



Lufthansa Group

Ausgabe 2014

Balance

Das Wichtigste zum Thema Nachhaltigkeit in der Lufthansa Group



Leiser in die Zukunft

Balance, der Nachhaltigkeitsbericht der Lufthansa Group, informiert Stakeholder und die interessierte Öffentlichkeit über die Ziele, Aktivitäten und Fortschritte des Konzerns auf den Feldern Ökonomie, Soziales, Umwelt und Gesellschaft. Die Daten dieses Berichts beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2013.

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 *Nachhaltige Unternehmensführung*. Ergänzend wurde für die vorliegende Ausgabe erstmals das neue Kapitel *Produktverantwortung* in den Bericht aufgenommen.

Datenabgrenzung und Vergleichbarkeit

Erläuterungen zur Datenabgrenzung und Berechnungsmethodik der absoluten und spezifischen Ressourcenverbräuche der Lufthansa Group erhalten Sie auf Seite 125. 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 und der Regionalfluggesellschaft Contact Air. Zudem gibt es im Vergleich zum Geschäftsbericht 2013 unterschiedliche Betrachtungsweisen bei der Berücksichtigung der Passagierzahlen und den sich daraus ableitenden Kennzahlen (siehe Erläuterungen zur Übersicht *Auf einen Blick*, Seite 02).

Erscheinungsweise des Berichts

Balance, der Nachhaltigkeitsbericht der Lufthansa Group, erscheint einmal jährlich in einer deutschen und in einer englischen Ausgabe. Die letzte Ausgabe erschien am 6. Juni 2013.

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 informativischen Zwecken und sind durch Begriffe wie *glauben*, *erwarten*, *vorhersagen*, *beabsichtigen*, *prognostizieren*, *planen*, *schätzen*, *rechnen mit* oder *bestreben* gekennzeichnet. Diese zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf allen von 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. Die Lufthansa Group 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. ↙



1 Aus dem Geschäftsbericht 2013 der Lufthansa Group. **2** Für das Berichtsjahr 2013 sind in *Balance* folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa (inklusive Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Augsburg Airways), Germanwings, Lufthansa Cargo, Swiss (inkl. Edelweiss Air) und Austrian Airlines. Exklusive der Dienste von Dritten, da Lufthansa weder auf deren Performance noch auf das von ihnen eingesetzte Fluggerät Einfluss hat (siehe Tabelle „Anteile Dritter“ auf Seite 52). **3** Betrachtete Flugarten: alle Linien- und Charterflüge. **4** Siehe Tabelle „Treibstoffverbrauch“ auf Seite 52. **5** Wert aufgrund eines Berechnungsfehlers korrigiert. **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. **8** Erfasste Gesellschaften wie 2, jedoch inkl. der Dienste von Dritten, da diese zum Ergebnis des Konzerns beitragen. Flugart wie 3, jedoch inkl. Ferryflüge, da diese einen Kostenfaktor darstellen.

Wirtschaftskennzahlen¹

		2013	2012	Veränderung
Umsatzerlöse	Mio. €	30.028	30.135	-0,4%
davon Verkehrserlöse	Mio. €	24.565	24.793	-0,9%
Operatives Ergebnis	Mio. €	697	839	-16,9%
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	Mio. €	849	1.622	-47,7%
Konzernergebnis	Mio. €	313	1.228	-74,5%
Bilanzsumme	Mio. €	29.084	28.559	+1,8%
Operativer Cashflow	Mio. €	3.290	2.842	+15,8%
Investitionen	Mio. €	2.499	2.359	+5,9%
Eigenkapitalquote	Prozent	21,0	16,9	+4,1PP

Personalkennzahlen

		2013	2012	Veränderung
Mitarbeiter (jeweils per 31.12.)		118.214	116.957	+1,1%
davon in Deutschland		66.795	67.620	-1,2%
davon im Ausland		51.419	49.337	+4,2%
Personalaufwand	Mio. €	7.350	6.741	+9,0%
Umsatz/Mitarbeiter	Tsd. €	256	257	-0,4%
Personalaufwand/Umsatz	Prozent	24,5	22,4	+2,1PP
Durchschnittsalter	Jahre	41,9	41,3	+0,6 Jahre
Teilzeitquote absolut	Prozent	28,1	27,9	+0,2PP
Teilzeitquote Männer	Prozent	14,1	13,7	+0,4PP
Teilzeitquote Frauen	Prozent	45,6	45,3	+0,3PP
Anteil Frauen im Management (Deutschland)	Prozent	16,7	15,5	+1,2PP
Anteil Frauen im Management (weltweit)	Prozent	14,5	13,6	+0,9PP

Umweltkennzahlen^{2, 3}

		2013	2012	Veränderung
Ressourcenverbrauch				
Treibstoffverbrauch ⁴	Tonnen	8.764.774	8.878.926	-1,3%
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Passagierbeförderung	l/100 pkm	3,91	4,06	-3,8%
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Frachttransport	g/tkm	223	230	-3,0%
Emissionen				
Kohlendioxid-Emissionen	Tonnen	27.609.039	27.968.627	-1,3%
Kohlendioxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	kg/100 pkm	9,84	10,24	-3,8%
Stickoxid-Emissionen	Tonnen	131.091	132.651 ⁵	-1,2%
Stickoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	46,7	48,4 ⁵	-3,5%
Kohlenmonoxid-Emissionen	Tonnen	18.976	19.512 ⁵	-2,8%
Kohlenmonoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	7,4	7,8	-5,5%
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe	Tonnen	1.990,8	2.098,0 ⁵	-5,1%
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	0,7	0,8	-7,3%

Transportleistungskennzahlen 2013

		Balance ^{2,3}	Veränderung z. Vj.	Geschäftsbericht ⁸	Veränderung z. Vj.
Flüge ⁶		968.428	-3,5%	1.028.260	-3,7%
Fluggäste ⁷		102.693.589	+1,7%	104.587.418	+1,0%
Transportierte Fracht und Post	Tonnen	1.962.764	-0,5%	1.965.330	-0,9%
Angebotene Sitzkilometer, SKO	Mio. pkm	259.593	+1,2%	262.682	+1,0%
Angebotene Frachttonnenkilometer, FTKO	Mio. tkm	14.564	+0,7%	14.893	+1,0%
Angebotene Tonnenkilometer, TKO	Mio. tkm	40.212	+1,0%	41.218	+0,7%
Passagierkilometer, PKT ⁷	Mio. pkm	213.475	+2,8%	209.649	+2,3%
Frachttonnenkilometer (mit Fremdleistungen), FTKT	Mio. tkm	9.395	+1,4%	10.285	+0,4%
Tonnenkilometer, TKT	Mio. tkm	30.817	+2,3%	30.879	+1,5%

Ein Tag in der Lufthansa Group



2.800 Starts/Landungen täglich

286.000 Fluggäste täglich

5.400 Tonnen Fracht täglich

1,45 Mio. Essen täglich

32.000 Anrufe täglich
im Service-Center-Verbund

1.700 Flugzeuge betreuen wir täglich

Flugziele Passage Airline Gruppe*



Europa
8.917 wöchentliche
Frequenzen zu
158 Zielen in
41 Ländern

Afrika
203 wöchentliche
Frequenzen zu
44 Zielen in
33 Ländern



Nordatlantik
307 wöchentliche
Frequenzen zu
21 Zielen in
2 Ländern

**Mittel-
und Südamerika**
59 wöchentliche
Frequenzen zu
9 Zielen in 7 Ländern



Nahost
172 wöchentliche
Frequenzen zu
15 Zielen in
11 Ländern

Asien/Pazifik
241 wöchentliche
Frequenzen zu
27 Zielen in
12 Ländern

* Frequenzen pro Woche Lufthansa, Swiss,
Austrian Airlines und Brussels Airlines.

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Unternehmen des Lufthansa Konzerns und ihre Mitarbeiter haben auch 2013 „Balance gehalten“. Auch in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten verlieren wir nie den Blick auf die nachhaltige Führung unseres Unternehmens, denn diese ist wichtig für unseren langfristigen Erfolg. Wir unterstreichen dies auch mit unserer Mitgliedschaft im UN Global Compact, der weltweit größten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung, der wir schon im Jahr 2002 beigetreten sind.

Ich freue mich, Ihnen die 20. Ausgabe unseres Nachhaltigkeitsberichts *Balance* vorzustellen. Als größter Luftfahrtkonzern in Europa sind wir einer Vielzahl von Interessengruppen verpflichtet. Dieser Verantwortung stellen wir uns.

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit ist die Grundvoraussetzung, um die wichtigen Dimensionen der sozialen Verantwortung sowie der Klima- und Umweltverantwortung zukunftsorientiert zu gestalten. Hier spielt unser Zukunftsprogramm SCORE, über das wir seit Programmstart im Jahr 2012 in *Balance* und in anderen Publikationen berichten, eine entscheidende Rolle. Unser Zukunftsprogramm leistet einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung unserer Finanzkraft und zur Finanzierung unserer Investitionen in neue Flugzeuge sowie in innovative Produkte und Services. Alleine im Berichtsjahr 2013 haben wir 31 neue Flugzeuge in Dienst gestellt. Mit den bestellten Langstreckenflugzeugen der Typen Airbus A350-900 und Boeing 777-9X machen wir einen Quantensprung – nicht nur in Bezug auf das Reiseerlebnis unserer Kunden, sondern auch in puncto Lärm- und Treibstoffeffizienz. Über unser Engagement für den aktiven Lärmschutz können Sie sich in unserem Sonderbeitrag „Leiser in die Zukunft“ in diesem Bericht informieren.

Flugzeuge sind heute 80 Prozent leiser als vor 60 Jahren. Wir sind aber nicht nur leiser, sondern auch kerosinsparender unterwegs. Die Fluggesellschaften der Lufthansa Group haben auch im zurückliegenden Jahr ihre Treibstoffeffizienz weiter gesteigert. Der durchschnittliche Verbrauch lag 2013 bei 3,91 Liter Kerosin pro Passagier und 100 Kilometer. Das sind 3,8 Prozent weniger als im Vorjahr – ein neuer Rekord, mit dem erstmals die 4-Liter-Grenze unterschritten wurde. Und zum zweiten Mal in Folge ist auch der absolute Treibstoffverbrauch gesunken. 114.152 Tonnen weniger Treibstoff hat der Konzern im Vergleich zu 2012 verbraucht und die Umwelt um mehr als 350.000 Tonnen Kohlendioxid entlastet. Das entspricht ungefähr dem Ausstoß der Ölheizungen von 50.000 Einfamilienhäusern pro Jahr.

Die Veränderungen in unserem Unternehmen, die mit SCORE eine neue Dynamik bekommen haben, werden weitergehen. Sie werden auch von „außen“ als wichtiger Baustein für die Zukunftsfähigkeit der Lufthansa Group gesehen. Das macht uns auch als Arbeitgeber noch attraktiver, ebenso wie unser Fokus auf die Förderung von Frauen in Führungspositionen. Deren Anteil hat sich im Berichtsjahr auf allen Ebenen – in Management, Vorstand und Aufsichtsrat – weiter erhöht. Im DAX-30-Vergleich verfügen wir über den höchsten Anteil an Frauen im Vorstand (40 Prozent). Und mit einem Frauenanteil von 35 Prozent im Aufsichtsrat belegen wir einen Spitzenplatz im „Women-on-Board“-Index.

Für vertiefende Einblicke dazu, in unser faszinierendes Unternehmen und in die Welt der Luftfahrt, empfehle ich Ihnen die Lektüre unseres neuesten *Balance* Berichtes. Viel Spaß!



Carsten Spohr

Vorsitzender des Vorstands
Deutsche Lufthansa AG

„Flugzeuge sind heute 80 Prozent leiser als vor 60 Jahren.“

Carsten Spohr



Inhalt

- 01 Über diesen Bericht
- 02 Auf einen Blick
- 06 Unternehmensportrait

/ 08 Leiser in die Zukunft

- 1 / 22 Nachhaltige Unternehmensführung**
 - 24 Unternehmerische Verantwortung leben
 - 28 Corporate Governance und Compliance
 - 30 Stakeholder-Dialog
 - 35 Flottenentwicklung
 - 38 Nachhaltigkeit im Beschaffungsprozess
 - 40 Lokale Wertschöpfung

- 2 / 44 Klima- und Umweltverantwortung**
 - 46 Strategie und Management
 - 49 Treibstoffverbrauch und Emissionen
 - 60 Energie- und Ressourcenmanagement
 - 66 Engagement für die Wissenschaft

- 3 / 68 Produktverantwortung**
 - 70 Die grundsätzliche Ausrichtung
 - 72 Kundenzufriedenheit
 - 74 Flugsicherheit und Gesundheitsschutz
 - 76 Datenschutz und Datensicherheit
 - 78 CO₂-Kompensation

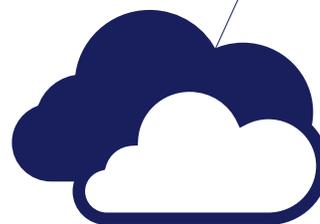
- 4 / 80 Soziale Verantwortung**
 - 82 Neue Personalstrategie für die Lufthansa Group
 - 85 Vielfalt und Chancengleichheit
 - 90 Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik
 - 97 Aus- und Weiterbildung
 - 100 Arbeits- und Gesundheitsschutz

- 5 / 102 Gesellschaftliches Engagement**
 - 105 Humanitäre Soforthilfe
 - 106 Soziales Engagement
 - 110 Umweltförderung
 - 112 Kulturelles Engagement
 - 114 Sportförderung

- 6 / 116 Service und Informationen**
 - 118 Glossar
 - 124 Impressum und Ansprechpartner
 - 125 Erläuterungen zur Datenabgrenzung und Berechnungsmethodik
 - 126 Strengste Lärmstandards für die Flotte der Lufthansa Group
 - 127 Die operative Flotte der Lufthansa Group
 - 129 Preise und Auszeichnungen



