Mitarbeiter

Im Berichtsjahr hat das Unternehmen die Kommunikation mit den Beschäftigten im In- und Ausland durch neue Dialogformate wie „Fragen Sie Franz“, „Frühstück beim Vorstand“ und „Vorstand im Dialog“ noch einmal intensiviert. Der Vorstand und Vertreter des erweiterten Top-Managements der Lufthansa Group stehen in einem regelmäßigen Austausch mit den Mitarbeitern, um sie über die Unternehmensentwicklung zu informieren und zugleich möglichst viel über ihre Wünsche, Erwartungen und Bedürfnisse zu erfahren.

„Fragen Sie Franz“ ist eine neue Dialogplattform im Intranet, auf der die Mitarbeiter ihre Fragen zu aktuellen Themen direkt stellen können. Ein Mal im Monat beantwortet der Vorstandsvorsitzende persönlich per Videointerview die drei wichtigsten Fragen. Das Spektrum der Themen reichte im Jahr 2012 vom Konzernprogramm SCORE über die wirtschaftliche Lage des Unternehmens und das neue Geschäftsmodell von Germanwings bis hin zu Fragen der Flottenstrategie.

Im Rahmen von „Frühstück beim Vorstand“ haben Mitarbeiter aus den verschiedenen Geschäftsfeldern die Gelegenheit, in entspannter Atmosphäre die aktuelle Lage der Lufthansa Group mit jeweils einem Vorstandsmitglied zu erörtern – und so Informationen aus erster Hand zu erhalten.

Bei „Vorstand im Dialog“ stellt sich das leitende Lufthansa Gremium den Führungskräften und Mitarbeitern eines Standortes in einer Dialogveranstaltung. Bis Ende 2014 sind insgesamt mehr als 50 Veranstaltungen dieser Art an den weltweiten Standorten des Konzerns geplant. Ziel ist es, den direkten Dialog mit den Beschäftigten zu verstärken, ihre Stimmung aufzunehmen und die Transparenz weiter zu erhöhen. Zugleich ist es dem Vorstand ein Anliegen, zum Verständnis der Strategie beizutragen und gemeinsam mit den Mitarbeitern die Zukunft des Unternehmens zu gestalten.

Gleichzeitig bildeten die etablierten, dezentralen Town Meetings an vielen Standorten auch 2012 wieder eine Plattform, auf der sich Management und Mitarbeiter der Konzerngesellschaften austauschen konnten. Entsprechende Veranstaltungen gab es unter anderem an den Standorten Berlin, Singapur und New York sowie bei Eurowings in Düsseldorf und Lufthansa Cargo in Frankfurt.

Überdies stehen die örtlichen Führungskräfte in einem regelmäßigen Dialog mit den Beschäftigten, wie das Beispiel m.i.n.d.-Lounge (Mitarbeiter – Information – Neuigkeiten – Dialog) bei Lufthansa Passage zeigt. Diese Veranstaltungsreihe bietet den operativen Mitarbeitern der Station Frankfurt einen moderierten Rundgang durch die Unternehmensstrategie, das Wettbewerbsumfeld und aktuelle Projekte. Ein persönlicher Dialog mit einem Gruppen- oder Abteilungsleiter rundet das Programm ab. Im Berichtsjahr haben rund 2.000 Beschäftigte die erste Serie mit 170 Veranstaltungen besucht.

Zusätzlich zu den Dialogformaten liefern Mitarbeiterbefragungen wichtige Stimmungsbilder hinsichtlich der Zufriedenheit der Belegschaft. Dazu zählt beispielsweise das „Employee Feedback Management“, das Lufthansa im Jahr 2012 bereits zum achten Mal umsetzte. Unter dem Motto „Ihre Meinung zählt“ haben sich wieder zahlreiche Mitarbeiter daran beteiligt (siehe „Employee Feedback Management“, Seite 58).

Politik

Einen umfassenden und fortwährenden Dialog führt die Lufthansa Group auch mit Vertretern des Bundes und der Landesregierungen. Der Konzern ist zugleich auf internationaler Ebene aktiv, um seine Position bei rechtlichen und regulatorischen Vorgaben deutlich zu machen. Darüber hinaus bringen die Experten des Luftfahrtunternehmens ihr Praxiswissen in verschiedene Projekte und Vorhaben ein wie beispielsweise den geplanten einheitlichen Luftraum über Europa.

Kommunen und Nachbarn

Einen intensiven Austausch pflegt die Lufthansa Group auch mit den Bürgermeistern und Behörden der Umlandgemeinden an ihren wichtigsten Unternehmensstandorten. So engagiert sich der Konzern beispielsweise seit dem Jahr 2008 in Frankfurt im Forum Flughafen und Region, um gemeinsam mit den beteiligten Partnern Maßnahmen für einen wirkungsvollen Schallschutz zu entwickeln (siehe „Lärm“, Seite 86 ff.).

Sichtbarer Ausdruck der Bemühungen um eine gute Nachbarschaft ist das im April 2013 neu eröffnete Informationszentrum des Umwelt- und Nachbarschaftshauses (UNH) in Kelsterbach bei Frankfurt am Main. Unter dem Titel „Protest. Mediation. Dialog. Der Frankfurter Flughafen, die Region und ihre Menschen“ wird dort die Geschichte rund um den Ausbau des Frankfurter Flughafens in all ihren Facetten aufgezeigt. Hinzu kommen interaktive Ausstellungsräume, die unter anderem die Themen Lärm und Schall, Luftverkehr und Umwelt sowie die Bedeutung des Flughafens für Wirtschaft und Arbeitsmarkt darstellen. Darüber hinaus finden im UNH künftig wechselnde thematische Schwerpunktausstellungen statt, in deren Rahmen auch Fachthemen erörtert werden. Wichtigstes Ziel ist es, die Kommunikation und die Kooperation zwischen dem Flughafen Frankfurt, seinen Nutzern und den Anwohnern kontinuierlich und nachhaltig zu verbessern. Gemeinsam mit weiteren Systempartnern unterstützt die Lufthansa Group das Projekt materiell und inhaltlich.

Systempartner, Wissenschaft und Forschung

Die Lufthansa Group steht in kontinuierlichem Austausch mit Wissenschaft und Forschung. Das Spektrum reicht von der Betreuung von Studenten und Doktoranden über die jährliche Ausrichtung des weltweiten Studenten-Wettbewerbs Lufthansa Case Challenge bis hin zu konkreten Forschungs-

kooperationen. Beispielsweise arbeitet der Konzern eng mit der ESMT European School of Management and Technology in Berlin zusammen und unterstützt über eine Stiftungsprofessur den Ausbau des Kompetenzschwerpunkts im Bereich Wettbewerb und Regulierung.

Dritte „Cargo Climate Care Conference“

Der kontinuierliche Dialog mit Kunden, Wissenschaftlern, Umweltorganisationen und Politik ist Lufthansa Cargo ein wichtiges Anliegen. Am 24. April 2013 veranstaltete der Logistikspezialist daher bereits seine dritte Umweltkonferenz. Vor dem Hintergrund der allgegenwärtigen Klimadebatte referierten und diskutierten zahlreiche Branchen-Experten über die Megatrends der Logistik und die daraus resultierenden Umweltaforderungen – unter anderem auf Grundlage einer Zukunftsstudie, die fünf Szenarien der Logistik thematisiert. Als Ort für die Veranstaltung diente das Senckenberg Naturmuseum in Frankfurt mit seiner spannenden Klimaexposition „Planet 3.0.“ Im Rahmen der Konferenz verlieh Lufthansa Cargo unter dem Motto „Mehr Ideen für weniger Emissionen“ den Cargo Climate Care Award an Kunden und Mitarbeiter, die mit ihren Innovationen und ihrem Engagement die Klimabilanz des Luftfrachtverkehrs verbessern.

Woche der Umwelt

Auf Einladung des Bundespräsidenten hat die Lufthansa Group an der „Woche der Umwelt“ im Park von Schloss Bellevue in Berlin teilgenommen. Anfang Juni 2012 präsentierte der Konzern dort sein Forschungsprojekt burnFAIR, in dessen Rahmen ein Lufthansa Airbus sechs Monate lang den Einsatz von Biokerosin im Linienverkehr erprobt hatte (siehe „Einsatz von Biofuel bietet Perspektiven“, Seite 76 f.).



Interaktiver Ausstellungsraum im Informationszentrum des Umwelt- und Nachbarschaftshauses

Die Flotte der Lufthansa Group

Milliarden für leisere und effizientere Flugzeuge

Flugzeuge sind das wichtigste Produktionsmittel der Lufthansa Group. Eine zeitgemäße und gut strukturierte Flotte ist die Basis für wirtschaftlichen Erfolg, denn sie sichert die Wettbewerbsfähigkeit des Luftfahrtkonzerns. Moderne Flugzeuge erhöhen den Komfort für die Passagiere und verringern durch ihre Effizienz die Treibstoff- und Betriebskosten sowie die Umweltauswirkungen des Fliegens, da sie weniger CO₂ emittieren und deutlich leiser sind.

Die Lufthansa Group arbeitet kontinuierlich daran, ihre Flotte zu modernisieren, und hat in den vergangenen Jahren bereits zahlreiche neue, Kraftstoff sparende Flugzeugmodelle wie den Airbus A380 oder zuletzt die Boeing 747-8 in Dienst gestellt. Zudem hat der Aufsichtsrat am 13. März 2013 den Kauf von insgesamt 108 weiteren neuen Flugzeugen für den Konzern beschlossen: sechs Boeing 777-300ER für die Lufthansa Tochter SWISS sowie zwei Airbus A380, 30 Airbus A320ceo (Current Engine Option) und 70 Airbus A320/A321neo (New Engine Option) für Lufthansa Passage.

Damit erwartet die Lufthansa Group bis Ende 2025 die Auslieferung von insgesamt 236 Flugzeugen mit einem Bestellvolumen von 22 Milliarden Euro (Listenpreise) – die größte Flotteninvestition in der Unternehmensgeschichte.



Lufthansa Airbus A380

Die bestellten Flugzeuge decken den Wachstums- und Ersatzbedarf im Kurz- und Mittelstreckenbereich bis 2025 ab. „Wir passen unsere Flotte stets vorausschauend an, um bestehende Märkte zu sichern und neue zu erschließen“, erklärt Nico Buchholz, Leiter Konzernflotten-Management der Lufthansa Group. „Durch die Flottenerneuerung können wir uns im wettbewerbsintensiven Passagiergeschäft erfolgreich positionieren, weiter wachsen und zugleich wirtschaftlicher und umweltschonender fliegen.“

Gemeinsame Spezifikationen senken Kosten

Bei der Ausstattung der Flugzeuge beziehungsweise der Kabine plant der Luftfahrtkonzern künftig einheitliche Grundstandards für seine fliegenden Gesellschaften. Diese Bündelung der Interessen und der Kaufkraft bringt Kostenvorteile unter anderem bei der Bestellung von Flugzeugen und Ersatzteilen. Zudem können die notwendigen Wartungsprozesse angeglichen werden. Die gemeinsam im Konzern abgestimmte Basisversion eines Flugzeugs soll den einzelnen Group-Airlines künftig als Grundlage für individuelle Detailspezifikationen dienen, die aus Flexibilitätsgründen aber so wenig wie möglich voneinander abweichen sollen.

Bestand von 627 Flugzeugen

Im Jahr 2012 hat die Lufthansa Group 41 Flugzeuge neu in Dienst gestellt. Zum 31. Dezember 2012 hatte die Konzernflotte einen Bestand von 627 Flugzeugen. Hierzu gehört das Fluggerät von Lufthansa Passage (inklusive Germanwings und Regionalpartnern), SWISS, Austrian Airlines und Lufthansa Cargo. Alle Flugzeuge der Lufthansa Group werden kontinuierlich hinsichtlich Lärm und Kraftstoffverbrauch optimiert.



Bundeskanzlerin Angela Merkel, Ministerpräsident Matthias Platzeck und Lufthansa Group Chef Christoph Franz (u. a.) bei der Taufe der Boeing 747-8 „Brandenburg“ auf der Internationalen Luft- und Raumfahrtausstellung (ILA) 2012. Traditionell werden die Flugzeuge der Lufthansa Flotte auf die Namen deutscher Städte und Bundesländer getauft. Mit der Indienststellung des Lufthansa Airbus A380 im Jahr 2010 wurden erstmals auch internationale Metropolen zu Patenstädten.

Aktuelle Entwicklungen bei den Konzerngesellschaften im Überblick:

Lufthansa Passage

Lufthansa Passage investiert weiterhin erheblich in die Flottenmodernisierung. Im Jahr 2012 erhielt die Airline unter anderem zwei weitere Airbus A380 sowie die ersten vier Boeing 747-8 von den Herstellern. Zugleich hat die Fluggesellschaft den neuen, komplett flachen Business-Class-Sitz auf der Boeing 747-8 sowie auf Neuauslieferungen des Airbus A330-300 eingeführt.

Boeing 747-8 – die „Königin der Lüfte“

Als erste Airline weltweit hat Lufthansa Passage am 1. Juni 2012 den Linienbetrieb der neuen Boeing 747-8 gestartet, die enthusiastisch auch „Königin der Lüfte“ genannt wird. Die Boeing 747-8 ist ein vollkommen neu entwickeltes Flugzeug, das auf den positiven Eigenschaften der 747-Reihe von Boeing basiert, die sich bei Lufthansa seit mehr als 40 Jahren bewährt. Die Flügel weisen eine deutlich verbesserte Aerodynamik auf und haben neu entwickelte Tragflächenenden.

Zudem bietet das Flugzeug spürbare Verbesserungen hinsichtlich der Umweltauswirkungen: Die GENx-2B67-Triebwerke beispielsweise verbrauchen weniger Kerosin und erreichen bei Treibstoffeffizienz und CO₂-Emission pro Passagier eine Verbesserung um 15 Prozent. Dank der sägezahnartigen Düsenaustrittskanten der neu entwickelten Motoren sind zudem die Geräuschemissionen im Vergleich zum Vorgängermodell um 30 Prozent geringer. Diese sogenannten Chevron-Düsen bewirken eine bessere Durchmischung der turbulenten Scherschicht, der Luftschicht zwischen dem heißen, schnellen Abgasstrahl

aus dem Triebwerksinneren und dem kalten Neben-Strom, der den Triebwerkskern umströmt. Zusätzlich dazu kommt bei diesem Triebwerk das Sägezahnkonzept auch an der äußeren Austrittskante zum Einsatz, um auch die dort entstehenden Lärmemissionen zu vermindern. Lufthansa war bereits an der Entwicklung dieser Lärm mindernden Düsen beteiligt: Schon im Jahr 2001 hatte die Airline zusammen mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt durch Überflugmessungen gezeigt, dass eine gezahnte Düsenaustrittskante den Strahlärm eines Airbus A319-Triebwerks um etwa 1 dB(A) reduziert.

Weiterer Vorteil der Boeing 747-8 im Vergleich zum Vorgängermodell sind die geringeren Wartungskosten. Insgesamt hat Lufthansa 19 dieser neuen Langstreckenflugzeuge bestellt.

A320, A320neo und A321neo im Anflug

Bis Anfang 2015 wird Lufthansa Passage ferner 22 neue Airbus A320 erhalten, von denen der erste bereits am 27. Februar 2013 ausgeliefert wurde. Alle Flugzeuge dieses Typs sind mit sogenannten Sharklets ausgestattet. Diese nach oben gebogenen Flügelspitzenverlängerungen senken den auftriebsabhängigen Widerstand an den Flügelenenden – also dort, wo sich der Überdruck der Tragflächenunterseite und der Unterdruck der Oberseite ausgleichen und zu Verwirbelungen führen, den sogenannten Wirbelschleppen. Stattdessen entstehen nur noch relativ kleine Randwirbel. Die Airline kalkuliert, dass eine A320 mit Sharklets je nach Streckenlänge Treibstoffeinsparungen von bis zu vier Prozent und einen entsprechend verringerten CO₂-Ausstoß bringt. Da sich die Treibstoffersparnis vor allem im Reiseflug einstellt, wird die Verkehrsleitung der Lufthansa die mit Sharklets ausgestatteten A320 vor allem auf längeren Europa-Routen einsetzen.



Flottenmodernisierung bei Lufthansa CityLine: Die Flugzeuge vom Typ Embraer 190/195 punkten mit niedrigen Emissionswerten.

**Lufthansa CityLine:
Embraer 190/195 ersetzen Avro RJ85**

Lufthansa CityLine hat sich nach 18 Jahren von ihrer Avro-Flotte verabschiedet: Am 27. August 2012 trat der letzte von ehemals 18 Avro RJ85 seinen finalen Linienflug an. Den Avro mit 93 Sitzplätzen ersetzt die Airline durch die Embraer 190/195. Dieses hochmoderne zweistrahlige Flugzeug mit 100 bis 120 Sitzen zeichnet sich durch hohe Treibstoffeffizienz, niedrige Emissionswerte und eine geringere Lärmentwicklung aus. Es benötigt nur noch wenig mehr als drei Liter Kerosin pro Fluggast auf 100 Kilometer – ein für Regionalflugzeuge extrem niedriger Verbrauch. Mit der Avro-Ausflottung ist Lufthansa CityLine bei der Modernisierung der Flotte einen wichtigen Schritt vorangekommen.

Die Lufthansa Tochter fokussiert sich seit September 2012 auf die Drehkreuze Frankfurt und München. Die einstige Flottenvielfalt hat sich auf Flugzeuge vom Typ Embraer und Bombardier CRJ reduziert. Dies verkleinert den organisatorischen und operativen Aufwand im Flugbetrieb und in der Technik – wodurch auch die Betriebskosten sinken.



SWISS erhält ab 2014 die äußerst effizienten Flugzeuge der C-Serie von Bombardier.



Airbus A319 von Germanwings

Germanwings: „Höchst zuverlässiger“ Airbus-Betreiber

Die Lufthansa Tochtergesellschaft Germanwings betreibt eine reine Airbus A319-Flotte. Der Flugzeughersteller Airbus hat die Airline für die „Höchste Zuverlässigkeit aller Airbus-Betreiber“ in der Kategorie Airbus A319 ausgezeichnet. Anfang 2013 hat die Fluggesellschaft vier neue Airbus A319 erhalten. Zwei weitere Flugzeuge dieses Typs gehen der Flotte 2014 zu.

SWISS: A330-300 ersetzen A330-200

SWISS hat im Jahr 2012 weitere Langstreckenflugzeuge vom Typ Airbus A330-200 durch die größeren und effizienteren A330-300 abgelöst. Diese verbrauchen rund elf Prozent weniger Kerosin als die Vorgängermodelle. SWISS wird künftig insgesamt 15 A330-300 einsetzen. Darüber hinaus erhält die Fluggesellschaft ab 2014 insgesamt 30 Flugzeuge der C-Serie von Bombardier, die die bisher genutzten Regionalflugzeuge vom Typ Avro RJ100 ersetzen werden.

Austrian Airlines: Homogene A320-Flotte als Ziel

Die Austrian Airlines Group treibt die Vereinheitlichung ihrer Mittelstreckenflotte weiter voran: In Zukunft wird die österreichische Fluggesellschaft über eine homogene A320-Flotte im Kontinentalverkehr verfügen. Darüber hinaus hat die Airline im Frühjahr 2013 ihre Flugzeuge vom Typ Boeing 737 vollständig ausgeflottet. Ihren Flugbetrieb hat Austrian Airlines indes in der hundertprozentigen Tochtergesellschaft Tyrolean Airways gebündelt und fliegt daher nun „operated by Tyrolean“.



Lufthansa Cargo erhält fünf Frachtflugzeuge vom Typ Boeing 777F.



Boeing 777 der Lufthansa Tochter Austrian Airlines

Lufthansa Cargo: Boeing 777F kommt Ende 2013

Lufthansa Cargo erhält Ende 2013 die ersten beiden Boeing 777F. Drei weitere werden in den Jahren 2014 und 2015 ausgeliefert. Die Boeing 777F gilt als das modernste, effizienteste und leiseste Frachtflugzeug ihrer Klasse. Insbesondere auf Langstreckenflügen bietet sie laut Hersteller eine größere Effizienz und Kapazität als jeder andere Frachter mit zwei Triebwerken.

Die Flotte der Lufthansa Group

Stand 31.12.2012

(Veränderung gegenüber 2011)

	Bestand ¹		Alter ¹		in Operation ²		Alter ²	
Lufthansa	360	(+ 5)	10,9	(- 0,6)	276	(+ 1)	12,2	(- 1,0)
Lufthansa CityLine	34	(- 7)	9,3	(- 0,3)	60	(+ 3)	5,6	(- 0,7)
Air Dolomiti	6	(± 0)	11,2	(+ 1,0)	16	(± 0)	8,3	(+ 0,2)
Augsburg Airways	0	(± 0)	0,0	(± 0)	14	(± 0)	8,0	(+ 1,4)
Contact Air	0	(± 0)	0,0	(± 0)	2 ³	(- 6)	22,4	(+ 4,6)
Eurowings	1	(- 4)	10,0	(+ 0,5)	23	(± 0)	2,7	(+ 1,0)
Germanwings	32	(+ 2)	7,0	(+ 0,6)	32	(+ 2)	7,0	(+ 0,6)
SWISS (inklusive Edelweiss Air)	92	(- 1)	11,8	(+ 0,3)	91	(+ 5)	11,8	(+ 0,3)
Austrian Airlines	84	(- 4)	13,5	(+ 1,0)	78	(- 3)	13,6	(+ 1,0)
Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe	609	(- 9)			592	(+ 2)		
Lufthansa Cargo	18	(± 0)	14,7	(+ 1,0)	18	(± 0)	14,7	(+ 1,0)
Geschäftsfeld Logistik	18				18			
Lufthansa Group	627	(- 9)	11,2	(- 0,1)	610	(+ 2)	11,0	(- 0,3)

1 Im Bestand des Konzerns befindliches Gerät

2 Im Dienst des Konzerns befindliches Gerät

3 Der Einsatz der beiden Fokker 100 für SWISS endete im Januar 2013.

Die operative Flotte der Lufthansa Group

Lufthansa und Regionalpartner



LH: 10 Flugzeuge, 526 Sitze, 12.000 km Reichweite

Airbus A380-800



LH: 4 Flugzeuge, 362 Sitze, 13.100 km Reichweite

Boeing 747-8



LH: 19 Flugzeuge, 352 Sitze, 12.500 km Reichweite

Boeing 747-400



LH: 24 Flugzeuge, 306 Sitze, 12.600 km Reichweite

Airbus A340-600



LH: 22 Flugzeuge, 266 Sitze, 11.100 km Reichweite

Airbus A340-300



LH: 18 Flugzeuge, 221 Sitze, 10.000 km Reichweite

Airbus A330-300



LH: 59 Flugzeuge, 200 Sitze, 2.900/4.350 km Reichweite

Airbus A321-100/200



LH: 49 Flugzeuge, 168 Sitze, 3.020 km Reichweite

Airbus A320-200



LH: 35 Flugzeuge, 138 Sitze, 3.260 km Reichweite

Airbus A319-100



LH: 22 Flugzeuge, 120 Sitze, 1.950 km Reichweite

Boeing 737-500



LH: 14 Flugzeuge, 140 Sitze, 2.000 km Reichweite

Boeing 737-300



CL: 19 Flugzeuge, 120 Sitze, 2.450 km Reichweite
EN: 6 Flugzeuge, 120 Sitze, 2.450 km Reichweite
IQ: 5 Flugzeuge, 120 Sitze, 2.450 km Reichweite

Embraer 195



CL: 9 Flugzeuge, 100 Sitze, 3.390 km Reichweite

Embraer 190



IQ: 9 Flugzeuge, 76 Sitze, 1.020 km Reichweite

DHC 8-400



CL: 12 Flugzeuge, 90 Sitze, 2.260 km Reichweite
EW: 23 Flugzeuge, 90 Sitze, 2.260 km Reichweite

CRJ900



CL: 20 Flugzeuge, 70 Sitze, 2.310 km Reichweite

CRJ700



EN: 10 Flugzeuge, 64 Sitze, 900 km Reichweite

ATR72-200

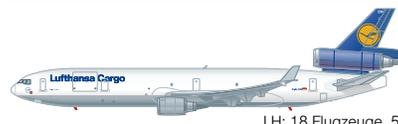
Germanwings



4U: 32 Flugzeuge, 150 Sitze, 3.500 km Reichweite

Airbus A319-100

Lufthansa Cargo



LH: 18 Flugzeuge, 516 m³/89,4t, 7.000 km Reichweite

Boeing MD-11F

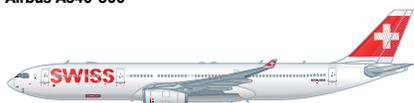
SWISS und Edelweiss Air

Austrian Airlines



LX: 15 Flugzeuge, 219 Sitze, 10.500 km Reichweite

Airbus A340-300



LX: 13 Flugzeuge, 236 Sitze, 8.400 km Reichweite

Airbus A330-300



LX: 7 Flugzeuge, 200¹ Sitze, 3.200 km Reichweite

Airbus A321-100/200



LX: 23 Flugzeuge, 168¹ Sitze, 3.650 km Reichweite

Airbus A320-200



LX: 7 Flugzeuge, 138¹ Sitze, 3.000 km Reichweite

Airbus A319-100



LX: 20 Flugzeuge, 97 Sitze, 3.000 km Reichweite

Avro RJ100



WK: 1 Flugzeug, 332 Sitze, 10.000 km Reichweite

Airbus A330-300



WK: 1 Flugzeug, 285 Sitze, 11.500 km Reichweite

Airbus A330-200



WK: 4 Flugzeuge, 168¹ Sitze, 4.950 km Reichweite

Airbus A320-200



OS: 4 Flugzeuge, 309¹ Sitze, 11.500 km Reichweite

Boeing 777-200



OS: 6 Flugzeuge, 240¹ Sitze, 9.800 km Reichweite

Boeing 767-300



OS: 6 Flugzeuge, 200 Sitze, 2.360/3.500 km Reichweite

Airbus A321-100/200



OS: 13 Flugzeuge, 174¹ Sitze, 4.300 km Reichweite

Airbus A320-200



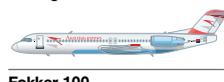
OS: 7 Flugzeuge, 138 Sitze, 4.500 km Reichweite

Airbus A320-200



OS: 4 Flugzeuge, 184 Sitze, 4.680 km Reichweite

Airbus A319-100



OS: 15 Flugzeuge, 100 Sitze, 2.000 km Reichweite

Boeing 737-800



OS: 9 Flugzeuge, 80 Sitze, 2.085 km Reichweite

Fokker 100



OS: 14 Flugzeuge, 76 Sitze, 1.630 km Reichweite

Fokker 70

DHC 8-400

Reichweitenangaben generell bei maximaler Passagierzahl respektive Zuladung. Anzahl der Flugzeuge in Operation zum 31.12.2012

1 max. Sitze, abweichende Versionen im Einsatz

Legende

- 4U = Germanwings
- CL = Lufthansa CityLine
- EN = Air Dolomiti
- EW = Eurowings
- IQ = Augsburg Airways
- LH = Lufthansa, Lufthansa Cargo
- LX = SWISS
- OS = Austrian Airlines
- WK = Edelweiss Air



STAR ALLIANCE

SCORE 
Change for Success

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Die Lufthansa Group setzt auf die langfristige Steigerung des Unternehmenswertes durch nachhaltiges Wirtschaften. Mit unserem Zukunftsprogramm SCORE wollen wir das operative Ergebnis bis 2015 nachhaltig auf 2,3 Milliarden Euro verbessern. Das erfordert Effizienzsteigerungen auf allen Ebenen und in allen Geschäftsfeldern. Gleichzeitig investieren wir in eine wettbewerbsfähige Infrastruktur und innovative Produkte.



Konzernstrategie

Zukunftsprogramm SCORE auf Kurs

Das Zukunftsprogramm „SCORE – Change for Success“ der Lufthansa Group ist auf Kurs – und hat im Jahr 2012 sogar deutlich über Plan gelegen. Mittlerweile besteht SCORE aus mehr als 2.500 Einzelprojekten, von denen rund 800 bereits umgesetzt sind. Sie alle vereint das Ziel, Kosten zu senken, Erlöse zu steigern und vor allem Prozesse zu optimieren. Damit schafft der Konzern die Voraussetzung, um auch künftig aktiv Zukunft zu gestalten.



SCORE hilft der Lufthansa Group, auch in Zukunft profitabel zu wachsen und Gestaltungsspielraum für Investitionen in eine moderne Flotte und innovative Produkte zu haben. Dies sichert die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens und somit langfristig Arbeitsplätze. Zudem wird der gesamte Konzern auf diese Weise effizienter, schneller und agiler im Markt und gleichzeitig attraktiver für Kunden, Investoren und Mitarbeiter. Das Zukunftsprogramm ermöglicht es der Lufthansa Group, Veränderungen in der Branche aus einer Position der Stärke heraus zu gestalten.

Dazu soll SCORE das operative Ergebnis bis 2015 nachhaltig auf 2,3 Milliarden Euro verbessern. „Das Zukunftsprogramm SCORE macht die Lufthansa Group stark. Diese Stärke brauchen wir, um umfangreiche Investitionen für unsere Kunden zu tätigen und die Veränderungen in der Airline-Branche aktiv mitzugestalten“, erläutert Christoph Franz, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG.

SCORE bedeutet im Englischen so viel wie „etwas erreichen“ beziehungsweise „punkten“. Der Programmname setzt sich zugleich aus den Anfangsbuchstaben der englischen Bezeichnung der Handlungsfelder zusammen, auf die sich SCORE konzentriert: Synergien (Synergies), Kosten (Costs), Organisation (Organization), Erlöse (Revenue) und Durchführung/Umsetzung (Execution).

Das SCORE-Programm ist auf drei Ebenen ausgerichtet: übergreifende Konzernprojekte, gemeinsame Projekte der Airlines der Lufthansa Group (Passage Airline Gruppe) sowie Projekte in einzelnen Gesellschaften. Jedes Vorhaben durchläuft fünf Phasen, die von der Konzeption, Evaluierung und Detailplanung über die Umsetzung bis hin zur Erfolgsmessung reichen. Über den sogenannten SCORE-Tracker können die Beteiligten stets den Status der entsprechenden Projekte verfolgen.

Übergreifende Konzernprojekte

Im Rahmen von SCORE plant die Lufthansa Group unter anderem, administrative Tätigkeiten in den Bereichen Finanzen, Einkauf und Personalwesen zu bündeln sowie insgesamt effizientere Prozesse in der Verwaltung des Konzerns einzuführen. Beispielsweise arbeitet das Unternehmen daran, Buchungs- und Abrechnungssysteme im Rechnungswesen sowie Bestellverfahren im Einkauf konzernweit zu vereinheitlichen, um Kosten zu senken.

Weltweit wird das Luftfahrtunternehmen im SCORE-Zeitraum 3.500 Arbeitsplätze in der Administration abbauen. Von diesen Veränderungen sind besonders die Standorte Köln, Norderstedt und Hamburg betroffen. So ist geplant, die Kölner Hauptverwaltung mit circa 365 Arbeitsplätzen bis Ende des Jahres 2017 zu schließen. Im gleichen Zeitraum soll der Standort der Lufthansa Revenue Services GmbH in Norderstedt aufgelöst werden, wovon etwa 350 Arbeitsplätze betroffen sind. Zudem beabsichtigt Lufthansa, 80 Prozent der rund 200 Arbeitsplätze der Konzernverwaltung im Bereich Financial Services am Standort Hamburg in ein spezialisiertes Dienstleistungszentrum zu überführen. Das Management diskutiert und berät diese Pläne mit den Arbeitnehmervertretern, um sozialverträgliche Lösungen für die betroffenen Mitarbeiter zu finden.

„SCORE schafft die Grundlage für nachhaltiges Wachstum und langfristig sichere Arbeitsplätze – aber dafür muss die Lufthansa Group auch ihre Personalkosten signifikant senken. Die geplanten Schritte sind schmerzhaft, aber an ihnen führt kein Weg vorbei. Denn es liegt unbestritten auch in der Verantwortung des Vorstands, das ganze Schiff im Auge zu behalten. Wir haben die Verantwortung für weltweit rund 117.000 Mitarbeiter“, sagt Christoph Franz.

Gemeinsame Projekte der Airlines

Die Fluggesellschaften der Lufthansa Group arbeiten unter anderem in einem SCORE-Projekt daran, ihre Flugzeugmuster in Zukunft stärker zu harmonisieren. In enger Abstimmung entwickeln die Abteilungen Flugzeugeinkauf, Technik und Marketing derzeit eine Grundspezifikation für Flugzeuge und Kabine, auf deren Basis die einzelnen Airlines ihre Detailspezifikationen festlegen können. Diese Bündelung bringt nicht nur Kostenvorteile bei der Bestellung von

Flugzeugen und Ersatzteilen – die notwendigen Wartungsprozesse können ebenfalls angeglichen werden (siehe „Milliarden für leisere und effizientere Flugzeuge“, Seite 30 ff.).

Aber auch auf anderen Feldern vertiefen die Konzerngesellschaften derzeit ihre Zusammenarbeit und organisieren verstärkt gemeinsame Projekte. Bestes Beispiel für eine erfolgreiche Kooperation der Group-Airlines ist der Aufbau einer Abteilung für das konzernübergreifende SCORE-Projekt Fuel Efficiency (siehe „Treibstoffeffizienz: Jeder Tropfen zählt“, Seite 71 ff.) Ferner überprüfen die Fluggesellschaften, wie sie Doppelstrukturen im Vertrieb und an den Stationen abbauen und gemeinsame Bodenprozesse definieren können.



Solides Ergebnis in schwierigem Umfeld

Die Lufthansa Group hat ihren Umsatz im Geschäftsjahr 2012 um 4,9 Prozent auf 30,1 Milliarden Euro gesteigert. Das operative Ergebnis des Konzerns lag 2012 mit 524 Millionen Euro um 36,1 Prozent unter dem des Vorjahres. Hauptgrund für den Ergebnisrückgang waren die gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Milliarden Euro gestiegenen Treibstoffkosten.

Die breite strategische Aufstellung der Lufthansa Group wirkte sich erneut positiv und stabilisierend auf das Gesamtergebnis 2012 aus: Alle Service-Geschäftsfelder steigerten ihr operatives Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr.

Das Zukunftsprogramm SCORE lieferte im ersten Jahr einen Ergebnisbeitrag von 618 Millionen Euro – rund 300 Millionen Euro mehr als geplant. Die verbesserte Nutzung von Synergien im Einkauf, aufeinander abgestimmte Flugpläne der Fluggesellschaften, Kapazitätsanpassungen oder niedrigere Personalkosten durch effizientere Prozesse in der Administration haben dazu ebenso beigetragen wie zahlreiche Maßnahmen, die vor dem offiziellen Start von SCORE initiiert worden waren, ihre positive Wirkung auf das Ergebnis jedoch erst im Jahr 2012 entfalteten. Weitere Informationen finden Sie im Geschäftsbericht 2012.

www.lufthansagroup.com/investor-relations

Projekte in einzelnen Gesellschaften

Lufthansa Passage will mit zahlreichen SCORE-Projekten ihre Wirtschaftlichkeit dauerhaft stärken. Dazu soll beispielsweise das Langstreckengeschäft durch den Einsatz modernerer Flugzeuge noch profitabler als bisher werden. Außerdem stellt die Fluggesellschaft die Strukturen und Prozesse in allen Bereichen am Boden auf den Prüfstand, unter anderem in der Verwaltung und in der Abfertigung. Einmal umgesetzt, sorgen die SCORE-Maßnahmen dafür, dass das Unternehmen deutlich schneller auf sich ändernde Marktbedingungen und Kundenanforderungen reagieren kann.

Darüber hinaus hat Lufthansa Passage ihre Europaverkehre außerhalb der Drehkreuze Frankfurt und München seit dem 1. Januar 2013 kommerziell und organisatorisch mit Germanwings in einer Gesellschaft auf Basis der Germanwings GmbH zusammengeführt. Bislang hatten beide Airlines innerdeutsche und europäische Direktflüge im Programm. Die aufgewertete „neue“ Germanwings positioniert sich nun unter dem Motto „günstig, aber nicht billig“ als Qualitätsanbieter im Low-Cost-Segment. Mit dieser strategischen Weichenstellung hat Lufthansa die Voraussetzung geschaffen, im Europaverkehr wieder profitabel zu fliegen.



Die „neue“ Germanwings positioniert sich als Qualitäts-Airline im Low-Cost-Segment.

Neue Dialogformate zur Information der Mitarbeiter

Großen Wert legt der Konzern zudem darauf, den Mitarbeitern umfassend zu erläutern, warum SCORE notwendig ist. „Der Dialog steht für mich ganz oben“, betont Christoph Franz. Um den Beschäftigten die Hintergründe des Zukunftsprogramms darzulegen, hat das Unternehmen verschiedene neue Kommunikationsformate etabliert (siehe „Kontinuierlicher Austausch mit den Anspruchsgruppen“, Seite 26 ff.).

Zusätzlich engagieren sich seit September 2012 auf Wunsch auch Vertreter der konzernweiten SCORE-Teams in Abteilungsbesprechungen. Mit dem Format „Book a SCORE member“ haben die SCORE-Experten seitdem auf rund 50 Veranstaltungen mehr als 1.600 Mitarbeiter persönlich erreicht und deren Fragen direkt beantwortet. Das Dialogangebot bleibt im Jahr 2013 in gewohnter Form bestehen und ist künftig auch als Web-Konferenz buchbar. Auf diese Weise lassen sich auch Stationen außerhalb Deutschlands sowie Teams, die auf mehrere Standorte verteilt sind, auf einfache und schnelle Weise erreichen.



Besprechung im Rahmen des SCORE-Projekts zur Harmonisierung der Flugzeugkabine

Führungs- und Unternehmensstruktur

Lufthansa ist eine deutsche Aktiengesellschaft mit Sitz in Köln. Sie weist die in Deutschland übliche zweigeteilte Leitungs- und Überwachungsstruktur auf. Der Vorstand führt das Unternehmen in eigener Verantwortung, richtet es strategisch aus und sorgt dafür, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Der Aufsichtsrat bestellt, berät und überwacht den Vorstand. Die Deutsche Lufthansa AG erfüllt zwei Funktionen: Sie ist Obergesellschaft und gleichzeitig die größte operative Einzelgesellschaft des Konzerns.

Aktionärsstruktur

Die Lufthansa Aktie wird seit 1966 an den deutschen Wertpapierbörsen gehandelt. Sie ist im Deutschen Aktienindex DAX vertreten und gehört zum Prime Standard der Deutschen Börse. Lufthansa erfüllt die damit verbundenen hohen internationalen Transparenzanforderungen. Das Grundkapital der Lufthansa ist in 459,9 Millionen vinkulierte Namensaktien eingeteilt, die von rund 352.000 Aktionären gehalten werden. Die Aktien der Lufthansa haben sich zum Jahresende 2012 zu 100 Prozent in Streubesitz befunden. 40,1 Prozent des Grundkapitals lagen in Händen von Privataktionären, 59,9 Prozent wurden von institutionellen Investoren gehalten. Der Anteil deutscher Aktionäre belief sich auf 66,0 Prozent. Um die internationalen Luftverkehrsrechte und die Luftverkehrsbetriebsgenehmigung aufrechtzuerhalten, muss das Unternehmen jederzeit nachweisen können, dass sich die Lufthansa Aktien mehrheitlich in deutscher Hand befinden.

Corporate Governance und Compliance

In der Lufthansa Group kommt Corporate Governance zum Ausdruck durch eine verantwortungsbewusste und auf nachhaltige Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensleitung und -kontrolle, die hohen internationalen Standards entspricht. Sie ist von zentraler Bedeutung für erhöhte Transparenz gegenüber Aktionären und die kontinuierliche Steigerung des Vertrauens in die Unternehmensführung. Das deutsche Aktiengesetz und der Deutsche Corporate

Governance Kodex sind dabei wesentliche Grundlagen. Die Deutsche Lufthansa AG entspricht im Wesentlichen den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Die begründete Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex finden Sie im Geschäftsbericht 2012 auf Seite 24 ff.

Darüber hinaus ist das Unternehmen freiwillig im gemeinsamen EU-Transparenzregister von Europäischer Kommission und Europäischem Parlament eingetragen. Ziel des im Juni 2011 eingerichteten öffentlichen Registers ist es, die Transparenz von Entscheidungsprozessen in der EU zu erhöhen und sicherzustellen, dass Interaktionen zwischen EU-Institutionen und Organisationen, Verbänden und Unternehmen gesetzeskonform und auf Basis ethischer Grundsätze erfolgen. Ende 2012 waren bereits mehr als 5.000 Interessenvertreter registriert.

Das Lufthansa Compliance Programm

Compliance beschreibt alle Maßnahmen, die das rechtmäßige Verhalten von Unternehmen, ihren Leitungsorganen und ihren Mitarbeitern im Hinblick auf die Einhaltung von Gesetzen gewährleisten. Mit dem im Jahr 2004 eingeführten Lufthansa Compliance Programm sollen Mitarbeiter vor Gesetzesverstößen bewahrt und gleichzeitig in der Anwendung und Auslegung von Gesetzen trainiert werden. Denn als global operierender Luftfahrtkonzern steht die Lufthansa Group für fairen Wettbewerb, Integrität und verantwortungsvolles Handeln. Die Compliance Richtlinien stehen im Einklang mit bereits vorhandenen Leitlinien, Programmen und Arbeitsordnungen der Lufthansa Group.

Organisation

Für die Implementierung, Weiterentwicklung und Kommunikation des Lufthansa Compliance Programms ist das am 1. Oktober 2007 in der zentralen Rechtsabteilung eingerichtete Compliance Office zuständig. Darüber hinaus haben die Konzerngesellschaften Compliance Beauftragte und Compliance Manager ernannt. Das Compliance Office koordiniert die Aufklärung Compliance relevanter Sachverhalte und ist Anlaufstelle für Kartell- und Ermittlungsbehörden, mit denen Lufthansa uneingeschränkt kooperiert. Kernbestandteil des Lufthansa Compliance Programms sind die Compliance Richtlinien. Diese internen Vorschriften zeigen Mitarbeitern einen verbindlichen Handlungsrahmen auf, um einen einheitlichen und rechtskonformen Außenaustritt von Lufthansa zu gewährleisten. Lufthansa ist nicht bereit, etwaige Gesetzesverstöße ihrer Mitarbeiter hinzunehmen. Schuldhaftige Rechtsverletzungen führen zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen und können eine persönliche Haftung begründen.

Das Lufthansa Compliance Programm setzt sich zurzeit aus den Bausteinen Competition (Wettbewerb), Kapitalmarkt, Integrity (Integrität) und Corporate Compliance zusammen.

Competition Compliance

Das Modul Competition Compliance macht die Beschäftigten mit den einschlägigen Vorschriften des Kartellrechts vertraut, um kartellrechtliche Risiken für Lufthansa zu minimieren beziehungsweise auszuschließen. Dabei werden alle Mitarbeiter, die mit kartellrechtlich relevanten Sachverhalten in Berührung kommen, über grundlegende Bestimmungen des europäischen und nationalen Kartellrechts geschult.

Kapitalmarkt Compliance

Das Modul Kapitalmarkt Compliance verschafft einen Überblick über die geltenden kapitalmarktrechtlichen Vorschriften, zum Beispiel zum Insiderrecht oder zur Ad-hoc-Publizität. Auf diese Weise und mittels entsprechender Trainings erhalten alle betroffenen Mitarbeiter und Organe einen vertieften Einblick in die Vorschriften des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG).

Integrity Compliance

Mit dem Modul Integrity Compliance dokumentiert Lufthansa ihre Einstellung zu rechtskonformem Verhalten im geschäftlichen Verkehr. Die Verpflichtung zu korruptionsfreiem und ethisch korrektem Verhalten ergibt sich aus geltendem Recht, internen Verhaltensrichtlinien und den Lufthansa Mitgliedschaften in entsprechenden nationalen und internationalen Organisationen. Beispielhaft seien hier das Bekenntnis von Lufthansa zu den Prinzipien des UN Global Compact sowie die Mitgliedschaft bei Transparency International genannt. Die Integrity Compliance Richtlinie leistet Hilfestellung im Umgang mit Einladungen, Geschenken und anderen Zuwendungen.

Corporate Compliance

Das Modul Corporate Compliance bündelt die für Lufthansa aus rechtlicher Sicht wesentlichen unternehmensinternen Regularien und macht diese für Mitarbeiter transparent.

Regelmäßige Schulungen

Automatisierte IT-Prozesse stellen sicher, dass alle Mitarbeiter und Organe ein Mal jährlich die für sie relevanten Webbased-Trainings (eLearning-Kurse) durchlaufen. Auch die Beschäftigten der Tochtergesellschaften haben Zugriff auf die eLearning-Kurse und sind teilweise bereits in den automatisierten Versand eingebunden. Ergänzend führt das Compliance Office regelmäßige Präsenzs Schulungen durch. Compliance Schulungen sind integraler Bestandteil von Führungseminaren, Managementkursen sowie anderen internen Fortbildungen und Tagungen.

Ombudssystem

Weiterer grundlegender Bestandteil des Lufthansa Compliance Programms ist das weltweit implementierte und bewährte Ombudssystem. Zum 1. Dezember 2007 eingeführt, stellt es eine zusätzliche Präventivmaßnahme gegen Wirtschaftskriminalität dar. Hinweise von Mitarbeitern oder Dritten nimmt ein außerhalb des Unternehmens stehender Ombudsmann telefonisch, schriftlich oder persönlich entgegen. Die Funktion des Ombudsmanns nimmt ein Rechtsanwalt wahr, der in vollem Umfang der gesetzlichen berufsständischen Schweigepflicht unterliegt und auch gegenüber staatlichen Ermittlungsbehörden ein Zeugnisverweigerungsrecht hat. Der Ombudsmann leitet alle ihm übermittelten Sachverhalte unter absoluter Geheimhaltung von Namen und Identität des Hinweisgebers an Lufthansa weiter. Eine Offenbarung der Identität des Hinweisgebers gegenüber Lufthansa oder Dritten ist ohne dessen Zustimmung ausgeschlossen.

Monitoring und Reporting

Vierteljährlich treffen sich alle Compliance Beauftragten der Lufthansa Group mit dem Ziel, über aktuelle Neuerungen im Compliance Umfeld zu informieren und deren Umsetzung anzustoßen. Zusätzlich finden Self-Audits und Revisionsprüfungen statt, um angesichts aktueller Anforderungen im Rahmen des Bilanzmodernisierungsgesetzes die effektive Umsetzung des Compliance Programms zu überprüfen. Darüber hinaus wird zweimal pro Jahr der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrates über aktuelle Compliance relevante Entwicklungen im Konzern und den Stand der Umsetzung des Programms informiert.



Informationsstand zum Thema Datenschutz im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt

Sorgfältig und sicher: Datenschutz in der Lufthansa Group

Ein sorgfältiger und sicherer Umgang mit personenbezogenen Daten ist die Basis für eine vertrauensvolle Geschäftsbeziehung. Der Datenschutz bewahrt Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und Lieferanten der Lufthansa Group davor, dass ihre Persönlichkeitsrechte durch falschen Umgang mit diesen sensiblen Informationen verletzt werden. Die Verantwortung für den Datenschutz obliegt dem Vorstand beziehungsweise der Geschäftsführung der jeweiligen Gesellschaft. Bei der Wahrnehmung dieser Verantwortung unterstützt sie die Abteilung Konzern-Datenschutz unter der Leitung von Frau Barbara Dr. Kirchberg-Lennartz.

Den Rahmen für den Datenschutz in der Lufthansa Group setzt die Konzern-Datenschutzrichtlinie, die auf Gesetzen wie dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und anerkannten Datenschutzprinzipien basiert. Sie konkretisiert unter anderem die Pflichten zur Einhaltung des Datenschutzes und gibt Regeln vor, die datenschutzkonformes Handeln im gesamten Konzern sicherstellen, Datenschutzrisiken transparent machen und vor diesen schützen.

Der Bereich Konzern-Datenschutz wirkt darauf hin, dass die Vorgaben des BDSG in der Lufthansa Group befolgt, die Mitarbeiter mit den entsprechenden Vorgaben aus dem Gesetz vertraut gemacht und Datenschutzaudits durchgeführt werden. Überdies beraten die Datenschutzexperten

die Fachbereiche bei der Einführung neuer Systeme sowie der Gestaltung oder Veränderung von Prozessen. Auf diese Weise lassen sich datenschutzrechtliche und wirtschaftliche Belange frühzeitig optimal aufeinander abstimmen.

Die Sensibilisierung von Mitarbeitern und Führungskräften ist der zentrale Ansatzpunkt, um Datenschutzrisiken zu erkennen und zu vermeiden. Im Jahr 2012 haben die Datenschutzexperten daher die Information und die Schulung der Beschäftigten weltweit durch entsprechende Online-Lernprogramme noch einmal intensiviert. Zusätzlich zu diesen Webbased-Trainings haben sie offene und geschlossene Präsenzveranstaltungen zum Thema Datenschutz abgehalten und Arbeitshilfen zu speziellen Themen veröffentlicht. Mit Informationsständen an verschiedenen Standorten wurden 2013 die Mitarbeiter über weiterführende und aktuelle Sachverhalte, wie beispielsweise den richtigen Umgang mit den Sozialen Medien und mit mobilen Endgeräten, informiert. Darüber hinaus hat die Datenschutzorganisation ihre Basis im Berichtsjahr im In- und Ausland verbreitert und die Reichweite des zentralen Datenschutzteams weiter vergrößert.

In den vergangenen Jahren entwickelte sich ein besonderes datenschutzrechtliches Konfliktfeld, da ausländische Behörden immer häufiger Passagierinformationen in Form von Pass- und/oder Reservierungsdaten anfordern: Einerseits unterliegt die Deutsche Lufthansa AG als deutsches Unternehmen dem Datenschutzrecht, zugleich aber müssen Fluggesellschaften die Einreise- und Sicherheitsbestimmungen in den jeweiligen Zielländern beachten. Dieses Problem jedoch kann nur auf der politischen Ebene gelöst werden.

Für einen Dienstleistungskonzern wie die Lufthansa Group hat der Schutz personenbezogener Daten eine besondere wirtschaftliche Bedeutung. Denn die Gesellschaften können ihre Leistungen nur dann optimal erbringen, wenn sie wissen, mit wem sie es zu tun haben. Vor diesem Hintergrund ist es sehr erfreulich, dass der Luffahrtkonzern im Jahr 2012 keine sanktionsfähigen Verletzungen des Schutzes von Kundendaten verzeichnete.

Infrastruktur

Der Wettbewerb entscheidet sich auch am Boden

Gemäß Prognose der International Air Transport Association (IATA) wird die Anzahl der Passagiere im zivilen Luftverkehr im Jahr 2016 weltweit rund 3,6 Milliarden betragen. Dies entspricht einem Zuwachs von 800 Millionen Fluggästen gegenüber dem Jahr 2011. Um dieses Wachstum bewältigen zu können, braucht der Luftverkehr eine bedarfsgerechte und angemessene Flughafeninfrastruktur. Die Lufthansa Group investiert daher kontinuierlich auch in Terminals, Gebäude und Hangars, denn funktionierende, effiziente und optimal verzahnte Abläufe am Boden sichern die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Standorte und somit des gesamten Konzerns. Die wichtigsten Projekte im Überblick:

Frankfurt

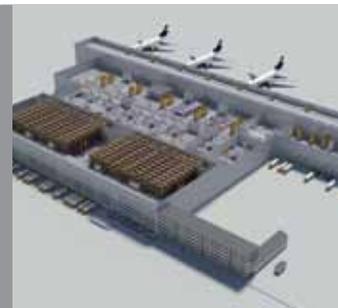


Flugsteig A-Plus eröffnet

Der Frankfurter Flughafen hat am 2. Oktober 2012 den Flugsteig A-Plus eröffnet, die 800 Meter lange Westerweiterung des Terminals 1. Mit der Inbetriebnahme kann das größte deutsche Luftverkehrsdrehkreuz sechs Millionen zusätzliche Passagiere pro Jahr abfertigen. Das neue Gebäude steht exklusiv Lufthansa sowie ihren Partnern in der Star Alliance zur Verfügung und ist vor allem auf die Abfertigung von Großraumflugzeugen wie dem Airbus A380 oder der Boeing 747 ausgerichtet. Für die Passagiere vereinfacht und beschleunigt der Flugsteig die Umsteigeprozesse am wichtigsten Drehkreuz der Lufthansa erheblich. Neben dem Komfort für die Fluggäste kommt auch dem Umweltschutz eine hohe Bedeutung zu: Unter anderem tragen die gedämmte Gebäudehülle und die intelligente, automatisierte Gebäudetechnik dazu bei, dass der Flugsteig A-Plus 40 Prozent weniger Energie verbraucht und 28 Prozent weniger CO₂ ausstößt, als in der Energiesparverordnung 2007 gefordert.

Modernes Logistikzentrum beschlossen

Der Lufthansa Aufsichtsrat hat am 19. September 2012 den Bau eines modernen Logistikzentrums am Frankfurter Flughafen beschlossen. Für die Planung und Realisierung des nach modernen logistischen Gesichtspunkten designten Nachfolgebauwerks des mehr als 30 Jahre alten Lufthansa Cargo Centers wurde das Projekt LCCneo aufgesetzt. Der Neubau erfolgt im laufenden Betrieb und auf bestehendem Gelände, die Baumaßnahmen werden sukzessive ab Ende 2013 beginnen. Die Investitionen liegen im mittleren dreistelligen Millionenbereich. Dank seiner zeitgemäßen technischen Infrastruktur und einer automatisierten Lagerlogistik wird das neue Hub schnellere Durchlaufzeiten bei deutlich reduzierten Stückkosten ermöglichen und zugleich die Servicequalität für die Kunden von Lufthansa Cargo spürbar erhöhen. Das Unternehmen plant, das neue Gebäude so zu bauen, dass es die hohen Anforderungen des Gold-Standards der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) erfüllt.





Hamburg

Neues Werkstatt- und Bürogebäude

Lufthansa Technik lässt seit Februar 2013 ein neues Werkstatt- und Bürogebäude in Hamburg errichten, in dem künftig auch der wichtige Unternehmensbereich „Zentrale Werkstofftechnik“ seinen Platz findet. Mit dem Neubau setzt die Lufthansa Tochter auf nachhaltige Investitionen auf Basis fortschrittlicher energetischer Standards: Das Gebäude wird über eine moderne Dämmung, Regenwassernutzung und teilbegrünte Dächer verfügen. Nach seiner Fertigstellung im Frühjahr 2014 wird der Neubau zugleich einen nicht mehr zeitgemäßen und kostenintensiven Büro-Altbestand ersetzen.



Berlin

Neuer Wartungshangar

Lufthansa Technik hat 16 Millionen Euro in einen neuen Wartungshangar am künftigen Berliner Flughafen investiert, der Platz für fünf Kurz- und Mittelstreckenflugzeuge oder ein Großraumflugzeug bis zur Größe eines Airbus A340 bietet. Die neue Halle zeichnet sich insbesondere durch ihre Energieeffizienz aus.



München



Neuer Gebäudesatellit

Am 23. April 2012 wurde am Flughafen München der Grundstein für den Satelliten des Terminals 2 gelegt, der im Jahr 2015 den Betrieb aufnehmen soll. Das gemeinsam von der Flughafen München GmbH (FMG) und Lufthansa betriebene Terminal 2 muss erweitert werden, weil es mit einem Abfertigungsvolumen von rund 25 Millionen Passagieren im Jahr bereits heute an seine Kapazitätsgrenzen stößt. Mit dem Satelliten gewinnt das internationale Drehkreuz eine zusätzliche Abfertigungskapazität für elf Millionen Fluggäste pro Jahr. Der Satellit ist nach den Grundsätzen des nachhaltigen Bauens konzipiert, wodurch sich seine CO₂-Bilanz gegenüber den beiden bestehenden Terminals um 40 Prozent verbessert.

Wien



Neues Terminal

Am Flughafen Wien ist das neue Austrian Star Alliance Terminal „Check-in 3“ seit dem 5. Juni 2012 in Betrieb, das Austrian Airlines, Lufthansa, SWISS und andere Mitglieder der Star Alliance nutzen. Dieser Meilenstein für den österreichischen Flugverkehr erhöht die Reisequalität für die Passagiere, indem er die Umsteigezeiten verkürzt und bequeme Transferwege ermöglicht. Ebenso gehören Warteschlangen vor den Gates aufgrund der zentralen Sicherheitskontrolle nun der Vergangenheit an.



Soziale Verantwortung

Die Lufthansa Group hat vor dem Hintergrund des Zukunftsprogramms SCORE im Jahr 2012 begonnen, Strukturen anzupassen, zukunftsfähige HR-Strategien zu entwickeln und das Change-Management noch stärker als bisher als klassische Management-Disziplin zu etablieren. In diesem Zusammenhang haben wir im In- und Ausland auch neue Dialogformate zur Intensivierung des Dialogs zwischen Mitarbeitern und Führungskräften entwickelt. Die Investitionen in Aus- und Weiterbildung sowie Aktivitäten zur Förderung der Vielfalt haben im Konzern nach wie vor einen hohen Stellenwert.



13,6

Prozent der Führungskräfte sind weiblich

145

Ausgaben für interne Bildungsangebote in Millionen Euro



1.632

junge Menschen absolvieren eine Ausbildung in der Lufthansa Group



147

Nationalitäten sind weltweit in der Lufthansa Group vertreten

HR-Management

Den Wandel aktiv mitgestalten

Rasante Veränderungen in den Arbeitswelten, steigende Komplexität im beruflichen Alltag, Fachkräftemangel, demografischer Wandel und Globalisierung: Die Themen, die ein zeitgemäßes HR-Management berücksichtigen muss, sind umfassender denn je. Neben den vielschichtigen Anforderungen an Arbeitsabläufe und Kompetenzen haben sich auch die Lebensmodelle von Mitarbeitern und Führungskräften weiter diversifiziert.

Für den wirtschaftlichen Erfolg der Lufthansa Group ist es entscheidend, das HR-Management unter Berücksichtigung der oben genannten Einflussgrößen und in Einklang mit der Unternehmensstrategie weiterzuentwickeln. Vor dem Hintergrund des Zukunftsprogramms SCORE hat der Lufthafkonzern daher im Berichtsjahr begonnen, Strukturen anzupassen, zukunftsfähige HR-Strategien zu entwickeln und das Change-Management noch stärker als bisher als klassische Management-Disziplin zu etablieren.

Das im Jahr 2011 vom Vorstand der Lufthansa Group aufgesetzte Projekt „Führungskräfte-landschaft 2020“ (FK 2020) (siehe *Balance* 2012, Seite 46 ff.) wurde im Jahr 2012 mit nachdrücklichem Fokus auf die Komponenten „Leadership“ und „Cultural Transition“ weiterentwickelt. Das Ziel: die Führungskräfte des Unternehmens noch aktiver in die unumgängliche Um- und Neugestaltung von Strukturen und Prozessen einzubinden. Überdies sollen Planung, Umsetzung und Überwachung von Veränderungsprozessen spürbar mehr Gewicht erhalten. Für Führungskräfte bedeutet dies, ihr theoretisches Know-how um fundierte Praxiserfahrung zu erweitern. Auch müssen sie durch gezielte Weiterbildung zusätzliche Expertise erwerben – etwa in den Bereichen Komplexitäts- und Diversity-Management, transformationeller Führungsstil, von Kundennähe geprägtes nachhaltiges Unternehmertum (Smart-Business) sowie Change- und Talent-Management.

Im Jahr 2012 hat die Lufthansa Group zahlreiche Maßnahmen definiert und verabschiedet, die die Führungskräfte-landschaft des Konzerns systematisch weiterentwickeln. Das Maßnahmenbündel bildet die Grundlage, auf der das Unternehmen den notwendigen Wandel erfolgreich steuern und vorantreiben will. Und es ist bereits einiges erreicht: Zu den Meilensteinen im Berichtsjahr zählen unter anderem eine konzernweite Kultur- und Strukturanalyse sowie eine intensiv geführte Debatte um die Führungs- und Veränderungskultur im Unternehmen. Des Weiteren hat die Lufthansa Group die HR-Organisation neu strukturiert und das Leitbild dahingehend angepasst, dass Leadership-Kompetenzen nunmehr im Zentrum der Betrachtung stehen.

Überdies hat der Konzern im Jahr 2012 begonnen, den Stellenbesetzungsprozess transparenter zu gestalten, indem freie Stellen im mittleren und höheren Management anders als bisher konzernweit veröffentlicht werden. Ziel ist es, das gesamte Spektrum potenzieller Kandidaten zu erreichen und für das Auswahlverfahren zu berücksichtigen. Außerdem werden Diversity-Kriterien bei der Besetzung von Führungspositionen künftig eine deutlich größere Rolle spielen – so, wie bereits im Projekt FK 2020 definiert. Flankierend dazu hat der Lufthafkonzern weitere Maßnahmen implementiert, die den Wandel begleiten.



Interview mit Dr. Bettina Volkens

Leiterin Personal Konzern
Ab 1. Juli 2013 Vorstand Personal und
Recht sowie Arbeitsdirektorin
Deutsche Lufthansa AG

■ Sie sind Leiterin des Bereichs Personal Konzern und ab 1. Juli 2013 auch Vorstand Personal und Recht der Lufthansa Group. Vor welchen Aufgaben stehen Sie?

Gemeinsam mit allen Geschäftsfeldern wollen wir die Lufthansa Group nachhaltig als attraktiven Arbeitgeber im internationalen Wettbewerb um qualifiziertes Personal positionieren. Wir brauchen Mitarbeiter und Führungskräfte, die sich mit Leidenschaft und Begeisterung einsetzen und stolz sind auf ihr Unternehmen. Die Lufthansa Group ist ein faszinierender Konzern mit vielfachen Beschäftigungs- und Entwicklungsmöglichkeiten – und das soll auch so bleiben. Für einen begehrten Arbeitgeber ist es unverzichtbar, über die richtige Strategie und daran angepasste Strukturen zu verfügen. Gleichwohl wird es dem Unternehmen nur im Dreiklang mit einer starken Kultur gelingen, sich in einem rasant verändernden Wettbewerbsumfeld langfristig erfolgreich am Markt zu behaupten – davon bin ich zutiefst überzeugt.

■ Wie wollen Sie das bewerkstelligen?

Wir brauchen eine Unternehmenskultur, die von Offenheit, Mut, Veränderungsbereitschaft sowie Wertschätzung und Respekt im Umgang miteinander geprägt ist. Im Kern bedeutet dies Zusammengehörigkeit – zwischen den einzelnen Geschäftsfeldern, unter Führungskräften sowie zwischen Führungskräften und Mitarbeitern. Vor allem ist es wichtig, dass die Menschen in ihrer Vielfalt gut zusammenarbeiten. In diesem Sinne wollen wir gemeinsam die Unternehmenskultur der Lufthansa Group weiterentwickeln.

Wir sind gegenwärtig in einer schwierigen Situation: Auf der einen Seite müssen wir Maßnahmen zur Personalanpassung vornehmen, auf der anderen Seite Mitarbeiter und Führungskräfte binden, die mit Engagement und Freude für die Lufthansa Group arbeiten. Dies erfordert, transparent, fair und wertschätzend mit allen Beteiligten umzugehen und größtmögliche Unterstützung anzubieten. Tun wir das nicht, gefährden wir im schlimmsten Fall die Zukunft aller Mitarbeiter des Konzerns.

■ Welche Maßnahmen planen Sie konkret?

Wir unterstützen Mitarbeiter und Führungskräfte bei der beruflichen Neuorientierung. Hierzu haben wir das Programm COMPASS ins Leben gerufen, das professionell und vertraulich Hilfe leistet. Das kann ein Arbeitsplatzwechsel innerhalb des Konzerns sein oder Begleitung bei der externen Jobsuche – etwa wenn Beschäftigte von Personalanpassungsprozessen betroffen sind oder intern keine Perspektive sehen und daher ausdrücklich Unterstützung wünschen. Ich bin der Ansicht, dass ein Unternehmen gerade in kritischen Phasen gut daran tut, seine Mitarbeiter nicht allein zu lassen.

Viele Mitarbeiter haben über Jahre oder gar Jahrzehnte einen tollen Job gemacht. In dieser Situation kann Veränderung sehr schwerfallen. Sie kann aber auch ein Neuanfang sein. Zudem wissen wir, dass viele Beschäftigte Lufthansa sehr eng verbunden sind. Als Arbeitgeber liegt uns viel daran, dass dies so bleibt. Im Übrigen erleben wir immer wieder, dass einzelne Mitarbeiter und Führungskräfte nach einiger Zeit ins Unternehmen zurückkehren wollen. Die Erfahrungen, die diese Kollegen außerhalb der Lufthansa Group machen, sind sehr wertvoll und wir möchten den Kontakt zu ihnen daher auch nach einem Ausscheiden aus dem Unternehmen halten.

Welche Rolle haben die Führungskräfte bei der Veränderung der Unternehmenskultur?

Die Lufthansa Group befindet sich in einer umfassenden Transformation hin zu einem langfristig wettbewerbsfähigen Unternehmen. Dieser Prozess wird aber nur gelingen, wenn Führungskräfte und Mitarbeiter bereit und offen für grundlegende Veränderungen sind. Dabei kommt es ganz besonders auf die Führungskräfte an, deren Aufgabe es ist, Veränderungen zu initiieren, Bestehendes infrage zu stellen, aber auch Bewährtes beizubehalten. Außerdem müssen sie sowohl unbequeme als auch innovative Entscheidungen treffen und ihren Mitarbeitern Orientierung geben.

Unsere Aufgabe ist es, Führungskräften und Mitarbeitern in dieser Umbruchphase zur Seite zu stehen. Dazu haben wir das Projekt „Cultural Transition & Leadership“ gestartet. Es bündelt alle Ansätze, Ressourcen und Maßnahmen, die für Change-Management, Transformationsbegleitung und Leadership-Entwicklung notwendig sind. Außerdem unterstützen wir unsere Führungskräfte dabei, Widerständen und Emotionen professionell zu begegnen, Schwebestände auszuhalten und Mitarbeiter für die erforderlichen Veränderungen zu begeistern. All dies erfordert kontinuierliche Kommunikation, gelebte Vielfalt und anhaltende Neugier.

Zudem müssen wir uns kritisch fragen, welche Führungskräfte den kulturellen Wandel vorantreiben können. Wie identifizieren wir diejenigen, die tatsächlich in der Lage sind, eine Kultur zu prägen, die unterschiedlichste Ideen, Standpunkte, Deutungen und Lösungsansätze fördert und zulässt? Dabei geht es letztlich auch um Vielfalt bei der Auswahl von Führungskräften – hinsichtlich Alter, Geschlecht, Internationalisierung und Erfahrungshintergrund. Bei dieser Aufgabe kommt dem HR-Management der gesamten Lufthansa Group eine zentrale Rolle zu: Es initiiert Veränderung, treibt sie voran und unterstützt Mitarbeiter und Führungskräfte auf dem Weg der grundlegenden Transformation.



Im Jahr 2012 hat die Lufthansa Group zahlreiche Maßnahmen definiert und verabschiedet, die die Führungskräfte-landschaft des Konzerns systematisch weiterentwickeln.

Maßnahmen 2013

Die Lufthansa Group hat alle erforderlichen Schritte unternommen, um ihre Personalpolitik auf gegenwärtige und künftige Herausforderungen einzustellen. Für das Jahr 2013 ist das Aufgabenbuch bereits gut gefüllt:

- Feinadjustierung des HR-Managements im Dreiklang von Strategie, Struktur (Aufbau- und Ablauforganisation) und Unternehmenskultur. Diese müssen stets optimal aufeinander ausgerichtet sein.
- Intensivierung der Kommunikation des Veränderungsprozesses unter besonderer Berücksichtigung des neuen Führungsleitbildes. Gleiches gilt für den Dialog zwischen Vorstand, Führungskräften und Mitarbeitern.
- Professionelle und vertrauliche Unterstützung von Mitarbeitern, die von Personalanpassungsprozessen betroffen sind oder eine neue berufliche Herausforderung suchen. Hierzu wurde das Programm COMPASS aufgesetzt (vgl. Seite 57).
- Anpassung der Management-Diagnostik und der Grading-Systematik im Management.

Zahlreiche Aktivitäten für eine Kultur der Vielfalt

Im Zuge der Neuausrichtung des HR-Managements hat die Lufthansa Group im Jahr 2012 zahlreiche Initiativen angestoßen, um die Vielfalt im Konzern weiter zu fördern und ihr Potenzial als strategischer Wettbewerbsfaktor bestmöglich zu nutzen. Führungspositionen etwa werden seither noch stärker als bisher unter Diversity-Aspekten besetzt.

Auf einen Blick

Von 116.957 Mitarbeitern sind

- 44,7 % Frauen.

Sie stellen

- 34,5 % der Vorgesetzten mit Personalverantwortung,
- 13,6 % der Führungskräfte,
- 5,3 % aller Piloten.

In der Lufthansa Group sind weltweit

- 147 Nationalitäten vertreten.

Das Durchschnittsalter liegt bei

- 41,3 Jahren.

Stand 31.12.2012

Frauen in Führungspositionen

Die Lufthansa Group hat sich zum Ziel gesetzt, den Anteil von Frauen in Führungspositionen bis zum Jahr 2020 um 30 Prozent gegenüber Ende 2010 zu steigern. Das entspricht in Deutschland konzernweit einem Anteil von 20,2 Prozent. Ende 2012 lag dieser Wert bei 15,5 Prozent – weltweit bei 13,6 Prozent. Besonderes Augenmerk legt der Konzern auf eine Erhöhung der Zahl weiblicher Führungskräfte auf den oberen, leitenden Ebenen, weshalb er im Berichtsjahr 2012 diesbezüglich umfangreiche Maßnahmen gestartet hat. Nachfolgend ein Überblick.

Mehr Frauen den Weg in einen Chefsessel zu ebnet, ist Zweck des Programms „Focus Track“. Es enthält unter anderem das Teilprojekt „GoAhead“, welches sich an Frauen richtet, die eine Führungsposition anstreben. Bis Februar 2013 fanden im Rahmen von „GoAhead“ vier jeweils dreitägige Veranstaltungen statt, in deren Verlauf einige Teilnehmerinnen aufgestiegen sind. Entsprechend positiv fiel die Resonanz unter dem Führungskräftenachwuchs und bei den Vertretern des Managements aus, die der Veranstaltungsreihe als Gäste beigewohnt hatten. Aufgrund des Erfolgs von „GoAhead“ hat Lufthansa beschlossen, das Trainingsformat fortzuführen und weiter auszubauen. Inhaltliche Schwerpunkte bilden die Themen Netzwerkkompetenz, Persönlichkeit, Selbstmanagement und Karriereplanung. Zugleich haben auch einzelne Geschäftsfelder begonnen, Programme aufzulegen, die den Anteil von Frauen in Führungspositionen erhöhen sollen.

Den Erfolg sämtlicher Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils überprüft und steuert der Konzern auf Basis der Personalkennzahlen „Anteil Frauen in Führungspositionen“, „Anteil weibliche Vorgesetzte mit Personalverantwortung“ und „Anteil Frauen im Cockpit“.



Der Frauenanteil im Cockpit beträgt derzeit 5,3 Prozent.

Erfolgsmodell Cross-Mentoring

Die eigenen Führungsqualitäten stärken und zugleich Einblick in andere Unternehmenskulturen erhalten – das ist das Ziel des Cross-Mentoring-Programms, das Lufthansa 1998 aus der Taufe gehoben hat. Im Oktober 2012 ging das branchenübergreifende Qualifizierungsangebot bereits in die 14. Runde. Es ist so konzipiert, dass junge weibliche Nachwuchs- oder Führungskräfte eines Unternehmens mit einem erfahrenen Mentor oder einer Mentorin einer höheren Hierarchiestufe eines anderen Unternehmens ein Tandem auf Zeit bilden, um sich auszutauschen und voneinander zu lernen. Lufthansa beteiligt sich aktuell mit zwölf Mentees an diesem „doppelten Perspektivwechsel“ und stellt zudem ebenso viele Mentoren. Getragen wird das Cross-Mentoring-Programm derzeit von weiteren acht Unternehmen: Axel Springer, Bosch, Commerzbank, Deutsche Bank, Fraport, Hewlett-Packard, Merck und Sanofi.