22 Nachhaltige Unternehmensführung



44 Klima- und Umweltverantwortung



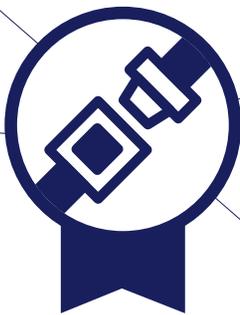
102
Gesellschaftliches
Engagement



80
Soziale Verantwortung



116
Service
und Informationen



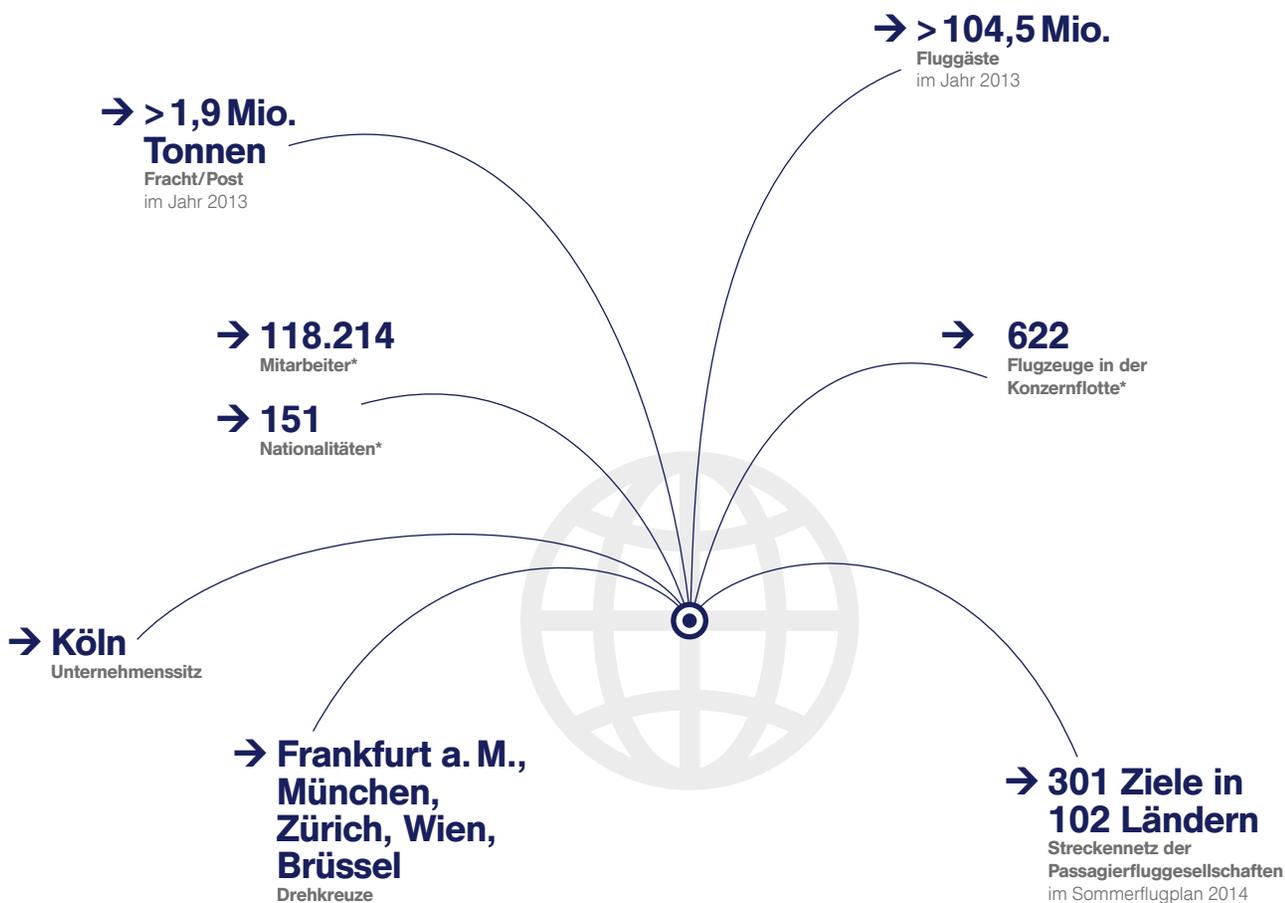
68
Produktverantwortung

Die Lufthansa Group

Europas größter Luftfahrtkonzern

Die Lufthansa Group ist ein weltweit operierender Luftfahrtkonzern mit rund 500 Konzern- und Beteiligungsgesellschaften. Das Unternehmen ist in fünf Geschäftsfeldern aktiv: Passage Airline Gruppe, Logistik, Technik, Catering und IT Services. In sämtlichen Geschäftsfeldern zählt der Konzern zu den globalen Marktführern.

www.lufthansagroup.com



* Per 31.12.2013

Die fünf Geschäftsfelder der Lufthansa Group

→ Passage Airline Gruppe

Die Passage Airline Gruppe bildet das größte Geschäftsfeld und ist der Nukleus der Unternehmensgruppe. Die Fluggesellschaften der Lufthansa Group positionieren sich in ihren jeweiligen Segmenten als

Qualitätscarrier. 2013 konnte der Airline-Verbund seine Marktführerschaft in Europa behaupten und erneut die höchsten Passagier- und Umsatzzahlen aller europäischen Fluggesellschaften erzielen.



Lufthansa
www.LH.com



Germanwings
www.germanwings.com



Swiss
www.swiss.com



Austrian Airlines
www.austrian.com



Brussels Airlines
 (Beteiligung: 45 Prozent)
www.brusselsairlines.com



SunExpress
 (Beteiligung: 50 Prozent)
www.sunexpress.com



jetBlue Airways
 (Beteiligung: 15,85 Prozent)
www.jetblue.com

→ Logistik

Lufthansa Cargo zählt zu den Weltmarktführern im internationalen Luftfrachtgeschäft. Das Unternehmen bietet ein umfassendes Streckennetz zu rund 300 Zielorten in mehr als 100 Ländern. Sitz der Lufthansa Cargo AG ist Frankfurt am Main.

www.lufthansa-cargo.com



Lufthansa Cargo AG



AeroLogic
 (Beteiligung: 50 Prozent)

→ Catering

LSG Sky Chefs ist der weltweit größte Anbieter von Dienstleistungen im Bereich Airline Catering und Inflight-Management. Im Jahr 2013 produzierte das Unternehmen 532 Millionen Flugmahlzeiten für mehr als 300 Airlines weltweit. Die Konzernmuttergesellschaft, die LSG Lufthansa Service Holding AG, hat ihren Sitz in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main.

www.lsgskychefs.com

→ Technik

Lufthansa Technik ist Weltmarktführer bei der Wartung, Reparatur und Überholung von Verkehrsflugzeugen (Maintenance, Repair & Overhaul, MRO). Das Unternehmen betreut mehr als 770 Kunden weltweit. Sitz der Lufthansa Technik AG ist Hamburg.

www.lufthansa-technik.com

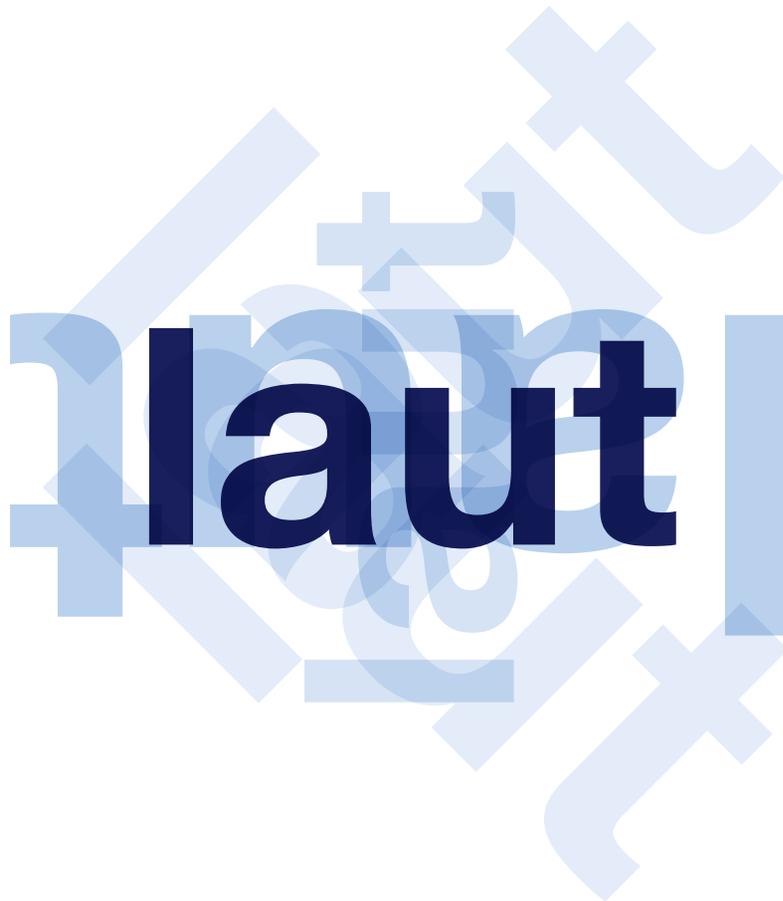
→ IT Services

Lufthansa Systems ist ein weltweit bedeutender IT-Dienstleister für die Airline- und Aviation-Branche. Weltweit vertrauen mehr als 300 Airlines und rund 150 Unternehmen auf die Expertise der Gesellschaft. Sitz der Lufthansa Systems AG ist Kelsterbach bei Frankfurt am Main.

www.LHsystems.com

Leiser in die Zukunft

Die Lufthansa Group setzt Maßstäbe im aktiven Schallschutz



Im 20. und 21. Jahrhundert wurde Mobilität zu einer Selbstverständlichkeit, die Welt zum Dorf. Heute ist sie eine Grundvoraussetzung für das wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenleben. Im Jahr 2013 absolvierten erstmals mehr als drei Milliarden Menschen eine Flugreise. Mobilität kann aber auch Konflikte auslösen, denn sie stiftet nicht nur Nutzen, sondern verursacht auch Umweltbelastungen, etwa in Form von Lärmemissionen. Dies gilt für alle Verkehrsträger, für Güter- und Fernzüge genauso wie für Lkws, Pkws und auch für Flugzeuge. Die Fluggesellschaften der Lufthansa Group setzen weltweit Maßstäbe für verantwortungsbewusste Mobilität. Dazu gehört unser Engagement im aktiven Schallschutz. Die Ursachen von Lärm im Detail zu verstehen und danach zu streben, diesen kontinuierlich zu vermindern, ist eine anspruchsvolle Aufgabe. Wir arbeiten daran mit führenden Wissenschaftlern und Experten.

leise



Prof. Dr. Brigitte Schulte-Fortkamp

Interview mit Frau Professor Dr. Brigitte Schulte-Fortkamp

Institut für Strömungsmechanik und
Technische Akustik, TU Berlin
Fachgebiet Psychoakustik und Lärmwirkung

Wie laut man Musik mag, ist abhängig von der eigenen Stimmung oder auch von der Art der Musik. Das erklärt, warum sich der Nachbar gestört fühlen kann. Wenn Geräusche Gespräche unterbrechen, den Schlaf stören, nicht in eine Situation passen, dann werden sie zu Lärm. Je häufiger dies passiert, umso mehr fühlt man sich belastigt und kann in den Kreislauf von Ärger, Stress und Krankheit gelangen. Es ist nicht immer nur die Lautstärke eines Geräusches, ganz häufig ist es seine Bedeutung. Auch das leisere Geräusch, das das Muster des ungewünschten Geräusches trägt, kann zu Lärm werden.

→ **Frau Professor Schulte-Fortkamp, das Thema Lärm ist immer häufiger auf der Agenda öffentlich geführter Debatten. „Die Welt soll leiser werden“ – so könnte man die Erwartung vieler Menschen betiteln. Um dieses Ziel zu erreichen, bedarf es erst einmal eines gemeinsamen Grundverständnisses der Ursachen, Wirkungen und möglichen Lösungsansätze. Was ist Lärm?**

Lärm ist unerwünschter, störender und/oder gesundheitsschädlicher Schall (DIN 1320). Unerwünschte und störende Geräusche können in vielerlei Hinsicht beeinträchtigen, zum Beispiel psychisch, physisch, sozial und ökonomisch. Wesentlich ist, dass man Lärm nicht in Pegeln messen kann. Lärm ist eine Reaktion auf Geräusche, die sich als Belästigung, Ärger, Stress oder Erkrankung äußern kann.

→ **Warum empfindet jemand laute Musik als angenehm, während sein Nachbar sich von ihr gestört fühlt? Oder anders gefragt: Was macht ein Geräusch zu Lärm?**

→ **Was unterscheidet Lärm von anderen Emissionen wie Schadstoffen oder Strahlenbelastungen, denen wir in unserer hochentwickelten, mobilen Gesellschaft ausgesetzt sind?**

Lärm kann man auf jeden Fall reduzieren oder sogar vermeiden, und zwar technisch an der Quelle „herunterregeln“ oder sozialverträglich durch gesellschaftliche Vereinbarungen. Damit meine ich nicht nur, dass Regeln und Vorschriften zur Lärmvermeidung eingehalten werden müssen. Lärm ist ja nicht nur physikalisch da, also nur technisch evoziert, sondern wird auch sozial erzeugt. Es geht also auch um individuelles und damit soziales Verhalten. Darüber hinaus, auch wenn die schädlichen Wirkungen von Lärm bekannt sind, lassen sie sich sehr häufig nicht direkt nachweisen, und das macht den Lärm gefährlich.

→ **Wir alle wollen mobil sein. In den Supermärkten sollen auch exotische Früchte stets frisch ausliegen. Flughäfen und Autobahnen, genau wie auch Mobilfunkanten-**

nen, sind aber unerwünscht. Wie erklären Sie sich diese Entwicklung, die – zumindest in westlichen Gesellschaften – doch sehr verbreitet ist?