Führung in Teilzeit

Mitarbeiter, die eine ausgewogene Balance zwischen Beruf und Privatleben gefunden haben, sind gesünder, zufriedener, motivierter und leistungsfähiger. Davon profitiert auch die Lufthansa Group. Das Unternehmen bietet seinen Beschäftigten daher seit vielen Jahren eine breite Palette flexibler Arbeitszeitmodelle. Ein noch recht junges Instrument ist FlexCareers, das Führung in Teilzeit ermöglicht. Das zeitgemäße Angebot richtet sich primär an Führungskräfte, die familiär stark eingebunden und in besonderer Weise auf Teilzeitarbeit angewiesen sind. Überdies soll es dazu beitragen, Engpässe bei der künftigen Besetzung von Schlüsselpositionen zu vermeiden und so die Folgen des demografischen Wandels abfedern. Denn: Während einer Umfrage zufolge nur 18 Prozent der Männer eine Führungsaufgabe in Teilzeit anstreben, sind es bei den Frauen immerhin 48 Prozent. Um dieses Potenzial auszuschöpfen, offeriert das HR-Management seit 2012 proaktiv eine individuelle Arbeitszeitberatung unter besonderer Berücksichtigung von Teilzeitmodellen für Führungskräfte.

Ausbau der Betreuungsinfrastruktur

Mehr Spielraum für berufstätige Eltern: Dafür sorgen auch die umfangreichen Angebote zur Kinderbetreuung, die Lufthansa für ihre Mitarbeiter bereithält. Im Berichtsjahr hat das Unternehmen die Kooperation mit der Terminal for Kids GmbH intensiviert, sodass Lufthansa-Seaten mit Nachwuchs unter drei Jahren seit Mai 2012 eine größere Zahl an Belegplätzen zur Verfügung steht. Darüber hinaus können sich Mütter und Väter an den bewährten pme Familienservice wenden, mit dem Lufthansa seit 1992 zusammenarbeitet; im Berichtsjahr feierte die Kooperation 20-jähriges Jubiläum. Der firmenunabhängige Beratungs- und Vermittlungsdienst unterstützt Mitarbeiter bei der Suche nach privaten Kinderbetreuungsmöglichkeiten, Haushaltshilfen und im Rahmen von „Elder Care“ nach Pflegepersonal.

Eine konsequent an den Bedürfnissen berufstätiger Eltern ausgerichtete Kinder-Notfall- und Ferienbetreuung bietet auch das „Fluggi-Land“, etwa wenn der Kindergarten geschlossen ist oder die Tagesmutter ausfällt.



Im Sommer 2013 richtet die Lufthansa Group im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt erstmals eine eigene ganztägige Ferienbetreuung für sechs- bis zwölfjährige Mitarbeiterkinder aus. Unter dem Motto „Luftkuss – Kinder erobern die Lufthansa Welt“ erwarten den Nachwuchs Spaß und Bewegung sowie ein Einblick in die Arbeitswelt ihrer Eltern.

Wandel der Vaterrolle unterstützen

Die Zahl der Väter, die sich eine aktivere Rolle bei der Familienarbeit wünschen, wächst – auch unter Mitarbeitern der Lufthansa Group. Grund genug für den Luftfahrtkonzern, Mitarbeiter zu unterstützen, die eine Auszeit fürs Kind nehmen wollen. Im Berichtsjahr organisierte das Unternehmen daher zahlreiche Vorträge und Diskussionsrunden zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie, die auf reges Interesse stießen. Lufthansa plant, ihr Engagement bei diesem Thema zu intensivieren und das Beratungs- und Informationsangebot in Zusammenarbeit mit der Väter gGmbH im Jahr 2013 gezielt auszubauen.

Blick über den Tellerrand

In der Lufthansa Group treffen täglich Mitarbeiter aus verschiedensten Ländern und Kulturen zusammen. Mit dem Ziel, die Zusammenarbeit in interkulturellen Teams zu optimieren, fand im September 2012 in Frankfurt der erste „Awareness-Tag“ für Mitarbeiter in der Administration statt. Konzipiert und ausgerichtet hat den „Vielfalt@Work“ genannten Kulturdialog das HR-Management gemeinsam mit Mitarbeitern unterschiedlicher Herkunft. Im Fokus der Veranstaltung stand die Vermittlung allgemeiner Informationen über Länder wie Japan, Österreich, Indien, Portugal oder Thailand, um nur einige zu nennen. Überdies gewährten Lufthansaer ihren Kollegen Einblick in nationale Sitten und Gebräuche, Religion sowie verbale und non-verbale Gepflogenheiten ihrer Heimatländer. Ein ähnliches Ziel verfolgt die mehrtägige Weiterbildungsveranstaltung „Kulturraum“ für Purser und Flugbegleiter: Dort erhalten sie Gelegenheit, regelmäßig ihr interkulturelles Wissen um servicespezifische Aspekte zu erweitern – vor allem mit Blick auf die Lufthansa Märkte Indien, Japan, China und Korea sowie den arabischen Raum.

Inklusion von Menschen mit Behinderung

Der Lufthansa Konzern verdankt seinen wirtschaftlichen Erfolg allen Mitarbeitern – auch jenen mit Behinderung. Denn körperliche oder psychische Einschränkungen beeinträchtigen die Leistungsfähigkeit oder die Motivation des Betroffenen nicht per se. Menschen mit Handicap beruflich einzugliedern und ihnen die gleichen Chancen einzuräumen, ist daher ein wichtiges personalpolitisches Ziel des Konzerns. Umgesetzt wird es vor allem mithilfe von Arbeitsplätzen, die an vorhandene Stärken und Potenziale angepasst sind und zu Resultaten führen, die mit denen von Mitarbeitern ohne Behinderung vergleichbar sind.

Im Jahr 2012 lag der Anteil von Mitarbeitern mit Behinderung in der Lufthansa Group in Deutschland bei 3,8 Prozent (Vorjahr: 3,4 Prozent). Während einige Gesellschaften des Konzerns die gesetzlich festgelegte Mindestquote von fünf Prozent übererfüllen, erreichen die fliegenden Gesellschaften sie in aller Regel nicht. Grund sind rechtliche Vorschriften, die es Airlines in Deutschland fast durchgängig untersagen, Menschen mit Behinderung an Bord zu beschäftigen.

Unter dem Motto „Top im Job – trotz Handicap“ fand bei Lufthansa 2012 erstmals ein Inklusionstag statt. Ziel war es, Berührungspunkte und Vorurteile abzubauen und den Bewusstseinswandel mit vereinten Kräften weiter voranzutreiben (siehe *Balance* 2012, „Menschen mit Behinderung“, Seite 53). Ein im Rahmen der Veranstaltung ausgelobter interner Inklusionspreis wurde gleich an drei Bereiche verliehen.



Kulturdialog-Veranstaltung 2012 im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt



Informationsstand im Rahmen der Weiterbildungsveranstaltung „Kulturraum“ für Purser und Flugbegleiter

Darüber hinaus sucht die Geschäftsleitung regelmäßig den Dialog mit der Schwerbehindertenvertretung des Konzerns. Im Mittelpunkt der Gespräche stehen Themen wie die individuelle Förderung von Mitarbeitern mit Handicap oder Wege, den Anteil von Menschen mit Behinderung im Unternehmen kontinuierlich weiter zu erhöhen.

Als Ausdruck ihrer sozialen Verantwortung für Menschen mit Behinderung hat die Lufthansa Group im Berichtsjahr das Filmprojekt „GOLD – Du kannst mehr als Du denkst“ gesponsert, das die Geschichte dreier Weltklasseathleten vor und während der Paralympics in London nachzeichnet (siehe „Eine runde Sache“, Seite 104 f.).

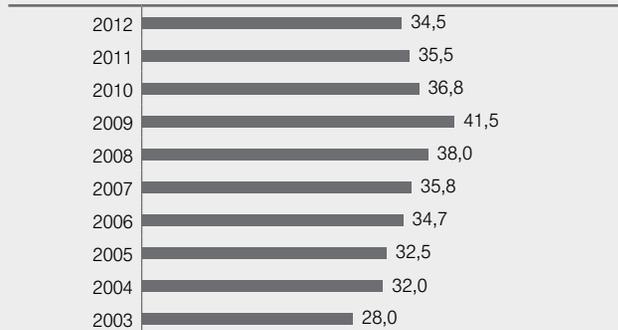
Frauenanteil an den Führungskräften¹

Lufthansa Group, Angaben in Prozent



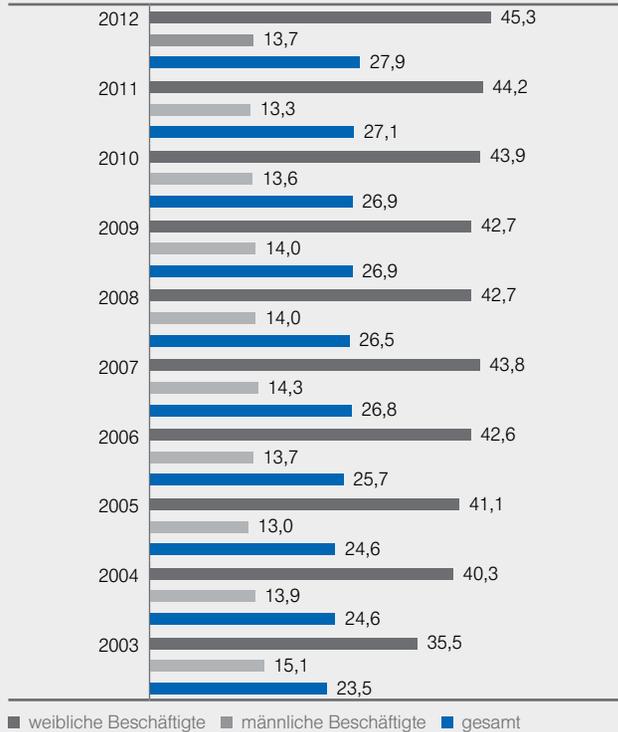
Frauenanteil an den Vorgesetzten mit Personalverantwortung¹

Lufthansa Group, Angaben in Prozent



Teilzeitbeschäftigung

Lufthansa Group, Angaben in Prozent



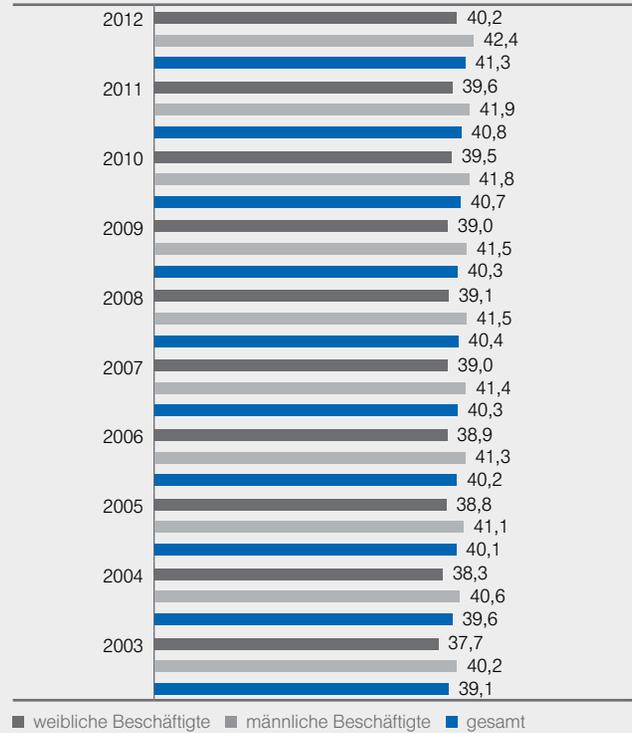
■ weibliche Beschäftigte ■ männliche Beschäftigte ■ gesamt

Stand 31.12.2012

1 Konzern Konsolidierungskreis ohne LSG Ausland, SWISS Aviation Training, Edelweiss Air AG, SWISS European Airlines, SWISS Aviation Software, Traviaustria, LH Malta Holding Ltd., LH Malta Aircraft Leasing Ltd., Shannon Aerospace Ltd., LH Technik Malta Ltd., LH Technik Airmotive Ireland Ltd., LH Technik Switzerland GmbH, LH Technik Budapest Repülögeb, Hawker Pacific Aerospace Inc. (US), LH Technik Landing Gear Services UK Ltd., BizJet Int. Sales & Support Inc., AirLiance Materials LLC, LH Technik North America Holding Corp., LH Systems Americas Inc., AirPlus Air Travel Card Vertriebsges. mbH, LH Flight Training Berlin GmbH, AirPlus International Ltd., AirPlus International S.r.l., AirPlus Payment Management Co. Ltd., AirPlus International AG,

Durchschnittsalter²

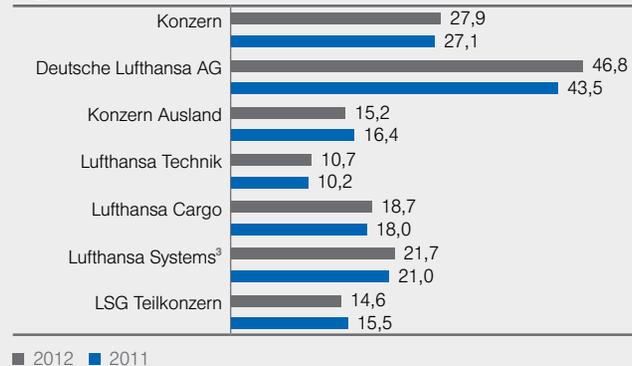
Lufthansa Group, Angaben in Jahren



■ weibliche Beschäftigte ■ männliche Beschäftigte ■ gesamt

Teilzeitarbeit nach Gesellschaften

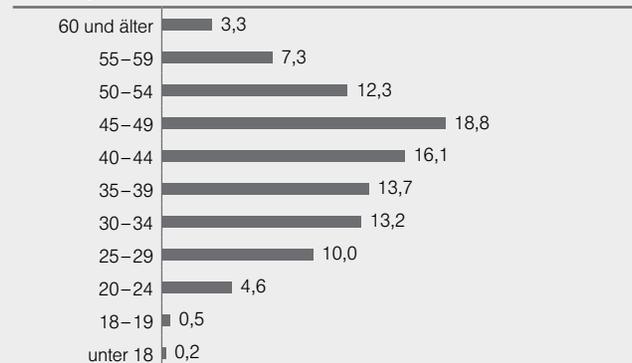
Angaben in Prozent



■ 2012 ■ 2011

Altersstruktur in der Lufthansa Group²

2012, Angaben in Prozent



AirPlus International Inc., LH Malta Finance Ltd.

2 Konzern Konsolidierungskreis ohne teilweise LSG Ausland, Lufthansa Malta Holding Ltd., Lufthansa Malta Aircraft Leasing Ltd., Lufthansa Technik Philippines Inc., Shannon Aerospace Ltd., Lufthansa Technik Malta Ltd., Lufthansa Technik Airmotive Ltd., Lufthansa Technik Budapest Repülögeb, Hawker Pacific Aerospace Inc. (US), BizJet International Sales & Support Inc., AirLiance Materials LLC, Lufthansa Technik North America Holding Corp., LH Malta Finance Ltd., Lufthansa Technik Landing Gear Services UK Ltd.

3 Nur ausgewählte Gesellschaften

Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik

Zukunftsfähige Rahmenbedingungen schaffen

Der Erfolg der Lufthansa Group hängt in hohem Maße von den Ideen, der Begeisterung und dem Engagement ihrer Mitarbeiter ab. Der Luftfahrtkonzern legt daher größten Wert darauf, seinen Beschäftigten ein attraktives Arbeitsumfeld und eine angemessene Vergütung zu bieten. Ebenso ist es gute Tradition, die ökonomischen Interessen des Unternehmens mit den Vorstellungen und Bedürfnissen der Mitarbeiter stets fair und vertrauensvoll auszubalancieren.

Es ist bewährte Unternehmenspolitik, Interessengegensätze zwischen der Unternehmensleitung und den Belegschaftsvertretungen offen und transparent zu klären. Faires Miteinander in allen Bereichen schafft den nötigen Ausgleich, um die Lufthansa Group im Markt voranzubringen. Die wachsende Pluralität der Meinungsbilder und Meinungsführerschaften ist für die Beteiligten – analog zu gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen – eine zunehmende Herausforderung. Leitlinien gemeinsamer Anstrengungen sind dabei Flexibilität und Reagibilität im Markt.

Tarifpartnerschaft in Deutschland

Lufthansa beschäftigt ihre Mitarbeiter zu Bedingungen, die ihnen nicht nur während, sondern auch nach ihrem Berufsleben soziale und materielle Sicherheit gewährleisten. Basis sind Tarifverträge, die das Unternehmen mit seinen Sozialpartnern Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), Vereinigung Cockpit (VC) und Unabhängige Flugbegleiter Organisation e.V. (UFO) abschließt. Insgesamt fallen 97,5 Prozent der Mitarbeiter der Lufthansa Group in Deutschland unter Kollektivvereinbarungen (Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen). Ziel ist es, sämtliche Mitarbeitergruppen im Konzern fair und gerecht zu behandeln – ein Anspruch, der aufgrund der Gewerkschaftspluralität im Unternehmen zunehmend auf herausfordernde Rahmenbedingungen trifft.

Tarifverhandlungen mit ver.di für Mitarbeiter am Boden

Für die in Deutschland Beschäftigten des Bodenpersonals der Deutschen Lufthansa AG haben sich der Arbeitgeberverband Luftverkehr (AGVL) und die Gewerkschaft ver.di

Anfang 2012 auf einen Vergütungstarifvertrag mit Gültigkeit bis Ende Januar 2013 geeinigt. Die Vergütung für die in Deutschland tariflich beschäftigten Mitarbeiter am Boden wurde danach rückwirkend zum 1. Januar 2012 um 3,5 Prozent angehoben. Annualisiert bedeutet der Abschluss einen Anstieg um 3,2 Prozent. Zudem wurden weitere Zulagen und Zuschläge moderat erhöht und spezifische Regelungen für die Geschäftsfelder Catering und Technik vereinbart. ver.di kündigte diesen Tarifvertrag fristgerecht zum 31. Januar 2013. Die Gespräche des AGVL mit ver.di mit dem Ziel des Abschlusses eines neuen Vergütungstarifvertrages für diese Mitarbeiter wurden im Februar 2013 aufgenommen.

In der vierten Verhandlungsrunde der Tarifverhandlungen haben sich der AGVL und ver.di am 1. Mai 2013 auf einen Abschluss geeinigt. Dieser differenziert erstmals nach der unterschiedlichen Leistungsfähigkeit der einzelnen Geschäftsfelder. Der Vergütungstarifvertrag hat eine Laufzeit von 26 Monaten vom 1. Februar 2013 bis zum 31. März 2015.

Neue Vereinbarung für das Kabinenpersonal

Das Jahr 2012 stand ganz im Zeichen des Dialogs über tarifliche Veränderungsnotwendigkeiten. Bereits im Vorfeld der fristgerechten Kündigung des Kabinen-Vergütungstarifvertrages zum 31. März 2012 fand mit der Unabhängigen Flugbegleiter Organisation (UFO) ein intensiver Gedankenaustausch über die Ausgestaltung eines neuen nachhaltigen Tarifsystems statt. Die anschließenden Verhandlungen konnten keine Lösung dieser schwierigen Thematik herbeiführen. Dies hatte zur Folge, dass das Kabinenpersonal im

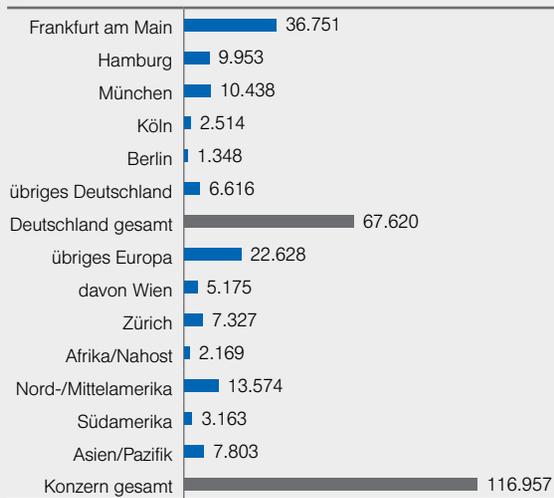
Verteilung der Mitarbeiter in der Lufthansa Group

2012, Veränderungen in Prozent

	2012	2011	Veränderung
Konzernmitarbeiter	116.957	116.365	+ 0,5
davon Passage Airline Gruppe	55.236	55.361	- 0,2
davon Logistik	4.606	4.624	- 0,4
davon Technik	20.282	19.975	+ 1,5
davon IT Services	2.766	2.820	- 1,9
davon Catering	30.088	29.586	+ 1,7
davon Sonstige	3.979	3.999	- 0,5

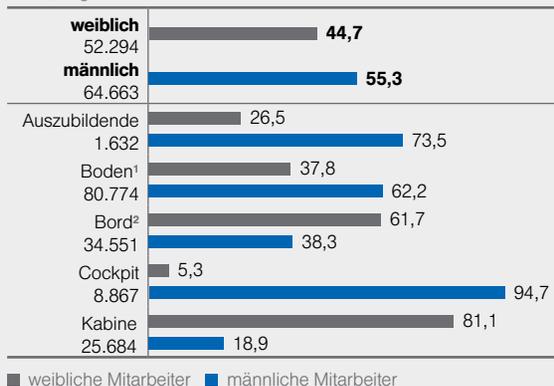
Lufthansa Group: Arbeitsplätze in aller Welt

2012



Personalbestand nach Gruppen und Geschlecht

2012, Angaben in Prozent



1 ohne Auszubildende

2 setzt sich zusammen aus Cockpit und Kabine

Stand 31.12.2012

Spätsommer in einen Arbeitskampf eintrat. Der Durchbruch gelang schließlich im Schlichtungsverfahren unter der Führung des früheren Wirtschaftsweisen Professor Bert Rürup.

Der personalpolitisch und wirtschaftlich ausgewogene Kompromiss beinhaltet eine Neuregelung der Eingangsstufen für Flugbegleiter und eine Erhöhung aller Vergütungsstufen um 100 Euro (Endstufenbeträge 50 Euro) ab Januar 2013. Außerdem erhalten alle Kabinenmitarbeiter eine Einmalzahlung in Höhe von 320 Euro sowie eine höhere Beteiligung am Unternehmenserfolg. Um die Kostensteigerung der Vergütungserhöhung abzufedern, verzichteten die Flugbegleiter und Purser im Gegenzug einmalig auf ihre jährliche Stufensteigerung. Zusätzlich werden Maßnahmen zur Steigerung der Produktivität im Kontinentalverkehr eingeführt.

Den bereits bestehenden und sich weiter verschärfenden Überkapazitäten im Kabinenbereich begegnen die Tarifparteien mit einem solidarischen Arbeitszeitkorridor, der sowohl die Arbeitszeit als auch die Gehälter für die nächsten 24 Monate um bis zu 5 Prozent flexibilisiert. Dafür werden betriebsbedingte Kündigungen bis Ende 2014 ausgeschlossen.

Im Hinblick auf den geplanten Übergang der Punkt-zu-Punkt-Strecken außerhalb der Drehkreuze Frankfurt und München zur Germanwings sind Absicherungskomponenten – insbesondere Bestandsschutz bei Vergütung und Versorgung – für die betroffenen Mitarbeiter vereinbart worden.

Um die langfristige Perspektive der Kabinenmitarbeiter bei Lufthansa sichern zu können, gilt für neu eintretende Flugbegleiter eine neue Vergütungstabelle mit aufgestockten Einstiegsgehältern, niedrigeren Endstufen sowie einer insgesamt dem Erfahrungszuwachs angepassten Vergütungsentwicklung. Die Einführung einer Jahresarbeitszeit erweitert zudem die Möglichkeiten, die branchentypischen Nachfrageschwankungen im Jahresverlauf besser auszugleichen.

Nach den vergangenen Nullrunden in der Kabine findet der Schlichterspruch einen fairen Ausgleich zwischen den Interessen der Arbeitnehmer nach einer angemessenen Vergütungserhöhung mit langfristigen Sicherheitszusagen und den Interessen der Lufthansa nach geeigneten Lösungsansätzen in einem anspruchsvollen Wettbewerbsumfeld. Mit der ausgewogenen Strukturreform in der Kabine haben die Mitarbeiter auf tariflicher Ebene einen wichtigen Beitrag zum konzernweiten Zukunftsprogramm SCORE geleistet.

Verhandlungen mit Cockpitpersonal begonnen

Für das Cockpitpersonal endete die Laufzeit des Vergütungstarifvertrags aus dem Jahr 2011 am 30. April 2012. Die Vereinigung Cockpit (VC) kündigte diesen fristgerecht und begann die Gespräche über einen neuen Vergütungstarifvertrag. Auch bei dieser Beschäftigtengruppe besteht die Herausforderung darin, in einem schwierigen Umfeld die verschiedenen Interessenlagen in Einklang zu bringen. Auch hier wird Lufthansa im konstruktiven Dialog gemeinsam mit der VC nach Lösungen suchen.

Aktive Tarif- und Sozialpolitik auch im Ausland

Internationalisierung und Globalisierung bieten umfangreiche Chancen für die Geschäfts- und Personalprozesse im Konzern. Als international operierendes Unternehmen orientiert Lufthansa ihre Tarif- und Sozialpolitik an den Rahmenbedingungen der jeweiligen Länder. Im Vordergrund steht dabei die langfristige Gestaltung der Beschäftigungsbedingungen, die sich nach den Bedürfnissen der Mitarbeiter, den betrieblichen Erfordernissen und dem lokalen Arbeitsmarkt richten – darunter Vergütungsregelungen, Arbeitsbedingungen und Versorgungssysteme. Lufthansa definiert diese Vereinbarungen in Zusammenarbeit mit betrieblichen Mitarbeitergremien und Sozialpartnern.

In allen Ländern, in denen Lufthansa unilateral handelt, überprüft das Unternehmen anhand von Benchmarks und unter Einbeziehung makroökonomischer Daten wie zum Beispiel der Inflation ein Mal jährlich die Gehälter auf Markt- und Wettbewerbsfähigkeit. Somit gewährt Lufthansa eine kontinuierliche Überprüfung und Anpassung der Arbeitsbedingungen für ihre lokal angestellten Mitarbeiter. In Märkten mit sehr hoher Inflation erfolgt diese Überprüfung, die in der Regel in einer Anhebung der Gehälter mündet, alle sechs Monate. Lufthansa führt auch Tarifverhandlungen mit Sozialpartnern in Ländern mit einer höheren Anzahl von Mitarbeitern wie Frankreich, Italien, Indien, aber auch in Ländern wie Ghana und Äthiopien, in denen das Unternehmen lediglich 15 bis 20 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Unterstützung der Vereinigungsfreiheit und die Anerkennung des Rechts auf Tarifverhandlung hat Lufthansa als Unterzeichner des UN Global Compact für alle Mitarbeiter weltweit dokumentiert. Mitarbeiter können sich in jedem Land, in dem Lufthansa Gesellschaften aktiv sind, im Rahmen der gesetzlichen Bedingungen organisieren und so ihre Arbeitsbedingungen mitgestalten.



Das Programm COMPASS bietet professionelle und vertrauliche Unterstützung bei der beruflichen Neuorientierung.



COMPASS – Programm zur beruflichen Neuorientierung

Auch in Zeiten des Umbruchs übernimmt die Lufthansa Group Verantwortung für ihre Mitarbeiter. Als Ausdruck einer nachhaltigen Personalpolitik hat das Luffahrtunternehmen daher das Programm COMPASS aufgelegt, das Mitarbeiter und Führungskräfte dabei unterstützt, sich beruflich erfolgreich neu zu orientieren. Zu diesem Zweck arbeitet der Konzern eng mit namhaften Personalberatungsunternehmen zusammen.

COMPASS richtet sich insbesondere an Beschäftigte, deren Arbeitsplatz gefährdet ist, sowie an Mitarbeiter und Führungskräfte in den Zentralfunktionen und von Lufthansa Passage, die aus eigenem Antrieb eine neue berufliche Herausforderung anstreben. Das COMPASS-Programm setzt sich im Wesentlichen aus folgenden Leistungspaketen zusammen: ein vertrauliches Erstgespräch, eine umfassende Beratung zur beruflichen Neuorientierung und ein unternehmensnaher Stellenmarkt, der auf aktuellen Kontakten der Lufthansa Group beruht und allen Programmteilnehmern exklusiv zur Verfügung steht.

Die Kontaktaufnahme zum COMPASS-Vertrauensbüro ist freiwillig und wird vertraulich behandelt. Mitarbeitern und Führungskräften, die das Programm in Anspruch nehmen wollen, entstehen keine Kosten. Die Vermittlungsberatung wird bis zu sechs Monate angeboten und umfasst zusätzlich zur persönlichen und beruflichen Standortbestimmung eine Stärken- und Chancenanalyse. Des Weiteren identifizieren die Fachleute Handlungsoptionen und unterstützen die COMPASS-Teilnehmer in allen Phasen des Bewerbungsprozesses.

Employee Feedback Management: Wissen, was Mitarbeiter bewegt



Mitarbeiterbefragungen sind für die Lufthansa Group ein wichtiges Instrument, um ein umfassendes Bild von der Stimmung im Konzern zu erhalten. Mit dem „Employee Feedback Management“ (EFM) hat der Luftfahrtkonzern einen effizienten, standardisierten Prozess etabliert. Dieser zielt unter anderem darauf ab, einen unternehmensweiten Dialog zwischen Führungskräften und Mitarbeitern anzustoßen. „Gerade in schwierigen Zeiten sind wir auf ein starkes Wir-Gefühl in der Belegschaft zur Lösung der Probleme angewiesen“, sagt Matthias Borchers, Leiter Personalentwicklung bei Lufthansa Passage.

Unter dem Motto „Ihre Meinung bewegt“ hatten die Beschäftigten von Lufthansa Passage und Konzernfunktionen im Jahr 2012 bereits zum achten Mal die Möglichkeit, über ihre Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz, dem direkten beruflichen Umfeld und dem Unternehmen Auskunft zu geben. An der Befragung nahmen weltweit 22.634 Mitarbeiter teil. Mit 60 Prozent lag die Gesamtbeteiligung nur leicht unter dem Rekordergebnis von 64 Prozent im Jahr 2011.

Unternehmensweiter Vergleich

Die Auswertung der Umfrage hat Lufthansa einem externen Institut übertragen. Die Resultate des Jahres 2012 liegen in Form von 1.400 Einzelberichten vor und sind für alle Mitarbeiter frei zugänglich. Seit 2011 findet das EFM jährlich statt. Der jährliche Turnus dient dazu, die aus dem Feedback abgeleiteten Maßnahmen zeitnah umzusetzen und den Erfolg zu überprüfen. Auf diese Weise gewährleistet der Konzern die Nachhaltigkeit des EFM-Prozesses.

Mitarbeiterbefragungen in den Konzerngesellschaften

Über den einheitlichen EC-Index (ECI, Employee Commitment Index) kann konzernübergreifend ein interner Benchmark erstellt werden. Dieser ist anbieterunabhängig und wird aus vier Fragen ermittelt, die Bestandteil jeder Mitarbeiterbefragung sein müssen. Lufthansa Cargo hat diese bereits integriert. Der Logistik-Spezialist befragte seine Beschäftigten 2012 bereits zum 14. Mal in Folge. Mit einer Note von 2,17 bewerteten Cargo Lufthansa-Seatens ihren Arbeitgeber so gut wie nie zuvor; die Rücklaufquote erreichte 77,9 Prozent.

Lufthansa Systems führte erstmals eine weltweite Mitarbeiterbefragung durch, an der 73 Prozent aller Befragten mitwirkten. Und Lufthansa Technik rief ihre Mitarbeiter erneut dazu auf, leitenden Angestellten Feedback zu ihrem Führungsverhalten zu geben: An der Befragung im Rahmen der Initiative „Great Place to Work®“ nahmen Lufthansa Technik, Lufthansa Technik Logistik, Lufthansa Technik Maintenance International und Lufthansa LEOS teil. Auswertungsgespräche zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern ergänzen das Führungskräfte-Feedback, das unter anderem den offenen und fairen Dialog über Probleme und damit die Arbeitssituation in den Teams verbessern soll.

Aus- und Weiterbildung

Talente erkennen – Potenziale fördern

Die Lufthansa Group ist überzeugt, dass sich Investitionen in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter und Führungskräfte auszahlen – unabhängig von der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung. Denn je besser der Einzelne qualifiziert ist, desto größer ist sein Beitrag zur Förderung der Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Der Konzern betreibt mit der Lufthansa School of Business die erste Firmenuniversität Deutschlands.

Trotz der Umbruchsituation hat der Konzern deshalb die Ausgaben für interne Bildungsangebote im Jahr 2012 um 18 Prozent auf 145 Millionen Euro erhöht. Unter Einbeziehung der Verbund-Airlines wuchs die Zahl der Teilnehmertage um sieben Prozent auf 727.000. Ein systematisches Monitoring stellt sicher, dass sämtliche Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen den gewünschten Erfolg haben. Im Mittelpunkt stehen Veranstaltungen, die auf den Erwerb und den Ausbau fachlicher und persönlicher Kompetenzen zielen.

Lufthansa School of Business

Ein wichtiges Anliegen der ersten Firmenuniversität Deutschlands ist es, die individuelle Entwicklung der Mitarbeiter optimal mit den Bedürfnissen des Unternehmens zu verzahnen. Ob Berufsanfänger oder arrivierte Kraft: Gemäß dem Leitbild des lebenslangen Lernens müssen Mitarbeiter kontinuierlich neues Wissen erwerben. Die Lufthansa School of Business (LHSB) bietet Beschäftigten aller Alters- und Hierarchiestufen daher eine Vielzahl von zielgruppengerechten Angeboten – darunter Trainings, Management-Programme sowie Dialog- und Netzwerk-Plattformen. Die Bildungseinrichtung kooperiert mit ausgewählten internationalen Organisationen, Business Schools und akademischen Instituten.

Um die notwendigen personellen Veränderungen der Lufthansa Group zu unterstützen (siehe „HR-Management“, Seite 48 ff.), organisierte die Lufthansa School of Business 2012 zahlreiche spezifische Weiterbildungen zum Thema Diversity. Zugleich hat sie ihr klassisches „Blended Learning“-Portfolio um Angebote im Bereich „Mobile Learning“ ergänzt. Des Weiteren engagierte sich das Unternehmen im Berichtsjahr erneut für herausragende Projekte und Best-Practice-Beispiele im Bereich des tech-

nologiegestützten Wissensmanagements: So hat Ronald Urgast, bei Lufthansa zuständig für Bildungsmanagement und Bildungscontrolling, zum wiederholten Male die Jury des European Award for Technology Supported Learning (eureleA) – des früheren eLearning-Award – verstärkt.

Spitzenplatzierungen der Lufthansa Group in Arbeitgeber-Rankings

Spitzenplatzierungen bei bedeutenden Rankings belegen Jahr für Jahr die hohe Anziehungskraft des Luftfahrtkonzerns als Arbeitgeber in Deutschland. Davon zeugte im Berichtsjahr unter anderem das „trendence Graduate Barometer 2012“ unter Hochschulabsolventen, die das Unternehmen auf Platz vier der Top-Arbeitgeber-Liste wählten. Ebenfalls einen vierten Platz erzielte Lufthansa bei einer Umfrage des Beratungsunternehmens Universum Communications unter mehr als 23.000 Studenten.

Talent-Management

Die Lufthansa Group hat unterschiedliche Programme auf den Weg gebracht, um die Internationalität unter Talenten mit akademischem Abschluss zu erhöhen: Das „ProTeam General Management Trainee“-Programm beispielsweise erlaubt es Hochschulabsolventen, sich über Vorträge sowie Projekteinsätze im In- und Ausland ein umfassendes Bild von den beruflichen Perspektiven im Konzern zu machen; seit 2013 steht das Angebot auch den Trainees von SWISS offen. Für mehr Vielfalt im Unternehmen sorgt darüber hinaus das Personalbindungs- und Entwicklungsprogramm „explorers“. Der im November 2012 gestartete neunte Jahrgang vereint 147 Nachwuchsführungskräfte aus allen Gesellschaften, die sich fachlich und persönlich weiterentwickeln möchten.



Aus- und Weiterbildung haben in der Lufthansa Group eine hohen Stellenwert.