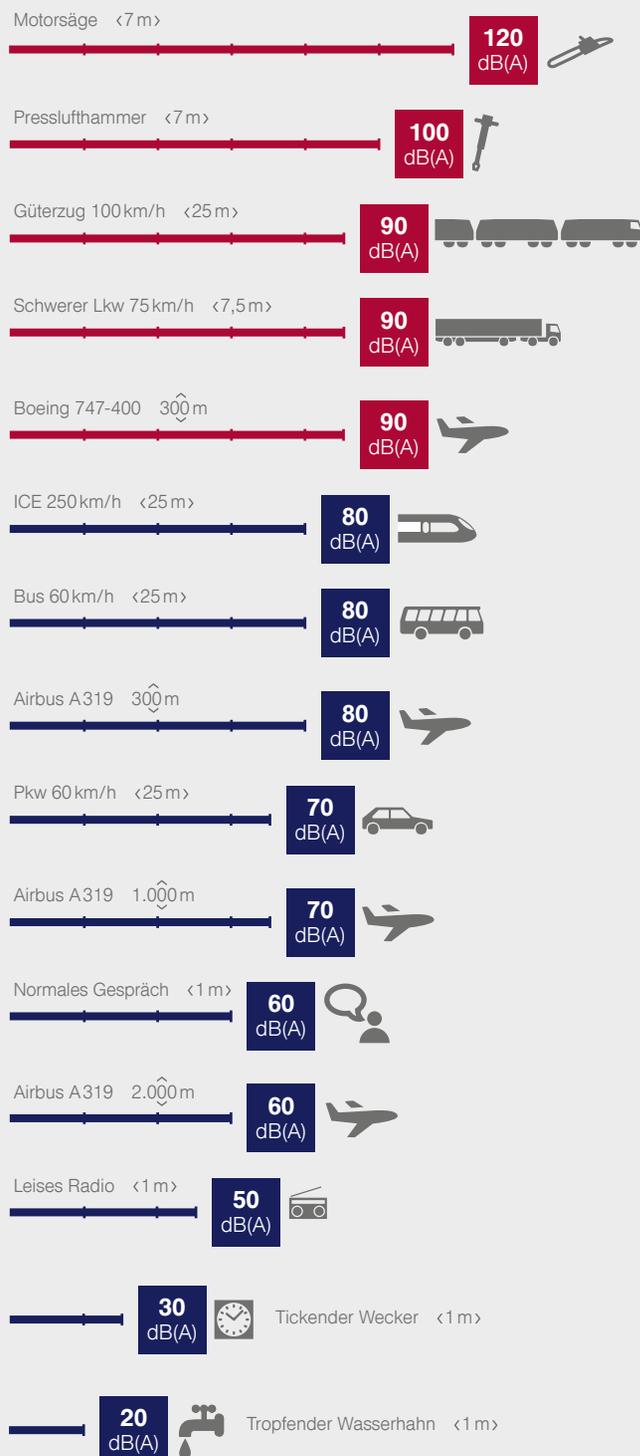
Natürlich nutzt man gerne das Neue und auch Autobahnen und Flughäfen für sich. Die Frage ist nur, möchte man wirklich auch in der Nähe von Autobahnen und Flughäfen leben und die damit verbundenen Belastungen auf sich nehmen? Eher nicht! Das überlässt man gern den „anderen“.

→ **Was kann man gegen Lärm tun – aktiv und passiv?**

Gegen Lärm kann man sehr viel tun – aktiv und passiv. Aktiv wird der Lärm ja an der Quelle reduziert. Anfangen kann man damit, selbst Lärm zu vermeiden. Das hat etwas mit sozialem Verhalten zu tun. Wir kennen sie alle: die ewigen Telefonierer in Zügen, in Wartebereichen an Flughäfen, auf den Balkonen in Wohnanlagen und so weiter. Man muss auch nicht in Wohngebieten mit Motorrädern oder dem Sportmodus im Auto noch mal richtig nachlegen oder dem Nachbarn unbedingt seine neuste CD in voller Lautstärke präsentieren. Vorrangig geht es aber um die technischen Quellen: herstellungsbasierte Reduktionen von Geräuschentwicklungen an der Quelle, zum Beispiel um geräuscharme Fahrzeuge auf der Straße, der Schiene und in der Luft. Bezogen auf den Ballast der Umweltgeräusche ist es unbedingt notwendig, den passiven Schallschutz für den eigenen Wohnbereich zu nutzen. Aber dazu muss er auch zur Verfügung gestellt werden. ☛

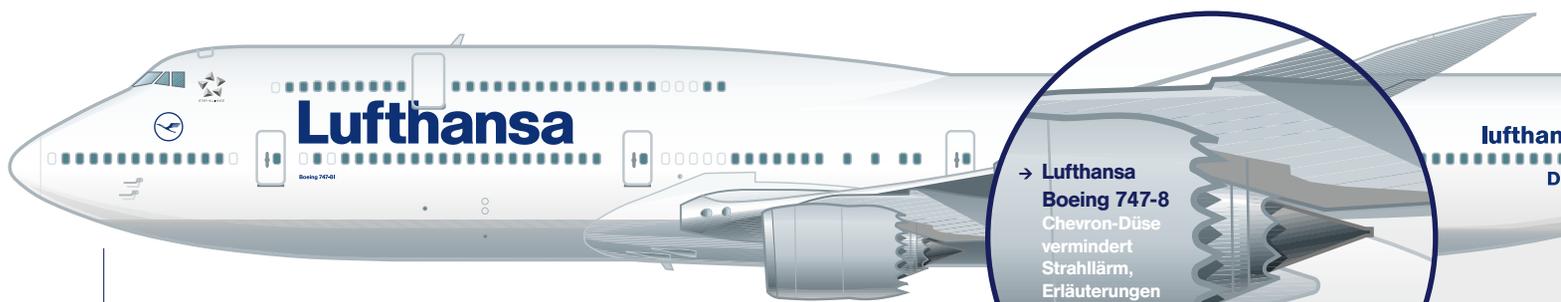
Lautstärke verschiedener Geräusche im Vergleich

Alle Angaben in dB(A) ↙



Leiser in die Zukunft

Die Dimensionen unseres Engagements



01 / Investitionen in modernste Flugzeuge

- Wir setzen stets auf neueste Technologien.
- Zwischen 2014 und 2025 werden 261 neue Flugzeuge an uns ausgeliefert.
- Wir kaufen die leisesten am Markt verfügbaren Triebwerke.
- Wir entlasten die Anwohner im Flughafenumfeld damit erheblich.

02 / Nachrüsten der bestehenden Flotte zur Lärmverminderung

- Wir rüsten unsere Flotte mit neuen, geräuschreduzierenden Technologien nach.
- 157 Flugzeuge der bestehenden Flotte erhalten Wirbelgeneratoren (Vortex Generators), die den Schallpegel des Flugzeugs im Landeanflug um bis zu vier Dezibel senken.
- Alle in Frankfurt stationierten Lufthansa Flugzeuge vom Typ B 737 erhielten neue Schalldämpfer.

03 / Aktiv in der Lärmforschung

- Wir forschen für leiseres Fliegen.
- Wir identifizieren Geräuschquellen und leiten daraus Handlungsoptionen ab.
- Wir beteiligen uns an Studien zur Auswirkung von Lärm.
- Wir engagieren uns bereits seit 15 Jahren im Forschungsverbund *Leiser Verkehr*.





Lufthansa Cargo



05 / Dialog mit Flughafen- anrainern und weiteren Interessengruppen

- Wir beteiligen uns aktiv in Dialogforen.
- Wir informieren ausführlich über unsere Aktivitäten.

04 / Entwicklung Lärm reduzierender An- und Abflugverfahren gemeinsam mit unseren Systempartnern

- Unser Flugbetrieb ist auf vielfältige Weise in die Maßnahmen zum Lärmschutz eingebunden.
- Unter bestimmten Wetterbedingungen wird der Anflugwinkel auf der Nordwest-Landebahn in Frankfurt angehoben.
- Am Drehkreuz Frankfurt führt der planmäßige Wechsel verschiedener Startbahnen zu echten Lärmpausen.



01/

Investitionen in modernste Flugzeuge

Lärm gar nicht erst entstehen zu lassen beziehungsweise ihn durch den Einsatz neuester Technologien deutlich zu reduzieren, ist der Idealfall im aktiven Schallschutz. Daher investieren wir kontinuierlich in modernste und damit besonders geräuscharme Flugzeuge.

Die Lufthansa Group erhält bis zum Jahr 2025 261 Flugzeuge der neuesten Generation zu einem Listenwert von 32 Milliarden Euro. Dass moderne Verkehrsflugzeuge immer leiser werden, wird am Beispiel der neuen Boeing 747-8, des legendären Jumbos-Jets, deutlich. Im Vergleich mit seinem Vorgängermodell Boeing 747-400 ist sein sogenannter Lärmteppich 30 Prozent kleiner [→ 02].

Am 1. Mai 2014 erhielt die Lufthansa Group bereits die 13. von 19 bestellten Boeing 747-8. Das Flugzeug wird mit von Grund auf neu entwickelten, deutlich leiseren und hoch-effizienten Triebwerken angetrieben. Die augenfälligste der zahlreichen technologischen Neuerungen ist die sägezahnartige Düsenaustrittskante, die sogenannte Chevron-Düse. Sie bewirkt eine bessere Durchmischung der turbulenten Scherschicht. So bezeichnet man die Luftschicht zwischen dem heißen, schnellen Abgasstrahl aus dem Triebwerksinneren und dem kalten Nebenstrom, der den Triebwerkskern umströmt beziehungsweise ummantelt.

Die Chevron-Düse, wie auf dem Foto [→ 03] zu sehen, ermöglicht eine deutliche Verminderung der Druckschwankungen und damit des Strahlärms des Triebwerks. Zusätzlich wird das Sägezahnkonzept an der äußeren Austrittskante angewendet. Auch dort vermindert es Lärmemissionen. Bereits 2001 konnte Lufthansa zusammen mit dem *Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt* durch Überflugmessungen zeigen, dass eine gezahnte Düsenaustrittskante den Strahlärm eines Airbus A319-Triebwerks um etwa 1 dB(A) reduziert.

Neben den in den Jahren 2011 und 2013 bestellten Kurz- und Mittelstreckenflugzeugen des Typs A320neo ergänzen künftig auch 59 hochmoderne Flugzeuge – 34 Boeing 777-9X und 25 Airbus A350-900 – die Langstreckenflotte der Lufthansa Group [→ 01]. Die A350-900 wird bereits ab 2016 ausgeliefert. Bis 2025 werden ältere Flugzeuge der Typen Boeing 747-400 und Airbus A340-300 abgelöst. Der Lärmteppich der neuen Modelle wird erheblich kleiner sein als bei heutigen Flugzeugen [→ 02].

www.lufthansagroup.com/flottenentwicklung

Neue Langstreckenflugzeuge (A350-900 und Boeing 777-9X) [→ 01]



Airbus A350-900



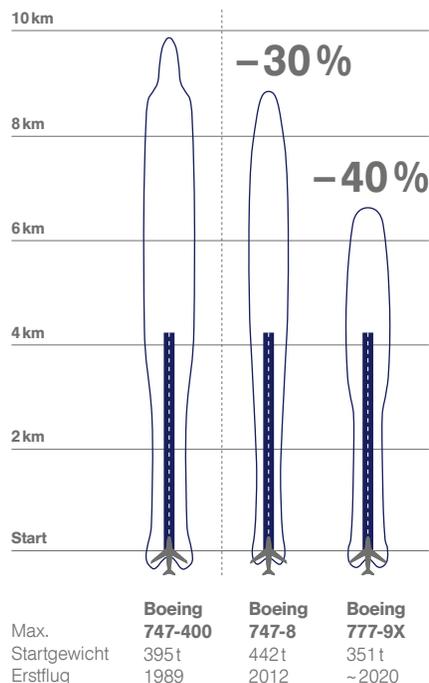
Boeing 777-9X

Leiser in die Zukunft: Die neuen Langstreckenflugzeuge werden von besonders geräuscharmen und effizienten Triebwerken angetrieben: der Airbus A350-900 von Rolls-Royce „Trent XWB 84“-Motoren, die Boeing 777-9X vom „GE-9X“-Aggregat des Herstellers General Electric. Der Lärmteppich der beiden Modelle wird erheblich kleiner sein als bei heutigen Flugzeugen.

Lärmkonturen im Vergleich (B 747-400 vs. B 747-8 und B 777-9X)

[→ 02]

Auf der jeweils eingezeichneten Kontur beträgt der Lärm beim Start 85 Dezibel.



Der Lärmteppich einer startenden Boeing 747-8 ist trotz eines rund 10 Prozent höheren maximalen Startgewichts im Vergleich zur Boeing 747-400 rund 30 Prozent kleiner. Die von Lufthansa bestellte Boeing 777-9X wird gemäß Herstellerangaben im Vergleich zur Boeing 747-400 sogar einen rund 40 Prozent geringeren Lärmteppich aufweisen. Dargestellt sind die 85-dB-Maximalpegel-Konturen für einen Abflug mit Lufthansa Standardabflugverfahren (modATA) und ausgewiesenem Startgewicht.

[→ 03]

261

**Die Lufthansa Group erhält
zwischen 2014 und 2025
insgesamt 261 geräusch-
arme und hocheffiziente
Flugzeuge.**

03
Die Lufthansa Boeing 747-8 wird mit von Grund auf neu entwickelten, deutlich leiseren und hocheffizienten Triebwerken angetrieben. Die augenfälligste der zahlreichen technologischen Neuerungen ist die sägezahnartige Düsenaustrittskante, die sogenannte Chevron-Düse.



02 /

Nachrüsten der bestehenden Flotte zur Lärmverminderung

Die Lufthansa Group rüstet auch ältere Flugzeuge ihrer Flotte mit geräuschreduzierenden Techniken nach. Der Konzern arbeitet diesbezüglich eng mit dem *Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt* (DLR) und den jeweiligen Flugzeugherstellern zusammen. Entsprechende Forschungsergebnisse fanden bereits Eingang in die Serienproduktion.

Lufthansa rüstet über 200 Flugzeuge mit Wirbelgeneratoren nach, um künftig leiser zu fliegen

Im Februar 2014 erhielt Lufthansa als weltweit erste Fluggesellschaft einen Airbus A320, der mit Wirbelgeneratoren ausgestattet ist. Insgesamt werden 157 Flugzeuge der bestehenden Flotte das neue, geräuschreduzierende Bauteil erhalten, sodass mit den erwarteten Neuauslieferungen insgesamt über 200 Flugzeuge des Typs A320 leiser werden. Diese werden auf Kurz- und Mittelstrecken in Deutschland und Europa eingesetzt.

Die Wirbelgeneratoren [→ 06] basieren auf Forschungsergebnissen der Lufthansa Group und des DLR. Überflugmessungen ergaben, dass die Wirbelgeneratoren zwei störende Töne zu beseitigen vermögen. Erste Messungen der neuen Flugzeuge mit Wirbelgeneratoren zeigen, dass der Gesamtschallpegel des Flugzeugs im Anflug zwischen 17 und 10 Kilometer vor der Landung um bis zu vier Dezibel sinkt. Damit setzt die Lufthansa Group einen zentralen Aspekt der „Allianz für mehr Lärmschutz“ um, einer Gemeinschaftsinitiative von Lufthansa Group, Fraport, Airline-Verband BARIG, DFS, *Forum Flughafen und Region* (FFR) und der Hessischen Landesregierung. Mit der Maßnahme werden insbesondere die Anwohner an den großen Drehkreuzen Frankfurt und München entlastet.

Schalldämpfer für Boeing 737

Die Lufthansa Group rüstete bereits im Jahr 2011 sämtliche in Frankfurt stationierten Flugzeuge des Typs Boeing 737 mit neuen Schalldämpfern aus, um die Zeit bis zur Auslieferung neuer, leiserer Flugzeuge zu überbrücken und den Anwohnern so früher Entlastung zu bringen. Die letzte Boeing 737 soll im Jahr 2015 ausgemustert werden. ↵



03 /

Aktiv in der Lärmforschung

Das Ziel, den Flugverkehr stetig noch leiser zu machen, ist eine komplexe Aufgabe. Sie erfordert das Zusammenspiel verschiedener Akteure. Daher arbeitet die Lufthansa Group eng mit Partnern aus Industrie, Behörden, Hochschulen und Großforschung zusammen. Seit 1999 sind wir im Forschungsverbund *Leiser Verkehr* aktiv. Die vom DLR betriebene Initiative setzt auf die interdisziplinäre Zusammenarbeit von Industrie, Forschung und Verkehrsträgern. Sie untersucht spezifische Fragestellungen aus den Bereichen Straßen-, Schienen- und Fluglärm.

Projekt MODAL – Lärmquellen identifizieren und Schallschutzmaßnahmen verbessern

Die Lufthansa Group leitet das Projekt MODAL (Modelle und Daten zur Entwicklung aktiver Schallschutzmaßnahmen im Luftverkehr) im Rahmen des Luftfahrtforschungsprogramms des Bundeswirtschaftsministeriums. Ziel des Projektes ist es, Lärmemissionen verschiedener Flugzeugtypen besser zu verstehen. Darüber hinaus soll die Bewertung von aktiven Schallschutzmaßnahmen durch genauere Berechnungen verbessert werden.

Projekt SAMURAI – Grundstein für leisere Triebwerke

Vom 23. bis 28. September 2013 haben DLR-Wissenschaftler erstmals mit Lasertechnik und Mikrofonen die Schallentstehung im Triebwerksstrahl und am Hauptrotor analysiert.



04

Forschen für leiseres Fliegen:
Lärmschutzhalle der Lufthansa Technik auf dem Gelände des Hamburger Flughafens.

In der aufwendigen Messkampagne nutzen die Lärmforscher das DLR-Forschungsflugzeug A320-ATRA für eine Reihe von Triebwerksstandläufen. Die Testläufe wurden in der Lärmschutzhalle von Lufthansa Technik auf dem Gelände des Hamburger Flughafens durchgeführt. Lufthansa Technik und der Flughafen Hamburg unterstützen das multidisziplinäre Forschungsprojekt. Noch nie wurden die montierten Triebwerke eines Verkehrsflugzeugs im Betrieb zeitgleich mit einer großen Anzahl von Mikrofonen und laseroptischen Feldmessverfahren untersucht. Ziel ist es herauszufinden, an welchen Stellen der Triebwerksströmung der Lärm durch große turbulente Geschwindigkeits- und Dichteschwankungen verursacht wird. Nach Abschluss des Projekts wollen die Forscher verbesserte Simulationen des Triebwerksfreistrahls und seiner schallerzeugenden Strömungsstrukturen vorlegen.

NORAH – neue Lärmwirkungsstudie

Die Lärmwirkungsstudie NORAH (Noise-Related Annoyance, Cognition, and Health, zu deutsch etwa „Zusammenhänge zwischen Lärm, Belästigung, Denkprozessen und Gesundheit“) untersucht die Auswirkungen des Lärms von Flug-, Schienen- und Straßenverkehr auf die Gesundheit und Lebensqualität der betroffenen Wohnbevölkerung. Die Veröffentlichung des NORAH-Berichts erfolgt voraussichtlich Mitte 2015. Die Lufthansa Group unterstützt die Studie, weil sie sehr breit und wissenschaftlich fundiert angelegt ist. ↵

www.norah-studie.de



„Vor jedem Start beschäftigen wir uns mit den optimalen Verfahren, um Lärm zu minimieren.“



Capt. Oliver Cantele,
Ops Efficiency Program Manager,
Austrian Airlines



„Bei der Auswahl neuer Flugzeuge sind geringe Lärm- und Verbrauchswerte die beiden entscheidenden Umwelt-Parameter.“



Nico Buchholz,
Leiter Konzernflottenmanagement,
Deutsche Lufthansa AG



„Die Anwohner im Umfeld unserer großen Drehkreuze werden hörbar entlastet.“



Markus Pauly,
Kaufmännischer Leiter
Drehkreuz Frankfurt,
Deutsche Lufthansa AG



„Wir engagieren uns seit Jahren aktiv in der Lärmforschung, um leiser fliegen zu können.“



Dr. Gerd Saueressig,
Referent Umweltkonzepte
Konzern,
Deutsche Lufthansa AG

Fluglärmportal

Umfangreiche Informationen zum Engagement der Luftfahrtbranche in puncto Lärmschutz erhalten Sie auch auf der neuen Website des Bundesverbands der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL). Diese ist ab 9. Juli 2014 online verfügbar.

FP www.fluglaerm-portal.de

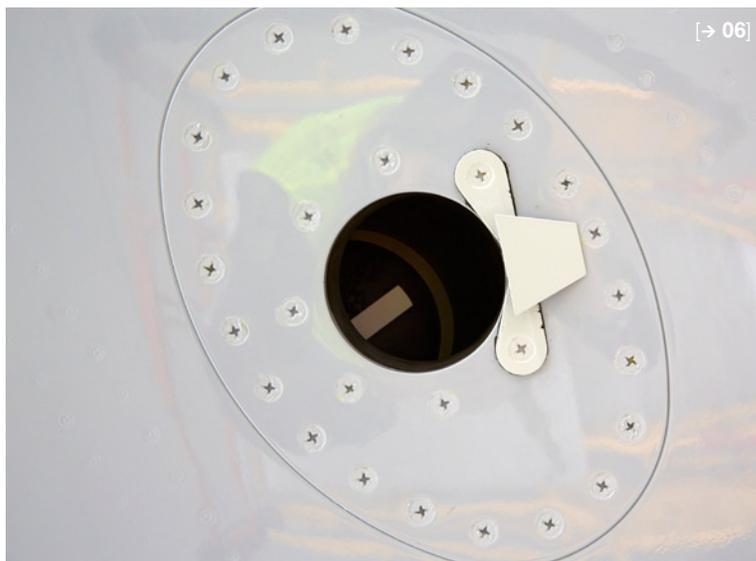
Großer Fortschritt für Frachttransport

05

Boeing 777-F: drei Zahlen und ein Buchstabe, die dem leisesten und umweltfreundlichsten Frachter der Welt seinen Namen geben. Im Juni 2014 hat Lufthansa Cargo bereits das vierte von insgesamt fünf bestellten Frachtflugzeugen dieses Typs in Betrieb genommen. Es erfüllt die derzeit strengste Lärmschutzklasse in der internationalen Zivilluftfahrt.



[→ 05]



[→ 06]

Leiser dank raffinierter Technik

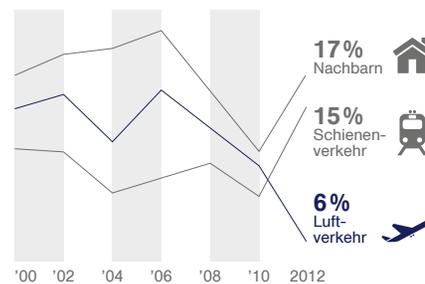
06

Lufthansa rüstet über 200 Flugzeuge mit Wirbelgeneratoren nach, um künftig noch leiser zu fliegen. Sie basieren auf Forschungsergebnissen der Lufthansa Group und des DLR. Überflugmessungen ergaben, dass die Wirbelgeneratoren zwei störende Töne zu beseitigen vermögen und dadurch den Gesamtschallpegel des Flugzeugs im Anflug um bis zu vier Dezibel senken.

Weniger Lärmbelastete durch den Luftverkehr

[→ 07]

Immer weniger Menschen fühlen sich vom Fluglärm äußerst stark bis mittelmäßig betroffen. ↵



Quelle: BMU, Umweltbewusstsein in Deutschland 2000–2012

07

Wer den Nutzen der Mobilität für Personen und den Transport von Gütern hinterfragt, begibt sich in eine gesamtgesellschaftliche Diskussion. Sie umfasst auch eine gesundheitliche Dimension. Denn durch den Massenverkehr entsteht Lärm. Für die am stärksten Betroffenen ist der Fluglärm eine Belastung. Insgesamt ist die Belastung der Menschen durch Flugverkehr im Vergleich mit anderen Verkehrsträgern aber gering. Außerdem sank der Anteil von Menschen, die sich dem Lärm von Luftfahrt äußerst stark bis mittelmäßig ausgesetzt fühlen, seit dem Jahr 2000 um mehr als die Hälfte.



[> 08]

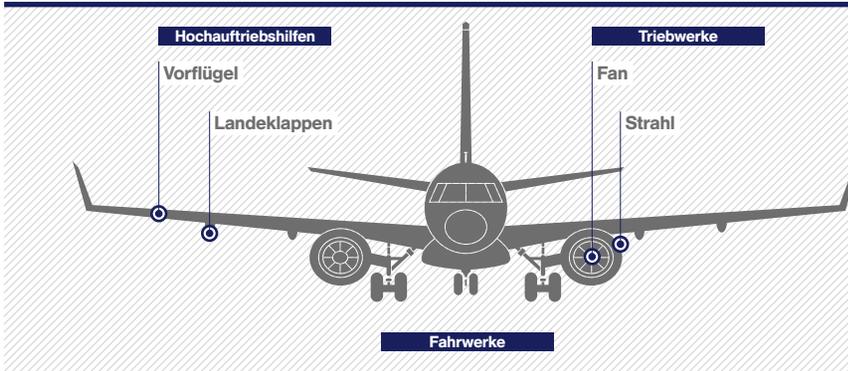
Bombardier C Series bei Swiss: hörbare Entlastung für Anwohner

08

Swiss erhält insgesamt 30 Flugzeuge der C Series von Bombardier, die die bisher genutzten Regionalflugzeuge vom Typ Avro RJ100 ersetzen. Dieser Generationenwechsel bedeutet aber vor allem für die Flughafenanwohner eine deutlich hörbare Verbesserung. Die neuen Europaflugzeuge, die im Laufe des Jahres 2015 fliegen sollen, sind im Schnitt 10 bis 15 Dezibel leiser als eine Avro RJ100. Nach Herstellerangaben schrumpft die 60-dB-Maximalpegel-Kontur der C Series im Vergleich zu ihrem Vorgänger um rund 75 Prozent.

Wo am Flugzeug Geräusche entstehen

[> 09]



Während des Starts dominieren die von den Triebwerken erzeugten Geräusche. Diese strahlen sowohl nach hinten als auch nach vorne ab. Den sogenannten Umströmungslärm verursachen Fahrwerke und Hochauftriebshilfen wie Vorfügel und Landeklappen. Bei der Entwicklung neuer, leiserer Flugzeuge liegen hier die wichtigen Ansatzpunkte. ✎

Nochmals deutlich leisere A320neo für Lufthansa

10

Die Lufthansa Group hat am 16. März 2011 30 Flugzeuge und am 13. März 2013 nochmals 70 Flugzeuge der A320neo-Familie fest bestellt. 60 Flugzeuge dieses Typs werden mit PW1100G-Triebwerken von Pratt & Whitney ausgestattet, 40 weitere mit den Triebwerken von CFM-International des Typs LEAP-1A. Beide Triebwerke weisen hinsichtlich ihrer Flugleistung und Umweltverträglichkeit vergleichbare Werte auf. Beispielsweise halbieren sie Herstellerangaben zufolge den üblichen Lärmteppich, den ein Flugzeug bei Start oder Landung produziert. Eine deutliche Entlastung für die Anwohner im Flughafenumfeld.

[> 10]



Finanzielle Anreizsysteme für Airlines. Wussten Sie, dass ... →

Flugzeuge, die in Frankfurt starten oder landen, seit 2001 anhand des tatsächlich in Frankfurt gemessenen Lärmpegels eines Flugzeugtyps klassifiziert werden? Lautere Flugzeugtypen werden bei Entgelten stärker belastet. Der Frankfurter Flughafen ist mit seinen lärm-differenzierten Entgelten international ein Vorreiter.

Quelle: Fraport, Bericht über Schallschutz am Flughafen Frankfurt, Oktober 2012 – März 2013



04 /

Entwicklung Lärm reduzierender An- und Abflugverfahren gemeinsam mit unseren Systempartnern

Die Lufthansa Group erzielt in ihrem Bestreben, leiser zu fliegen, seit Langem Erfolge mit neuen Flugverfahren, etwa dem kontinuierlichen Sinkflug, dem steileren Anflug und veränderten Flugrouten. Solche lärm-mindernde An- und Abflugverfahren bilden einen weiteren Schwerpunkt der Maßnahmen zum aktiven Schallschutz, wie sie zum Beispiel im *Forum Flughafen und Region (FFR)* in Frankfurt entwickelt und umgesetzt wurden. Der Flugbetrieb ist hier auf vielfältige Weise eingebunden.