Ausbildung in 56 Berufen

So vielfältig wie das Leistungsportfolio ist auch das Ausbildungsspektrum der Lufthansa Group: Um ihre gesellschaftliche Verantwortung umfassend wahrzunehmen, bildet sie aktuell in 56 Berufen aus. Diese Zahl berücksichtigt auch die dualen Studiengänge, die im Berichtsjahr 400 junge Leute absolvierten. Vor dem Hintergrund der Bologna-Reform, die der Konzern von Beginn an aktiv begleitet und unterstützt, hat Lufthansa in den vergangenen Jahren die konzernweiten Einstiegsprogramme nach und nach auf Bachelor- und Masterabschlüsse umgestellt.

Im Jahr 2002 hat Lufthansa das Online-Karriereportal Be-Lufthansa.com ins Leben gerufen, das die Mehrheit der Bewerber seitdem für den Erstkontakt mit der Lufthansa Group nutzt. Informationen über berufliche Perspektiven erhalten Interessenten darüber hinaus über Facebook und Twitter sowie seit Dezember 2012 zusätzlich über einen neuen Karriere-Blog.

Zu den Berufen, die engagierten Jugendlichen an der Schwelle zum Erwerbsleben offenstehen, zählen nicht nur solche mit technischer, kaufmännischer oder informationstechnologischer Ausrichtung. In Deutschland etwa bietet der Medizinische Dienst des Unternehmens zudem seit vielen Jahren eine dreijährige Ausbildung zum Medizinischen Fachangestellten.

Dass eine Berufsausbildung in der Lufthansa Group nicht nur fordert, sondern auch fördert, beweist nicht zuletzt die Auszeichnung zweier weiblicher Nachwuchskräfte als bundesweit beste Auszubildende: die eine als Servicekauffrau im Luftverkehr, die andere als Fluggerätemechanikerin. Um Mädchen und Jungen frühzeitig zu ermutigen, bei der Berufswahl die klassische Festlegung auf sogenannte Frauen- und Männerberufe zu überwinden, hat der Konzern auch 2012 und 2013 am jährlichen Girls` und Boys` Day teilgenommen. Mit dem gleichen Ziel engagierte sich SWISS am Nationalen Zukunftstag 2012 der Schweiz.



Lufthansa Case Challenge: Gruppenfoto der Finalisten 2012 im Lufthansa Training & Conference Center in Seeheim

Lufthansa Case Challenge 2012

Innovationen in der Luftfahrtbranche: So lautete das Thema des dritten „Lufthansa Case Challenge“-Wettbewerbs, den die Lufthansa Group im Berichtsjahr abermals gemeinsam mit der EBS Business School ausgerichtet hat. Bachelor- und Masterstudenten aus aller Welt nutzten die Möglichkeit, zukunftsweisende Konzepte zu erarbeiten und sich damit für das Finale vom 15. bis 17. Oktober 2012 im Lufthansa Training & Conference Center in Seeheim zu empfehlen. Wie schon in den Jahren zuvor, erhielten wieder nur die sechs besten der insgesamt 105 Bewerber-teams aus mehr als 20 Ländern die Chance, ihre Entwürfe einer Jury aus Top-Managern der Lufthansa Group und EBS-Experten zu präsentieren.

Arbeits- und Gesundheitsschutz

Für ein sicheres und gesundes Berufsleben

Je gesünder und motivierter die Belegschaft ist, desto größer ist auch das Leistungsvermögen der Lufthansa Group. Sichere Arbeitsbedingungen, die auf den Erhalt von Gesundheit und Wohlbefinden abzielen, sind deshalb ein integraler Bestandteil des Arbeits- und Gesundheitsschutzes des Luftfahrtkonzerns. Da die Geschäftstätigkeit der einzelnen Konzerngesellschaften teilweise erhebliche Unterschiede aufweist, variieren auch die Anforderungen an Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement, die folgerichtig im Wesentlichen dezentral organisiert sind.

Der Medizinische Dienst mit seinen Arbeits-, Flug- und Tropenmedizinern kümmert sich im Lufthansa Konzern um alle gesundheitlichen Belange der Beschäftigten. Der Bereich steht in engem Kontakt mit der Konzern-Arbeitssicherheit, der betrieblichen Sozialberatung und den Gesundheitsfachleuten in den Konzerngesellschaften. Als Forum für einen regelmäßigen abteilungsübergreifenden Austausch hat sich der Arbeitskreis Gesundheit etabliert, der viermal pro Jahr tagt.

Medizinischer Dienst: DIN EN ISO 9001-Zertifizierung

Um die stetig wachsenden gesetzlichen Anforderungen im Gesundheitswesen künftig noch effektiver erfüllen zu können, hat der Medizinische Dienst sein Qualitätsmanagementsystem im Jahr 2012 erfolgreich nach DIN EN ISO 9001 zertifizieren lassen. Seit 2011 hat sich der Medizinische Dienst intensiv auf die Prüfung durch die Zertifizierungsstelle CERT iQ vorbereitet. Die Zertifizierung gilt für die Standorte Frankfurt, München, Hamburg und Köln umfasst die Bereiche Arbeits-, Flug- und Tropenmedizin, Aero Medical Center, kaufmännische Steuerung, Passenger Medical Care und Sozialberatung. Mit dem Ziel, die bisher erreichten Standards im Qualitätsmanagement (QM) zu sichern und weiter auszubauen, hat der Medizinische Dienst begonnen, interne QM-Beauftragte auszubilden. Darüber hinaus übernimmt er künftig die medizinisch-fachliche Leitung und das Qualitätsmanagement aller medizinischen Transporte – einschließlich jener, bei denen die weltweit einzigartige fliegende Intensivstation von Lufthansa zum Einsatz kommt, das sogenannte Patient Transportation Compartment (PTC).





Informationsparcours der Sozialberatung im Rahmen der jährlich stattfindenden Gesundheitswoche

Sozialberatung

Seit 1985 dient die Lufthansa Sozialberatung den Mitarbeitern des Konzerns als zentrale Anlaufstelle bei privaten, finanziellen und familiären Problemen sowie bei Konflikten am Arbeitsplatz. Das Angebot stellt eine freiwillige Sozialleistung der Lufthansa Group dar und nimmt eine wichtige Funktion bei der Erfüllung der Fürsorgepflicht im Rahmen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes wahr. Die Sozialberatung ist an zahlreichen deutschen Standorten vertreten, darunter Frankfurt, München, Köln, Hamburg, Nürnberg, Hannover, Berlin, Düsseldorf und Stuttgart. Das Leistungsportfolio gliedert sich in fünf Bereiche: Individuelle psychosoziale Beratung, Coaching & Beratung von Führungskräften und Funktionsträgern, Teambesprechung und Konfliktmoderation, Prävention sowie Betriebliches Gesundheitsmanagement. Die Sozialberatung veröffentlicht jährlich einen Tätigkeitsbericht. Zudem engagiert sie sich aktiv für die vielfältigen Gesundheitsaktionen der Lufthansa Group.

Auch im Jahr 2012 fanden an den Lufthansa Standorten in Deutschland wieder zahlreiche Aktionen zur Förderung der Mitarbeitergesundheit statt.

Effektive Steuerung der Arbeitssicherheit

Die Abteilung Konzernarbeitssicherheit arbeitet eng mit Ärzten, Sozialberatern, Betriebsräten und den Verantwortlichen in den Gesellschaften der Lufthansa Group zusammen. Ziel ist es, die Gesundheit und Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter dauerhaft zu sichern und zu stärken – insbesondere durch eine regelmäßige Ermittlung und Beurteilung von Gefährdungen am Arbeitsplatz sowie durch Maßnahmen, die die Zahl arbeitsbedingter Unfälle und Erkrankungen nachhaltig senken. Überdies kümmern sich die Experten darum, Risikofaktoren für Berufskrankheiten frühzeitig zu erkennen und abzuwehren. Beratungen zur Gesundheitsförderung, Sicherheitstrainings, Unterweisungen für Mitarbeiter im Lärmlabor sowie Ausbau und Pflege gesundheitsbezogener Informationen im Intranet gehören ebenfalls zu den Aufgaben.

Seit November 2012 informiert eine Dauerausstellung auf der Lufthansa Basis in Frankfurt über das Thema Arbeitssicherheit. Sicherheitsbeauftragte aus Cockpit und Kabine haben die Konzeption und Umsetzung der Ausstellung aktiv begleitet. Diese bietet unter anderem Informationen zum Thema Kabinenluft. Hierbei gilt es vor allem, Mitarbeiter für die richtige Einordnung von Gerüchen und Anzeichen von Rauchentwicklung an Bord zu sensibilisieren.

Für die Lufthansa Group stehen Sicherheit und Gesundheit von Fluggästen, Besatzung und Mitarbeitern an erster Stelle. Der Konzern engagiert sich daher noch stärker als bisher in der Erforschung technischer und betrieblicher Themen und arbeitet eng mit Triebwerks- und Flugzeugherstellern zusammen, um wirksame Vorsorgemaßnahmen zu entwickeln. Dazu gehört unter anderem die Klärung von Geruchsereignissen in der Flugzeugkabine, die in der Vergangenheit wiederholt auftraten und zu kontroversen Diskussionen in den Medien geführt haben.

Zu diesem Zweck ist seit April 2013 ein Messkoffer zur Analyse etwaiger Schadstoffe einsatzbereit. Mit seiner Hilfe will Lufthansa auf ausgewählten Flügen versuchen, die Veränderung der Kabinenluftzusammensetzung während eines Geruchsvorfalles (Smell Event) aufzuzeichnen. Ziel ist es, in der Kabinenluft potenziell vorhandene Substanzen zu identifizieren und zu quantifizieren sowie die objektive Bewertung derartiger Ereignisse zu optimieren. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf Organophosphaten wie Triäthylphosphat (TCP), Tributylphosphat (TBP) und Triphenylphosphat (TPP). Entwicklungspartner ist die renommierte Medizinische Hochschule Hannover. Insgesamt sind etwa 15 Umläufe mit dem Airbus A380 geplant. Mit einer abschließenden wissenschaftlichen Auswertung aller Messdaten ist im 4. Quartal 2013 zu rechnen.



Lufthansa ist seit 2009 Titelsponsor des Frankfurter Halbmarathons und setzt damit ein Zeichen für die Förderung des Breitensports im Rhein-Main-Gebiet.

Betriebs- und Breitensport

Mitarbeiter, die sich regelmäßig sportlich betätigen, tun nicht nur ihrem Körper etwas Gutes. Sie schaffen auch einen Ausgleich zu den vielfältigen Anforderungen, die Beruf und Familie täglich an sie stellen. Als aktiver Beitrag zum vorbeugenden Gesundheitsschutz unterstützt die Lufthansa Group ihre Mitarbeiter seit jeher mit einem umfassenden Sportangebot für jeden Geschmack. Statt sportlicher Höchstleistungen stehen die Freude an der Bewegung und das gemeinsame Erleben im Vordergrund, was auch dem Betriebsklima zugutekommt. Im Jahr 2012 engagierten sich 7.196 Lufthanseseaten bundesweit in Betriebs-Sportvereinen mit ihren jeweiligen Sparten.

Seit 2009 lädt die Aktion „Lufthanseseaten laufen“ dazu ein, frische Luft zu tanken und den Kopf frei zu bekommen. So gingen am 14. Juni 2012 in Frankfurt 1.225 Lufthanseseaten an den Start des JP Morgan Corporate Challenge; bei Europas größtem Firmenlauf stellt der Luftfahrtkonzern seit Jahren das zweitstärkste Team. Außerdem engagiert sich das Unternehmen seit 2009 als Titelsponsor des Frankfurter Halbmarathons und setzt damit ein Zeichen für die Förderung des Breitensports im Rhein-Main-Gebiet.



Ruderer des Hamburger Lufthansa Sportvereins haben Ende Oktober 2012 an der größten Ruder-Regatta der Welt, der „Head of the Charles Regatta“ in Boston, teilgenommen.



Klima- und Umweltverantwortung

Die Lufthansa Group nimmt ihre Verantwortung für Klima und Umwelt wahr. Als Innovationstreiber der Luftfahrtbranche engagieren wir uns in zahlreichen zukunftsweisenden Initiativen und Projekten, die die Umweltverträglichkeit des Fliegens nachhaltig verbessern. Mit Erfolg: Im Jahr 2012 haben wir einen neuen Effizienzrekord erzielt und unseren spezifischen Kerosinverbrauch um 2,8 Prozent verbessert.



Umweltstrategie

Zahlreiche Maßnahmen, ein Ziel: Umweltauswirkungen des Fliegens reduzieren

Die Lufthansa Group setzt bereits seit Jahren alles daran, die Umweltauswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf sämtlichen Ebenen zu minimieren und die benötigten Ressourcen so effizient wie möglich einzusetzen. Wichtigstes Anliegen ist es, die im Rahmen des Flugbetriebs entstehenden Kohlendioxid- und Lärmemissionen kontinuierlich zu reduzieren.

Zwar ist der Anteil des Luftverkehrs am globalen, vom Menschen verursachten CO₂-Ausstoß mit knapp 2,5 Prozent vergleichsweise gering (siehe Grafik Seite 13) – aufgrund des weltweit wachsenden Bedürfnisses nach Mobilität ist die Tendenz jedoch auch beim Verkehrsträger Luftverkehr steigend. Daher stehen die Luftfahrtunternehmen vor der Herausforderung, die Umweltverträglichkeit des Fliegens bei einer stetig zunehmenden Transportleistung weiter zu erhöhen.

Die Lufthansa Group untermauert dieses Bestreben durch ein strategisches Umweltprogramm, das sie bereits im Jahr 2008 aufgelegt hat. Zusätzlich dazu unterstützt der Konzern die ehrgeizigen Umweltziele der Branche: die Treibstoffeffizienz bis 2020 im Schnitt um 1,5 Prozent pro Jahr zu verbessern und danach CO₂-neutral weiter zu

wachsen. „Seit 2008 haben wir im Konzern die Treibstoffeffizienz jährlich um 1,5 Prozent gesteigert und damit dem Branchenziel stets entsprochen“, so Dr. Karlheinz Haag, Leiter Umweltkonzepte der Lufthansa Group.

Um weitere Fortschritte zu erzielen, hat die Luftfahrtindustrie die Vier-Säulen-Strategie für den Klimaschutz entwickelt, die unterschiedliche umweltrelevante Maßnahmen verbindet (siehe Grafik unten). Hierzu gehören technischer Fortschritt, Infrastrukturverbesserungen, operative Maßnahmen sowie ergänzende ökonomische Instrumente. Auf Basis dieses strategischen Gerüsts hat die Lufthansa Group zahlreiche Maßnahmen ergriffen und Programme gestartet, um den Flugbetrieb kontinuierlich auf Effizienz zu trimmen.

Vier Säulen für den Klimaschutz

1

Technischer Fortschritt

- Neuerung bei Flugzeug- und Triebwerkstechnologien
- Alternative Kraftstoffe



2

Verbesserte Infrastruktur

- Bessere Nutzung der Lufträume
- Dem Bedarf angepasste Flughafeninfrastrukturen



Die wichtigsten Aktivitäten im Überblick:

Investitionen in modernes Fluggerät

Bis Ende 2025 wird die Lufthansa Group nach aktuellem Bestellstatus 236 neue Flugzeuge erhalten, die sich vor allem durch niedrige Verbrauchs- und Lärmemissionswerte auszeichnen. Eine moderne und gut strukturierte Flotte ist nicht nur die Grundlage für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. Sie hat auch einen großen Anteil daran, die Umweltauswirkungen des Fliegens möglichst gering zu halten.

Verbrauchsanalyse

Im Konzernprojekt „Fuel Efficiency“ laufen sämtliche Aktivitäten der Lufthansa Group zusammen, um den Treibstoff so effizient wie möglich einzusetzen. Unter anderem helfen intelligente Software-Lösungen und Maßnahmen zur Reduzierung des Flugzeuggewichts, den Kerosinverbrauch zu verringern.

Einsatz von Biokraftstoffen

Im Jahr 2011 hat Lufthansa mit der Langzeiterprobung von Biokraftstoff im regulären Flugbetrieb Pionierarbeit geleistet und aufgezeigt, dass Biokraftstoffe dort problemlos eingesetzt werden können. Jetzt engagiert sich das Unternehmen in diversen zukunftsweisenden Projekten mit dem Fokus alternative Kraftstoffe. Die im Jahr 2012 vom Vorstand verabschiedete Biofuel-Strategie 2020 gibt die Richtung vor.

Weniger Lärm

Gemeinsam mit Partnern aus Industrie, Behörden, Hochschulen und Forschung arbeitet Lufthansa permanent daran, spürbare Lärminderungsmaßnahmen zu entwickeln. Dies drückt sich unter anderem in einer kontinuierlichen Flottenmodernisierung aus, der stetigen Optimierung der Bestandsflotte oder der Anwendung Lärm reduzierender Verfahren im Flugbetrieb.

Förderung der Elektromobilität

Nicht nur in der Luft, auch am Boden müssen Fluggesellschaften Emissionen und Lärm auf ein Minimum begrenzen. Daher legt die Lufthansa Group einen Schwerpunkt auf die Entwicklung und Erprobung elektrischer Antriebstechniken für Rollvorgänge am Boden.

Zusammenarbeit mit der Wissenschaft

Ob Klimaforschung, Elektromobilität, Lärmreduzierung oder Modifikation am bestehenden Fluggerät – die Lufthansa Group setzt auf Kooperationen mit Wissenschaft und Forschung, um auf Basis fundierter Fakten die Umweltvorsorge des Konzerns zielgerichtet weiter zu verbessern.

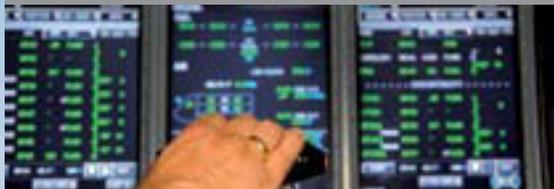
Zusätzlich dazu engagiert sich der Konzern in verschiedenen Verbänden, Gremien und Initiativen für den Luftverkehr der Zukunft, unter anderem im Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL) und im Environmental Committee der International Air Transport Association (IATA). In das Single European Sky ATM Research Programme (SESAR) bringen Fachleute ebenfalls ihr Know-how ein, und zwar in mehr als 50 Projekte. Ziel ist, den gemeinsamen Luftraum über Europa zu verwirklichen, das größte Klimaschutzprojekt der europäischen Luftfahrt (siehe *Balance 2012*, Seite 75 f.). Darüber hinaus ist das Luftfahrtunternehmen im Flughafenumfeld in Expertengremien und Arbeitsgruppen aktiv, um gemeinsam mit allen Beteiligten nach praktikablen Lösungen zur Lärmreduzierung zu suchen. Dies ist nur ein Beispiel dafür, dass der Konzern im ständigen Dialog mit Öffentlichkeit und Betroffenen steht, deren Interessen von seiner Geschäftstätigkeit berührt werden.

Weiterführende Informationen zu den erwähnten Themen erhalten Sie auf den folgenden Seiten.

3

Operative Maßnahmen

- Effiziente Flugzeuggrößen
- Optimale Flugrouten und -geschwindigkeiten
- Optimierte Prozesse am Boden



4

Ökonomische Instrumente

- Ein globales, sinnvoll ausgestaltetes, marktbasierendes System zur Emissionsminderung als Ergänzung zu den drei anderen Säulen



Kerosin und Emissionen

Effizienzrekord: 4,06 l/100 pkm

Die Lufthansa Group fliegt immer treibstoffeffizienter: Im Jahr 2012 ist der spezifische Kerosinverbrauch auf nur noch 4,06 Liter pro 100 Passagierkilometer gesunken, nachdem er bereits im Vorjahr mit 4,18 Liter pro 100 Passagierkilometer das niedrigste Niveau in der Geschichte des Luftfahrtkonzerns erreicht hatte. Dies bedeutet einen Rückgang um 2,8 Prozent. Im gleichen Maße reduzierte sich der spezifische CO₂-Ausstoß.

Besonders erfreulich ist zudem, dass sich auch der absolute Treibstoffverbrauch der Lufthansa Group von 9,02 Millionen auf 8,88 Millionen Tonnen Kerosin verringerte – obwohl die fliegenden Konzerngesellschaften mehr Nutzlast transportierten und im Berichtsjahr deutlich mehr Passagiere an ihr Ziel brachten. Somit setzte der Luftfahrtkonzern seine Entkopplung der Transportleistung vom Treibstoffverbrauch erfolgreich fort: Seit 1991 ist die Transportleistung der Lufthansa Group um 329 Prozent gewachsen, während sich der Kerosinverbrauch nur um 183 Prozent vergrößerte (siehe nebenstehende Grafik). Hauptgründe für diese positive Entwicklung sind die anhaltende Flottenmodernisierung (siehe „Milliarden für leisere und effizientere Flugzeuge“, Seite 30 ff.) und die noch einmal verstärkten Bestrebungen, den Treibstoff so effizient wie möglich einzusetzen (siehe „Treibstoffeffizienz: Jeder Tropfen zählt“, Seite 71 ff.).

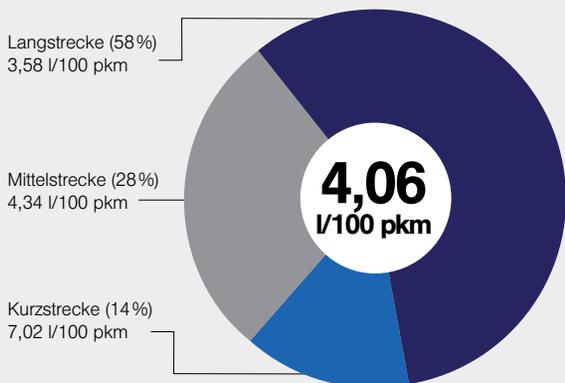


Der spezifische Kerosinverbrauch der Lufthansa Group reduzierte sich im Jahr 2012 in allen Verkehrsgebieten: Auf der Langstrecke sank er von 3,64 auf 3,58 Liter pro 100 Passagierkilometer, auf der Mittelstrecke von 4,52 auf 4,34 Liter pro 100 Passagierkilometer und auf der Kurzstrecke von 7,30 auf 7,02 Liter pro 100 Passagierkilometer. Die einzelnen Group Airlines haben mit Ausnahme von Germanwings ebenfalls ihre Effizienz erhöht. So benötigten die Flugzeuge der SWISS im Berichtsjahr im Schnitt nur noch 3,64 Liter Kerosin, um einen Passagier 100 Kilometer weit zu transportieren. Im Vorjahr waren es noch 3,72 Liter. Besonders sparsam zeigte sich die Langstreckenflotte von SWISS, deren spezifischer Kerosinverbrauch sich auf 3,08 Liter pro 100 Passagierkilometer belief. Bei Austrian Airlines erreichte der spezifische Treibstoffverbrauch 3,98 (Vorjahr: 4,18) Liter pro 100 Passagierkilometer und bei Lufthansa Passage 4,16 (Vorjahr: 4,27) Liter pro 100 Passagierkilometer. Dabei wies die reine Lufthansa Flotte (ohne Regionalgesellschaften und Germanwings) einen spezifischen Kerosinverbrauch von im Schnitt 3,98 Liter pro 100 Passagierkilometer auf.

Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung

Aktive Flotte im Jahr 2012, Angaben in Liter/100 Passagierkilometer (l/100 pkm)

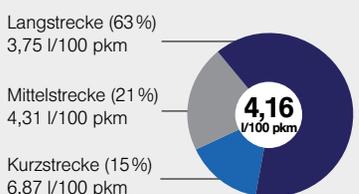
Konzernflotte



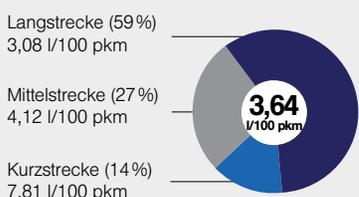
Durchschnittlicher spezifischer Treibstoffverbrauch in l/100 pkm (Kreismitte) sowie die Anteile der verschiedenen Verkehrsgebiete (Kreissegmente) am gesamten Passagiertreibstoffverbrauch der aktiven Flotte 2012

Definition der Verkehrsgebiete: ■ Langstrecke über 3.000 km ■ Mittelstrecke 800 bis 3.000 km ■ Kurzstrecke unter 800 km

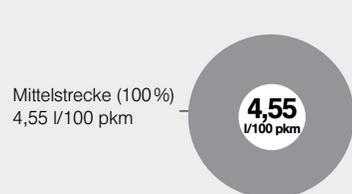
Lufthansa Passage



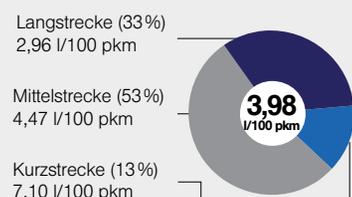
SWISS



Germanwings



Austrian Airlines



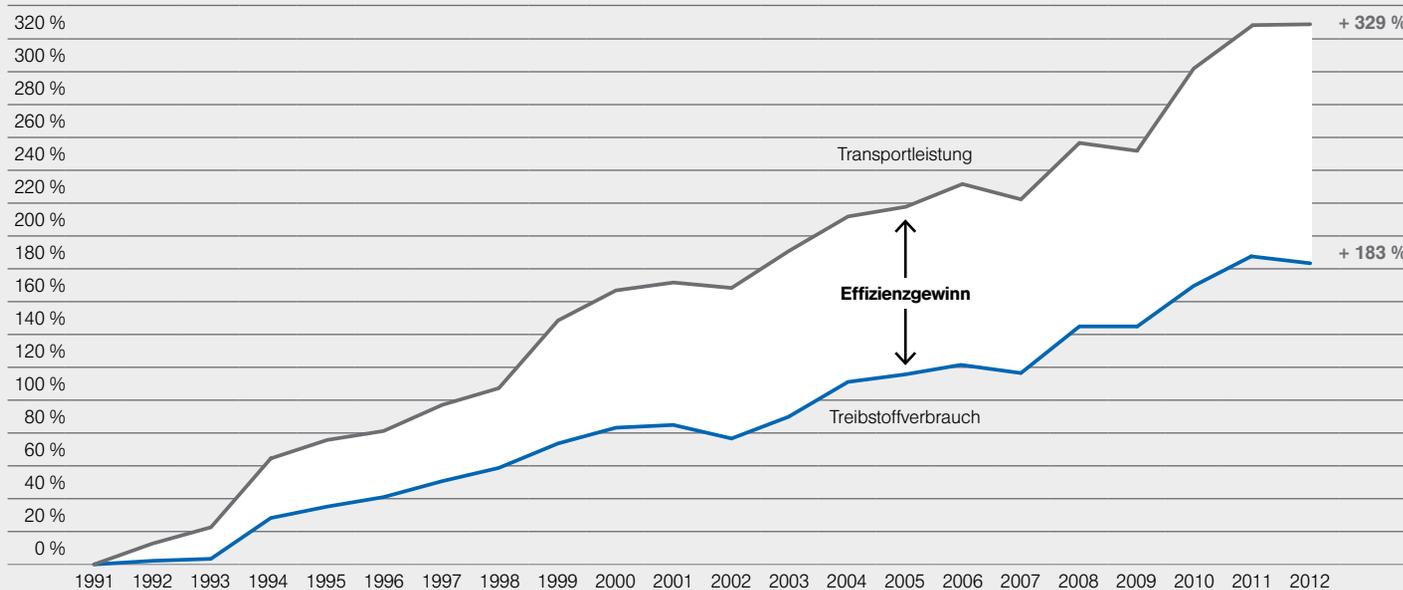
Spezifische CO₂-Emissionen Passagierbeförderung

Aktive Flotte im Jahr 2012, Angaben in Kilogramm/100 Passagierkilometer (kg/100 pkm)

	Konzernflotte	Lufthansa Passage	Germanwings	SWISS	Austrian Airlines
■ Langstrecke	9,03	9,46	-	7,77	7,45
■ Mittelstrecke	10,93	10,87	11,46	10,39	11,26
■ Kurzstrecke	17,68	17,30	-	19,68	17,89
Gesamtdurchschnitt	10,24	10,47		9,17	10,04

Entkopplung von Transportleistung und Treibstoffverbrauch

Veränderung gegenüber 1991 in Prozent, Angaben für die Flotte der Lufthansa Group



Fuel Dumps

2012

Ereignisse, gesamt	Menge	Veränderung gegenüber 2011
Ereignisse, gesamt	17	+2
davon medizinische Gründe	11	+6
technische Gründe	4	-5
andere Gründe	2	+1
Menge, gesamt	444 Tonnen	-15,7%

Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung

Angaben in Liter/100 Passagierkilometer (l/100 pkm)

	2012	2011	Veränderung in %
Konzernflotte	4,06	4,18	-2,8
Lufthansa Passage	4,16	4,27	-2,8
Germanwings	4,55	4,42	+2,8
SWISS	3,64	3,72	-2,3
Austrian Airlines	3,98	4,18	-4,8

Treibstoffverbrauch¹

2012 (Angaben in Tonnen)

	Passagiere	Fracht	Gesamt	Anteil
Reguläre Flüge^{2,3}				
Lufthansa	4.873.880	1.676.438	6.550.318	72,7%
Germanwings	243.541	212	243.753	2,7%
SWISS	1.065.389	374.352	1.439.741	16,0%
Austrian Airlines	568.647	76.467	645.114	7,2%
			8.878.926	98,5%
Dritte ⁴	113.896	7.872	121.768	1,4%
Sonstige Flüge⁵			13.800	0,2%
Alle Flüge			9.014.494	100,0%

Emissionen^{3,6}

2012 (Angaben in Tonnen)

	Passagiere	± Vj.	Fracht	± Vj.	Gesamt	± Vj.
CO₂	21.267.096	-0,4%	6.701.531	-5,3%	27.968.627	-1,6%
NO_x	103.813	+3,7%	32.992	-2,4%	136.805	+2,2%
CO	16.187	-2,8%	3.228	-7,5%	19.416	-3,7%
UHC	1.661	-5,9%	435	-10,7%	2.096	-7,0%

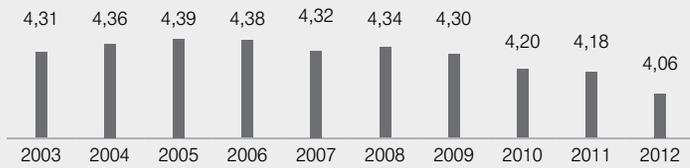
Anteile Dritter⁴

2012

Flüge	3,3%
Passagiere	2,3%
Erbrachte Tonnenkilometer, TKT⁷	0,8%
Treibstoffverbrauch	1,4%
Kohlendioxidemissionen	1,4%

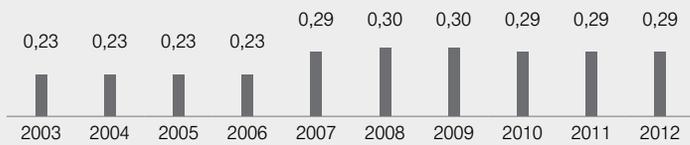
Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung

Angaben in Liter/100 Passagierkilometer



Spezifischer Treibstoffverbrauch Frachttransport⁸

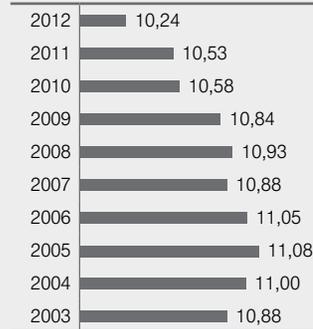
Angaben in Liter/Tonnenkilometer



Passagierbeförderung

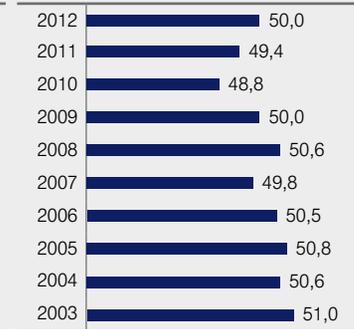
CO₂-Emissionen

Angaben in Kilogramm/100 Passagierkilometer



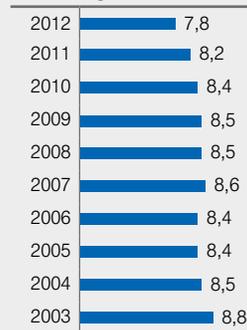
NO_x-Emissionen

Angaben in Gramm/100 Passagierkilometer



CO-Emissionen

Angaben in Gramm/100 Passagierkilometer



UHC-Emissionen

Angaben in Gramm/100 Passagierkilometer



Frachttransport⁸

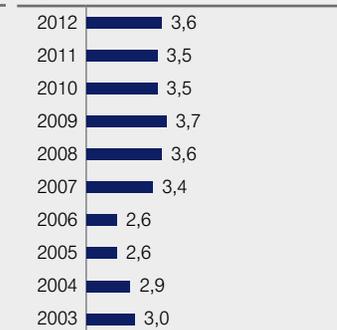
CO₂-Emissionen

Angaben in Kilogramm/Tonnenkilometer



NO_x-Emissionen

Angaben in Gramm/Tonnenkilometer



CO-Emissionen

Angaben in Gramm/Tonnenkilometer



UHC-Emissionen

Angaben in Gramm/Tonnenkilometer



1 Tatsächlicher Treibstoffverbrauch in Tonnen aus dem Flugbetrieb auf Basis aller Flugereignisse unter der jeweils operativen Flugnummer. Erfasst sind die Verbräuche von Gate zu Gate, d.h. inklusive des Rollens am Boden sowie der Warteschleifen und Umwege in der Luft.
 2 Linienflüge, Charterflüge.
 3 Für das Berichtsjahr 2012 sind in Balance folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa (inkl. Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Lufthansa Cargo, Germanwings, SWISS (inkl. Edelweiss Air) und Austrian Airlines. Exklusive der Dienste von Dritten, da auf deren Performance und eingesetztes Fluggerät kein Einfluss genommen werden kann (siehe Tabelle „Anteile Dritter“).
 4 Beinhaltet Flüge mit nicht zum Konzern gehörenden Fluggesellschaften, die kurzfristig Dienste im Auftrag von Lufthansa übernehmen, zum Beispiel bei Kapazitätsengpässen.
 5 Ferryflüge, Spezialflüge, Trainingsflüge, Testflüge, Flugabbruch.
 6 Absolute Emissionen in Tonnen aus dem Flugbetrieb (alle Linien- und Charterflüge). Erfasst sind die Emissionen von Gate zu Gate, d.h. inklusive des Rollens am Boden sowie der Warteschleifen und Umwege in der Luft. (siehe „Über diesen Bericht – Berechnungsmethodik“, Seite 4).
 7 Ohne Road Feeder Service und ercharterte Teilkapazitäten der Lufthansa Cargo, da für diese Leistungen keine Treibstoffverbräuche und Emissionen vorliegen.
 8 Auf Basis von Frachttonnenkilometern (FTKT), transportiert sowohl auf Fracht- wie auch auf Passagiermaschinen.

Treibstoffeffizienz: Jeder Tropfen zählt

Treibstoff ist der größte operative Kostenblock der Lufthansa Group – und schlägt seit Jahren immer stärker zu Buche. Mit rund 7,4 Milliarden Euro im Jahr 2012 – das sind rund 1,1 Milliarden Euro mehr als 2011 – machen die konzernweiten Treibstoffeinkäufe mittlerweile mehr als 20 Prozent der betrieblichen Aufwendungen aus. Daher arbeitet der Luftfahrtkonzern mit Hochdruck daran, das benötigte Kerosin so effizient wie möglich einzusetzen. Denn schon ein um ein Prozent geringerer Treibstoffverbrauch verbessert das Ergebnis um rund 74 Millionen Euro.



Mehr Informationen zum Thema Treibstoffeffizienz finden Sie auf Seite 6 ff.

Anders gesagt: Ist ein Flugzeug im Schnitt um 100 Kilogramm leichter, spart beispielsweise Lufthansa Passage 2,6 Millionen Euro pro Jahr an Kerosinkosten. Ein Plus, das sich auch für die Umwelt auszahlt, weil zugleich etliche Tonnen CO₂-Emissionen vermieden werden.

Die Gesellschaften der Lufthansa Group sind daher bereits seit Jahren auf vielfältige Weise bemüht, den Kerosinverbrauch zu reduzieren. Das Spektrum der in diversen Projekten entwickelten Maßnahmen reicht von technischen Lösungen und Gewichtsreduktion über Anpassungen von Bodenabfertigung und Netz bis hin zu politischen Strukturprojekten und Verfahren im Flugbetrieb (siehe Übersicht auf Seite 72). Mit dem im Februar 2012 vorgestellten Zukunftsprogramm SCORE (siehe „Zukunftsprogramm SCORE auf Kurs“, Seite 38 ff.), das eine nachhaltige Kostensenkung anstrebt, hat das Thema „Treibstoff sparen“ noch einmal an Bedeutung gewonnen.

Das konzernweite SCORE-Projekt „Fuel Efficiency“

Im Rahmen des konzernübergreifenden SCORE-Projekts „Fuel Efficiency“ tragen die Experten der Lufthansa Group Airlines und von Lufthansa Technik bewährte und erfolgreiche Praxislösungen zusammen, um den effizienten Einsatz von Kerosin wirksam zu steigern. Erklärtes Ziel des Vorhabens ist es, die Zusammenarbeit zu intensivieren, sowohl im Hinblick auf den Informationsaustausch als auch bei konkreten Projekten.

Um die inhaltlichen und organisatorischen Voraussetzungen zu schaffen, ist das Vorhaben in drei Themenfelder gegliedert. Sie umfassen den systematischen Austausch der Experten, den Start von Einzelprojekten mit besonderem Einsparpotenzial sowie die Schaffung von Standards und Strukturen.



Maßnahmen zur Steigerung der Treibstoffeffizienz in der Lufthansa Group (beispielhafte Auswahl)



Mitglieder des Projektteams von Fuel Efficiency in einem Meeting

Systematischer Austausch

Alle Airlines der Lufthansa Group verfügen seit Langem über Regeln und Maßnahmen, um den Kerosinverbrauch möglichst effizient zu gestalten. Doch eine einheitliche Übersicht über die zahlreichen verschiedenen Aktivitäten gab es bislang nicht. „Auch wussten wir nicht, welche Maßnahmen die anderen Fluggesellschaften umsetzen können“, erklärt Jens Ritter, Leiter des SCORE-Projekts Fuel Efficiency. Seit dem Projektstart im Frühjahr 2012 tauschen sich die zuständigen Fachleute der beteiligten Konzerngesellschaften regelmäßig und noch intensiver und systematischer als zuvor über die Aktivitäten im Bereich Treibstoffeffizienz aus. Gleichzeitig prüfen sie deren Übertragbarkeit auf die einzelnen Group-Airlines. Mit Erfolg: Mittlerweile haben die Experten 500 Projekte aufgesetzt und Maßnahmen entwickelt, von denen die fliegenden Gesellschaften rund 200 kurz- oder mittelfristig übernehmen können. Dazu gehören unter anderem technische Verbesserungen, verändertes Flugverhalten und weitere Gewichtsreduktionen.

Projekte mit besonderem Einsparpotenzial

Das Team um Jens Ritter hat zugleich mehrere Einzelprojekte mit signifikantem Einsparpotenzial ausgemacht, die künftig in den Airlines umgesetzt werden sollen. Besondere Aufmerksamkeit erregte beispielsweise das komplette Ausräumen eines Langstreckenflugzeugs vom Typ Airbus A340-300 von Lufthansa Passage: Am 18. Dezember 2012 haben knapp 40 Lufthansa-Teammitglieder sämtliche losen Gegenstände in Cockpit, Kabine und Frachtraum entladen, gewogen und penibel katalogisiert. Dabei kamen sage und schreibe knapp vier Tonnen Material zusammen – von Cockpitunterlagen über Kissen, Decken und Taschenlampen bis hin zu Trolleys. Nun prüfen die Fachbereiche, was in welcher Menge an Bord bleiben kann, was nicht und welche Gegenstände sich durch leichtere Varianten ersetzen lassen. Von den Ergebnissen dieser Aktion werden zukünftig alle Airlines der Lufthansa Group profitieren.

Ein weiteres Projekt hat den Strategischen Cost Index zum Inhalt. Dieser gibt Auskunft darüber, welche Kosten für jeden Flug pauschal anfallen und ist abhängig von Beladung, Geschwindigkeit sowie Crew-, Technik- und Triebwerkskosten. Mithilfe des „neuen“ Strategischen Cost Index indes sind Flugzeugbesatzungen in der Lage, diesen Wert nochmals auf eine deutlich präzisere Berechnungsgrundlage zu stellen: Denn neben den Zeitkosten (Crew und Technik) bezieht das System nun auch aktuelle Treibstoffpreise mit ein, um die Kennzahl zu ermitteln. Ist das Flugzeug erst einmal gestartet, kommt der Taktische Cost Index ins Spiel, der die Piloten unterstützt, wirtschaftlich optimal zu fliegen. In seine Berechnung fließen in Zukunft nicht nur die oben genannten Parameter ein, sondern zusätzlich aktuelle Daten über das Wetter und die Leistung des Flugzeugs. Seit Juli 2012 werden alle Flüge der Lufthansa Passage mit dem Strategischen Cost Index geplant und absolviert. Die anderen Konzern-Airlines prüfen zurzeit seine Einführung.

Darüber hinaus betrachten die Fluggesellschaften derzeit gemeinsam mit Lufthansa Technik, welche technischen Verbesserungen pro Flugzeugtyp wirtschaftlich sinnvoll sind, um zum Beispiel die Aerodynamik zu verbessern. Die Experten untersuchen unter anderem, ob mit leichten Veränderungen der Luftwiderstand an den Fahrwerksklappen oder an den Türen verringert werden kann. Und ob sich der widerstandsarme Lauf der Triebwerksschaufeln noch einmal optimieren lässt. Lufthansa Technik hat für die Flugzeugmuster der Group-Airlines Pakete mit Maßnahmen für technische Modifikationen zusammengestellt, deren Anwendbarkeit die Fluggesellschaften nun bewerten.

Standards und Strukturen

Zusätzlich zur gemeinsamen Projektarbeit haben die Experten Standards für Ziele, Monitoring und Reporting sowie kommunikative und organisatorische Strukturen in der Lufthansa Group verankert. Resultat ist die zum 1. Mai 2013 eingerichtete neue Abteilung „Fuel Efficiency“ bei Lufthansa Passage, die alle Treibstoff reduzierenden Maßnahmen der Airline entwickelt und koordiniert. Zugleich ist das Team für die Auditierung der Fuel-Efficiency-Einheiten zuständig und steuert sämtliche Aktivitäten der Group-Airlines sowie von Lufthansa Technik, die darauf abzielen, die Treibstoffeffizienz zu steigern. Darüber hinaus forciert die Abteilung die Einführung und Weiterentwicklung konzernweit gültiger Messgrößen (Key Performance Indicators, KPIs).

Eine Auswahl der vielfältigen Aktivitäten, mit denen die Gesellschaften der Lufthansa Group ihren Beitrag zum Thema Treibstoffeffizienz leisten, zeigt der Überblick auf den folgenden Seiten:

Lufthansa

Lufthansa leitet im Rahmen des SCORE-Projekts Fuel Efficiency unter anderem die oben beschriebenen Einzelvorhaben „Ausräumen der A340-300“, Strategischer Cost Index und Taktischer Cost Index.

Des Weiteren werden alle neuen A320, die Lufthansa bis Anfang 2015 zugehen, serienmäßig mit Sharklets ausgestattet sein. Diese nach oben gebogenen Flügelspitzenverlängerungen reduzieren den Treibstoffverbrauch und damit den CO₂-Ausstoß.

Zugleich arbeitet Lufthansa daran, den Nutzerkreis des „Fuel Reporters“ zu vergrößern. Die von der Airline entwickelte Software untersucht die Einflüsse auf den Treibstoffverbrauch und generiert automatisch relevante Kennzahlen und Berichte. Bislang verwenden Lufthansa und die Regionalgesellschaften den Fuel Reporter. Doch auch SWISS hat großes Interesse daran, die Lösung zu nutzen.



SWISS testet als weltweit erste Airline das neue von Airbus entwickelte ATSAW-Equipment.

SWISS

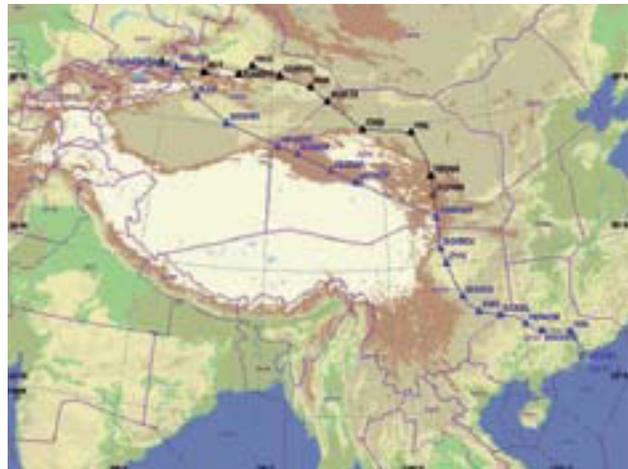
SWISS setzt verschiedenste Treibstoffeffizienz-Projekte im Rahmen von SCORE um und stimmt sich dabei eng mit dem Fuel-Efficiency-Team ab. So testet die Fluggesellschaft als weltweit erste Airline das neue von Airbus entwickelte ATSAW-Equipment (Airborne Traffic Situational Awareness) im kommerziellen Betrieb über dem Nordatlantik. Dieses ermöglicht es den Piloten, die Flughöhe optimal an Wind- und Wetterverhältnisse anzupassen und somit Treibstoffverbrauch und CO₂-Emissionen zu minimieren.

In diesem Zusammenhang wurde SWISS als eine von weltweit fünf Airlines ausgewählt, am ATSAW-Pilotprojekt der europäischen Luftverkehrskontrollorganisation Eurocon-

trol teilzunehmen. Ziel dieser Innovation ist es, Flugzeuge generell mit der neuen ADS-B IN Technologie auszustatten. Sie versetzt Flugzeuge in die Lage, ihre exakte Position und Identität automatisch an Bodensysteme zu senden sowie die entsprechenden Informationen anderer Flugzeuge zu verarbeiten. Mithilfe dieses Systems können die Piloten aktuelle Situationen im Luftraum noch besser einschätzen und so Turbulenzen vermeiden und CO₂-Emissionen senken. Die ersten Testergebnisse sind vielversprechend.

Austrian Airlines

Austrian Airlines hat im Berichtsjahr diverse Maßnahmen umgesetzt, um vor allem das Gewicht ihrer Flugzeuge zu minimieren und auf diese Weise Treibstoff zu sparen. Unter anderem reduzierte die Airline die Zahl der Magazine an Bord. Zudem achtet Austrian Airlines darauf, ihre Langstreckenflugzeuge optimal zu beladen, um das Kerosin sparende Fliegen zu fördern. Sämtliche Maßnahmen sind mit dem Fuel Efficiency Team abgestimmt.



Das Satellitenkommunikations-System SATCOM ermöglicht verkürzte Flugrouten. Hierdurch spart Lufthansa Cargo Zeit, Treibstoff und Geld.

Lufthansa Cargo

Lufthansa Cargo hat in fünf Boeing 777F investiert, von denen die ersten beiden Flugzeuge Ende 2013 ausgeliefert werden. Die neuen Frachtflugzeuge verbrauchen im Schnitt 17 Prozent weniger Kerosin als die derzeitigen MD11-Frachter und sind zudem deutlich leiser (siehe „Milliarden für leisere und effizientere Flugzeuge“, Seite 30 ff.).

Seit dem Winterflugplan 2012 nutzt der Logistikspezialist außerdem in den ersten Frachtflugzeugen SATCOM zur Navigation – ein Satellitenkommunikations-System, das die Flugzeuge weltweit erreichbar macht und verkürzte Flugrouten ermöglicht. Beispielsweise können die Frachter mithilfe von SATCOM direkter von Hongkong und Guangzhou nach



Weniger Treibstoff. Weniger CO₂. Weniger Lärm: Die B 777F ist ab Ende 2013 bei Lufthansa Cargo im Einsatz.

Almaty fliegen und so rund 2.000 Tonnen Kerosin pro Jahr sparen. Bis Ende Juni 2013 wird die gesamte Lufthansa Cargo Flotte entsprechend umgerüstet sein.

Des Weiteren schreitet der Austausch der Standardfrachtcontainer aus Aluminium durch die um knapp 13 kg leichteren neuen Lightweight-Pendants aus Verbundstoffen voran. Sobald bis Ende 2013 die mehr als 5.000 Container ersetzt sind, ergibt sich ein jährliches Einsparvolumen von 2.160 Tonnen Kerosin. Eine weitere Gewichtsreduktion um 20 Kilogramm bringt die Entfernung von Navkit und Dokumentenmappe aus dem Cockpit. Darüber hinaus beschäftigt Lufthansa Cargo einen Fuel-Efficiency-Manager, und Mitarbeiter des Unternehmens bringen sich regelmäßig in die SCORE-Arbeitsgruppe Fuel Efficiency ein.

Brussels Airlines

Brussels Airlines arbeitet im Rahmen ihres „b.green“-Programms kontinuierlich daran, ihren Kerosinverbrauch und damit verbunden ihre CO₂-Emissionen zu reduzieren. Die Maßnahmen zur Steigerung der Treibstoffeffizienz sind dabei stets mit dem Fuel-Efficiency-Team der Lufthansa Group abgestimmt. Bereits im Jahr 2009 erhielt die Airline für ihr Engagement den vom Brussels Airport verliehenen „Environmental Award“.

Lufthansa Systems

Lufthansa Systems hat die Flugwegplanungs-Lösung Lido/Flight entwickelt, mit deren Hilfe Airlines ihre Treibstoffkosten um bis zu fünf Prozent senken können. Die Anwendung berechnet die effizienteste Route aus unzähligen Kombinationsmöglichkeiten und berücksichtigt dafür alle aktuellen flugrelevanten Daten. Gleichzeitig können die Nutzer entscheiden, ob die Route in Bezug auf Kosten, Flugzeit oder Kerosinbedarf verbessert werden soll. Aber Lido/Flight optimiert nicht nur einzelne Flüge, sondern ermöglicht auch die strategische Analyse von zukünftigen Flugstrecken und die statistische Auswertung einzelner Citypairs.

Zusätzlich hat der IT-Dienstleister Lido/Flight um das leistungsstarke Modul Lido/Flight Winds erweitert, das Flugwege und weitere flugrelevante Informationen wie etwa Wetterradarbilder oder Informationen zur Luftraumsituation visualisiert. Dadurch ist es den Fluggesellschaften noch besser möglich, die Flüge in der Flugphase bis hin zur Landung zu überwachen und bei Bedarf unterstützend einzugreifen. Dies erlaubt es ihnen, die Effizienz ihres Flugbetriebs und die Pünktlichkeit ihrer Flüge weiter zu steigern.

LSG Sky Chefs

LSG Sky Chefs entwickelt umweltfreundliche Produkte wie beispielsweise den Leichtbau-Trolley „Quantum“ oder leichtes Geschirr, das sich auch recyceln lässt. Lufthansa beispielsweise hat im Sommer 2011 damit begonnen, ihre alten Service-Trolleys gegen die um ein Drittel leichteren „Quantum Light Weight Trolleys“ auszutauschen. Auf diese Weise kann die Fluggesellschaft ihren Kerosinverbrauch um 9.000 Tonnen pro Jahr reduzieren und rund 28.350 Tonnen CO₂ einsparen. Bis Mitte 2015 werden alle Lufthansa Langstreckenflugzeuge mit dem neuen Leichtgewicht ausgestattet sein.

Einsatz von Biofuel bietet Perspektiven

Die Lufthansa Group hat mit der sechsmonatigen Erprobung von Biokerosin im Liniendienst zwischen Hamburg und Frankfurt im Jahr 2011 eine Pionierleistung erbracht. Dieser Praxistest im Rahmen des Forschungsprojektes burnFAIR bewies die Alltagstauglichkeit des alternativen Kraftstoffes (siehe *Balance* 2012, „Biokraftstoff in der Langzeiterprobung“, Seite 67 ff.). Wenn auch die wissenschaftliche Datenauswertung noch nicht gänzlich abgeschlossen ist, so besteht kein Zweifel, dass der Konzern dieses vielversprechende Themengebiet weiter verfolgen wird.

Das Hauptaugenmerk liegt nun darauf, Verfügbarkeit und Versorgungssicherheit für die Lufthansa Group zu schaffen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die großtechnische Einführung von Biokerosin im Bereich der Qualitätssicherung des vertankten Kerosins zusätzliche Herausforderungen mit sich bringt: Zum einen werden neue Anbieter auf den Markt treten, die nicht die jahrzehntelange Erfahrung der Mineralölgesellschaften besitzen, und zum anderen werden die neuen synthetischen Kraftstoffe im Detail anders zusammengesetzt sein als konventionelles Kerosin.

Die Lufthansa Group beteiligt sich als Projektsponsor an dem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderten Projekt „Qualitätssicherung und Nachhaltigkeit bei der Bereitstellung von Biokraftstoffen für die Luftfahrt (QuaNatBioL)“ – gemeinsam mit Fraunhofer UMSICHT, dem Bauhaus Luftfahrt und der TU Berlin. Das Vorhaben hat zum Ziel, qualitätsrelevante Auswirkungen auf Produktionsprozesse zu prüfen und Ansätze zur Anpassung der Qualitätsstandards zu erarbeiten. Hierbei beziehen die Projektbeteiligten auch die rechtlichen und nachhaltigkeitsrelevanten Aspekte mit ein.

Darüber hinaus wird die Deutsche Lufthansa AG in den Jahren 2013/14 im Auftrag der EU-Kommission das Mischverhalten von Biokerosin und konventionellem Kerosin untersuchen. Das gemeinsame Forschungsprojekt mit dem Wehrwirtschaftlichen Institut für Werks- und Betriebsstoffe der Bundeswehr in Erding ermittelt für verschiedene konventionelle und synthetische Kerosine, wie sich die Eigenschaften der Mischung bei Erhöhung des Anteils an synthetischem

Kerosin verändern. Diese Fragestellung ist für mehrere Faktoren bedeutend: beispielsweise für die bevorstehende Verwendung von Biokerosinbeimischungen im Routinebetrieb, für die operative Abwicklung der Transport- und Lagerlogistik beim Übergang zur großtechnischen Produktion sowie für die breitflächige Versorgung an Flughäfen mit Lagerung und Durchsatz von Biokerosinbeimischungen.

Weiterhin kooperiert der Konzern seit April 2012 mit der Fakultät Nachhaltigkeit der Leuphana Universität Lüneburg und der Lüneburger INOCAS GmbH. Ziel der Zusammenarbeit ist es, anwendungsorientierte Konzepte für eine nachhaltige und wettbewerbsfähige Produktion von Rohstoffen für alternative Flugkraftstoffe zu entwickeln.

Umfangreiche internationale Engagements

Zusätzlich engagiert sich die Lufthansa Group in mehreren Initiativen, um die Entwicklung von alternativen Treibstoffen voranzutreiben und deren Nachhaltigkeit zu gewährleisten. Dazu gehören unter anderem die gemeinnützige Aviation Initiative for Renewable Energy in Germany (aireg e.V.) und die Sustainable Aviation Fuel Users Group (SAFUG). Über die Konzerngesellschaft SWISS wirkt die Lufthansa Group auch im Roundtable on Sustainable Biofuels (RSB, Lausanne) mit.

Überdies ist Lufthansa in der sogenannten Flightpath 2020-Initiative der Europäischen Kommission aktiv, deren Ziel es ist, in Europa bis 2020 zwei Millionen Tonnen nachhaltigen Flugkraftstoff zu produzieren. Die Lufthansa Group stellt im Jahr 2013 den Vorsitzenden dieser europäischen Initiative.



Im Jahr 2011 erprobte Lufthansa als weltweit erste Fluggesellschaft den Einsatz von Biokraftstoff im regulären Flugbetrieb.

Welchen Stellenwert das Thema alternative Flugkraftstoffe mittlerweile hat, zeigt das im September 2012 unterzeichnete Regierungsabkommen zwischen Deutschland und den USA. Beide Länder streben eine stärkere Zusammenarbeit in diesem Bereich an, indem sie Nachhaltigkeitsstandards weiterentwickeln, Herstellungsverfahren zulassen und die Rohstoffbasis erweitern.

Biofuel-Strategie 2020

Mit der Biofuel-Strategie 2020 bekennt sich die Lufthansa Group zum Engagement im Klimaschutz. Die Aktivitäten in den verschiedenen Initiativen dienen dem Ziel, eine neue Lieferkette für die zukünftige Versorgung der Lufthansa Group mit Biokraftstoffen aufzubauen. Wichtigste Prinzipien sind dabei, den Anbau und die Verarbeitung von Rohstoffen zu zertifizieren sowie die Nahrungsmittelsicherheit und Biodiversität zu beachten.

Um dies zu erreichen, wird der Konzern zusätzlich zu den genannten Projekten beispielsweise auch am Zulassungsverfahren für pflanzenölbasiertes Kerosin mitarbeiten. Dabei gilt es, die unterschiedlichen Verfahrenswege zu analysieren, wie sich die Rohstoffe für die Biokerosinproduktion gewinnen und verarbeiten lassen. Von großer Bedeutung ist es ferner, Nachhaltigkeitsaspekte entlang der gesamten Lieferkette bei Biokraftstoffen zu definieren.

Keine Konkurrenz zu Nahrungsmitteln

Die Biofuel-Strategie der Lufthansa Group sieht vor, dass der notwendige Rohstoffanbau durch spezialisierte Agrarunternehmen professionell organisiert wird und entsprechend den Vorgaben der europäischen Richtlinie für Erneuerbare Energie (EU-RED) erfolgt. Das Luftfahrtunternehmen wird die Art und Weise dieser Rohstoffherzeugung über einen Abnahmevertrag mitgestalten und dadurch die Investitionen Dritter in den Anbau von nachhaltig erzeugten Energiepflanzen sichern. Grundvoraussetzung ist in diesem Zusammen-

hang, dass der Anbau der infrage kommenden Energiepflanzen zu keinem Zeitpunkt in Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion steht. Der Konzern beabsichtigt daher, sich bei diesem Vorhaben eng mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ) und der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) abzustimmen.

Des Weiteren müssen eine Reihe weiterer Voraussetzungen erfüllt sein, bevor Biokerosin zum Einsatz kommen kann. Dazu zählen der nachgewiesene Umweltnutzen und eine ausreichende Verfügbarkeit zu einem akzeptablen Preis. Unabdingbares Kriterium für die Lieferanten ist zudem, dass ihr Treibstoff nachhaltig hergestellt und entsprechend zertifiziert wurde. Für die Lufthansa Group akzeptabel sind hierbei Zertifizierungen anhand der Standards International Sustainability and Carbon Certification (ISCC) oder des Roundtable on Sustainable Biofuels. ISCC ist das weltweit erste staatlich anerkannte Zertifizierungssystem für Nachhaltigkeit und Treibhausgasemissionen und basiert auf sechs Prinzipien. Diese verlangen unter anderem, dass Biomasse auf umweltverträgliche Weise produziert wird – sowohl hinsichtlich eines schonenden Umgangs mit den Ressourcen Boden, Wasser und Luft als auch mit Blick auf die Anwendung einer guten Agrarpraxis. Gleichfalls darf die Erzeugung von Biomasse nicht gegen Menschenrechte, Arbeitsrecht oder Landnutzungsrechte verstoßen. Der RSB-Standard stellt nahezu die gleichen Anforderungen an die Biokerosin-Produktion, wobei seine Kriterien teilweise noch strenger sind. Informationen dazu finden sich unter:

- www.iscc-system.org
- www.rsb.org

Mit dem schrittweisen Aufbau einer alternativen Treibstoffversorgung verfolgt die Lufthansa Group ehrgeizige Ziele: Sie soll einen Beitrag leisten, damit das Unternehmen die ambitionierten Klimaschutzziele der Luftfahrtbranche erreicht (siehe „Umweltstrategie“, Seite 66 f.). Das strategische Umweltprogramm der Lufthansa Group sieht darüber hinaus vor, dem herkömmlichen Kerosin bis 2020 einen synthetisch erzeugten Kraftstoffanteil von bis zu zehn Prozent beizumischen, wobei dieses Ziel auch die Nutzung von synthetisch erzeugtem Kraftstoff aus alternativen Quellen wie beispielsweise die Verwendung von GtL-Flugkraftstoffen (Gas-to-Liquids) einschließt.

- www.puresky.de

Emissionshandel und Luftverkehrsteuer

Einseitige Belastungen bleiben bestehen

Die Europäische Union hat für das Berichtsjahr 2012 den Emissionshandel für Flüge von und nach Europa ausgesetzt. Für Flüge innerhalb der Staatengemeinschaft – also auch Zubringerflüge an die großen Drehkreuze – müssen Fluggesellschaften jedoch nach wie vor Emissionsrechte nachweisen. Dies benachteiligt Fluggesellschaften mit Drehkreuzen in der EU im Interkontinentalgeschäft stark.

Mit der teilweisen und zunächst auf das Jahr 2012 befristeten Aussetzung will die EU der internationalen Luftfahrtstaaten-gemeinschaft mehr Zeit einräumen, um eine globale Lösung für den Klimaschutz zu finden: Wenn Ende September 2013 die Generalversammlung der UN-Luftfahrtorganisation ICAO (International Civil Aviation Organization) zusammentritt, wird ein zentrales Thema daher der Entwurf eines einheitlichen und weltweit greifenden Systems (globaler sektoraler Ansatz) sein. Zugleich hat die EU durch diesen Schritt einen drohenden Handelskrieg mit bedeutenden Luftverkehrsnationen wie China, Indien und den USA vorerst abgewendet. Diese und rund 40 andere Länder hatten sich vehement gegen den am 1. Januar 2012 gestarteten EU-Alleingang beim Emissionshandel gewehrt. Sollte die ICAO im September 2013 kein Ergebnis erreichen, drohen die Konflikte erneut aufzuflammen.

Vor allem die deutsche und die europäische Luftfahrtindustrie drängen seit Langem darauf, dass sich die 191 ICAO-Mitgliedstaaten auf ein marktbasierendes global gültiges Steuerungsinstrument einigen. Denn internationale Herausforderungen wie die Klimaerwärmung können nur gemeinsam von allen Ländern und Luftfahrtunternehmen gelöst werden. Der EU-Emissionshandel ist auch nach der teilweisen Aussetzung wettbewerbsverzerrend zum Nachteil für die europäischen Airlines gestaltet. Ein Beispiel: Für die Strecke Hamburg-Delhi gibt es keine Direktverbindung, daher müssen die Passagiere an einem Drehkreuz umsteigen. Liegt dieser Flughafen außerhalb der EU, beispielsweise in Istanbul oder Dubai, fallen keine Belastungen durch den Emissionshandel an. Anders dagegen sieht es bei Drehkreuzen wie Frankfurt, Paris oder München aus, da die innereuropäischen Teilstrecken dem Emissionshandel unterliegen und sich die Langstreckenverbindung so verteuert. Dies gilt auch vor dem Hintergrund der relativ niedrigen Preise für die CO₂-Zertifikate. Die Mehrbelas-

stungen trotz des im Jahr 2012 teilweise ausgesetzten Emissionshandels belaufen sich für die Lufthansa Group auf über 50 Millionen Euro.

Nach Ansicht von Lufthansa gibt es wesentlich wirksamere Klimaschutzmaßnahmen als einen auf die EU beschränkten Emissionshandel. Um die spezifischen CO₂-Emissionen der Luftfahrtindustrie weiter zu senken, hat die Branche mit Unterstützung der Lufthansa Group die bewährte Vier-Säulen-Strategie entwickelt (siehe Grafik auf Seite 66 f.), die Neuerungen bei der Triebwerks- und Flugzeugtechnologie, eine verbesserte Infrastruktur und Aktivitäten im operativen Flugbetrieb umfasst. Hinzu kommen weltweit gültige ökonomische Instrumente wie beispielsweise marktbasierende Mechanismen. In Europa indes eröffnet das größte CO₂-Einsparpotenzial immer noch der angestrebte Einheitliche Europäischer Luftraum (Single European Sky – SES), ein grenzüberschreitend organisiertes Luftraum-Management der Flugsicherungen.

Neben dem Emissionshandel stellt die in Deutschland weiterhin anfallende nationale Luftverkehrsteuer eine zusätzliche und einseitige Belastung dar, die die deutschen Fluggesellschaften im Jahr 2012 rund eine Milliarde Euro kostete. Allein 362 Millionen Euro hiervon entfielen auf die Lufthansa Group. Eine hohe Summe, die die Lufthansa Group nicht in moderne Flugzeuge und neue umweltverträgliche Technologien investieren kann. Im April 2013 haben die Chefs der deutschen Luftverkehrsgesellschaften und Flughäfen sowie die Vorsitzenden von Betriebsräten und Gewerkschaften der Luftverkehrswirtschaft daher gemeinsam an die Politik appelliert, wettbewerbsfähige und faire Rahmenbedingungen für die Branche zu schaffen. Dazu zählt unter anderem die Abschaffung der Luftverkehrsteuer, die der Bundesrat Ende 2012 ebenfalls mit großer Mehrheit gefordert hatte.

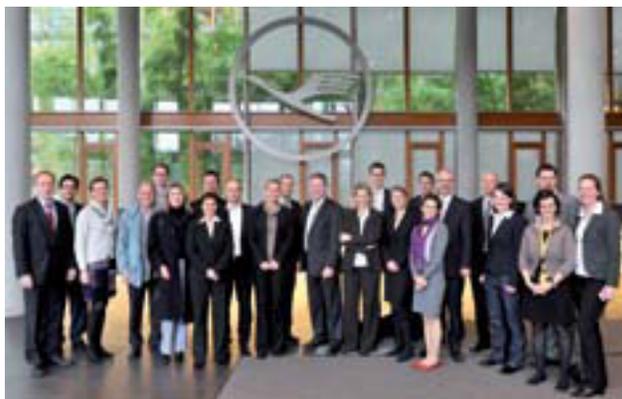
Umweltmanagement

Umweltvorsorge koordinieren und steuern

Die Umweltauswirkungen des Flug- und Bodenbetriebes so gering wie möglich zu halten, ist der Lufthansa Group ein wichtiges Anliegen. Dieses Bestreben findet unter anderem Ausdruck in dem im Jahr 2008 verabschiedeten Strategischen Umweltprogramm 2020. Dessen 15 Leitsätze weisen den Weg, um Mobilität auch künftig möglichst umweltgerecht zu gestalten. Hierzu gehört auch, das Umweltmanagement auf Konzernebene und in den einzelnen Gesellschaften bis zum Jahr 2020 kontinuierlich auszuweiten.

Die konzernübergreifenden umweltbezogenen Ziele, Strategien und Maßnahmen koordiniert die Abteilung Umweltkonzepte Konzern. Zudem verfügen die Vorstandsressorts und sämtliche Gesellschaften mit Umweltrelevanz über eine eigene Umweltschutzabteilung, einen Umweltschutzbeauftragten oder einen entsprechenden Ansprechpartner. Im Rahmen des Umweltforums der Lufthansa Group tagen die Fachleute zwei Mal im Jahr, um aktuelle Themen zu besprechen. Diese Plattform bietet den Umweltschutzbeauftragten Gelegenheit, mögliche Synergien auszuschöpfen sowie neue Ideen, Maßnahmen und Vorhaben in Sachen Umweltschutz zu präsentieren und zu diskutieren.

Im Jahr 2012 hat die Lufthansa Group im Bereich der Umweltmanagementstrukturen weitere Fortschritte erzielt, wie die nachfolgenden Beispiele aus den Gesellschaften



Die Umweltschutzexperten der Lufthansa Group treffen sich zwei Mal jährlich, um aktuelle Themen zu besprechen.

zeigen. Zugleich ist es dem Unternehmen gelungen, Umweltthemen noch stärker als bisher in die Geschäftsprozesse zu integrieren.

Lufthansa CityLine

Als Auszeichnung für ihr erfolgreiches Umweltmanagement hat Lufthansa CityLine im Jahr 2012 zum fünften Mal in Folge die Urkunde der europäischen Umwelt-Audit-Verordnung EMAS erhalten. Gleichzeitig wurde die Airline für ihr vorbildliches Umweltmanagementsystem nach der internationalen Umweltnorm ISO 14001 rezertifiziert. Beides wurde erneut im Überwachungsaudit 2013 bestätigt. Die Lufthansa Tochter verfügt bereits seit dem Jahr 1999 über ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem an ihren drei Unternehmensstandorten Köln, München und Frankfurt.

Lufthansa Cargo

Als Teil der Umweltstrategie besitzt Lufthansa Cargo mit ihrem Umweltmanagementsystem ein effektives Instrument, um Umweltmaßnahmen systematisch zu steuern und zu dokumentieren.

Die Zertifizierung des Umweltmanagementsystems nach dem international anerkannten Standard ISO 14001 wurde im November 2012 erneut durch externe Wirtschaftsprüfer bei ihrem jährlichen Überwachungsaudit bestätigt. „Die Zertifizierung untermauert, dass wir Verantwortung für unser Handeln übernehmen und dass Umweltschutz einen hohen Stellenwert im Unternehmen hat“, sagt Bettina Jansen, Leiterin Umweltmanagement bei Lufthansa Cargo. Das Umweltmanagementsystem wurde am Standort Frankfurt bereits im Jahr 2008 erstmals nach ISO 14001 zertifiziert. Zwei Jahre später folgten alle weiteren deutschen Stationen.

Lufthansa Technik

Lufthansa Technik arbeitet daran, dass global alle Beteiligungsgesellschaften bis Ende 2013 über ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagement verfügen und ein nach der Arbeitsschutz-Spezifikation OHSAS 18001 validiertes Arbeitsschutzmanagement aufweisen. Der Anbieter luftfahrttechnischer Dienstleistungen ist selbst bereits seit dem Jahr 1999 nach ISO 14001 und OHSAS 18001 zertifiziert.

Lufthansa Technik hat – gemeinsam mit vierzehn großen Hamburger Unternehmen – am 27. März 2013 eine Vereinbarung unterzeichnet, mit der diese sich verpflichten, durch freiwillige, zusätzliche Maßnahmen ihren Energieverbrauch bis 2018 weiter zu senken und hierfür als Beitrag ihren CO₂-Ausstoß um 30 Prozent zu reduzieren. Lufthansa Technik hat darüber hinaus allen Beteiligungsgesellschaften das Ziel gesetzt, bis 2018 den CO₂-Ausstoß um 30 Prozent zu senken. Durch eine gezielte, programmatische Unterstützung ab Mitte 2013 soll erreicht werden, dass bereits individuell aufgebautes Know-how und Erfahrungen flächendeckend in der gesamten Lufthansa Technik Gruppe wirksam werden können.



Lufthansa Technik hat sich ehrgeizige Umweltziele gesetzt.

LSG Sky Chefs

LSG Sky Chefs hat in den vergangenen fünf Jahren ein strukturiertes und umfassendes Umweltmanagementsystem entwickelt und eingeführt, das im Bereich Luftfahrt Catering führend ist und sich an der Norm ISO 14001 orientiert. Das Umweltmanagement ist auf der Vorstandsebene angesiedelt und ermöglicht es dem Airline-Caterer, innerhalb seines globalen Netzwerks kontinuierlich Verbesserungen zu erzielen. Der Vorstand setzt Umweltziele in Form messbarer Kennzahlen für Energie, Wasser und Abfallwirtschaft fest, die die einzelnen Management-Regionen zu erreichen haben.



Das Betriebsrestaurant des Lufthansa Aviation Centers in Frankfurt ist seit 2012 bio-zertifiziert.

LZ-Catering

LZ-Catering nimmt seit Dezember 2010 am Ökoprotit-Projekt der Stadt Hamburg teil. Ökoprotit steht für „ÖKOlogisches PROjekt Für Integrierte UmweltTechnik“ und zielt auf die systematische Umsetzung kostensenkender Umweltmaßnahmen in Betrieben ab. Hierzu werden die verschiedenen Ressourcen wie Wasser, Energie und auch Abfall genau betrachtet und analysiert, um den diesbezüglichen Verbrauch zu optimieren bzw. zu reduzieren.

Das Projekt stellt eine solide Basis dar, um ein geplantes Umweltmanagementsystem dauerhaft zu implementieren. Seit 2012 nehmen auch einzelne von LZ-Catering geführte Lufthansa Betriebsrestaurants am Standort Frankfurt an diesem innovativen Projekt teil. Weiterhin hat LZ-Catering im Berichtsjahr das Betriebsrestaurant im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt nach der EG-Öko-Verordnung bio-zertifizieren lassen. Dienstags und donnerstags erhalten die Gäste jeweils ein Menü rein aus ökologisch hergestellten Lebensmitteln zur Auswahl.