Lärm-minderung am Drehkreuz Frankfurt: Entlastung der am stärksten Belasteten

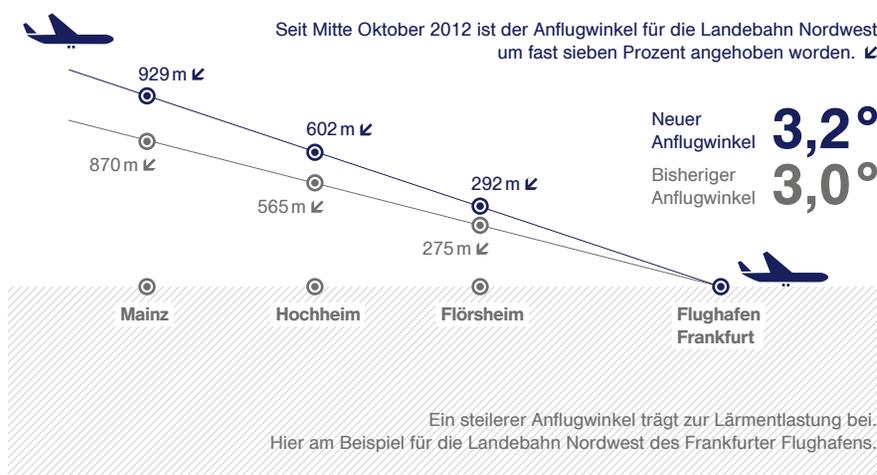
Speziell am größten deutschen Drehkreuz in Frankfurt nehmen Vertreter des Flugbetriebs regelmäßig an Expertenrunden teil

und arbeiten mit Hochdruck daran, neue lärm-mindernde An- und Abflugverfahren einzuführen. Eine in Frankfurt bereits umgesetzte Maßnahme ist der planmäßige Wechsel verschiedener Startbahnen, die sogenannten „Dedicated Runway Operations“. Dies führt zu kalkulierbaren, echten Lärm-pausen.

Zusätzlich wird der Anflugwinkel auf die neue Nordwest-Landebahn in Frankfurt bei bestimmten Wetterbedingungen von 3,0 auf 3,2 Grad angehoben, was eine größere Überflughöhe bewirkt. Dies ist eine der wenigen Möglichkeiten, die Flughafen-anrainer direkt unter dem Endanflug zumindest leicht zu entlasten [→ 11]. ↵

Länger höher fliegen

[→ 11]





80 Prozent leiser durch technische Innovationen

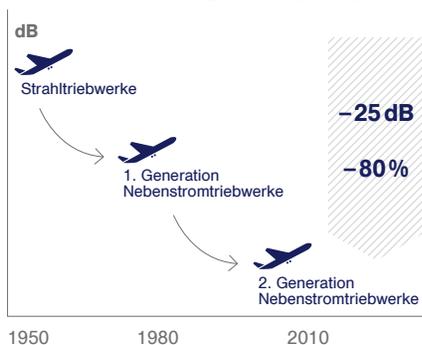
Flugzeuge sind heute 80 Prozent leiser als noch vor 60 Jahren. Dieser Fortschritt beruht vor allem auf den Entwicklungen in der Triebwerkstechnologie [→ 12]. Flugzeuge werden auch aerodynamisch immer besser: Sie verwirbeln weniger Luft und erzeugen somit weniger Geräusche. Mit jeder neuen Flugzeuggeneration sinken die Geräuschemissionen gegenüber den Vorgängermodellen weiter. Außerdem arbeiten Industrie und Wissenschaft Hand in Hand daran, die Lärmemissionen immer weiter zu reduzieren, sodass die Lärmkonturen [→ 02] eines Flugzeugs immer mehr auf das Flughafengelände eingeschränkt werden. Das mindert auch die Belastung der Bevölkerung durch Fluggeräusche.

Zusätzlich greifen Vorgaben wie die Lärmzertifizierung der UN-Zivilluftfahrtbehörde (ICAO). Sie legt die Höhe der zulässigen Geräuschemissionen bei neuen Flugzeugmustern fest. Viele ältere und lautere Maschinen dürfen auf europäischen Flughäfen überhaupt nicht mehr landen. Ausnahmen sind Hilfsgüterflüge und Oldtimer der Lüfte. ↙

Reduktion von Lärm an der Quelle

[→ 12]

Weniger Lärm durch moderne Triebwerkstechnik. Milliardenschwere Investitionen, die sich lohnen: 80 Prozent leiser in 60 Jahren. ↙



Quelle: Airbus



[→ 13]



05 /

Dialog mit Flughafenrainern und weiteren Interessengruppen

Die Lufthansa Group engagiert sich seit Jahren im nachbarschaftlichen Dialog mit Flughafenrainern, Politikern und Experten. Dieser Austausch ist uns ein zentrales Anliegen. Sichtbarer Ausdruck unserer Bemühungen ist beispielsweise das im April 2013 neu eröffnete Informationszentrum des Umwelt- und Nachbarschaftshauses (UNH) in Kelsterbach bei Frankfurt am Main [→ 13]. Gemeinsam mit weiteren Systempartnern unterstützen wir das Projekt materiell und inhaltlich. In den Räumen des UNH gibt es interaktive Ausstellungsräume, die unter anderem die Themen Lärm und Schall, Luftverkehr und Umwelt sowie die Bedeutung des Flughafens für Wirtschaft und Arbeitsmarkt darstellen. Wichtigstes Ziel ist es, die Kommunikation und die Kooperation zwischen dem Flughafen, seinen Nutzern und den Anwohnern kontinuierlich und nachhaltig zu verbessern. ↙

13

Blick in das im April 2013 neu eröffnete Informationszentrum des Umwelt- und Nachbarschaftshauses in Kelsterbach bei Frankfurt am Main. Gemeinsam mit weiteren Systempartnern unterstützt die Lufthansa Group das Projekt materiell und inhaltlich.



→ Nachhaltige Unternehmensführung



→ Nachhaltiges Handeln ist die Grundlage für unseren Erfolg. Gemeinsam mit unseren Interessengruppen gestalten wir Zukunft.

697

Operatives Ergebnis
2013 in Mio. Euro

261

neue Flugzeuge erhalten wir zwischen 2014 und 2025

3.200

SCORE-Projekte umgesetzt

20

Jahre kontinuierliche Berichterstattung über unsere Nachhaltigkeitsperformance

Unternehmerische Verantwortung leben

Nachhaltige Unternehmensführung ist eine wesentliche Einflussgröße, um die Zukunftsfähigkeit der Lufthansa Group zu sichern. Das verantwortungsvolle unternehmerische Handeln ist fest in unserer Strategie verankert. Der Leitgedanke dabei ist *Gemeinsam Zukunft gestalten*.

Die Lufthansa Group hat den Anspruch, in allen Unternehmensbereichen nachhaltig und verantwortungsvoll zu wirtschaften. Insbesondere unsere umfangreichen Investitionen in eine neue, noch leisere und effizientere Flotte leisten einen wichtigen Beitrag zur umweltverträglichen Gestaltung heutiger und künftiger Mobilität. Durch das Cash-Value-Added-Konzept (CVA) zur Messung einer wertorientierten Unternehmensführung verankern wir wert- und zukunftsorientiertes Denken in allen Entscheidungsprozessen.

Die Geschäftstätigkeit und Nachhaltigkeitsagenda der Lufthansa Group wird durch vielfältige gesellschaftliche Entwicklungen beeinflusst. Zu den weltweiten Megatrends und Herausforderungen der Zukunft gehören neben dem Bevölkerungswachstum und der zunehmenden Mobilität auch der demografische Wandel sowie der Trend zur Dienstleistungsgesellschaft und die Verbreitung des Internets. Gleichzeitig steigt das Sicherheitsbedürfnis der Menschen, und der Umweltschutz gewinnt vor dem Hintergrund des drohenden Klimawandels und der Verknappung von Ressourcen zunehmend an Bedeutung.

Diesen Herausforderungen zu begegnen, heißt für uns nachhaltig handeln. Wir wollen mit innovativen Dienstleistungen und Produkten eine langfristig positive Wertschöpfung

für unsere Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und zum Wohle der Gesellschaft erzielen. Unser im Jahr 2012 aufgesetztes Zukunftsprogramm SCORE schafft über den Ergebnisbeitrag eine wichtige Voraussetzung und den nötigen Gestaltungsspielraum für nachhaltiges Wirtschaften.

Die Lufthansa Group achtet stets darauf, nachhaltig zu wirtschaften.

Das schafft Perspektiven für unsere Unternehmen, unsere Mitarbeiter, unsere Aktionäre und unsere Kunden.

Die Lufthansa Group verfolgt vier strategische Ziele:

- Steigerung des Unternehmenswerts.
- Ausbau der führenden Marktposition unserer Airlines und Service-Gesellschaften durch aktive Mitgestaltung der Luftfahrtbranche.
- Permanente Steigerung der Kundenzufriedenheit.
- Ökonomisch, ökologisch und sozial ausgewogenes, nachhaltiges Wirtschaften.

Im Zentrum unserer 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 den konstruktiven Dialog mit unseren Interessengruppen.

Die Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung erstreckt sich in der Lufthansa Group auf die Themengebiete ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit, ergänzt um Corporate Governance und Compliance sowie Corporate Citizenship (gesellschaftliches Engagement). Unser insgesamt aus fünf Dimensionen bestehendes Modell macht nachhaltige Unternehmensführung in all ihren Facetten für die vielfältigen Interessengruppen nachvollziehbar [→ 01].

Die einzelnen Kapitel und Unterkapitel des vorliegenden Berichts informieren ausführlich über die jeweiligen Schwerpunkte unseres Engagements. Zusätzlich berichten wir erstmals in einem eigenen Kapitel über den Bereich Produktverantwortung.



Gemeinsam die wesentlichen Themen festlegen

Anfang 2014 führte die Lufthansa Group erneut eine Expertenbefragung unter Vertretern ihrer Interessengruppen durch. Ziel war es, unsere wesentlichen Handlungsfelder im Nachhaltigkeitsbereich aus Stakeholder- und Unternehmenssicht miteinander abzugleichen und die Ergebnisse entsprechend in die Themengestaltung des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts sowie in die unternehmensstrategischen Überlegungen einzubinden.

Zu den Teilnehmern der Erhebung zählten Vertreter von Nichtregierungsorganisationen, Systempartner, Politik, Investoren, Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten und Nachhaltigkeitsexperten. Insgesamt erfolgten 21 telefonische und persönliche Interviews.

Dabei baten wir unsere Stakeholder um eine Priorisierung unserer Nachhaltigkeitsagenda (Handlungsfelder) sowie um die Bewertung unserer Nachhaltigkeitsleistung. Die Ergebnisse der Befragung lieferten uns wertvolle Impulse für die künftige Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsagenda.



Mit SCORE die Zukunft aktiv gestalten

Die Lufthansa Group erzielte 2013 ein operatives Ergebnis in Höhe von 697 Mio. Euro. Das im Rahmen des Zukunftsprogramms SCORE für 2015 angestrebte Gewinnziel von 2,65 Milliarden Euro hält der Vorstand angesichts der aktuellen Entwicklung auf der Erlösseite, trotz der substanziellen Ergebnisbeiträge von SCORE, für nicht mehr erreichbar. Er erwartet nun für 2015 ein operatives Ergebnis von rund 2. Mrd. Euro. Dennoch will das Unternehmen das Ergebnis gegenüber dem laufenden Jahr deutlich steigern. Die gegenwärtige Entwicklung zeigt, wie wichtig SCORE für den Konzern ist.

Das Ziel des SCORE-Programms ist es, Synergien im Konzern zu nutzen, Kosten zu

Die Dimensionen unserer unternehmerischen Verantwortung

[> 01]



senken, Erlöse zu steigern und Prozesse zu optimieren. Mittlerweile besteht SCORE aus mehr als 4.200 Einzelprojekten, von denen wir rund 3.200 bereits umsetzen. Die Lufthansa Group schafft dadurch die Voraussetzung, Zukunft aktiv zu gestalten und das Unternehmen nachhaltig zu führen.

Das SCORE-Programm ist auf drei Ebenen ausgerichtet. Es umfasst übergreifende Konzernprojekte, gemeinsame Projekte der Airlines der Lufthansa Group sowie Projekte in einzelnen Gesellschaften. Jedes Vorhaben

durchläuft die Phasen der Konzeption, Evaluierung und Detailplanung, Umsetzung und Erfolgsmessung. Über den sogenannten SCORE-Tracker erfahren die Beteiligten stets den Status der entsprechenden Projekte. Das konzernweite Programm hat auch in unternehmenskultureller Hinsicht eine langfristige Bedeutung. Unsere Ziele sind Unternehmertum und Flexibilität sowie optimales Zusammenwirken innerhalb der Lufthansa Group. Das setzt die Leistungsbereitschaft und das ausgesprochene Engagement unserer Mitarbeiter voraus.



Mit umfassender Flottenmodernisierung Verantwortung leben

Die Lufthansa Group hat das Airline-Branchenziel, die Treibstoffeffizienz im Flugbetrieb jährlich um 1,5 Prozent zu steigern, im Jahr 2013 mehr als doppelt erfüllt. Erstmals in der Geschichte des Konzerns ist der spezifische Treibstoffverbrauch der Konzernflotte (gemessen in Liter Kerosin pro Passagier und 100 Kilometer) unter 4 l gesunken. Im zweiten Jahr in Folge konnten wir darüber hinaus den absoluten Kerosinverbrauch senken. Wir fliegen wirtschaftlicher und schonen gleichzeitig die Umwelt. Ausführliche Informationen zum Thema Treibstoffeffizienz erhalten Sie im Kapitel *Klima- und Umweltverantwortung* ab S. 44.

Die Lufthansa Group setzt derzeit das größte Flottenmodernisierungsprogramm der Unternehmensgeschichte um. Bis Ende 2025 stehen aktuell 261 Flugzeuge auf der Bestellliste – mit einem Investitionsvolumen von 32 Mrd. Euro zu Listenpreisen (Stand: 31.12.2013). Die Lufthansa Group investierte im Berichtszeitraum 2,5 Mrd. Euro. Davon entfielen 2,1 Mrd. Euro auf die Modernisierung und Instandhaltung der Flotte. Einen Schwerpunkt legt die Lufthansa Group auch auf den aktiven Schallschutz. Wir arbeiten laufend daran, die Anwohner im Flughafenumfeld unserer großen Drehkreuze weiter zu entlasten. Eine Übersicht hierzu bietet unser diesjähriges Fokusthema *Leiser in die Zukunft* ab S. 08.