Darüber hinaus hat LZ-Catering im Juli 2012 das klimaschonende Ernährungskonzept „KlimaTeller“ in den Hamburger Betriebsrestaurants eingeführt. Jeden Mittwoch wird aus Klimaschutzgründen auf rotes Fleisch (Rind, Schwein, Lamm) sowie auf fetthaltige Milchprodukte in der Warmproduktion verzichtet. Mit dem „KlimaTeller“ kann die Lufthansa Tochtergesellschaft rund 37 Tonnen CO₂ pro Jahr allein in Hamburg einsparen. Ein bundesweiter Rollout ist für Mitte 2013 geplant.

Energie- und Ressourcenmanagement

Lufthansa Group treibt umweltverträgliche Elektromobilitätskonzepte voran

Als Innovationstreiber der Luftfahrtbranche engagiert sich die Lufthansa Group seit vielen Jahren auch in Projekten, die die Umweltauswirkungen im Bodenbereich von Flughäfen begrenzen. Im Fokus steht die Frage, wie sich der Kraftstoffverbrauch und die Schadstoff- und Lärmemissionen bei Roll- und Schleppvorgängen von Flugzeugen sowie bei bodengebundenen Verkehrsmitteln wirksam reduzieren lassen.

So hat Lufthansa Technik bereits im Jahr 2011 gemeinsam mit Partnern das bundesweit erste Elektroauto mit induktiver Ladetechnologie am Flughafen Frankfurt in Betrieb genommen – in Verbindung mit der ersten Induktionstankstelle (siehe *Balance* 2012, „Erstes Elektroauto mit induktiver Ladetechnologie“, Seite 82 f.).

Kontinuierliche Erforschung alternativer Antriebskonzepte

Überdies unterstützte das Unternehmen Anfang 2012 die Bewerbung der Region Frankfurt Rhein-Main als „Schaufenster Elektromobilität“ im Rahmen des Nationalen Entwicklungsplans Elektromobilität der Bundesregierung (siehe *Balance* 2012, „Wege zu nachhaltigem Wirtschaften am Boden“, Seite 82 ff.). „Auch wenn die Region den Zuschlag leider nicht erhalten hat, setzen wir unsere Zusammenarbeit mit der Hessischen Staatskanzlei, der Leitstelle Elektromobilität der Modellregion Rhein-Main und Fraport selbstverständlich fort“, sagt Markus Pauly, Kaufmännischer Leiter des Lufthansa Drehkreuzes Frankfurt. Gelegenheit dazu bietet das Vorhaben Airport eMove, für das der Konzern und seine Projektpartner Fördermittel beim Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung beantragt haben, die Ende 2012 bewilligt wurden. Die wissenschaftliche Begleitung übernimmt die TU Darmstadt.

Airport eMove

Airport eMove bündelt drei Teilprojekte

Airport eMove bündelt verschiedene elektromobile Zukunftskonzepte, die das Rollen und Schleppen von Flugzeugen auf dem Vorfeld des Frankfurter Flughafens so umweltschonend wie möglich gestalten sollen. Sämtliche Verfahren tragen dazu bei, Kerosin beziehungsweise Diesel einzusparen und damit die Schadstoffemissionen zu senken. Darüber hinaus kann so ein wesentlicher Teil des Bodenlärms vermieden werden. Um dieses Potenzial zu realisieren, sollen Flugzeuge den Weg zur Startbahn, zur Parkposition oder zum Hangar künftig nicht mehr mithilfe ihrer Triebwerke zurücklegen, sondern entweder durch den Einsatz elektrisch betriebener Flugzeugschlepper (eSchlepper und TaxiBot) oder durch einen ins Flugzeug integrierten Elektroantrieb (eTaxi). Des Weiteren befürworten die Airport eMove Projektpartner die Entwicklung einer homogenen Lade-Infrastruktur, die die Voraussetzung für eine Steigerung der Anzahl elektrisch betriebener Fahrzeuge am Flughafen Frankfurt schaffen soll. Der Startschuss für das bis Mai 2016 terminierte Gesamtvorhaben fiel im Januar 2013. Die Teilprojekte von Airport eMove im Überblick:



eTaxi: die bahnbrechende Idee für einen umweltfreundlicheren Bodenbetrieb

eTaxi: elektrisch angetriebenes Fahrwerk für Rollvorgänge

Durch das von Lufthansa, Lufthansa Technik und Partnerunternehmen seit Ende 2011 vorangetriebene Projekt eTaxi (vgl. *Balance* 2012, Seite 82) werden sich Kurz- und Mittelstreckenflugzeuge zukünftig umweltfreundlich über das Rollfeld bewegen (Taxiing). Möglich wird dies durch den Einbau eines Elektromotors in das Hauptfahrwerk des Flugzeugs. Neben den bereits genannten ökologischen Vorteilen reduziert eTaxi auch den Bremsverschleiß, schont die Triebwerke durch eine geringere Laufzeit und vermindert die Gefahr des Einsaugens von Fremdkörpern in die Triebwerke (FOD = Foreign Object Damage). Die Steuerung des Elektromotors erfolgt durch den Piloten im Cockpit. Im Rahmen des Projektes wird die technische und operative Integration in den Flugbetrieb untersucht und entwickelt.

TaxiBot: Pilot steuert diesel-elektro-betriebenen Flugzeugschlepper

Am weitesten fortgeschritten ist das Teilprojekt TaxiBot, in dessen Mittelpunkt ein diesel-elektro-betriebener Flugzeugschlepper steht. Auch er eröffnet die Möglichkeit, Verkehrsflugzeuge bei ausgeschalteten Triebwerken zur Startbahn zu rollen („Dispatch Towing“). Das Verfahren basiert auf einer von Israel Aerospace Industries (IAI) patentierten Technologie, die Lufthansa LEOS mitentwickelt hat. Anders als eTaxi erfordert das System keine oder nur geringe Modifikationen am Flugzeug. Der speziell konstruierte Schlepper nimmt das Flugzeug über das Bugrad auf, wobei im Unterschied zu herkömmlichen Schleppern eine Aufnahmevorrichtung mit Drehteller zum Einsatz kommt. Der Drehteller registriert die Lenkbewegungen des Bugrads und überträgt den eingeschlagenen Winkel auf die Steuerung der Räder des TaxiBot. Nach dem „Pushback“, dem Zurückschieben vom Gate, übergibt der TaxiBot-Fahrer die Steuerung des Schleppers vorübergehend an den Piloten im Cockpit. Dieser bedient den Schlepper von dort aus im „Pilot Control Mode“ (PCM). Ist die Abkoppelposition erreicht, übernimmt der TaxiBot-Fahrer wieder die Kontrolle und trennt den Schlepper vom Flugzeug. Erst dann werden die Triebwerke angelassen.

Stangenloser eSchlepper auf Hybridbasis

Beim dritten Teilprojekt handelt es sich um einen elektrisch betriebenen stangenlosen Flugzeugschlepper auf Hybridbasis, den Lufthansa LEOS derzeit gemeinsam mit Kalmar Motor AB entwickelt. Ziel ist unter anderem, dessen Effizienz und Wirtschaftlichkeit mit der eines dieselbetriebenen Modells zu vergleichen. Außerdem gilt es, konkrete Einsatzmöglichkeiten zu prüfen und Spezifikationen für den Bau eines Prototyps abzuleiten. Das Besondere am eSchlepper: Im Gegensatz zu herkömmlichen stangenlosen Modellen, die für Flugzeuge bis zu einem Maximum Take Off Weight (MTOW) von 160 Tonnen ausgelegt sind, wird der eSchlepper als weltweit Erster Flugzeuge bis zu einem MTOW von 570 Tonnen rein elektrisch ziehen. Überdies wird er auch Werftschlepps über längere Strecken von fünf bis sieben Kilometern zurücklegen, wartungsärmer sein und das Umpositionieren von Flugzeugen erlauben. Das Laden der Lithium-Polymer Batterien erfolgt extern über das Stromnetz, wobei ein kleiner zusätzlicher Dieselmotor (Range Extender) die Akkus bei Bedarf während des Betriebes wieder aufladen kann.



Mit TaxiBot können Verkehrsflugzeuge bei ausgeschalteten Triebwerken zur Startbahn rollen.



LSG Sky Chefs testet gemeinsam mit Mercedes-Benz ein Catering-Hubfahrzeug mit Natural Gas Technology.

eLift: LSG Sky Chefs entwickelt Catering-Hubwagen der Zukunft

Maßstäbe im Bereich Elektromobilität setzt auch LSG Sky Chefs. Unter dem Namen eLift treibt die Lufthansa Tochtergesellschaft gemeinsam mit Kooperationspartnern derzeit die Entwicklung eines elektrisch betriebenen Catering-Hubwagens auf Basis eines elektrisch angetriebenen Lkw-Chassis voran, der die CO₂- und Lärmemissionen am Drehkreuz Frankfurt nachhaltig verringern soll. Ziel von eLift ist es, Konzepte zur Elektrifizierung einzelner Komponenten des Hubwagens wie beispielsweise der Hebeeinrichtung zu erarbeiten. Darüber hinaus bemühen sich die Kooperationspartner, das Lkw-Fahrgestell und den Kofferaufbau mechanisch und energetisch voneinander zu trennen, um das Hubsystem autark versorgen zu können und die Unabhängigkeit künftiger Fahrzeugentwicklungen sicherzustellen. Das Anfang 2013 gestartete Projekt hat eine geplante Laufzeit bis Ende 2015.

Zusätzlich zu eLift hat LSG Sky Chefs gemeinsam mit Mercedes-Benz einen Feldtest für Catering-Hubfahrzeuge begonnen – auf Basis eines Mercedes-Benz Econic mit Natural Gas Technology (NGT). Der Hubwagen ist seit Ende November Teil der Fahrzeugflotte von LSG Sky Chefs und kommt ebenfalls am Flughafen Frankfurt zum Einsatz. Das Pilotprojekt soll unter anderem klären, inwieweit sich das Fahrzeug für den Gebrauch im Flughafenumfeld eignet, und darüber hinaus einen Beitrag zur Analyse und Optimierung von Be- und Entladevorgängen leisten. Erste Ergebnisse des Feldtests werden im zweiten Halbjahr 2013 erwartet.

Elektroautos im Fokus

Beispiele für die konsequente Förderung umweltschonender Technologien liefern jedoch auch andere Gesellschaften der Lufthansa Group. So hat beispielsweise Lufthansa Cargo im Jahr 2012 seinen Fuhrpark unter energieeffizienten Gesichtspunkten erweitert sowie einen eGolf einem sechsmonatigen Praxistest unterzogen. Austrian Airlines setzte im Berichtsjahr testweise einen elektrisch betriebenen Renault Kangoo Z.E im Technikbetrieb ein. Und bereits seit November 2010 beschäftigt sich die Flugzeugabfertigung am Lufthansa Drehkreuz München mit dem Einsatz von E-Cars. Der zukünftige Einsatz von Elektroautos wird von der Weiterentwicklung und Speicherkapazität der Batterien, aber auch von der Dauer des Aufladevorgangs abhängig sein.

LSG Sky Chefs: Abfallmanagement im Catering

Verwerten, entsorgen, reduzieren: Nach diesem Grundsatz betreibt LSG Sky Chefs, der weltweit größte Anbieter von Airline-Catering und dem Management aller Bordservice-Prozesse, seit vielen Jahren ein strukturiertes, umfassendes Umweltmanagementsystem. Ziel ist es, so viele Abfälle wie möglich der stofflichen Wiederverwertung zuzuführen und – sofern praktikabel – Abfallmengen kontinuierlich weiter zu verringern.



Seit 2008 erfasst LSG Sky Chefs sämtliche Abfallmengen, die in jenen 117 Betrieben in 31 Ländern anfallen, die dem Unternehmen zu 100 Prozent gehören. Die ermittelten Werte bilden die Grundlage, auf der das Unternehmen für jeden Betrieb, jedes Land

sowie für die gesamte LSG Sky Chefs Gruppe die Recyclingquoten ermittelt.

Als nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen hat LSG Sky Chefs ein umfassendes Kennzahlensystem (Key Performance Indicators, KPIs) entwickelt. Dieses erlaubt es, den Erfolg sämtlicher Maßnahmen zur Senkung des Abfallaufkommens und zur Ressourcenschonung systematisch zu messen und kontinuierlich zu optimieren. Zum einen umfasst es die Kennzahl „Abfall pro Mahlzeit in Gramm“, die das Unternehmen in den kommenden drei Jahren weltweit um weitere zwei Prozent senken will. Hinzu kommen die KPIs „Wasserverbrauch pro Mahlzeit“ und „Energie pro Quadratmeter Betriebsfläche“. Der Catering-Spezialist plant, das bisher gültige Kennzahlensystem im Jahr 2013 um weitere zwei KPIs zu ergänzen: „Energie pro Mahlzeit“ und „Prozentualer Anteil der recycelten Abfallmenge am Gesamtabfallaufkommen“.



Unterschiedliche Abfallarten

LSG Sky Chefs unterscheidet weltweit im Wesentlichen drei verschiedene Abfallarten:

1. Recyclingfähige Bordabfälle

Zu den recyclingfähigen Bordabfällen zählen Plastikflaschen, Glasflaschen, Getränkekartons (Tetrapaks), Getränke-Dosen sowie Zeitungen und Zeitschriften. Allerdings ist ein Recycling dieser Wertstoffe nur möglich, wenn sie nicht in Kontakt mit Speisen gekommen sind; in diesem Fall wären sie in puncto Entsorgung genauso zu behandeln wie Speisereste.

2. Nicht recyclingfähige Bordabfälle

Nicht recyclingfähige Bordabfälle (EU-Kategorie I) umfassen sowohl sämtliche Speisereste als auch Gegenstände, die mit Mahlzeiten in Berührung gekommen sind – also beispielsweise Einwegmaterial, Aluminiumverpackungen von Croissants, Aluminiumdeckel von heißen Mahlzeiten und Getränkeverpackungen auf den Mahlzeitentablets. Außerdem fällt der Inhalt der Abfallbehälter an Bord in diese Rubrik. Gemäß der Europäischen Verordnung EG 1069/2009, die den Umgang mit Speisen aus dem grenzüberschreitenden EU-Verkehr regelt, müssen Abfälle der Kategorie I ausnahmslos verbrannt oder thermisch sterilisiert werden (Autoklavierung). Aus logistischen Gründen jedoch unterscheiden die meisten Airline-Catering-Betriebe nicht zwischen internationalen, europäischen und Inlandsflügen, weshalb sämtliche nicht recyclingfähigen Bordabfälle grundsätzlich verbrannt und damit unschädlich beseitigt werden.

3. Sonstiger Abfall

In die dritte Gruppe fällt der Restabfall, der sich nicht weiter verwerten lässt. Er wird je nach Land entweder der Müllverbrennung oder der Deponierung zugeführt.

Recycling an Bord

Zeit- und Platzmangel sind die entscheidenden Einflussgrößen auf das Getränke- und Mahlzeiten-Catering an Bord – und haben damit auch Folgen für das Abfallmanagement. So lässt sich beispielsweise nicht immer vermeiden, dass recycelbare Abfälle falsch sortiert werden. Um wertvolle Ressourcen dennoch zu schonen und erhöhte Entsorgungskosten zu vermeiden, gelten für das Airline-Catering spezifische Sortierkriterien. So sind die Flugbegleiter unter anderem angehalten, grundsätzlich alles an dem Ort zu verstauen, an dem sie es entnommen haben. Während offene Lebensmittel über sogenannte Wasteboxen oder Abräumwagen zu entsorgen sind, gehören leere Bierflaschen zurück in die Getränketrolleys. Wichtig ist auch, Flüssigkeiten weder über den Ausguss noch über die Toiletten zu beseitigen. Überdies spielen nationale Entsorgungsvorschriften eine wichtige Rolle.



Informationsstand für Flugbegleiter zum Thema Nachhaltigkeit und Recycling an Bord

Informationen zur Nachhaltigkeit

Es ist ein erklärtes Ziel von LSG Sky Chefs, ein Höchstmaß an Nachhaltigkeit in all ihren Prozessen zu verwirklichen. So hat das Unternehmen nicht nur innovative Service-Tablets aus Zuckerrohr entwickelt, die leichter sind und die Treibhausgasemissionen um 80 bis 90 Prozent reduzieren. Die Lufthansa Tochtergesellschaft hat 2008 auch eine Environmental Policy verabschiedet, die seitdem in allen Betrieben weltweit aushängt. Zudem publiziert das Unternehmen seit 2009 jährlich einen Umweltbericht und hat im vergangenen Jahr das Whitepaper „Sustainability in In-flight Services and Beyond“ veröffentlicht, in dem Erkenntnisse aus der Airline-Branche rund um das Thema Nachhaltigkeit beschrieben werden.

www.lsgskychefs.com

Ressourceneffizient auch in der Administration

Für die Lufthansa Group gibt es gute Gründe, den Anteil von Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch kontinuierlich zu erhöhen: Es ist technisch ausgereift, für jeden Verwendungszweck geeignet und seine Herstellung verbraucht weniger Wasser und Energie als die von Frischfaserpapier. Aktuell beträgt die Recyclingpapierquote des Konzerns bei Druck- und Kopierpapieren in Deutschland 78 Prozent. Zum Einsatz kommt ausschließlich wiederverwertetes Papier mit dem Prädikat „Blauer Engel“. Das gilt auch für die Herstellung des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts *Balance*. Auf diese Weise können pro Jahr 91 Tonnen CO₂-Emissionen und mehr als sechzehn Millionen Liter Wasser eingespart werden.

Seit September 2012 setzt sich Christoph Franz, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG, im Rahmen der Kampagne „CEOs pro Recyclingpapier“ persönlich dafür ein, den Anteil von Recyclingpapier konzernweit noch einmal deutlich zu erhöhen. Die Aktion geht auf einen gemeinsamen Aufruf von Bundesumweltministerium, Club of Rome, NABU sowie der Initiative Pro Recyclingpapier zurück.

Förderung papierloser Kommunikationsmittel

Einen weiteren Beitrag zur Energie- und Ressourcenschonung leistet die Lufthansa Group, indem sie mit Nachdruck papierlose Prozesse fördert. Die Beispiele hierfür reichen von der elektronischen Bordkarte bis hin zum „papierlosen Cockpit“. Darüber hinaus ist das Unternehmen bestrebt, den internen Versand von Schriftstücken in Zukunft kontinuierlich zu reduzieren und verstärkt digital abzuwickeln.

www.papiernetz.de

Lärm

Zahlreiche Maßnahmen für aktiven Schallschutz

Die Lufthansa Group ist seit Jahren bestrebt, die im Rahmen des Flugverkehrs unvermeidlich entstehenden Lärmemissionen im Flughafenumfeld zu reduzieren. Dazu investiert der Luftfahrtkonzern kontinuierlich in immer leisere Flugzeuge, rüstet vorhandene Modelle nach und führt Lärm reduzierende Flugverfahren ein. Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen aktiv in der Lärmforschung und arbeitet konstruktiv in Expertengremien mit.

Von 610 Flugzeugen der aktiven Flotte der Lufthansa Group erfüllen 607 den derzeit strengsten Lärmstandard: das wichtige „minus 10 EPNdB“-Kriterium (Effective Perceived Noise dB) des Kapitel-4-Lärmstandards der internationalen Zivilluftfahrtorganisation ICAO, der seit 2006 für neue Flugzeuge gilt (siehe Diagramm auf Seite 87).

Mit dem Einsatz moderner Flugzeuge erzielt der Konzern die größten Fortschritte bei der Reduktion von Fluglärm. Bestes Beispiel dafür ist die Boeing 747-8, deren Lärmkontur rund 30 Prozent kleiner ist als beim Vorgängermodell B 747-400. Im Jahr 2012 hat Lufthansa Passage die ersten vier von 19 bestellten B 747-8 vom Hersteller erhalten

(siehe „Milliarden für leisere und effizientere Flugzeuge“, Seite 30 ff.). Zudem gehen der Lufthansa Flotte ab 2015 neue Flugzeuge vom Typ A320neo und A321neo zu, deren Lärmteppich dank neuer Triebwerke deutlich kleiner sein wird als der ihrer Vorgängermodelle. Weniger Geräuschemissionen fallen künftig auch beim Transport von Luftfracht an: Lufthansa Cargo erhält Ende 2013 die ersten beiden Boeing 777F, denen drei weitere bis 2015 folgen werden. Die B 777F gilt als das modernste und leiseste Frachtflugzeug ihrer Klasse.

Forschen für leiseres Fliegen

Im Rahmen des Luftfahrtforschungsprogramms des Bundeswirtschaftsministeriums hat im Januar 2012 das Projekt MODAL („Modelle und Daten zur Entwicklung aktiver Schallschutzmaßnahmen im Luftverkehr“) begonnen (siehe *Balance* 2012, Seite 86 ff.). Ziel des von Lufthansa geleiteten Vorhabens ist es, Lärmquellen von Bestandsflotten (hier Boeing 747-400) zu identifizieren und gegebenenfalls Maßnahmen zu entwickeln. Darüber hinaus gilt es, die Bewertung von aktiven Schallschutzmaßnahmen durch genauere Berechnungen zu verbessern.

Ferner setzt sich die Lufthansa Group dafür ein, das Rollen und Schleppen von Flugzeugen am Boden so leise, umwelt- und ressourcenschonend wie möglich zu gestalten. Im Vordergrund steht die Entwicklung und Erforschung alternativer Antriebskonzepte, mit deren Hilfe die Flugzeuge zu den Gates sowie Start- und Landepositionen geschleppt werden oder selbst fahren können. Ziel ist es, den Einsatz der Triebwerke am Boden wenn möglich zu vermeiden (siehe „Energie- und Ressourcenmanagement“, Seite 81 ff.).

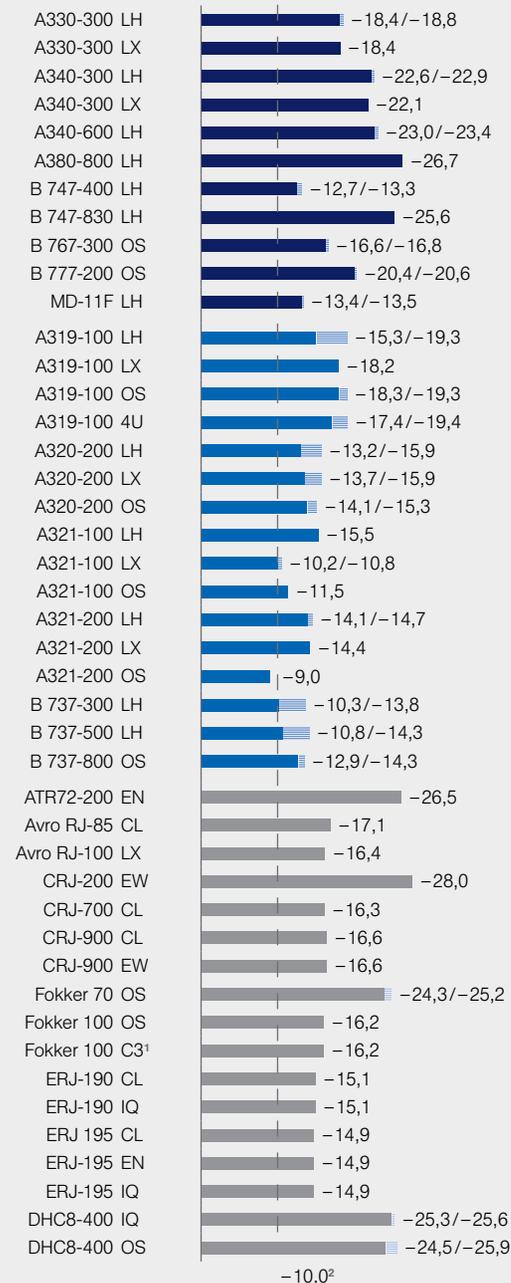


Die Boeing 747-8 ist deutlich leiser und emissionsärmer als das Vorgängermodell.

Unterschreitung des ICAO-Kapitel-3-Lärmgrenzwertes

Lufthansa Group: aktive Flotte per 31.12.2012

Angaben in EPNdB



Gruppierung der Flugzeugmuster nach MTOW:
 ■ unter 50 t ■ 50 bis 150 t ■ über 150 t
 Diese Unterteilung entspricht in der Regel der Gruppierung nach Regional-/Kont-/Interkontinentalflugzeugen.

In der Balkengrafik ist für jedes Flugzeug die Summe der Differenzen zwischen Messwert und Grenzwert an den drei Referenzpunkten (kumulierte Marge) dargestellt. Wo nötig, sind die Werte auf Basis des im Flugbetrieb genutzten reduzierten maximalen Startgewichts angegeben. Zur transparenten Darstellung wurde wie in den vorangegangenen Ausgaben von *Balance* eine verfeinerte Auswertemethodik angewendet, in die die individuellen Lärmzeugnisdaten aller Konzernflugzeuge einfließen. Unterschiedliche Ausführungen des Flugzeugs und seiner Triebwerke je nach Baujahr werden so berücksichtigt. Während bis zum Berichtsjahr 2008 einem konservativen Ansatz folgend nur die Werte der Teilflotte mit der niedrigsten kumulierten Marge zur Beschreibung einer Flugzeugflotte berichtet wurden, werden seit dem Berichtsjahr 2009 für viele Flotten Wertebereiche von der niedrigsten bis zur höchsten kumulierten Marge angegeben. Die Auswertung berücksichtigt auch zwischenzeitliche Veränderungen am Flugzeug oder Triebwerk, die in einigen Fällen zu veränderten Lärmdaten und kumulierten Margen führen. Darüber hinaus führen Zugänge und Abgänge in einzelnen Flotten zu Veränderungen in den berichteten Wertebereichen.

- 4U = Germanwings
- CL = Lufthansa CityLine
- C3 = Contact Air
- EN = Air Dolomiti
- EW = Eurowings
- IQ = Augsburg Airways
- LH = Lufthansa, Lufthansa Cargo
- LX = SWISS
- OS = Austrian Airlines

1 Der Einsatz der beiden Fokker 100 für SWISS endete im Januar 2013.
 2 Neuer ICAO-Kapitel-4-Grenzwert, der seit 2006 für neue Flugzeuge gilt: -10,0 EPNdB bzgl. Kapitel 3.



Am Frankfurter Flughafen ist der Lärmschutz in den vergangenen Jahren ein gutes Stück vorangekommen.

Darüber hinaus arbeitet die Lufthansa Group seit mehr als zehn Jahren mit Partnern wie dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) im Forschungsverbund Leiser Verkehr zusammen. Die Initiative setzt auf die interdisziplinäre Kooperation von Industrie, Forschung und Verkehrsträgern aus den Bereichen Straßen-, Schienen- und Fluglärm. Im Arbeitskreis Fluglärm haben die Partner beispielsweise in den vergangenen Jahren verschiedene Forschungsprojekte erfolgreich abgeschlossen, die entscheidende Ergebnisse im Kampf gegen den Fluglärm lieferten.

Mehr Lärmschutz am Flughafen Frankfurt

Am Frankfurter Flughafen ist der Lärmschutz in den vergangenen Jahren ein gutes Stück vorangekommen. Dazu haben vor allem zwei Vereinbarungen beigetragen: das im Juni 2010 vorgestellte „Erste Maßnahmenpaket Aktiver Schallschutz“ und das im Februar 2012 unterzeichnete zweite Maßnahmenpaket „Gemeinsam für die Region – Allianz für mehr Lärmschutz“.

Das im Rahmen des Forums Flughafen und Region (FFR) entwickelte „Erste Maßnahmenpaket Aktiver Schallschutz“ umfasst sieben Vorhaben, um die Zahl der vom Lärm im Flughafenumfeld Betroffenen zu reduzieren. Lufthansa arbeitet maßgeblich im „Expertengremium Aktiver Schallschutz“ des FFR mit, das die Maßnahmen mit Unterstützung von Lufthansa Piloten überprüft und ausgewertet hat. Das Spektrum der entlastenden Schritte reicht vom Schalldämpfer austausch der in Frankfurt stationierten B 737-Flotte über den sogenannten geknickten Anflug (Segmented Approach) bis hin zu einer höheren Quote von Anflügen im kontinuierlichen Sinkflug (Continuous Descent Approach – CDA). Seit Sommer 2010 wurden bereits sechs dieser Vorhaben umgesetzt. Eine Maßnahme befindet sich im Probetrieb.

Weitere Entlastung für die Flughafenrainer bringt das zweite Maßnahmenpaket „Gemeinsam für die Region – Allianz für mehr Lärmschutz“. Lufthansa, Fraport, der Airline-Verband BARIG, die Deutsche Flugsicherung, das FFR und die Hessische Landesregierung haben Anfang 2012 insgesamt 19 Maßnahmen zum aktiven Schallschutz rund um das wichtige internationale Drehkreuz Frankfurt beschlossen, von denen die ersten zehn bereits angegangen wurden.

Die beteiligten Partner haben sämtliche Maßnahmen gemeinsam erarbeitet. So hatte sich unter anderem Lufthansa verpflichtet, im Jahr 2012 insgesamt 32 ältere Flugzeuge durch leiseres Fluggerät zu ersetzen – und diese Vorgabe sogar übererfüllt. Zudem plant die Fluggesellschaft, ihre A320-Familie mit sogenannten Wirbelgeneratoren unter den Tragflächen auszustatten, die den Lärmpegel im Anflug um bis zu zwei Dezibel reduzieren. Hinzu kommen verbesserte An- und Abflugverfahren (siehe Interview mit Lufthansa Kapitän Markus Kreher).

Bei der Bewertung von An- und Abflugverfahren spielt neben der Vermeidung von Lärm auch die Reduzierung anderer Emissionen eine wichtige Rolle. Durch ein verändertes Startverfahren, bei dem der Schub bereits in einer Höhe von 1.000 Fuß (305 Meter) anstatt wie bisher 1.500 Fuß (457 Meter) von Startschub auf Steigschub geändert wird, kann Lufthansa weltweit den Ausstoß von 18.000 Tonnen CO₂ pro Jahr vermeiden. Dieses Verfahren wird in Deutschland und weltweit von zahlreichen Airlines angewandt. Lufthansa plant vor der Einführung in Deutschland einen Probetrieb auf ausgewählten Routen am Standort Frankfurt, um die Lärmwirkung des Verfahrens gemeinsam mit den Partnern im FFR zu überprüfen.



Interview mit Markus Kreher

Kapitän A320 sowie Fachbereichsleiter
Navigation und Flughafeninfrastruktur
Deutsche Lufthansa AG

Markus Kreher hat bei der Entwicklung der verbesserten An- und Abflugverfahren am Frankfurter Flughafen mitgewirkt. Im *Balance* Interview erläutert er die verschiedenen Maßnahmen.

■ **Verbesserte An- und Abflugverfahren bilden einen Schwerpunkt des aktiven Schallschutzes am Frankfurter Flughafen. Welchen Beitrag leisten Lufthansa und ihre Piloten hier konkret?**

Unser Flugbetrieb ist in die Maßnahmen zum aktiven Schallschutz direkt und auf vielfältige Weise eingebunden. Speziell an unserem größten Drehkreuz Frankfurt nehmen Vertreter der Lufthansa Flotten regelmäßig an Expertenrunden teil und arbeiten mit Hochdruck daran, neue An- und Abflugverfahren einzuführen. Eine seit Juni 2012 bereits umgesetzte Maßnahme ist „Dedicated Runway Operations“. Dieser planmäßige Wechsel verschiedener Startbahnen führt zu kalkulierbaren echten Lärmpausen. Darüber hinaus nutzen wir Piloten in Zusammenarbeit mit der Deutschen Flugsicherung (DFS) beim Landeanflug mittlerweile den „Taktischen Continuous Descent Approach“ („Taktischer CDA“). Hierdurch wird ein unnötiges Fliegen in niedrigen Höhen vermieden, wenn die Verkehrsmenge dies ermöglicht. Zusätzlich dazu wird der Anflugwinkel auf die neue Nordwest-Landebahn bei bestimmten Wetterbedingungen von 3,0 auf 3,2 Grad angehoben, was eine größere Überflughöhe bewirkt. Und schließlich arbeiten wir während des Anflugs – wenn möglich – mit einer reduzierten Landeklappenstellung. Insgesamt gesehen also ein umfangreiches Maßnahmenbündel. Viele dieser Maßnahmen mussten eine gründliche Analyse und Sicherheitsbewertung durchlaufen. Mehrere Pilotenkollegen haben sie in zahlreichen Simulatorflügen auf Herz und Nieren getestet.

■ **Mit welchen Maßnahmen können die größten Erfolge in puncto aktiver Schallschutz erzielt werden?**

Wir erhoffen uns von allen genannten Verfahrensumstellungen eine Senkung der Lärmpegel. Allerdings befinden sich die Maßnahmen teilweise noch in der Testphase, sodass wir sie erst in einigen Monaten bewerten können. Beim „Taktischen CDA“ sind jedoch schon Erfolge messbar, über die die DFS bereits berichtet hat.

■ **Haben die getroffenen Maßnahmen ihre Ziele erreicht? Lässt sich der Erfolg messen?**

Das ist grundsätzlich machbar. Allerdings sind Lärmessungen ein sehr komplexes Thema, weshalb wir Piloten in einem ständigen Austausch mit den Umweltexperten der Lufthansa Group und von Fraport stehen sowie dem Forum Flughafen und Region, das eng mit der Fluglärmkommission zusammenarbeitet.

■ **Diskutieren Sie solche Lärmschutzmaßnahmen auch mit Pilotenkollegen von anderen Fluggesellschaften der Lufthansa Group?**

Der Flugbetrieb der Lufthansa Passage tauscht sich regelmäßig mit den Kollegen von SWISS, Austrian Airlines, Lufthansa CityLine und Lufthansa Cargo aus und steht auch in direktem Kontakt zu den Piloten von Condor. Hier ist in den vergangenen Jahren eine gute Zusammenarbeit gewachsen, die mittlerweile einige Erfolge gebracht hat. Darauf können wir stolz sein.

Forschungsprojekte

Innovationen für eine nachhaltige Zukunft entwickeln

Die Lufthansa Group engagiert sich aktiv in Forschungsprojekten und für Innovationen, die die Umweltauswirkungen des Fliegens nachhaltig mindern. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet der Luftfahrtkonzern eng mit renommierten Projektpartnern aus Wissenschaft und Industrie zusammen.

Das Spektrum der Vorhaben reicht von Klimaforschungsprojekten über den Einsatz von Biokraftstoffen und alternativen Antriebstechniken für bodengebundene Prozesse bis hin zur Entwicklung widerstandsarmer Flugzeugoberflächen und ressourcenschonender Unterdruck-Toilettensysteme an Bord. Nachfolgend ausgewählte Beispiele.

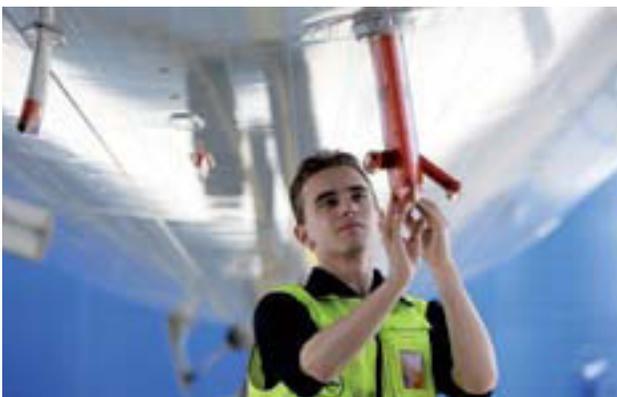
Messcontainer CARIBIC:

Zwei Millionen Flugkilometer in acht Jahren

Bereits seit 2004 unterstützt die Lufthansa Group das in der Grundlagenforschung angesiedelte europäische Projekt CARIBIC (Civil Aircraft for the Regular Investigation of the Atmosphere Based on an Instrument Container). Im Mittelpunkt des Vorhabens steht ein 1,6 Tonnen schwerer automatisierter Messcontainer, der an Bord des Lufthansa Airbus A340-600 „Leverkusen“ in acht bis zwölf Kilometern

Höhe mehr als 50 verschiedene Gase und Partikelverbindungen sammelt. Im November 2012 erfolgte bereits der achtzigste Einsatz. Ziel ist unter anderem, die Prozesse in der Grenzschicht zwischen Troposphäre und Stratosphäre zu untersuchen. Diese sind äußerst komplex und beeinflussen die Strahlungsbilanz der Atmosphäre und damit auch das Erdklima.

An dem Projekt unter der Leitung des Mainzer Max-Planck-Instituts für Chemie beteiligen sich zwölf weitere wissenschaftliche Institutionen aus ganz Europa sowie Lufthansa und Fraport. „Projekte wie CARIBIC können die Klimaforschung ein ganzes Stück weiterbringen und dazu wollen wir als Luftfahrtkonzern auch in Zukunft beitragen“, sagt Dr. Karlheinz Haag, Leiter der Abteilung Umweltkonzepte der Lufthansa Group.



Projekt CARIBIC: Lufteinlass-System unter dem Rumpf des Lufthansa Airbus A340-600 „Leverkusen“



Projekt IAGOS: Mess-Sonde im vorderen linken Rumpfbereich des Lufthansa Airbus A340-300 „Viersen“



„Multifunctional Coating“: Lufthansa Technik erprobt ein innovatives Lacksystem zur Reduktion des Luftwiderstands.

Von Haifischen lernen:

Innovatives Lacksystem reduziert Luftwiderstand

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Multifunctional Coating“ testet Lufthansa Technik seit Sommer 2011 ein innovatives Lacksystem auf Basis von technisch nachempfundenen Haifischhautstrukturen – gemeinsam mit Airbus und dem Fraunhofer-Institut für Fertigungstechnik und Angewandte Materialforschung (IFAM). Eigens zu diesem Zweck haben die Kooperationspartner zwei Lufthansa Airbus A340-300 mit jeweils acht zehn mal zehn Zentimeter großen „Patches“ an Rumpf und Anströmungskante der Tragflächen ausgestattet. Das Vorhaben zielt darauf ab, die Beständigkeit dieser Oberflächen unter realen Bedingungen im Flugbetrieb zu überprüfen. Sollte sich das Lacksystem als praxistauglich erweisen und wirtschaftlich rechnen, könnte sein Einsatz etwa ein Prozent Kerosin einsparen.

www.lufthansa-technik.de



„Waliclean“: Techniker von Austrian Airlines haben dieses neue Reinigungssystem für Unterdrucktoiletten entwickelt.

Innovativ mit Zitronensaft:

Neues Unterdruck-Toilettensystem spart Ressourcen, Zeit und Geld

Mitarbeiter der Austrian Technik haben eine revolutionäre Reinigungsmethode für Flugzeugtoiletten entwickelt, die nun auch bei Lufthansa Technik erprobt wird. Das innovative System schont nicht nur die Umwelt, sondern spart auch Ressourcen, Zeit und Geld. Im Unterschied zu herkömmlichen Lösungen reinigt „Waliclean“ – so der Name des neuen Reinigungssystems – die Abwasserleitungen des Flugzeugs mit Zitronensäure statt Chemikalien. Dabei zirkuliert ein Gemisch aus handelsüblicher Zitronensäure und warmem Wasser mit Unterdruck durch das Abwassersystem. Ist der Reinigungsvorgang gestartet, arbeitet das Gerät vollkommen eigenständig und schaltet sich am Ende automatisch ab. Durch den Einsatz von „Waliclean“ entfallen nicht nur die Demontage der einzelnen Segmente der Abwasserleitungen sowie Säurebad, Montage und Leckagetests. Das Spülwasser kann im Anschluss auch bequem über den Abwasserkanal entsorgt werden. Für ihre Innovationsleistung erhielten die Austrian Airlines Mitarbeiter Klaus Banny und Robert Hartl im Februar 2013 den Umweltpreis 2013 der Stadt Wien. Lufthansa Technik will das Waliclean-System im Sommer dieses Jahres in Betrieb nehmen. Derzeit werden bei Lufthansa Technik in Frankfurt die entsprechenden Vorbereitungen getroffen.

www.austrian.com



Corporate Citizenship

Die Lufthansa Group nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung auf vielfältige Weise wahr und unterstützte im Berichtsjahr 2012 wieder zahlreiche Projekte in den Bereichen Soziales, Kultur, Bildung, Umwelt und Sport. Darüber hinaus haben wir das Engagement in der humanitären Soforthilfe ausgebaut. Besondere Bedeutung kommt den Mitarbeiterinitiativen der verschiedenen Konzerngesellschaften zu. Sie sind integraler Bestandteil des sozialen Engagements der Lufthansa Group.



10

Patenschaften für herausragende Nachwuchssportler

42

HelpAlliance-Projekte für „Hilfe zur Selbsthilfe“



15.000

Besucher im Kranich-Informationszentrum



2.000

Patienten monatlich im Cargo Human Care Medical Center

Soziales Engagement

Wenn jede Minute zählt: humanitäre Soforthilfe im Katastrophenfall

Wenn Erdbeben, Überschwemmungen oder Dürren Menschen in existenzielle Not stürzen, hat die kurzfristige Überlebenssicherung oberste Priorität. Als weltweit tätiger Luftfahrtkonzern beteiligt sich die Lufthansa Group seit vielen Jahren an der logistischen Erstversorgung von Betroffenen, indem sie Hilfsgüter in Katastrophengebiete fliegt – in der Regel in enger Abstimmung mit der Bundesregierung und namhaften Hilfsorganisationen.



Fliegender Botschafter: MD-11F von Lufthansa Cargo mit dem Logo „Aktion Deutschland Hilft“



Die Vorstandsvorsitzenden Christoph Waffenschmidt (World Vision), Karl Ulrich Garnadt (Lufthansa Cargo), und Rudi Frick („Aktion Deutschland Hilft“) im Rahmen der Vertragsunterzeichnung am 13. Februar 2013 in Frankfurt

An Bord der Sonderflüge von Lufthansa Cargo befinden sich vor allem Lebensmittel, Medikamente, Decken, Zelte, Schlafsäcke und technische Ausrüstung.

Kooperation mit Nothilfebündnis

Im Februar 2013 hat Lufthansa Cargo eine Vereinbarung mit dem Nothilfebündnis „Aktion Deutschland Hilft“ und dessen Bündnispartner „World Vision Deutschland“ unterzeichnet. Ziel ist es, ein hoch professionelles Netzwerk aus Logistikunternehmen und renommierten deutschen Hilfsorganisationen zu schaffen, dessen Leistungen jederzeit auf Abruf und nach definierten Abläufen zur Verfügung stehen.

Die neue Kooperation ermöglicht es 22 im Nothilfebündnis zusammengeschlossenen Hilfsorganisationen, bei ihren Auslandseinsätzen auf die Logistikkompetenz und das Leistungsvermögen von Lufthansa Cargo zurückzugreifen. „World Vision Deutschland“ hat das Abkommen maßgeblich mit auf den Weg gebracht und mit Lufthansa Cargo zusätzlich eine eigene Vereinbarung getroffen. Schirmherr der Initiative ist Bundesverkehrsminister Dr. Peter Ramsauer.

„Zeit ist bei schweren Katastrophen der entscheidende Faktor, um der notleidenden Bevölkerung helfen zu können. Ein schneller Hilfstransport ist dafür unverzichtbar. Durch die Zusammenarbeit mit der ‚Aktion Deutschland Hilft‘ können wir in Zukunft noch schneller und professioneller dafür sorgen, dass Hilfe da ankommt, wo sie am dringendsten benötigt wird“, sagt Karl Ulrich Garnadt, Vorstandsvorsitzender von Lufthansa Cargo.

HelpAlliance: Mitarbeiter setzen Zeichen der Solidarität



Spenden sammeln und damit Menschen helfen, denen das Nötigste zum Leben fehlt – diesem Leitmotiv folgt die im Jahr 1999 gegründete gemeinnützige Hilfsorganisation HelpAlliance e. V. Deren Mitglieder kommen aus allen Teilen der Lufthansa Group und kümmern sich persönlich und ehrenamtlich um die Projekte der HelpAlliance – in ihrer Freizeit.

Im Fokus des politisch und konfessionell unabhängigen karitativen Engagements stehen Existenzgründungen, Ernährungs- und Gesundheitsprogramme, Ausbildungseinrichtungen sowie Waisenhäuser und Straßenkinderprojekte in Afrika, Asien und Lateinamerika.

Die Aktivitäten gliedern sich in langfristige und zeitlich begrenzte, ereignisbezogene Förderprojekte; überdies leistet die HelpAlliance im Katastrophenfall Ad-hoc-Hilfe. Im Jahr 2012 finanzierte die HelpAlliance 42 Projekte mit einem Gesamtvolumen in Höhe von 936.000 Euro. Allen Projekten gemeinsam ist der Anspruch, „Hilfe zur Selbsthilfe“ zu leisten, die sich an der Lebenswelt der Betroffenen orientiert. Zum 31. Dezember 2012 zählte der Ver-

ein 15 ordentliche Mitglieder sowie etwa 1.600 Fördermitglieder, die für die notwendige Planungssicherheit sorgen. Das Spendenaufkommen belief sich im Berichtsjahr auf 1.004.000 Euro.

Seit ihrer Gründung ist die HelpAlliance fest im Lufthansa Konzern verankert. So profitiert die Mitarbeiterorganisation unter anderem von vier Teilzeit- beziehungsweise Vollzeitfreistellungen sowie kostenlosen Büroräumen einschließlich Kommunikationsinfrastruktur am Frankfurter Flughafen; außerdem erhält sie vom Unternehmen logistische sowie kommunikative Unterstützung. Über die Arbeit der HelpAlliance und die Verwendung der Mittel informiert ein jährlicher Tätigkeitsbericht.



Kinder der Förderschule des Prana Projekts in Indien



On-Board-Collection-Programm:

Damit Lufthansa Passagiere Menschen in Not eine Brücke in ein besseres Leben bauen können, hat die HelpAlliance im Jahr 2001 das On-Board-Collection-Programm „Kleines Geld für große Hilfe“ ins Leben gerufen. Dieses bietet Fluggästen die Möglichkeit, Münzen und Scheine in jeglicher Währung zu spenden, die sie von Langstreckenflügen zurückbringen. Eigens für diesen Zweck befinden sich in den Sitztaschen an Bord kleine verschleißbare Spendentüten, die die Flugbegleiter einsammeln und an die HelpAlliance weiterleiten. Wertvolles „Restgeld“ nehmen darüber hinaus auch Spendensäulen in den Mitarbeiterbereichen, den Lufthansa Lounges an deutschen und ausgewählten internationalen Flughäfen sowie in den öffentlichen Bereichen der Drehkreuze Frankfurt und München entgegen.

Nach Condor und Brussels Airlines beteiligt sich seit 1. Juli 2012 auch Austrian Airlines am On-Board-Collection-Programm. Seit dem 15. März 2013 sind darüber hinaus auch sämtliche Flugzeuge von Germanwings mit Spendentüten für die HelpAlliance ausgestattet.

On-Board-Collection-Programm

Entwicklung des Spendenaufkommens¹



Oktober 2002: Start der Beteiligung von Condor
 September 2011: Start der Beteiligung von Brussels Airlines
 Juli 2012: Start der Beteiligung von Austrian Airlines

¹ Da die finalen Zahlen bei Redaktionsschluss noch nicht vorlagen, sind alle in diesem Beitrag für das Jahr 2012 genannten Zahlen vorläufig.

Viele Spendenwege für ein Ziel

Kunden, die die HelpAlliance tatkräftig unterstützen möchten, können dies auf unterschiedliche Weise tun – etwa auf dem Wege einer direkten Geldspende, einer Fördermitgliedschaft oder über das On-Board-Collection-Programm „Kleines Geld für große Hilfe“ (vgl. Kasten). Außerdem haben Teilnehmer am Lufthansa Vielflieger-Programm Miles & More seit November 2006 die Möglichkeit, im Rahmen von „Miles to Help“ ihre Prämienmeilen unter anderem an die HelpAlliance zu spenden. Zu guter Letzt bietet die Mitarbeiterorganisation seit 2008 Patenschaftsprogramme für Projekte in Indien, Thailand und Vietnam. Mit für westliche Verhältnisse geringen monatlichen Beträgen eröffnen sie Kindern die Chance auf Bildung und damit auf ein selbstbestimmtes Leben.

„eFly-Aktion“: Wenn aus Bordkarten Schulhefte werden

Mit einer kleinen Geste große Wirkung erzielen: Dazu hatten Lufthansa Passagiere auch vom 12. Dezember 2012 bis 31. Januar 2013 Gelegenheit. Für jeden papierlosen Check-in, den sie mobil oder online vornahmen, spendete die Lufthansa Group ein Blatt Papier zugunsten von Bildungsprojekten der HelpAlliance in Entwicklungsländern. Jeweils 52 eingesparte Bordkarten summierten sich so im Schnitt zu einem Schulheft; um die lokale Wirtschaft zu stärken, wurden diese vor Ort angeschafft. Der Verzicht der Kunden auf herkömmliche Bordkarten generierte insgesamt rund 50.000 Schulhefte, was etwa 2,5 Millionen Check-in-Vorgängen entsprach.



HelpAlliance-Aktionstag in München

Am 10. Mai 2012 haben engagierte Bord- und Boden-Mitarbeiter von Lufthansa am Flughafen München einen Aktionstag zugunsten der HelpAlliance organisiert. Ziel war es, Fluggäste im Gatebereich des Terminals 2 über die Arbeit der Mitarbeiterorganisation zu informieren und Spenden einzuwerben. Die Lufthansa Cateringtochter LSG Sky Chefs beteiligte sich an der Aktion, indem sie Bordtrolleys zur Verfügung stellte, auf denen Spendendosen platziert waren. Tatkräftige Unterstützung erhielten die freiwilligen Helfer von Schirmherrin Bettina Lauer.

Solidarität mit der HelpAlliance zeigten auch die Mitarbeiter von Lufthansa Systems, die im Berichtsjahr diverse Spendenaktionen organisierten, um die Werbetrommel für die gute Sache zu rühren. Dass den Beschäftigten des IT-Spezialisten nicht nur das eigene soziale Engagement am Herzen liegt, sondern auch das ihres Arbeitgebers, ergab im Übrigen eine Mitarbeiterbefragung. Für jeden ausgefüllten und zurückgesandten Fragebogen spendete die Unternehmensleitung einen Euro zugunsten eines Frauen-Projekts der HelpAlliance in Indien.

Bestes Beispiel hierfür ist www.betterplace.org. Mit der gemeinnützigen Spendenplattform, die es ermöglicht, ebenso gezielt wie direkt ganz bestimmte soziale Projekte zu unterstützen, arbeitet die HelpAlliance seit Sommer 2012 zusammen. Die Kooperation ist das Ergebnis einer breit angelegten Potenzialanalyse, die die Nachwuchsführungskräfte-Plattform „explorers“ der Lufthansa Group im Vorfeld durchgeführt hat.



Dank Spenden für das vietnamesische Hilfsprojekt der HelpAlliance konnten für Kinder aus ärmsten Verhältnissen Fahrräder angeschafft werden.



Fundraising-Plattform der HelpAlliance auf www.betterplace.org

Vietnam: Bildung für ausgegrenzte Kinder

Im Jahr 2012 lag der Fundraising-Schwerpunkt der HelpAlliance auf einem Projekt in Ho-Chi-Minh-Stadt in Vietnam, wo der Verein seit vielen Jahren die Organisation Saigon Children's Charity fördert. Im Mittelpunkt der Hilfsinitiative eines Münchener Flugkapitäns stehen Bildungsprogramme für Kinder, die aufgrund einer Behinderung oder ihrer Zugehörigkeit zu einer ethnischen Minderheit in besonderem Maße von Ausgrenzung betroffen sind.

In der Adventszeit 2012 erwies sich www.betterplace.org als wirkungsvolles Instrument, um das vietnamesische Hilfsprojekt mit Menschen zusammenzubringen, die ihren karitativen Impuls in klingende Münze verwandeln möchten: Unter dem Motto „Spenden statt Geschenke“ konnten sie unter anderem Geld für die Anschaffung von Fahrrädern spenden, um Mädchen und Jungen aus ärmsten Verhältnissen den Besuch einer Schule zu ermöglichen.

Fundraising über Web 2.0

Mit dem Aufkommen der Sozialen Medien im Rahmen des Web 2.0 haben sich für die HelpAlliance neue Wege des Fundraising eröffnet. So hat der Verein das Potenzial der sozialen Netzwerke im Berichtsjahr unter anderem genutzt, um über Facebook, YouTube und den HelpAlliance-Blog über den Fortgang seiner Hilfsprojekte zu informieren und Spenden zu generieren.

- www.help-alliance.com
- www.facebook.com/helpalliance
- www.youtube.com/helpalliance
- www.betterplace.org/de/organisations/helpalliance

Cargo Human Care: Konkrete Hilfe für Menschen in Kenia



Cargo Human Care e.V. (CHC) ist ein humanitäres und medizinisches Hilfsprojekt. Es wurde im Jahr 2007 von Mitarbeitern der Lufthansa Cargo AG in Zusammenarbeit mit Ärzten aus ganz Deutschland ins Leben gerufen. Den Anstoß dazu gab Fokko Doyen, Flottenchef MD-11F bei Lufthansa Cargo.

Eines Tages beschloss er, dem Elend, das sich ihm während seiner wiederholten Zwischenstopps am Rande von Kenias Hauptstadt Nairobi bot, nicht länger tatenlos zuzuschauen und eine Hilfsinitiative zu starten. Für sein karitatives Engagement wurde der erste Vorsitzende von Cargo Human Care 2011 mit dem Bundesverdienstkreuz geehrt.

Nachhaltige Projekte

Ziel von Cargo Human Care ist es, bedürftigen, kranken und notleidenden Menschen in Kenia direkte medizinische Hilfeleistung zu ermöglichen sowie mittellosen und unterversorgten Waisenkinder ein Zuhause und eine Zukunft zu geben. Im Zentrum der Aktivitäten stehen das Mothers' Mercy Home (MMH), ein kleines Waisenhaus in der Nähe von Nairobi, sowie das Cargo Human Care Medical Center, das dem Waisenhaus angegliedert ist. Dort erhalten sowohl die im MMH lebenden Jungen und Mädchen eine medizinische

Versorgung als auch kranke und bedürftige Menschen aus der Umgebung. Monatlich werden über 2.000 Patienten versorgt. Einen weiteren Schwerpunkt bildet seit drei Jahren das Kinderheim „The Nest“. Dieses bietet Kindern, deren Mütter inhaftiert sind, einen sicheren Zufluchtsort abseits der Straße. Die Kinderärzte von Cargo Human Care kümmern sich um die medizinischen Belange der Mädchen und Jungen. Außerdem widmet sich Cargo Human Care dem Schicksal von 224 Familien, die in zwei Dörfern im Dürregebiet rund um Marsabit leben. Seit September 2011 gewährleistet CHC ihre Versorgung mit Lebensmitteln und hat darüber hinaus eine kleine Schule für Vier- bis Sechsjährige errichtet.

Lufthansa Cargo fördert die gemeinnützige Initiative von Beginn an mit kostenlosen Ladekapazitäten an Bord ihrer Frachtflugzeuge vom Typ MD-11F. Außerdem finanziert der Logistikspezialist die Kosten für die Flugtickets deutscher Kin-



Im Cargo Human Care Medical Center werden monatlich mehr als 2.000 Patienten versorgt.



Einsatz einer Zahnärztin im Mothers' Mercy Home im September 2012



Cargo Human Care möchte mittellosen und unterversorgten Waisenkinder ein Zuhause und eine Zukunft geben.



Yukon Arctic Ultra-Marathon in Kanada:
Extremsportler sammelten Spenden für das Hilfsprojekt Cargo Human Care.

derärzte, Augenärzte, Hals-Nasen-Ohren-Ärzte, Zahnärzte, Allgemeinmediziner und Gynäkologen. Dreimal pro Monat fliegen engagierte Mediziner mittlerweile nach Kenia, um für jeweils drei Tage ehrenamtlich mittellose Patienten zu behandeln.

Um die Arbeit von Cargo Human Care zu unterstützen, bietet der Verein seit 2011 die Möglichkeit, medizinische und Ausbildungspatenschaften für kranke, behinderte und vernachlässigte Mädchen und Jungen im Umfeld des Mothers' Mercy Home zu übernehmen. Monatliche Beträge zwischen 25 und 75 Euro reichen bereits aus, um die existenzielle Not von Kindern wirksam zu lindern (siehe *Balance* 2012, Seite 96).

Spendenlauf in klirrender Kälte: „Yukon Arctic Ultra“ 2013

Mitglieder von Cargo Human Care scheuten im Februar 2013 weder Kosten noch Kälte, um Spendengelder für ihre Hilfsorganisation zu sammeln. Unter dem Motto „Durch Eis und Schnee für Afrika“ nahmen sie am Yukon Arctic Ultra im Norden Kanadas teil, dem härtesten Marathonlauf der Welt. Ziel war es, in nur 13 Tagen 700 Kilometer auf Langlaufskiern zurückzulegen – bei eisigen Temperaturen von bis zu minus 50 Grad und einschließlich Übernachtung im Zelt. Zwar mussten sie wetterbedingt aufgeben, konnten jedoch einen anderen Athleten aus dem Teilnehmerfeld als CHC-Botschafter gewinnen, der den Lauf für sie zu Ende führte. Um sicherzugehen, dass sich die Strapazen inbarer Münze auszahlen, konnten Mitarbeiter von Lufthansa Cargo und andere Interessierte jeweils 100 Euro für eine der zurückgelegten 430 Meilen spenden. Dafür erhielten sie ein von den Extremsportlern signiertes Zertifikat über genau diese Meile. Bei der Spendenaktion kamen insgesamt mehr als 40.000 Euro zugunsten des humanitären Engagements von CHC in Kenia zusammen.

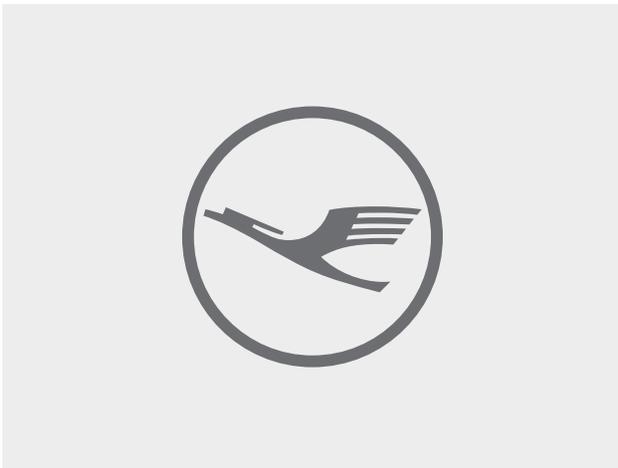
www.cargohumancare.com

www.facebook.com/CargoHumanCare

Umweltförderung

Fokus auf den Kranichschutz

Seit Anfang 2013 konzentriert die Lufthansa Group ihr Engagement im Bereich Umweltförderung nunmehr ganz auf das Thema Kranichschutz – und damit auf das Herzensprojekt des Konzerns, der den „Vogel des Glücks“ im Wappen trägt.



Der Kranich im Kreis – eines der bekanntesten Markenzeichen der Welt



Lufthansa engagiert sich seit mehr als 30 Jahren für den Schutz ihres Wappentiers.

Denn mindestens zehn der weltweit 15 Kranicharten blicken einer ungewissen Zukunft entgegen, weil ihre Brut-, Rast- und Sammelgebiete von Zerstörung bedroht sind. Um den Fortbestand der beeindruckenden Großvögel allen Widrigkeiten zum Trotz zu sichern, hat Lufthansa im Jahr 1991 gemeinsam mit dem Naturschutzbund Deutschland (NABU) und der Umweltstiftung WWF Deutschland die Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland gegründet. Im Mittelpunkt der Förderung steht das Kranich-Informationszentrum in Groß Mohrdorf in der Rügen-Bock-Region Mecklenburg-Vorpommerns.

Kranichbeobachtungen als Publikumsmagnet

Bis zu 70.000 Individuen der imposanten Großvögel fliegen das Gebiet jedes Jahr an – das damit als einer der bedeutendsten Kranichrastplätze in Europa gilt. Dementsprechend hoch ist die ungebrochene Anziehungskraft, die das

Informationszentrum auf Besucher ausübt. Im Jahr 2012 zählte es rund 15.000 Gäste. Die Einrichtung bietet nicht nur eine informative Dauerausstellung, die ganzjährig umfassende Einblicke in das Leben der „Weltbürger der Lüfte“ gibt. Jedes Jahr im Frühjahr und Herbst lädt sie zudem dazu ein, Kraniche zu beobachten, die in den Küstengewässern des Nationalparks „Vorpommersche Boddenlandschaft“ eine mehrwöchige Rast einlegen, bevor sie in ihr Brutgebiet nach Skandinavien beziehungsweise in ihre Überwinterungsgebiete weiterfliegen.

Umweltbildung immer wichtiger

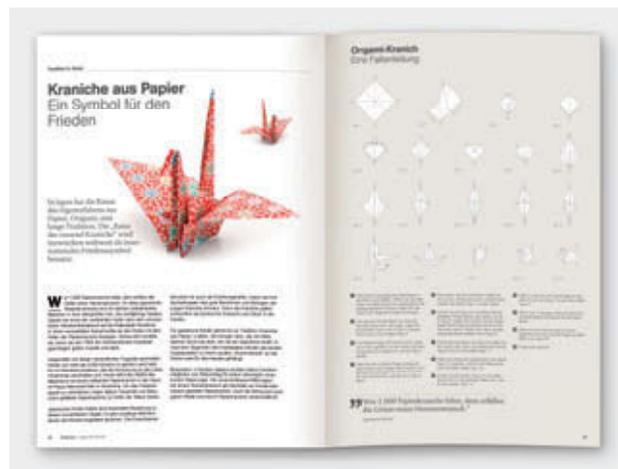
Ein bedeutender Termin im Kalender der Institution ist die jährliche „Woche des Kranichs“, die vom 23. bis 30. September 2012 bereits zum 14. Mal stattfand. Neben Vorträgen und Diashows umfasste das Programm auch diesmal Exkursionen zu den Rast- und Schlafplätzen im Umfeld

des Kranich-Informationszentrums. Vor dem Hintergrund der gestiegenen Nachfrage nach Umweltbildung hat die Arbeitsgemeinschaft ihr diesbezügliches Angebot erweitert und angepasst. So fanden im Berichtsjahr unter anderem Projekttag für Schulklassen und Kindergartengruppen statt. Außerdem hat die Lufthansa Group die Erstellung der neuen Broschüre „Kraniche – Vögel des Glücks“ unterstützt. Die Publikation ist reich bebildert und liefert auf 29 Seiten Wissenswertes rund um die Welt der Kraniche.

Als Anziehungspunkt für 95 Kranichexperten aus ganz Deutschland erwies sich die 22. Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland. Die traditionsreiche Veranstaltung fand vom 7. bis 9. September im brandenburgischen Lauchhammer statt und war dem Thema „Kraniche in der Bergbaufolgelandschaft“ gewidmet.

Projekte zur Beringung, Besenderung und Kartierung

Überdies fanden im Juni 2012 mehrere international besetzte Workshops zur Beringung und Besenderung von Kranichen statt. Ziel war es, Dutzende Kraniche in Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern nach den Vorgaben der European Crane Banding Group mit einem Dreifarb-Code sowie teilweise mit Radiotelemetrie-Sendern auszustatten. Einen weiteren Schwerpunkt bildete das Monitoring-Projekt in Äthiopien, das die Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland 2007 mit Unterstützung von Lufthansa aufgelegt hat. Im Januar 2013 reisten die Ornithologen bereits zum vierten Mal in die Region, um die dort überwintrenden Kranicharten zu kartieren sowie Art und Ausmaß der Gefährdungen zu dokumentieren, denen die Zugvögel in dem afrikanischen Land ausgesetzt sind.



Neue Informationsbroschüre „Kraniche – Vögel des Glücks“

Kranich-Informations-Mobil eingeweiht

Seit 10. Oktober 2012 verfügt das Kranich-Informationszentrum über einen mobilen Informations- und Beobachtungsstand: das „Kranich-Info-Mobil“, das gleich mehrere Zwecke erfüllt. Zum einen erlaubt es der bedarfsgerecht umgestaltete Bauwagen, die Besucher des Zentrums künftig noch eingehender zu informieren als bisher. Diese Aufgabe erfüllen nicht nur Schautafeln im Inneren des Wagens, sondern auch die ehrenamtlichen Ranger, die das Kranich-Info-Mobil betreuen. Außerdem verbessert das Gefährt die Arbeitsbedingungen der fleißigen Helfer, vor allem bei schlechtem Wetter.

 www.kraniche.de



Kraniche sind beeindruckende Zugvögel. Davon überzeugten sich im Jahr 2012 wieder 15.000 Besucher des Kranich-Informationszentrums in Groß-Mohrdorf.

Kulturelles Engagement

Verständigung auch ohne Worte

Die universelle Sprache der Musik wirkt Völker verbindend – genau wie die Lufthansa Group, deren fliegende Gesellschaften täglich Menschen, Länder und Kulturen zusammenführen. Als Ausdruck seiner gesellschaftlichen Verantwortung fördert der international tätige Luftfahrtkonzern seit vielen Jahren herausragende kulturelle Veranstaltungen und Einrichtungen, wie der nachfolgende Überblick zeigt.

Kölner Gürzenich-Orchester

Am Sitz der Deutschen Lufthansa AG in Köln ist auch das renommierte Gürzenich-Orchester zu Hause. Seit 2010 engagiert sich das Unternehmen als „First Global Partner“ für den Klangkörper, den Kenner zu den Spitzenensembles in Deutschland zählen. Lufthansa setzt sich damit erstmals langfristig für ein deutsches Sinfonieorchester ein. Im Berichtsjahr startete das Gürzenich-Orchester in Kooperation mit dem Wissenschaftsjournalisten Ranga Yogeshwar das

neue Konzertformat „Experiment Klassik“. Bei der Premiere am 23. Februar 2012 in der voll besetzten Kölner Philharmonie gingen sie gemeinsam der Frage nach, woher der Zauber von Igor Strawinskys „Le sacre du printemps“ rührt – und was im Zuhörer passiert, wenn er den Klängen dieses Schlüsselwerks des 20. Jahrhunderts lauscht.

 www.guerzenich-orchester.de



Neues Konzertformat „Experiment Klassik“ in Kooperation mit dem Wissenschaftsjournalisten Ranga Yogeshwar



Erfolgreiche Eröffnung des 28. Lufthansa Festivals of Baroque Music vor ausverkauftem Haus

Lufthansa Festival of Baroque Music

Besondere Konzerterlebnisse boten sich den Besuchern des Lufthansa Festival of Baroque Music in London. Vom 18. bis 26. Mai 2012 zog es zum 28. Mal Liebhaber der historischen Aufführungspraxis aus aller Welt in seinen Bann. Im Jahr der Olympischen Sommerspiele 2012 ließ die traditionsreiche Veranstaltungsreihe keinen Zweifel daran, dass auch in der Welt der Musik Höchstleistungen und der Wettbewerb zwischen den Besten der Besten seit jeher den Erfolg bestimmen. Unter dem Motto „Contests, Competitions and the Harmony of Nations“ boten Spitzenensembles aus ganz Europa Repertoire-Leckerbissen wie zum Beispiel Vivaldis Oper „L’Olimpiade“. Mit St John’s Smith Square und Westminster Abbey standen akustisch exzellente Aufführungsorte zur Verfügung, die den musikalischen Höhenflügen einen angemessenen Rahmen boten.

Profitiert haben davon nicht nur die zahlreichen Festivalgäste vor Ort, sondern auch mehr als zwei Millionen Hörer der „Live in Concert“- und „Early Music Show“-Programme von BBC Radio 3, die in den Genuss von sechs der insgesamt zwölf Konzerte kamen. Außer der Medienkooperation mit der BBC arbeitet Lufthansa seit vielen Jahren mit ihrem Systempartner Rolls-Royce plc. zusammen.

Die 29. Auflage des Lufthansa Festival of Baroque Music fand vom 10. bis 18. Mai 2013 statt. Die Veranstaltung folgte diesmal dem Leitmotiv „Tis Nature’s Voice“ und ermöglichte es international renommierten Künstlern, Chören und Orchestern, den Spuren der Erneuerung in der Natur auf höchstem musikalischem Niveau zu folgen.

www.lufthansafestival.org.uk



Lufthansa Neujahrskonzert in Berlin

Lufthansa Neujahrskonzert

Für akustischen Hochgenuss sorgte auch das jährliche Lufthansa Neujahrskonzert im Konzerthaus am Gendarmenmarkt, das am 16. Januar 2013 bereits zum 16. Mal seine Pforten öffnete. Unter der Leitung von Aurélien Bello lieferten die hoch talentierten Nachwuchsmusiker der Jungen Philharmonie Brandenburg virtuose Interpretationen verschiedener Werke von Grieg, Gershwin und Tschaiikowsky, die von den rund 1.100 Gästen mit viel Applaus bedacht wurden. Die Veranstaltung richtete sich an die wichtigsten Kunden von Lufthansa sowie an Gesprächspartner aus Politik, Wirtschaft und Medien. Unter den Gästen war auch Christoph Franz, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG. Er kündigte an, dass das Unternehmen trotz notwendiger Veränderungen am Neujahrskonzert als musikalische Institution festhalten werde.

SWISS fördert bedeutende Festivals und Messen

Für namhafte internationale Kulturveranstaltungen setzt sich auch SWISS ein. Hierzu zählt vor allem das Montreux Jazz Festival, das die 100-prozentige Lufthansa Tochtergesellschaft als Partner unterstützt und das jedes Jahr im Juli rund 200.000 Besucher an das Ufer des Genfer Sees lockt. Darüber hinaus ist SWISS Partner des renommierten Festival del film Locarno und des Klassik-Events Lucerne Festival. Überdies fördert die Airline nicht nur die Art Basel; die weltweit größte und bedeutendste Messe für moderne und zeitgenössische Kunst findet jedes Jahr im Frühsommer statt. Sie unterstützt auch ihren US-amerikanischen Ableger Art Basel Miami Beach.

www.swiss.com

Sportförderung

Eine runde Sache

Fairness, Teamgeist, Präzision, Höchstleistung: Diese Werte gelten für jeden Leistungssportler und sind ebenso Antrieb für die Lufthansa Group und ihre Mitarbeiter. Sportförderung ist daher seit Langem ein Bestandteil des gesellschaftlichen Engagements des Luftfahrtkonzerns, der zahlreichen namhaften Institutionen, Verbänden und Vereinen als verlässlicher Partner zur Seite steht.



Deutsche Sporthilfe

Seit 2007 ist Lufthansa „Nationaler Förderer“ der Stiftung Deutsche Sporthilfe. Im Februar 2012 wurde die erfolgreiche Verbindung um weitere vier Jahre verlängert. Die Deutsche Sporthilfe unterstützt derzeit 3.800 Athletinnen und Athleten aus allen olympischen Disziplinen, traditionsreichen nicht-olympischen Sportarten sowie dem Behinderten- und Gehörlosensport. Im Rahmen der Kooperation leistet der Konzern finanzielle und logistische Hilfe. Hierzu gehören unter anderem zehn Patenschaften für herausragende Sportler mit und ohne Handicap aus dem Nachwuchselite-Förderprogramm der Stiftung.

Bis 2015 wird die Lufthansa Group darüber hinaus intensive kommunikative Unterstützung für die Kampagne „Dein Name für Deutschland“ leisten. Ziel der Spendenaktion ist es, möglichst viele Menschen zu motivieren, für nur drei Euro im Monat offizieller Sponsor eines deutschen Spitzensportlers zu werden. Der Konzern bewirbt die Kampagne unter Kunden und Mitarbeitern.

Des Weiteren tritt das Luftfahrtunternehmen seit vielen Jahren für verschiedene Veranstaltungen der Deutschen Sporthilfe ein. Hierzu zählt auch der jährliche „Ball des Sports“. Das Fundraising-Event fand am 2. Februar 2013 in Wiesbaden bereits zum 43. Mal statt.

 www.sporthilfe.de



Deutscher Behindertensportverband

Lufthansa ist seit vielen Jahren Co-Förderer des Deutschen Behindertensportverbandes (DBS) und hat im Februar 2013 die Partnerschaft mit dem DBS um weitere vier Jahre bis 2016 verlängert. Außerdem unterstützt das Unternehmen das Nationale Paralympische Komitee als Co-Partner.