Auszeichnungen für Nachhaltigkeitsengagement

Externe Experten und Agenturen bewerten die Lufthansa Group regelmäßig unter dem Gesichtspunkt des verantwortungsvollen Handelns. Der Konzern wurde im Jahr 2013 erneut in die Nachhaltigkeitsindizes FTSE4Good und Ethibel Excellence Investment Register sowie in zwei Indizes der

02

Die Elektromobilitäts-Initiative E-PORT AN, an der die Lufthansa Group beteiligt ist, erhielt von der Bundesregierung das Prädikat *Leuchtturm Elektromobilität*.



renommierten und auf Nachhaltigkeit spezialisierten Rating-Agentur ECPI aufgenommen.

Der FTSE4Good-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.



Sense in sustainability



Im Rahmen der Teilnahme am Carbon Disclosure Project (CDP) erreichte die Lufthansa Group im Vergleich zum Vorjahr erneut eine verbesserte Beurteilung. Diese unabhängige und weltweit aktive Investoreninitiative setzt sich dafür ein, dass Unternehmen nicht nur ihre CO₂-Emissionen offenlegen, sondern auch ihre Strategien, wie sie den CO₂-Ausstoß weiter senken wollen.

Die Lufthansa Group erhielt im Berichtsjahr erneut zahlreiche Auszeichnungen und Preise. Im Bereich der unternehmerischen Verantwortung wurden wir beispielsweise mit dem *Airline Business Technology Award* des Magazins *Airline Business* ausgezeichnet. Die Jury hob besonders die technische

Kompetenz und Innovationskraft der Lufthansa Technik hervor, die einen wichtigen Beitrag zur ökonomischen und ökologischen Nachhaltigkeit leistet.

Darüber hinaus gewann die Elektromobilitäts-Initiative E-PORT AN am Flughafen Frankfurt der Partner Lufthansa Group, Fraport AG, Land Hessen und Modellregion Elektromobilität Rhein-Main im Mai 2014 den renommierten *GreenTec Award* in der Kategorie *Luftfahrt*. Der Preis gilt als die wichtigste europäische Umwelt- und Wirtschaftsauszeichnung. Das Gemeinschaftsvorhaben hatte bereits im Jahr 2013 das Prädikat *Leuchtturm Elektromobilität* durch die Bundesregierung erhalten. Eine Übersicht über ausgewählte Preise und Auszeichnungen finden Sie auf Seite 129.



Unternehmerische Verantwortung organisatorisch verankert

Das Corporate Responsibility Council (CRC) ist für die Koordination und Weiterentwicklung aller nachhaltigkeitsrelevanten Aktivitäten und Initiativen innerhalb der Lufthansa Group verantwortlich. Dieses interdisziplinäre und bereichsübergreifende Gremium auf oberer Managementebene wird vom Leiter der Konzernstrategie geleitet. Dem CRC gehören neben dem Verantwortlichen für die

Konzernstrategie die Leiter der Konzernabteilungen Politik, Umweltkonzepte, Personal, Recht, Kommunikation, Investor Relations, Controlling und Corporate Sourcing an. Das CRC berichtet direkt an den Vorstand der Lufthansa Group. Zusätzlich tagt eine im Konzern eingerichtete Arbeitsgruppe, die Vertreter aus allen Bereichen der Nachhaltigkeit umfasst, regelmäßig zu aktuellen Themen und Fragestellungen unternehmerischer Verantwortung. Diese Arbeitsgruppe berichtet an das CRC.



Kopplung der unternehmerischen Verantwortung an finanzielle Anreize

Vorstand und Führungskräfte der Lufthansa Group erhalten ihre variablen Vergütungen zu Teilen auf Basis des Cash Value Added und anhand von Nachhaltigkeitsparametern wie Treibstoffeffizienz und CO₂-Emissionen, aber auch Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit. Die Lufthansa Group sichert den wirtschaftlichen Erfolg, indem sie die maßgeblichen Chancen und Risiken des Unternehmens regelmäßig untersucht und diese bei der unternehmerischen Steuerung berücksichtigt. Dadurch sind wir auf positive und negative Einflüsse vorbereitet und können darauf flexibel reagieren. Ausführliche Informationen zu unserem Risiko- und Chancenmanagement finden Sie im Geschäftsbericht 2013, Kapitel *Chancenbericht* ab Seite 97 und Kapitel *Risikobericht* ab Seite 102.



Rechtmäßiges Handeln ist für uns selbstverständlich

Corporate Governance bedeutet für die Lufthansa Group vor allem eine verantwortungsbewusste und auf nachhaltige Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensleitung und -kontrolle. Sie entspricht hohen internationalen Standards und ist von zentraler Bedeutung für die Transparenz gegenüber Aktionären und das Vertrauen in die Unternehmensführung.

Das deutsche Aktiengesetz und der Deutsche Corporate Governance Kodex sind dafür wesentliche Grundlagen. Weiterführende Informationen zum Thema Corporate Governance und Compliance ab S. 28.

Besonders im sozialen Bereich bestimmen nicht nur geltende Gesetze unseren Handlungsrahmen, sondern auch die Selbstverpflichtungen der Lufthansa Group. Hierzu gehört unsere Mitgliedschaft im UN Global Compact, der weltweit größten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Als erster Luftfahrtkonzern sind wir der Initiative im Jahr 2002 beigetreten, die der damalige UN-Generalsekretär Kofi Annan zwei Jahre zuvor ins Leben gerufen hatte. Die teilnehmenden Unternehmen verpflichten sich, ihre Geschäftstätigkeiten und Strategien an zehn universell anerkannten Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auszurichten. Die Lufthansa Group unterstützt die Prinzipien des UN Global Compact mit zahlreichen Programmen und Aktivitäten.

Die Lufthansa Group engagiert sich für eine Kultur der Vielfalt im eigenen Unternehmen und bekennt sich mit ihren Mitgliedschaften im UN Global Compact, bei der International Chamber of Commerce, bei Transparency International, im Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik sowie in Institutionen, die sich Einzelaspekten von Menschenrechten verschrieben haben, ausdrücklich zur Einhaltung der jeweiligen Normen und damit auch zu den Menschenrechten. Das Heimatland der Lufthansa, Deutschland, unterzeichnete 1951 die Einhaltung der ILO-Normen, womit diese – für unseren Konzern selbstverständlichen – Vorschriften auch für Lufthansa verbindlich sind.

In Ländern, in denen die Akzeptanz der Menschenrechte nicht selbstverständlich erscheint, versuchen wir durch beispielgebendes Verhalten gegenüber den eigenen Mitarbeitern Akzente zu setzen, die zu einer positiven Entwicklung im jeweiligen Land beitragen. Zwar ist die Realisierung der in der UN-Charta formulierten Menschenrechte Angelegenheit staatlicher und damit länderspezifischer Normgebung, jedoch trägt Lufthansa im Rahmen des vorbildlichen Umgangs mit ihren Beschäftigten zu folgenden Rechten bei:

- Recht auf Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit.
- Recht auf soziale Sicherheit.
- Recht auf Arbeit, freie Berufswahl und gerechte Arbeitsbedingungen.
- Entgeltgleichheit, Recht, Gewerkschaften zu bilden.
- Recht auf Erholung und regelmäßigen bezahlten Urlaub.
- Recht auf Lebensstandard zur Erhaltung der Gesundheit.
- Recht auf Bildung und freie Wahl der Bildungsform. ↵



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 Governance und Compliance

Die Lufthansa Group bringt Corporate Governance durch eine verantwortungsbewusste und auf nachhaltige Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensleitung und -kontrolle zum Ausdruck. Diese entspricht hohen internationalen Standards und ist von zentraler Bedeutung für unsere Transparenz gegenüber den Aktionären und die kontinuierliche Steigerung des Vertrauens in die Unternehmensführung.

Das deutsche Aktiengesetz und der Deutsche Corporate Governance Kodex sind dabei wesentliche Grundlagen. Die begründete Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex finden Sie im Geschäftsbericht 2013 auf Seite 17.

Darüber hinaus ist das Unternehmen im freiwilligen EU-Transparenzregister der Europäischen Kommission und des Europäischen Parlaments 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.



Das Lufthansa Compliance Programm sichert geltendes Recht

Compliance beschreibt alle Maßnahmen, die das rechtmäßige Verhalten von Unternehmen, ihren Leitungsorganen und ihren Mitarbeitern gewährleisten. Mit dem im Jahr 2004 eingeführten Lufthansa Compliance Programm sollen Mitarbeiter vor Gesetzesverstößen

bewahrt und gleichzeitig in der Anwendung und Auslegung von Gesetzenormen trainiert werden. 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 der Compliance

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 ernannt die Konzerngesellschaften Compliance Beauftragte und Compliance Manager. 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 einheitliches und rechtskonformes Verhalten zu gewährleisten. Lufthansa ist nicht bereit, etwaige Gesetzesverstöße ihrer Mitarbeiter hinzunehmen. Schuldhaftes Rechtsverletzungen führen zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen und können eine persönliche Haftung begründen. Das Lufthansa

Compliance Programm setzt sich zurzeit aus den Compliance Modulen Competition (Wettbewerb), Kapitalmarkt, Integrity (Integrität), Embargo und Corporate 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. Begleitet von Trainings erhalten auf diese Weise alle betroffenen Mitarbeiter und Betriebsorgane 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 aus Selbstverpflichtungen durch Mitgliedschaften in entsprechenden nationalen und internationalen Organisationen. Beispielhaft dafür sind das Bekenntnis der Lufthansa Group zu den Prinzipien des UN Global Compact sowie die Mitgliedschaft bei Transparency International. Die Integrity Compliance Richtlinie und Checkliste leisten Hilfestellung im Umgang mit Einladungen, Geschenken und anderen Zuwendungen.

Corporate Compliance

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

Embargo Compliance

Das Modul Embargo Compliance dient der Sicherstellung der Einhaltung von länder- und personenbezogenen Sanktionsvorschriften im Außenwirtschaftsverkehr durch den Lufthansa Konzern als global agierende Unternehmensgruppe. Die Embargo Compliance Richtlinie zeigt den betroffenen Mitarbeitern einen verbindlichen Handlungsrahmen auf.

Compliance regelmäßig schulen

Automatisierte IT-Prozesse stellen sicher, dass alle Mitarbeiter und Organe einmal jährlich die für sie relevanten Webbased-Trainings (E-Learning-Kurse) durchlaufen. Auch die Beschäftigten der Tochtergesellschaften haben Zugriff auf die E-Learning-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 Führungsseminaren, Managementkursen sowie anderen internen Fortbildungen und Tagungen.

Monitoring und Reporting

Self-Audits und Revisionsprüfungen stellen angesichts aktueller Anforderungen im Rahmen des Bilanzmodernisierungsgesetzes die effektive Umsetzung des Compliance Programms sicher. Darüber hinaus wird der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrates zweimal jährlich über aktuelle Compliance-relevante Entwicklungen im Konzern und den Stand der Umsetzung des Programms informiert. ↵

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 Rechtsanwalt Dr. Rainer Buchert aus Frankfurt 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.

Das Lufthansa Compliance Programm



Competition



Kapitalmarkt



Integrity



Embargo



Corporate

Programm bestehend aus fünf Modulen

Implementierung, Weiterentwicklung und Kommunikation durch das Compliance Office

Stakeholder-Dialog

Die Lufthansa Group sucht aktiv den konstruktiven und kritischen Austausch mit sämtlichen Interessengruppen (Stakeholder). Wir führen den Dialog auf den verschiedensten Ebenen und beziehen die daraus gewonnenen Erkenntnisse in unser Handeln ein, um gemeinsam eine nachhaltige Zukunft zu gestalten.

Offenheit, Klarheit und Kontinuität im Dialog sind eine unverzichtbare Voraussetzung, um bei unseren Interessengruppen das Vertrauen in unser Unternehmen zu bewahren und weiter auszubauen. Für uns ist es in mehrerlei Hinsicht wichtig, die Erwartungen, Interessen und Informationsbedürfnisse unserer Stakeholder zu verstehen. Neben dem kontinuierlichen Wissensaustausch schaffen wir gegenseitiges Vertrauen und Verständnis für beide Seiten.

Ein ganzheitlicher Stakeholder-Dialog ermöglicht darüber hinaus neue Formen der Zusammenarbeit und Kooperationen mit unseren Interessengruppen. Wir binden unsere Stakeholder stets in Entwicklungs- und Innovationsprozesse ein. Dazu gehören beispielsweise die Entwicklung neuer Sitze oder anderer Innovationen rund um das Produkt Fliegen sowie regelmäßige Kundenbefragungen. Wir suchen konstruktiv nach gemeinsamen Lösungen gesellschaftlicher Probleme und wollen gesellschaftliche Rahmenbedingungen verbessern. Hierzu zählt zum Beispiel unser Engagement im *Forum Flughafen und Region* sowie im Umwelt- und Nachbarschaftshaus am Flughafen Frankfurt.

Eine grundlegende Herausforderung im Dialog mit den Interessengruppen in verschiedenen Regionen der Welt ist deren

Vielfalt, die sich auch in unterschiedlichen Erwartungen ausdrückt. Hinzu kommen die jeweiligen Konzerngesellschaften und unsere weltweite Geschäftstätigkeit. Das erfordert ein hohes Maß an ausgleichender Steuerung des Dialogs.



Transparenz auch dank unseres Nachhaltigkeitsberichts *Balance*

Der Nachhaltigkeitsbericht *Balance* informiert unsere Stakeholder über Schwerpunkte und Fortschritte im Bereich unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir begannen zunächst im Jahr 1994 mit einem Umweltbericht und decken mittlerweile alle relevanten Aspekte unternehmerischer Verantwortung (Corporate Responsibility) ab. Der Nachhaltigkeitsbericht ist die umfassende Grundlage für den Dialog mit unseren Interessengruppen. Zusätzlich nutzen wir verschiedene Medien für eine zielgruppenorientierte Nachhaltigkeitskommunikation und entwickeln diese stetig weiter.

Beispielsweise bietet die Konzernkommunikation der Lufthansa Group seit Januar 2013 mit ihrem Informationsdienst *Corporate*

Responsibility – Stichwort der Woche unter anderem auch im Social-Media-Bereich einen wöchentlichen Service zu Themen rund um die unternehmerische Verantwortung.

Balance als Titel des Nachhaltigkeitsberichtes verdeutlicht unsere Verantwortung für eine Strategie des Ausgleichs zwischen den vielfältigen Interessen des Konzerns und seinen Stakeholdern. Die Einbindung dieser in unsere unternehmerischen Entscheidungsprozesse verstehen wir als kontinuierlichen Prozess.



Die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen erkennen

Die wesentlichen Handlungsfelder für unsere Nachhaltigkeitsstrategie und die Schwerpunkte unserer Nachhaltigkeitskommunikation glichen wir im Februar 2014 durch eine Befragung bei unseren Interessengruppen ab. Zu den Teilnehmern der Erhebung zählten Vertreter von Nichtregierungsorganisationen, Systempartner, Politik, Investoren, Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten und Nachhaltigkeitsexperten.



Unser Dialog mit einzelnen Anspruchsgruppen

Gemeinsam Zukunft gestalten ist der Leitgedanke unserer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Unternehmensführung. Ganz in diesem Sinne legen wir großen Wert auf einen kontinuierlichen und vertrauensvollen Dialog mit unseren Interessengruppen.

Kunden

Die Kunden stehen bei den Unternehmen der Lufthansa Group stets im Mittelpunkt. Ihre Zufriedenheit ist uns ein wichtiges Anliegen. Daher misst Lufthansa beispielsweise mithilfe des CPI (Customer Profile Index) seit mehr als einem Jahrzehnt systematisch, wie zufrieden unsere Fluggäste sind. Der Index bildet Kundenbewertungen entlang der Servicekette ab. Im Jahr 2013 erhöhte sich der CPI im Vergleich zum Vorjahr erneut – und zwar von 7.733 auf 7.804 Punkte. Die Zufriedenheit unserer Passagiere konnte um rund 1 Prozent gesteigert werden. Darüber hinaus sucht die Lufthansa Group kontinuierlich den Dialog mit ihren Kunden und gestaltete mit sogenannten Customer Advisory Boards einen neuen Feedback-Prozess (siehe *Kundenzufriedenheit*, S. 72).

Unsere Kunden und weitere Interessengruppen können sich zudem an den Standorten Frankfurt und Hamburg im Rahmen des Besucherdienstes *Discover Lufthansa* umfassend über die Lufthansa Group informieren und austauschen. Das Angebot richtet sich speziell an deutsche und internationale Topkunden unterschiedlicher Branchen sowie an Studenten, Hochschulabsolventen, Flughafenanrainer und Vertreter von Verbänden und Forschungseinrichtungen. Im Jahr 2013 nutzten in Frankfurt 4.645 Interessierte in 485 Expertenführungen und Veranstaltungen das Dialogangebot zu unterschiedlichen Themen – auch mit Bezug zum Thema Nachhaltigkeit. Rund 40 Prozent der Veranstaltungen entfielen auf Firmen- und Vertriebskunden. Den zweithöchsten Anteil mit 16 Prozent der Besucher verbuchten Forschungseinrichtungen und Institutionen wie beispielsweise das Max-Planck-Institut, das Fraunhofer-Institut, die Deutsche Flugsicherung (DFS) und die Schmalenbach Gesellschaft. Im Berichtsjahr

Die vielfältigen Interessengruppen der Lufthansa Group



[→ 03]

fanden darüber hinaus auch zahlreiche Veranstaltungen mit studentischen Gruppen und anlässlich von Schülerinformationstagen statt. Erstmals organisierte der Besucherdienst in den Monaten August und September 2013 Fahrradtouren für Mitarbeiter in Verbindung mit einer Besichtigung des Lufthansa Großraumflugzeugs A380 und verknüpfte so Information und Bewegung auf innovative Weise.

Die Vielfalt der Aktivitäten in der Unternehmensgruppe ist groß: Beispielsweise bot die Beteiligung der Lufthansa Group an der Aktion *Kunst privat!* Architektur- und Kunstinteressierten Gelegenheit, das Lufthansa Aviation Center am Flughafen Frankfurt am 8. und 9. Juni 2013 kennenzulernen. Am gleichen Wochenende fand der *Tag der Luftfahrt* statt. Das Highlight: die A380. Bereits am ersten Tag nutzten im Rahmen einer Verlosungsaktion mehr als 1.000 Besucher die Möglichkeit, das Lufthansa Flaggschiff hautnah zu erleben.

Besucherdienste betreiben auch die zur Lufthansa Group gehörenden Fluggesellschaften Lufthansa Cargo am Flughafen Frankfurt, Swiss am Flughafen Zürich und Austrian Airlines am Flughafen Wien.

Investoren

Die Lufthansa Group informierte ihre Investoren auch im Geschäftsjahr 2013 zeitnah, ausführlich und sachlich. Wir vermittelten ein aktuelles und transparentes Bild des Konzerns und seiner Perspektiven. Damit wollen wir das Vertrauen der Aktionäre gewinnen und wahren. Vorstand und Mitarbeiter der Abteilung Investor Relations standen auf den Quartalskonferenzen sowie auf 38 Roadshows und 9 Investorenkonferenzen institutionellen Investoren über die Entwicklung der Lufthansa Group Rede und Antwort. Im Rahmen dieser Veranstaltung führten sie auch mehr als 300 Einzel- und Gruppengespräche. Das Zukunftsprogramm SCORE sowie die Entwicklung der Lufthansa Passage und die Übernahme des dezentralen Verkehrs

durch Germanwings wurden in jeweils zwei zusätzlichen Veranstaltungen im Juni und Oktober erläutert. Ein besonderer Fokus lag zudem auf deutschen Privatanlegern: Vertreter von Investor Relations präsentierten im Jahr 2013 vier speziell für Privatanleger zugeschnittenen Foren. Ergänzt wurde das Angebot für Privataktionäre durch die *Aktionärsinfo*, die 2013 zweimal erschien. Zusätzlich zu den regelmäßigen Geschäfts- und Zwischenberichten informierte die Lufthansa Group in ihrer *Investor Info* den Kapitalmarkt monatlich über die Verkehrsentwicklung der Fluggesellschaften und aktuelle Themen aus dem Konzern. Ferner erhielten 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 stehen Interessierten auch im Internet auf der Homepage der Lufthansa Group zur Verfügung.

www.lufthansagroup.com/investor-relations

Mitarbeiter

Nachdem die Lufthansa Group im Jahr 2012 bereits zahlreiche neue Dialogformate für die Beschäftigten im In- und Ausland einführte (siehe auch *Balance 2013*, Seite 28), wurden diese im Jahr 2013 fortgeführt und weiterentwickelt. Ein Fokus lag darüber hinaus auf den Dialogformaten des Vorstands mit den Führungskräften. Im Berichtsjahr erfolgte eine Intensivierung webbasierter Formate, die eine möglichst hohe Erreichbarkeitsquote gewährleisten und einen persönlichen Informationsaustausch mit dem Top-Management ermöglichen sollen. Gleichzeitig bildeten die etablierten *Town Meetings* an unterschiedlichen Standorten der Lufthansa Group erneut eine Plattform für den Austausch zwischen Management und Mitarbeitern der Konzerngesellschaften. Zahlreiche Geschäftsfelder der Lufthansa Group implementierten darüber hinaus eigene Dialogformate, wie zum Beispiel Lufthansa Technik mit der neuen

Veranstaltungsreihe *MITeinanderREDEN*. Im Jahr 2013 führte das Unternehmen darüber hinaus seine *Dialog-Cockpit*-Veranstaltungen fort und richtete die neue Veranstaltungsreihe *Purser Forum 2013* ein.

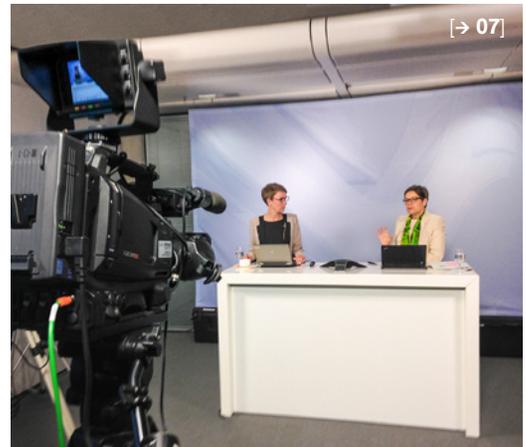
Nachbarn, Kommunen und Politik

Wir wollen zu einer wettbewerbsfähigen Verkehrsinfrastruktur für die deutsche Wirtschaft beitragen. Daher nutzen wir regionale und nationale Foren, um die Rolle des globalen Luftverkehrs in einem intermodalen Verkehrskonzept gegenüber Meinungsbildnern und politischen Entscheidungsträgern darzustellen. Ein Beispiel dafür ist der erste Deutsche Mobilitätskongress in Frankfurt am Main, an dem wir uns im Jahr 2013 beteiligten.

Die Lufthansa Group führt seit Langem einen umfassenden Dialog mit Vertretern des Bundes und der Landesregierungen. Wir bringen unser Praxiswissen in verschiedene Projekte und Vorhaben ein. Gleichzeitig verdeutlichen wir auf internationaler Ebene unsere Position bei rechtlichen und regulatorischen Vorgaben. Eine der wichtigsten gemeinsamen Anstrengungen ist beispielsweise der geplante einheitliche Luftraum über Europa.

Wir pflegen auch einen intensiven Austausch mit den Bürgermeistern und Behörden der Umlandgemeinden an unseren wichtigsten Unternehmensstandorten. Seit dem Jahr 2008 engagieren wir uns beispielsweise in Frankfurt im *Forum Flughafen und Region*, um gemeinsam mit den beteiligten Partnern Maßnahmen für einen wirkungsvollen Schallschutz zu entwickeln.

Auf der dritten „Cargo Climate Care Umweltkonferenz“ von Lufthansa Cargo am 24. April 2013 referierten und diskutierten zahlreiche Branchen-Experten über die Mega-Trends der Logistik und die daraus resultierenden Umwelthanforderungen. Das geschah unter anderem auf Grundlage einer Zukunftsstudie zu unterschiedlichen Szenarien der Logistik. [↪](#)



04
Dritte Cargo Climate Care Konferenz von Lufthansa Cargo im renommierten Senckenberg Museum in Frankfurt am Main.

05
Teilnahme der Lufthansa Group am 1. Deutschen Mobilitätskongress in Frankfurt am Main 2013.

06
Die Lufthansa Group öffnete das Lufthansa Aviation Center am Flughafen Frankfurt im Rahmen der Aktion *Kunst privat!*.

07
Der Dialog via Web-Conference ist in der Lufthansa Group ein zeitgemäßes Instrument, um eine breite Zielgruppe schnell zu erreichen.



[→ 08]



[→ 09]

08

Dank *Sharklets* ist die Lufthansa A320 immer effizienter unterwegs – Treibstoffeinsparung bis zu vier Prozent.

09/10

Die Lufthansa Group hat im Jahr 2013 hocheffiziente Flugzeuge der Typen Boeing 777-9X [→09] und A350-900 [→10] bestellt – der Einstieg in die 2-Liter-Klasse.

25 %

weniger Treibstoff

20 %

geringere Stückkosten

[→ 10]



Flottenentwicklung

Wir setzen Visionen um: 2,9 Liter Kerosin pro 100 Passagierkilometer

Der größte Hebel zu einem effizienteren Flugbetrieb ist die Investition in den technologischen Fortschritt. Daher kauft die Lufthansa Group modernste und damit besonders umweltfreundliche Flugzeuge. Aktuell läuft das größte Flottenerneuerungsprogramm in der Geschichte des Konzerns.

Am Jahresende 2013 standen konzernweit 261 Flugzeuge, die bis Ende 2025 ausgeliefert werden, auf unserer Bestellliste. Das Investitionsvolumen beläuft sich auf 32 Mrd. Euro zu Listenpreisen. Die neuen Flugzeuge sind äußerst effizient und bieten höchsten Kundenkomfort. Darüber hinaus führt die Leistungsfähigkeit und Effizienz der neuen Maschinen zu einer deutlichen Entlastung der Anwohner im Umfeld großer Luftfahrtdrehkreuze. Denn die bestellten Flugzeuge weisen im Vergleich zu ihren Vorgängermodellen deutlich geringere Lärmteppiche auf (siehe hierzu auch unser Fokusthema *Leiser in die Zukunft*, S. 08). Eine zeitgemäße und gut strukturierte Flotte ist die Basis für unseren wirtschaftlichen Erfolg. Sie sichert unsere Wettbewerbsfähigkeit in einem hochkompetitiven Marktumfeld.



Einstieg in die 2-Liter-Klasse auf der Langstrecke

Im September 2013 bestellte die Lufthansa Group 59 hochmoderne Flugzeuge: 34 Boeing 777-9X und 25 Airbus A350-900 werden die Langstreckenflotten der Lufthansa Group zukünftig ergänzen. Die Auslieferung der

Flugzeuge erfolgt bereits ab 2016. Bis 2025 werden damit ältere Flugzeuge der Typen Boeing 747-400 und Airbus A340-300 abgelöst. Diese jüngste Bestellung umfasst ein Investitionsvolumen von 14 Mrd. Euro zu Listenpreisen und ist die größte private Einzelinvestition in der deutschen Industrieschichte. Zur gesamtwirtschaftlichen Einordnung: Die Investition sichert allein bei der Lufthansa Group rund 13.000 Arbeitsplätze. Dazu kommen positive Beschäftigungseffekte bei unseren Partnern im Luftverkehr und bei anderen Zulieferern.

Die Flugzeugtypen A350-900 und Boeing 777-9X werden, bezogen auf den Kerosinverbrauch pro Passagier und 100 Kilometer Flugstrecke, so sparsam fliegen wie kein anderer vergleichbarer Flugzeugtyp. Im Schnitt werden die 59 neuen Flugzeuge dafür nur noch 2,9 l Kerosin verbrauchen. Das sind rund 25 Prozent weniger als bei heute verfügbaren Flugzeugen, was sich gleichermaßen positiv auf die CO₂-Bilanz auswirken wird. Die Stückkosten sinken gegenüber Vorgängermodellen um rund 20 Prozent. Die Harmonie ökologischer und ökonomischer Ziele ist hier besonders ausgeprägt. Diese Bestellung unterstreicht den Wunsch des Unternehmens, im Sinne der Umwelt in neueste Technologie zu investieren.