Als Partner von Sportlern mit Handicap hat der Konzern auch das Filmprojekt „GOLD – Du kannst mehr als Du denkst“ gesponsert. Der Dokumentarfilm erzählt die Geschichte von drei Weltklasseathleten auf ihrem Weg zu und bei den Paralympics in London, die über ihre körperliche Behinderung hinauswachsen und bemerkenswerte sportliche Triumphe feiern: die querschnittgelähmte deutsche Schwimmerin Kirsten Bruhn, der blinde kenianische Marathonläufer Henry Wanyoike und der australische Rennrollstuhlfahrer Kurt Fearnley. Vor etwa 1.300 Gästen – davon rund 100 Rollstuhlfahrer – feierte das filmische Porträt am 26. Februar 2013 in Anwesenheit von Bundesinnenminister Dr. Hans-Peter Friedrich in einem Hangar der Lufthansa Technik AG in Hamburg Premiere. Die Lufthansa Group hat die Dreharbeiten in internen und externen Medien sowie bei Veranstaltungen kontinuierlich kommunikativ begleitet.

 www.dbs-npc.de
 www.facebook.de/dubistgold



Zum bundesweiten Kinostart des Films „GOLD – Du kannst mehr als Du denkst“ am 28. Februar 2013 startete die Lufthansa Group unter dem Motto „Hands up for GOLD“ eine interne flankierende Kampagne. Ziel war es, die Mitarbeiter für die motivierende Botschaft des Filmtitels zu begeistern und als Multiplikatoren zu gewinnen.



Gemeinsam für die Deutsche Olympiamannschaft – Thomas Bach, Präsident des DOSB, Christoph Franz, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG, und Michael Vesper, Generaldirektor des DOSB, (von links) freuen sich über weitere vier Jahre der Zusammenarbeit.

Deutscher Olympischer Sportbund

Lufthansa ist seit 2006 offizieller Co-Partner des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB). Anfang 2013 wurde der Vertrag um weitere vier Jahre verlängert. Als „Airline des Sports“ ist sie zudem „Official Carrier“ und befördert die Medaillenhoffnungen des DOSB und des DOSB zu den Olympischen und Paralympischen Spielen. In ihrer Eigenschaft als „Offizielle Fluggesellschaft der Deutschen Olympiamannschaft“ fliegt Lufthansa die Athletinnen und Athleten somit auch zu den Winterspielen 2014 in Sotschi. Zu guter Letzt fungiert Lufthansa als Nationaler Förderer der Bewerbungen deutscher Städte als Austragungsort für Olympische Spiele und Paralympics.

www.dosb.de

Deutscher Fußballbund

Seit 2005 verbindet Lufthansa eine enge Partnerschaft mit dem Deutschen Fußballbund (DFB). Die Kooperation sieht vor, dass die Fluggesellschaft als „Offizieller Partner“ des DFB noch bis zur WM 2014 in Brasilien die deutschen Fußballnationalmannschaften und die Mitglieder der Verbandsführung zu allen Heim- und Auswärtsspielen transportiert.

www.dfb.de



Fortsetzung einer erfolgreichen Zusammenarbeit: Lufthansa verlängert das Kooperationsabkommen mit dem FC Bayern München bis 2018 – Carsten Spohr, Vorstandsmitglied der Deutschen Lufthansa AG (r.), und Dr. Reinhold Huber, Senior Vice President Produkt und Service Lufthansa (l.), mit Andreas Jung, stellvertretender Vorstand, und Karl-Heinz Rummenigge, Vorstandsvorsitzender der FC Bayern München AG, in der Münchener Allianz Arena.

FC Bayern München und Eintracht Frankfurt

Darüber hinaus ist Lufthansa seit 2004 „Official Carrier“ des FC Bayern München. Im Rahmen der Partnerschaft gewährleistet die Airline, dass die Profis des deutschen Rekordmeisters pünktlich zu allen Bundesliga- und Pokalspielen in Deutschland sowie zu allen Spielen der UEFA Champions League in Europa auflaufen. Im Februar 2013 hat Lufthansa ihren Vertrag als „Official Carrier“ und „Platin Partner“ um weitere fünf Jahre bis 2018 verlängert. Da das Unternehmen zudem fest im Rhein-Main-Gebiet verankert ist, unterstützt Lufthansa seit 2008 auch die Frankfurter Eintracht als offizieller Partner.

www.lufthansagroup.com/sport



SWISS unterstützt das internationale Lauberhorn Skirennen als offizielle Fluggesellschaft und Partner.

SWISS

Als größter Arbeitgeber in der Region Zürich Flughafen sponsert SWISS, die hundertprozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG, unter anderem die Jugend-eishockey-Mannschaft der Kloten Flyers und engagiert sich in der Nachwuchsförderung. Ein weiterer Schwerpunkt der Sponsoring-Aktivitäten liegt auf international bekannten Sportveranstaltungen und Kulturanlässen der Vereinigung „Top Events of Switzerland“. So ist SWISS unter anderem Partner und offizielle Fluggesellschaft des Lauberhorn Skirennens und des Golfturniers Omega European Masters, offizieller Rennsponsor und Partner des Pferderennens White Turf sowie offizielle Fluggesellschaft des Leichtathletik-Meetings „Weltklasse Zürich“. Die hohe Qualität der acht Anlässe sowie deren attraktive Hospitality-Plattformen unterstützen die Werte der SWISS optimal.

Austrian Airlines

Als sportaffin erweist sich auch Austrian Airlines. Anlässlich der Paralympics 2012 in London hat die zur Lufthansa Group gehörende Traditionsfluggesellschaft das Österreichische Paralympische Committee als Sponsor unterstützt. Überdies war Austrian Airlines „offizieller Carrier“ der alpinen Ski-WM 2013 in Schladming.

Glossar

AEA – Association of European Airlines
Europäischer Airline-Verband

 www.aea.be

Aerosole

Aerosole sind feste und/oder flüssige Teilchen, die in der Luft schweben. In die Atmosphäre gelangen sie durch natürliche Vorgänge (Wind, Wüstenstürme, Vulkanausbrüche) oder durch menschliche Aktivitäten (Verbrennung von Biomasse und fossilen Brennstoffen). Die wichtigsten Aerosole sind Mineralstaub, Meersalz, zelluläre (biologische) Teilchen, Ruß, organische Verbindungen und Sulfat. Klimatisch sind Aerosole die Gegenspieler der Treibhausgase, da sie einfallendes Sonnenlicht reflektieren können und damit abkühlend wirken.

aireg e.V. – Aviation Initiative for Renewable Energy in Germany

Die aireg e.V. ist ein Zusammenschluss von führenden deutschen Forschungseinrichtungen, Lufthansa und weiteren Unternehmen aus der Luftfahrtbranche sowie Bioenergie-Produzenten. Ziel der im Jahr 2011 gegründeten Initiative ist es, die Entwicklung und Einführung regenerativer Kraftstoffe für den Luftverkehr in Deutschland voranzutreiben und die Öffentlichkeit über das Thema zu informieren.

 www.aireg.de

Äquivalenter Dauerschallpegel (Leq)

Der Leq ist ein Maß für den zeitlichen Mittelwert aller Schalldruckpegel innerhalb eines Beobachtungszeitraums. Alle in Stärke und Dauer unterschiedlichen Schallereignisse werden gemäß einer festgelegten Rechenvorschrift zusammengefasst. Der sich ergebende Mittelwert ist ein anerkanntes und bewährtes Maß für die „Lärmmenge“ in einem betrachteten Zeitintervall.

ATM – Air Traffic Management

Flugverkehrsmanagement, das eine sichere und effiziente Bewegung von Flugzeugen in allen Phasen ihres Betriebes gewährleistet

Atmosphäre

Lufthülle der Erde. Sie ist in verschiedene Stockwerke aufgeteilt, die durch deutlich unterschiedliche vertikale Temperaturschichtungen voneinander abgegrenzt sind. Für den Luftverkehr sind die beiden untersten Schichten von Bedeutung, die Troposphäre und die darüber liegende Stratosphäre. Die Obergrenze der Troposphäre schwankt je nach

Jahreszeit und geografischer Breite. Sie liegt am Äquator bei 16 bis 18 Kilometern Höhe und an den Polen bei 8 bis 12 Kilometern. An der Tropopause, dem Übergang zur Stratosphäre, beträgt die Temperatur nur noch etwa – 60 Grad Celsius. In der Stratosphäre steigt sie wieder. In der Stratosphäre in etwa 25 bis 30 Kilometern Höhe befindet sich auch die sogenannte Ozonschicht. Die Reiseflughöhe heutiger Verkehrsflugzeuge liegt zwischen 8 und 13 Kilometern. Die Emissionen aus dem Luftverkehr tragen nach heutigen Erkenntnissen nicht zum Abbau der Ozonschicht bei.

B.A.U.M. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V.

B.A.U.M. wurde 1984 als erste überparteiliche Umweltinitiative der Wirtschaft gegründet und ist mit rund 450 Mitgliedern heute europaweit die größte ihrer Art. Lufthansa gehört dem Arbeitskreis seit 1997 an.

 www.baumev.de

BDL – Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft

Lufthansa ist Gründungsmitglied des Bundesverbandes der Deutschen Luftverkehrswirtschaft, der seit Dezember 2010 die Interessen der deutschen Luftverkehrsbranche mit einer Stimme vertritt. Ziel ist es, die wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische Bedeutung der Luftfahrt stärker ins Bewusstsein von Politik und Medien zu rücken und den Luftverkehrsstandort Deutschland insgesamt zu stärken.

 www.bdl.aero

CDA – Continuous Descent Approach

Kontinuierlicher Sinkanflug; Anflugverfahren, das weniger Triebwerksleistung benötigt und daher lärmarm und Treibstoff sparend ist. Diese Art des Anflugs ist jedoch nur möglich, wenn in dem betreffenden Luftraum kein hohes Flugaufkommen herrscht.

CDP – Carbon Disclosure Project

Das CDP ist eine unabhängige, gemeinnützige Organisation, der weltweit mehr als 550 Großinvestoren angehören. Ziel der im Jahr 2002 gegründeten Initiative ist es, die größten börsennotierten Unternehmen der Welt zu motivieren, ihre Treibhausgas-Emissionen transparent zu machen und nachhaltig zu reduzieren. Zu diesem Zweck hat das CDP gemeinsam mit Partnern zwei Indices entwickelt: zum einen den „Carbon Disclosure Leadership-Index“, der Unternehmen listet, die ihre Emissionen in besonderer Weise transparent machen; zum anderen den „Carbon Performance

Leadership-Index“, der konkrete Klimaschutz-Leistungen berücksichtigt.

CO siehe „Kohlenmonoxid“

CO₂ siehe „Kohlendioxid“

Codeshare

Bei Codeshare-Flügen wird eine Strecke unter der eigenen Flugnummer einer Fluggesellschaft verkauft, obwohl die Beförderung teilweise oder ganz von einer anderen Fluggesellschaft durchgeführt wird. Dabei treten beide Gesellschaften am Markt selbstständig auf.

Compliance

„To comply with“ heißt übersetzt erfüllen, einhalten. Compliance beschreibt die Gesamtheit aller Maßnahmen, die das rechtmäßige Verhalten der Unternehmen, ihrer Leitungsgänge und Mitarbeiter im Hinblick auf alle gesetzlichen Ge- und Verbote gewährleisten.

Corporate Responsibility (CR) – engl. für unternehmerische Verantwortung

Corporate Responsibility drückt aus, in welchem Maße ein Unternehmen Verantwortung für die von ihrer Geschäftstätigkeit ausgehenden Effekte auf Mitarbeiter, Kunden, Gesellschaft und Umwelt übernimmt.

Corporate University

Unternehmenseigene Bildungsinstitution für Fach- und Führungskräfte, siehe Lufthansa School of Business (LHSB)

CPI – Customer Profile Index

Lufthansa Passage führt in Zusammenarbeit mit renommierten Instituten kontinuierlich weltweite Befragungen durch und erhebt die Zufriedenheit der Kunden. Diese Informationen werden im sogenannten Customer Profile Index zusammengeführt, der das gesamte Unternehmen in Form einer Zahl über den aktuellen Status der Kundenzufriedenheit informiert.

Dezibel

Messgröße für die Schallintensität und den Schalldruckpegel. Der Intensitätsunterschied zwischen dem leisesten Ton, den das menschliche Gehör wahrnehmen kann, und der Schmerzschwelle beträgt 1 : 10 Billionen. Um diesen riesigen Bereich objektiv darstellen zu können, verwendet man in der Akustik die logarithmische Dezibel-Skala. Auf ihr ist der Hörschwelle (eines 1.000-Hz-Tones) der Wert 0 dB und der Schmerzschwelle der Wert 130 zugeordnet. Eine Zunahme um 10 dB entspricht der zehnfachen Schallintensität. Für die wahrgenommene Lautstärke entspricht eine Differenz von 10 dB einer Halbierung bzw. Verdopplung. Das menschliche Ohr ist nicht über das ganze Frequenzspektrum gleich empfindlich. Bei gleicher Schallintensität werden tiefe und hohe Töne unterschiedlich laut

wahrgenommen. Bei der Messung gleicht man diesen Effekt durch international festgelegte Bewertungskurven aus. Am bekanntesten ist die sogenannte A-Bewertung, gekennzeichnet durch den Index dB(A). Für die Messung von Fluglärm benutzt man international die Einheit EPNdB (Effective Perceived Noise Decibel).

Diversity – engl. für Vielfalt, Verschiedenartigkeit

Im Unternehmenskontext meint Diversity sämtliche Eigenschaften, durch die Mitarbeiter sich voneinander unterscheiden. Diversity bietet Ansätze für den Umgang mit Vielfalt, von denen Unternehmen und Belegschaft profitieren.

DLR – Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt

Das DLR dient wissenschaftlichen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zwecken. Es unterhält 30 Institute bzw. Test- und Betriebseinrichtungen. Erklärtes Ziel ist, mit den Mitteln der Luft- und Raumfahrt zur Sicherung und Gestaltung der Zukunft beizutragen. Hierbei sucht das DLR auch die Kooperation und Arbeitsteilung mit europäischen Partnern.

www.dlr.de

DNWE – Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik

Das DNWE ist ein gemeinnütziger Verein, dem Lufthansa seit Januar 1998 angehört. Gegenwärtig hat er rund 600 Mitglieder, darunter viele aus Wirtschaft, Politik, Kirche und Wissenschaft. Zugleich ist das DNWE ein nationaler Verband des European Business Ethics Network (EBEN).

www.dnwe.de

Dow Jones Sustainability World Index

Der Nachhaltigkeitsindex listet jene zehn Prozent Unternehmen jeder Branche, deren nachhaltige Unternehmensführung vorbildlich ist.

econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V.

Ein Zusammenschluss global tätiger Unternehmen und Organisationen der deutschen Wirtschaft, die das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung in ihre Unternehmensstrategie integriert haben. Lufthansa ist Gründungsmitglied dieses seit dem Jahr 2000 bestehenden branchenübergreifenden Netzwerks.

www.econsense.de

EMAS

Abkürzung für „Environmental Management and Audit Scheme“ (System für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung), umgangssprachlich EG-Öko-Audit-Verordnung genannt. Europäisches Umweltmanagement- und Zertifizierungssystem

Ethibel – Ethibel Sustainability Index

Die unabhängige belgische Agentur Ethibel hat Lufthansa in ihr Ethibel Investment Register und den Ethibel Sustainability Index (ESI) aufgenommen. Der ESI bietet institutionellen Anlegern, Assetmanagern, Banken und Investoren eine umfassende Übersicht des finanziellen Abschneidens von Unternehmen, die sich durch nachhaltiges Wirtschaften hervortun. Seit dem Zusammenschluss mit Vigeo und Stock at Stake im Jahr 2005 gehört der Index zu Vigeo. Forum Ethibel ist aber weiterhin zuständig für die ethischen Kriterien und die Zusammensetzung des ESI. Die Pflege und Berechnung des Index erfolgt durch den international renommierten Indexanbieter Standard & Poor's.

www.ethibel.org

Frachtleistung (FTKO/FTKT)

Luftverkehrsgesellschaften unterscheiden die angebotene Frachtleistung (FTKO, freight ton kilometers offered) von der verkauften Frachtleistung (FTKT, freight ton kilometers transported), siehe auch Tonnenkilometer.

FTSE4Good

Der Index wurde im Jahr 2001 von FTSE, einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft der Londoner Börse, eingeführt. Er listet lediglich jene Unternehmen, die den international anerkannten Standards unternehmerischer Verantwortung in folgenden Dimensionen gerecht werden: Umweltmanagement, Klimawandel, Menschen- und Arbeitsrechte entlang der Lieferkette, Corporate Governance und Anti-Korruption. Lufthansa ist seit 2001 vertreten.

www.ftse4good.com

Fuel Dump

Notfallbedingtes Ablassen von Treibstoff im Flug, um bei Langstreckenflugzeugen vor einer außerplanmäßigen Landung (zum Beispiel wegen technischer Probleme oder Erkrankung eines Passagiers) das Gewicht des Flugzeugs auf das höchstzulässige Landegewicht herabzusetzen. Dem betroffenen Flugzeug wird dazu ein besonderer Luftraum zugewiesen, möglichst über unbebautem oder dünn besiedeltem Gebiet. Das Ablassen von Treibstoff findet meist in Höhen von 4 bis 8 Kilometern statt. Vorgeschrieben ist eine Mindesthöhe von 1.500 Metern und eine Geschwindigkeit von 500 km/h. Es dürfen keine geschlossenen Kreise geflogen werden. Das Kerosin wird von den Turbulenzen hinter dem Flugzeug zu einem feinen Nebel verteilt. Trotz des Einsatzes empfindlicher Analyseverfahren konnten nach Fuel Dumps bisher in keinem Fall verunreinigte Pflanzen- oder Bodenproben festgestellt werden.

Global Compact siehe „UN Global Compact“

Großkreisentfernung

Kürzeste Entfernung zwischen zwei Punkten auf der Erdoberfläche, gemessen in Kilometern (Großkreiskilometer)

oder nautischen Meilen. Der Mittelpunkt eines Großkreises ist der Erdmittelpunkt. Synonym: Great Circle Distance

HON Circle Member

HON Circle Member ist der höchste Statuslevel, den das Vielfliegerprogramm Miles & More an Lufthansa Kunden vergibt.

www.miles-and-more.com

Hub – Drehkreuz

In der Luftfahrt ist ein Hub ein zentraler Verkehrsknotenpunkt bzw. der „Umsteigeflughafen“ einer Fluggesellschaft. Fluggäste sowie Güter werden zunächst von ihrem Abflugort zu einem „Heimatflughafen“ der Airline (dem Hub) transportiert, um von dort mit Passagieren und Gütern aus anderen Abflugorten – aber mit dem gleichen Ziel – zu ihrem Zielort zu fliegen.

IATA – International Air Transport Association

Internationaler Dachverband der Luftverkehrsgesellschaften

www.iata.org

ICAO – International Civil Aviation Organisation

Unterorganisation der UN, die international verbindliche Normen für die Zivilluftfahrt aufstellt.

www.icao.int

ICC – International Chamber of Commerce

Internationale Handelskammer. Gründung 1919 als World Business Organisation. In der ICC sind weltweit über 1.500 Wirtschaftsorganisationen und mehr als 5.000 Unternehmen der internationalen Wirtschaft organisiert. Lufthansa ist seit 1955 Mitglied.

www.icc-deutschland.de

ILO-Normen

Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation, zu denen das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, von Diskriminierungen sowie das Gebot der Vereinigungsfreiheit für Mitarbeiter und anderes mehr gehören.

Initiative Pro Recyclingpapier

In der im Jahr 2000 gegründeten Initiative sind Unternehmen unterschiedlicher Branchen zusammengeschlossen, um die Akzeptanz von Recyclingpapier zu verbessern und die verstärkte Nutzung weiter voranzutreiben. Lufthansa ist Gründungsmitglied der Initiative.

www.papiernetz.de

ISO 14001 – Internationales Umweltmanagementsystem

Die Unternehmen erhalten hiermit ein wirkungsvolles Instrument, mit dem sie bei firmenpolitischen Entscheidungen Umweltaspekte berücksichtigen und bei allen täglichen Aufgaben die Umweltsituation laufend verbessern können.

www.iso.org

Kapitel-4-Flugzeuge

Flugzeuge, die die derzeit strengste Lärmschutzklasse erfüllen – den Kapitel-4-Lärmstandard. Auf diesen hat sich das Umweltkomitee (CAEP) der ICAO im September 2001 verständigt. Danach müssen seit 2006 alle neu zugelassenen Flugzeuge die Kapitel-3-Lärmgrenzwerte kumulativ um 10 Dezibel oder mehr unterschreiten. Die Lärmgrenzwerte für Flugzeuge wurden im Anhang 16 zum Abkommen über die internationale Zivilluftfahrt von der ICAO eingeführt. Die Grenzwerte sind abhängig vom höchstzulässigen Abfluggewicht und der Zahl der Triebwerke eines Flugzeugs.

Kerosin

Treibstoff für Düsentriebwerke und Propellerturbinen, ähnlich dem Petroleum. Kerosin wird wie Diesel oder Benzin durch Destillation aus Mineralöl gewonnen, kommt aber ohne halogenierte Zusätze aus. Aufgrund des Herstellungsprozesses enthält Kerosin kein Benzol.

Kohlendioxid (CO₂)

Gas, das bei der Verbrennung und Zersetzung von kohlenstoffhaltigen Substanzen wie zum Beispiel Pflanzen entsteht. Überdies ist es ein Produkt der Atmung bei Mensch und Tier. Das Treibhausgas CO₂ verbleibt rund 100 Jahre in der Atmosphäre. Den Anstieg der CO₂-Konzentration in den letzten hundert Jahren führen Wissenschaftler unter anderem auf die Verbrennung von fossilen Energieträgern (Kohle, Öl, Gas) durch den Menschen zurück. Je Tonne Treibstoff entstehen 3,15 Tonnen CO₂. Derzeit sind rund 2,5 Prozent der vom Menschen verursachten CO₂-Emissionen auf den weltweiten Luftverkehr zurückzuführen. (Quelle: Internationale Energieagentur (IEA) 2011, Werte 2009)

Kohlenmonoxid (CO)

Verbindung aus einem Kohlenstoff- und einem Sauerstoffatom, die bei der unvollständigen Verbrennung von kohlenstoffhaltigen Substanzen entsteht. Bei Flugzeugtriebwerken hängt der CO-Ausstoß stark vom Lastzustand ab: Im Leerlauf, beim Rollen und beim Landeanflug sind die Emissionen je Kilogramm Treibstoff höher als im Steig- und Reiseflug.

LHSB – Lufthansa School of Business

Deutschlands erste Corporate University. Für die weltweiten Standards, die sie bei Entwicklung und Training von Fach- und Führungskräften gesetzt hat, wurde sie mehrfach ausgezeichnet. Die LHSB unterstützt Veränderungsprozesse im Konzern und fördert eine gemeinsame Führungskultur.

Low-Cost-Segment

Fluggesellschaften mit überwiegend niedrigen Ticketpreisen, jedoch mit reduziertem bzw. zusätzlich kostenpflichtigem Service an Bord und Boden. Die Abflüge erfolgen meist von Flughäfen, die außerhalb der Ballungszentren liegen.

Mentoring

Instrument zur zielgerichteten Förderung von Nachwuchskräften. Im Mittelpunkt stehen regelmäßige persönliche Kontakte zwischen Mentor und Mentee.

MRO – Abkürzung für Maintenance, Repair and Overhaul
Wartung, Reparatur und Überholung von Flugzeugen

MTOW – Maximum Take Off Weight
Maximales Startgewicht eines Flugzeugs

Nachhaltige Entwicklung

Gemäß dem 1987 formulierten Leitbild der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung (Brundtland-Kommission) ist „nachhaltige Entwicklung (...) eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.“ Für Unternehmen bedeutet dies, neben den wirtschaftlichen Aspekten auch den Verantwortungen im Umwelt- und Sozialbereich gerecht zu werden. Alle drei Aspekte – Wirtschaft, Soziales und Umwelt – sind in eine Balance zu bringen.

NO_x siehe „Stickoxide“

OHSAS 18001 – Occupational Health and Safety Assessment Series

Arbeitsschutz-Managementsystem, das die British Standards Institution gemeinsam mit internationalen Zertifizierungsgesellschaften entwickelt hat.

Ozon

Dreiatomiges Sauerstoffmolekül, das in der Stratosphäre gebildet wird. Die dort angesiedelte Ozonschicht übt eine wichtige Schutzfunktion aus, da sie die gefährliche UV-Strahlung herausfiltert. Während Ozon in höheren Lagen durch Fluorchlorkohlenwasserstoffe (FCKW) massiv abgebaut wird, entsteht es am Boden unter dem Einfluss von Sonnenlicht aus zahlreichen Vorläufersubstanzen (Sommersmog) und reizt die Schleimhäute. Durch Stickoxidemissionen verursacht der heutige Luftverkehr in Reiseflughöhe analog zum Sommersmog eine Erhöhung der Ozonkonzentration, die von Wissenschaftlern für den viel beflogenen Nordatlantik mit drei bis vier Prozent beziffert wird.

Passagierkilometer (PKT)

Maß für die Beförderungsleistung im Passagierverkehr (Zahl der Passagiere multipliziert mit der Entfernung). Hierbei wird zwischen der angebotenen Beförderungsleistung (PKO, passenger kilometers offered, oder synonym: SKO, seat kilometers offered) und der tatsächlich erbrachten Beförderungsleistung (PKT, passenger kilometer transported) unterschieden.

Raked Wingtips

Raked Wingtips sind speziell gefeilte, verlängerte Flügelspitzen, die den Auftrieb von Flugzeugen verbessern und den Luftwiderstand während des Flugs verringern – und somit auch den Treibstoffverbrauch.

RSB – Roundtable for Sustainable Biofuels

Internationale Initiative zur Entwicklung eines globalen Standard- und Zertifizierungssystems für Agrarkraftstoffe

SAFUG – Sustainable Aviation Fuel Users Group

Initiative von Fluggesellschaften, Flugzeugproduzenten und Unternehmen für Raffinerietechnologie, um die Entwicklung und Kommerzialisierung von nachhaltigen Treibstoffen für die Luftfahrtindustrie zu beschleunigen.

SES – Single European Sky

SES beschreibt die Anstrengungen der Europäischen Kommission seit Ende der 1990er-Jahre, den europäischen Luftraum unter dem Gesichtspunkt der Optimierung der Verkehrsströme neu zu strukturieren und dabei dessen Zersplitterung durch nationale Landesgrenzen und Interessen aufzulösen, indem eine begrenzte Anzahl von funktionellen Luftraumblocken (engl. Functional Airspace Blocks, FABs) geschaffen wird.

Sitzkilometer

Maß für die angebotene Beförderungsleistung (SKO, seat kilometers offered)

Sitzladefaktor (SLF)

Passagierbezogenes Maß für die Auslastung von Flugzeugen: Verhältnis von Beförderungsleistung (transportierte Passagierkilometer, PKT) zu Kapazität (angebotene Passagierkilometer, PKO)

Slot

Definierter Zeitpunkt, zu dem eine Fluggesellschaft die Start- bzw. Landebahn eines Flughafens nutzen darf.

Spurengase

Gase, die nur in geringen Mengen in der Atmosphäre vorkommen (Ozon, Methan, Lachgas etc.), die aber für das Klima und die Atmosphärenchemie eine erhebliche Bedeutung haben.

Stakeholder

Gruppen oder Einzelpersonen, die ihre Ansprüche an ein Unternehmen (zum Beispiel das Erreichen von Unternehmenszielen) formulieren und diese selbst oder durch Interessenvertreter verfolgen, zum Beispiel Aktionäre, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und andere.

Stickoxide (NO_x)

Verbindungen zwischen Stickstoff- und Sauerstoffatomen. NO_x ist definiert als die Summe von NO und NO₂. Natürliche Quellen sind Blitze und Mikroben im Erdboden. Stickoxide entstehen auch bei Verbrennungsprozessen unter hohen Drücken und Temperaturen. Diese beiden Parameter wurden bei modernen Triebwerken erhöht, um den Treibstoffverbrauch sowie die Emissionen an Kohlenmonoxid und unverbrannten Kohlenwasserstoffen spürbar zu verringern. Durch neuartige Brennkammern könnten in Zukunft auch die NO_x-Emissionen um bis zu 85 Prozent verringert werden. Je nach Flugzeugtyp und Einsatzspektrum schwankt der Wert zwischen 6 und 20 Kilogramm. Der Anteil des Luftverkehrs an vom Menschen verursachten NO_x-Emissionen beträgt 2 bis 3 Prozent. Nach Modellrechnungen haben Stickoxide die Ozonkonzentration in Reiseflughöhe um wenige Prozent ansteigen lassen.

Tonnenkilometer (TKT/TKO)

Maß für die Beförderungsleistung (Zuladung mal Entfernung). Man unterscheidet die angebotene Beförderungsleistung (TKO, ton kilometers offered) und die tatsächlich erbrachte Beförderungsleistung (TKT, ton kilometers transported). Bei der Ermittlung der Zuladung werden Passagiere durch ein statistisch ermitteltes Durchschnittsgewicht berücksichtigt.

Town Meeting

Informationsveranstaltung für Mitarbeiter an den verschiedenen Standorten eines Unternehmens

Transparency International

Antikorruptionsorganisation, der Lufthansa seit 1999 angehört.

 www.transparency.de

Treibhausgase

Gasförmige Stoffe, die zum Treibhauseffekt beitragen und sowohl natürlichen als auch menschlichen (anthropogenen) Ursprungs sind. Die wichtigsten natürlichen Treibhausgase sind Wasserdampf (H₂O), Kohlendioxid (CO₂) und Methan (CH₄). Das wichtigste anthropogene Treibhausgas ist Kohlendioxid aus der Verbrennung fossiler Energieträger. Es macht etwa 77 Prozent des vom Menschen verursachten Treibhauseffekts aus. Methan, primär aus der Landwirtschaft und Massentierhaltung, trägt rund 14 Prozent zum anthropogenen Treibhauseffekt bei. Weitere künstliche Treibhausgase sind Distickstoffoxid (N₂O), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW bzw. H-FKW), Schwefelhexafluorid (SF₆) und fluorierte Chlorkohlenwasserstoffe (FCKW). (Quelle: WRI 2005)

UHC – Unverbrannte Kohlenwasserstoffe

Organisches Gemisch aus Kohlenstoff und Wasserstoff, das entsteht, wenn kohlenstoffhaltige Brennstoffe unvollständig verbrennen oder Kraftstoffe verdunsten.

UNEP – Umweltprogramm der Vereinten Nationen

 www.unep.org

UN Global Compact

Globales Netzwerk, in dem die Vereinten Nationen mit privaten Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen zusammenarbeiten, um Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung voranzutreiben. Die Deutsche Lufthansa AG ist seit 2002 Mitglied.

 www.unglobalcompact.org

VOC – Volatile Organic Compounds

Flüchtige organische Verbindungen mit einem hohen Dampfdruck, die schon bei Raumtemperatur leicht in die Atmosphäre verdampfen. VOC sind unter anderem in Lösungs- und Reinigungsmitteln sowie Kraftstoffen enthalten. Unter dem Einfluss von Stickoxiden und intensivem Sonnenlicht führen VOC zur Bildung von Ozon.

Wasserdampf

ist noch vor Kohlendioxid das wichtigste Treibhausgas. Ohne den natürlich vorkommenden Wasserdampf wäre es an der Erdoberfläche rund 22 °C kälter. Damit ist der Wasserdampf für zwei Drittel des natürlichen Treibhauseffekts (33 °C) verantwortlich. Pro Kilogramm Kerosin entstehen 1,24 Kilogramm Wasserdampf. Befürchtungen, der gegenwärtige Luftverkehr erhöhe den Wasserdampfgehalt der Stratosphäre und verändere so das Klima, haben einer wissenschaftlichen Überprüfung nicht standgehalten. Das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) kam zu dem Ergebnis, dass bei der heutigen Flugwegführung/-höhe selbst die 100-fache Menge des heute vom Luftverkehr freigesetzten Wasserdampfes noch kein nachweisbares Klimasignal erzeugt.

Wet-Lease

Leasing von Flugzeugen einschließlich Cockpit- und Kabinenbesatzung

Work-Life-Balance

Bezeichnet den Ausgleich zwischen Beruf und Privatleben

Ansprechpartner

Ansprechpartner zu den Fachgebieten der Corporate Responsibility finden Sie unter

 www.lufthansagroup.com/verantwortung

Bitte beachten Sie, dass alle den Kundendienst betreffenden Anfragen bearbeitet werden über

 www.lufthansa.com

Dort erhalten Sie in der Kopfleiste unter *Hilfe & Kontakt* alle Angaben zur Kontaktaufnahme.

Impressum

Herausgeber

Deutsche Lufthansa AG
Lufthansa Group Communications, FRA CI
Leitung: Jürgen Homeyer

Redaktion und Konzeption

Media Relations Lufthansa Group, FRA CI/G
Leitung: Christoph Meier

Bernhard Jung
Claudia Walther

Textredaktion in Kooperation mit diversen Fachabteilungen
und dem Redaktionsbüro Petra Menke

Gestaltung und Produktion

organic Marken-Kommunikation GmbH

Redaktionsschluss

31. Mai 2013

Fotonachweis

Flughafen München GmbH (Titel, S. 65)
Alexandra Lechner (Titel, S. 46, 52)
Andreas Teichmann (S. 3, 20)
Mehdi Guenin (S. 10)
BDL (S. 12)
Airbus (S. 14)
Airline Strategy Award (S. 25)
Frank Schuppelius, Schuppelius GmbH (S. 29)
Lufthansa Cargo (S. 44)
Fraport AG (S. 44, 66, 88)
Michael Pasternack (S. 49)
Jürgen Mai (S. 63, 92, 105, 106)
Clemens Reinke (S. 63)
Klaus Leitdorf (S. 64)
Uwe Schoßig (S. 75)
Dr. Günter Nowald (S. 93, 100, 101)
Patrick Kuschfeld (S. 93, 98, 99)
Stefan Wildhirt (S. 94)
Cargo Human Care e.V. (S. 99)
Hyou Vielz (S. 102)
Picture Partnership (S. 103)
parapictures film production / Olaf Ballnus (S. 105)
Fred Joch (S. 106)
Sonstige: Bildarchiv Lufthansa Group

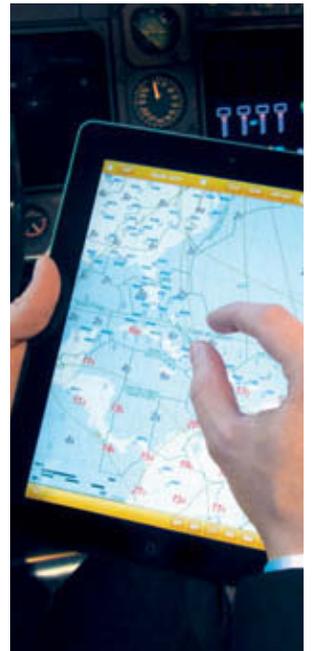
Papier

Inhalt: EnviroTop, Recyclingpapier aus 100% Altpapier, hergestellt ohne Zusatz optischer Aufheller, ohne Chlorbleiche; zertifiziert mit dem Umweltzeichen „Der Blaue Engel“ – RAL-UZ 14. Umschlag: Hello Fat Matt (FSC-zertifiziert)

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers und mit dem Quellennachweis „Deutsche Lufthansa AG“ (Text und Bild). Wir bitten in diesem Fall um Zusendung eines Belegexemplares.

Wir bitten um Ihr Verständnis, dass wir aus Gründen der Lesefreundlichkeit in diesem Bericht auf die explizite Nennung der jeweiligen weiblichen Form verzichtet haben.

Printed in the Federal Republic of Germany
ISSN 1612-0892



Deutsche Lufthansa AG
 Lufthansa Group Communications
 Lufthansa Aviation Center
 60546 Frankfurt am Main
 Deutschland
 E-Mail: lufthansa-group@dlh.de

Balance ist ein rechtlich geschützter Titel.

© Juni 2013
www.lufthansagroup.com/verantwortung