Letzter Propellerflug bei Lufthansa

Am 26. Oktober 2013 endete bei Lufthansa eine Ära. Denn an diesem Tag absolvierte die Lufthansa Regionaltochter Air Dolomiti ihren letzten Flug mit einer Propellermaschine vom Typ ATR 72-500. Die Außerdienststellung älterer Propellerflugzeuge ist ein weiterer Schritt bei der Modernisierung und Konsolidierung der Europaflotte. Künftig setzt Lufthansa in ihrer Regionalflotte ausschließlich Flugzeug-Jets der Typen Embraer 190/195 und Bombardier CRJ700/900 ein, die Platz für 70 und mehr Passagiere bieten. In der Lufthansa Group sind nun nur noch bei Austrian Airlines Propellerflugzeuge im Einsatz, die modernen Turboprops DHC 8 in der neuesten Version Q400. Bis Ende 2015 wird Lufthansa darüber hinaus ihre noch verbleibenden Flugzeuge vom Typ Boeing 737 außer Dienst stellen.



Geräuscharme und hocheffiziente Triebwerke für die A320neo-Familie

Die Lufthansa Group bestellte in den letzten Jahren insgesamt 100 Flugzeuge der Airbus A320neo-Familie (*neo* steht für New Engine Option). 60 Flugzeuge dieses Typs werden mit PW1100G-Triebwerken von Pratt & Whitney ausgestattet, 40 weitere mit den Triebwerken von CFM-International des Typs LEAP-1A. Beide Triebwerke weisen hinsichtlich ihrer Flugleistung und Umweltverträglichkeit vergleichbare Werte auf. So verbessern sie beispielsweise nochmals deutlich die Treibstoffeffizienz. Im Vergleich zu entsprechenden Vorgängermodellen benötigen sie rund 15 Prozent weniger Kraftstoff und stoßen entsprechend weniger Kohlendioxid aus.

Der Konzern erhält in diesem Jahr bereits insgesamt 23 Flugzeuge der neuesten Generation: sechs Langstreckenflugzeuge vom Typ Boeing 747-8, zwei Airbus A380, zwei Boeing 777-F, eine A330 sowie zwölf Maschinen der A320-Familie.



Lufthansa Cargo hebt mit Boeing 777-Frachter ab

41 Jahre nach dem Erstflug des legendären Jumbo-Frachters startete Lufthansa Cargo am 19. November 2013 erneut mit einem Flug nach New York in eine neue Ära der Luftfracht: Der erste Boeing 777-Frachter von Lufthansa Cargo hob an diesem Tag im Linienbetrieb ab. Lufthansa Cargo bestellte bei dem US-amerikanischen Flugzeugbauer Boeing insgesamt fünf der neuen zweistrahligen Frachter, von denen im Berichtsjahr 2013 zwei in Dienst gestellt wurden. Die spezifischen CO₂-Emissionen der Boeing 777-F sind um fast 20 Prozent geringer als die der MD-11-Frachtflugzeuge, die Lufthansa Cargo ebenfalls betreibt. Die *Triple Seven* gilt als das modernste,

effizienteste und leiseste Frachtflugzeug seiner Klasse. Insbesondere auf Langstreckenflügen bietet sie laut Herstellerangaben eine größere Effizienz und Kapazität als jeder andere Frachter mit zwei Triebwerken. Auch die Frachtfluggesellschaft AeroLogic, an der Lufthansa Cargo zu 50 Prozent beteiligt ist, verfügt über eine Flotte von hochmodernen und effizienten 777-Frachtflugzeugen.

Weitere Investitionen der einzelnen Fluggesellschaften



Swiss: Leiser und effizienter unterwegs mit den CSeries ab 2015

Swiss International Air Lines erhält ab 2015 insgesamt 30 Flugzeuge der CSeries von Bombardier, die die bisher eingesetzten Regionalflugzeuge vom Typ Avro RJ100 ersetzen werden.



Germanwings

Germanwings, der Qualitäts-Anbieter der Lufthansa Group im Niedrigkosten-Segment, betreibt eine Airbus A319/A320-Flotte. Im Jahr 2013 erhielt die Fluggesellschaft vier neue Flugzeuge dieser Baureihe. Zwei weitere Flugzeuge gehen der Flotte im Jahr 2014 zu.



Austrian Airlines

Austrian Airlines trieb die Homogenisierung der Europaflotte auf die Airbus A320-Familie weiter voran. Die Boeing B737 stellte die Airline im Jahr 2013 vollständig außer Dienst. Für die Langstrecke wurde die Flotte ab Sommerflugplan 2014 um eine weitere Boeing 777-200 erweitert.



Bestand von 622 Flugzeugen per 31. Dezember 2013

Im Jahr 2013 stellte die Lufthansa Group 31 neue Flugzeuge in Dienst. Zum 31. Dezember 2013 hatte die Konzernflotte einen Bestand von 622 Flugzeugen. Zur Flotte der Lufthansa Group gehören die Flugzeuge von Lufthansa (inklusive Germanwings und Regionalpartner), Swiss, Austrian Airlines und Lufthansa Cargo. Alle Flugzeuge der Lufthansa Group werden kontinuierlich hinsichtlich Lärmverminderung und Kraftstoffverbrauch optimiert. Das durchschnittliche Alter der Konzernflotte (operative Flotte) betrug zum Jahresende 2013 elf Jahre.



Einheitliche Grundstandards in der Kabine bringen Kostenvorteile

Bei der Ausstattung der Flugzeuge beziehungsweise der Kabine setzt die Lufthansa Group auf einheitliche Grundstandards für ihre Fluggesellschaften. 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 dient den Fluggesellschaften als Grundlage für individuelle Detailspezifikationen, die aber dennoch aus Flexibilitätsgründen so wenig wie möglich voneinander abweichen sollen. ↘



Die Flotte der Lufthansa Group

Stand 31.12.2013 (Veränderungen gegenüber 2012) ↙

	Bestand ¹		Alter ¹		In Operation ²		Alter ²	
Lufthansa	360	(±0)	10,5	(-0,3)	273	(-3)	11,6	(-0,6)
Lufthansa CityLine	30	(-4)	9,8	(+0,5)	61	(+1)	6,1	(+0,5)
Air Dolomiti	5	(-1)	11,9	(+0,7)	10	(-6)	2,9	(-5,4)
Augsburg Airways ³	0	(±0)			0	(-14)		
Contact Air ⁴	0	(±0)			0	(-2)		
Eurowings	0	(-1)			23	(±0)	3,7	(+1,0)
Germanwings	36	(+4)	7,2	(+0,2)	44	(+12)	9,5	(+2,5)
Swiss (inklusive Edelweiss Air)	94	(+2)	12,3	(+0,6)	92	(+1)	12,3	(+0,5)
Austrian Airlines	77	(-7)	14,7	(+1,2)	74	(-4)	14,6	(+1,0)
Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe	602	(-7)			577	(-15)		
Lufthansa Cargo	20	(+2)	14,1	(-0,6)	19	(+1)	13,8	(-0,9)
Geschäftsfeld Logistik	20				19			
Lufthansa Group	622	(-5)	11,2	(+0,1)	596	(-14)	11,0	(±0,0)

1 Im Bestand des Konzerns befindliches Gerät.

2 Im Dienst des Konzerns befindliches Gerät.

3 Augsburg Airways flog im Dienst der Lufthansa bis Ende Sommerflugplan 2013.

4 Die Kooperation mit Contact Air endete im September 2012.

Nachhaltigkeit im Beschaffungsprozess

Als global operierendes Luftfahrtunternehmen steht die Lufthansa Group für fairen Wettbewerb, Integrität und verantwortungsvolles Handeln. Der Konzern bekennt sich uneingeschränkt zur Einhaltung der jeweils geltenden Gesetze, Richtlinien und Regelungen. Das erwartet die Lufthansa Group nicht nur von den Mitarbeitern, sondern auch von ihren Lieferanten und Wettbewerbern.

Mit der Integration von Nachhaltigkeit in den Beschaffungsprozess übernimmt Lufthansa unternehmerische Verantwortung. Gleichzeitig minimieren wir Risiken und wenden dadurch potenziellen Schaden vom Unternehmen ab. Als weltweit agierender Konzern mit fast 500 Konzern- und Beteiligungsgesellschaften ist dies eine herausfordernde Aufgabe.



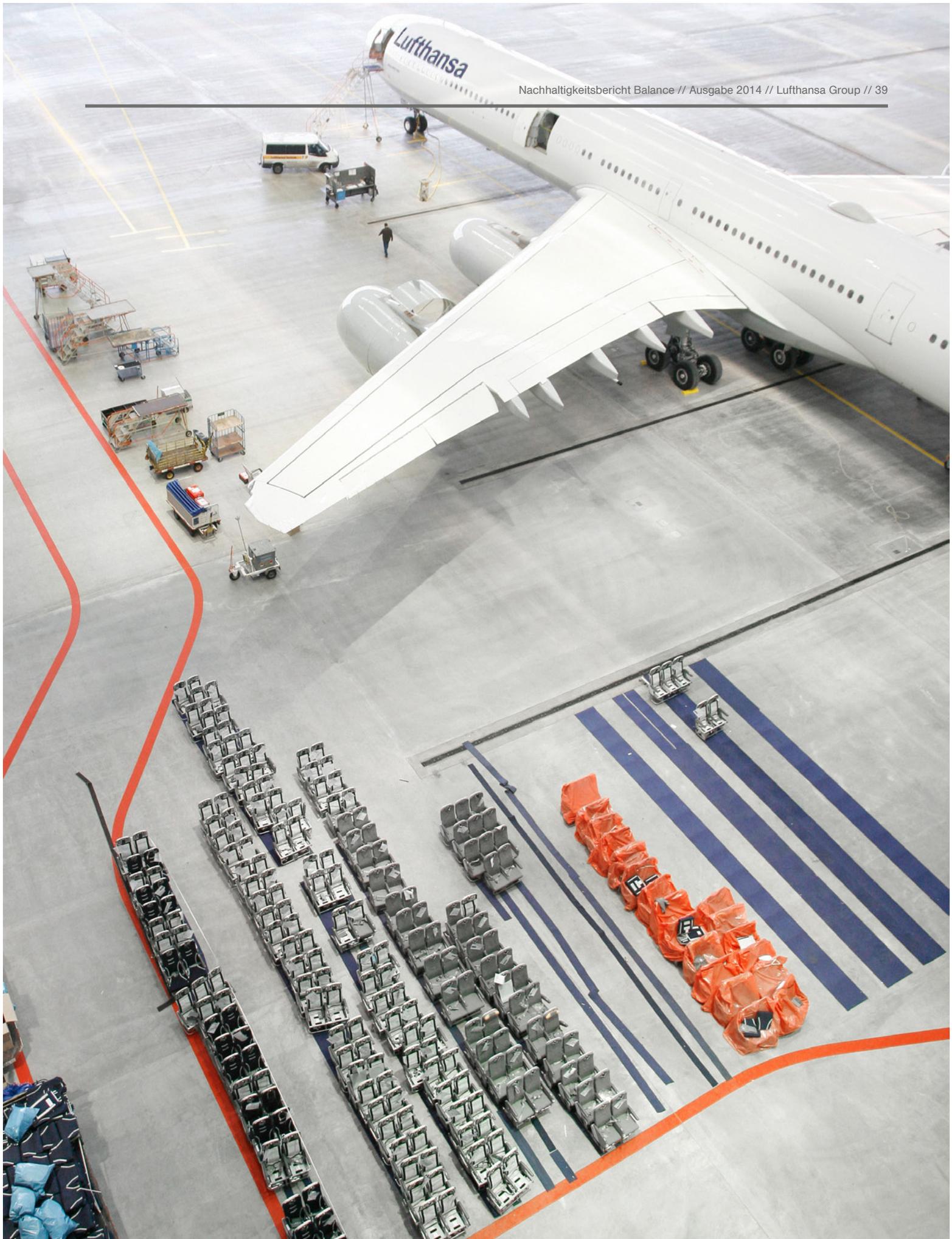
Konzerneinkaufsrichtlinie verabschiedet

Der Vorstand verabschiedete im Mai 2013 eine Konzerneinkaufsrichtlinie, die Lieferanten vorschreibt, sich für soziale und ökologische Verantwortung zu verpflichten. Die Richtlinie ist als Dachrichtlinie für alle Einkaufsrichtlinien der Konzerngesellschaften zu verstehen. Darüber hinaus dient sie als Handbuch für Einkäufer sowie für alle Mitarbeiter mit Kontakten im Beschaffungsmarkt. Sie wird regelmäßig aktualisiert und angepasst.

Die Richtlinie schreibt unter anderem die Aufnahme folgender Verpflichtungen in Verträge mit Lieferanten vor:

- Einhalten der zehn Prinzipien gemäß UN Global Compact. Die Prinzipien reichen von der Achtung von Menschenrechten über Verpflichtungen zu Arbeitsnormen und Umweltschutz bis zur Korruptionsbekämpfung. Die Deutsche Lufthansa AG trat im Jahr 2002 als erster Luftfahrtkonzern dieser strategischen Initiative für Unternehmen der Vereinten Nationen bei und verpflichtet sich damit, für die darin formulierten zehn Prinzipien einzustehen (siehe Übersicht „Global Compact“ auf S. 27).
- Einhalten der vier Kernarbeitsnormen der International Labour Organisation (ILO). Dies betrifft die Vereinigungsfreiheit, das Recht auf Kollektivverhandlung, die Beseitigung von Zwangs- und Kinderarbeit sowie das Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf.
- Zulassen angekündigter und unangekündigter Audits durch Unternehmen der Lufthansa Group beim Lieferanten.
- Einräumen des Rechts für Lufthansa, bei Verstoß gegen die vorstehenden Vereinbarungen das Vertragsverhältnis zu kündigen. Des Weiteren müssen die Zulieferer die Leitlinien zur Umweltvorsorge der Lufthansa Group berücksichtigen.

Durch diese Verpflichtungen stellt der Konzern sicher, dass auch in der Lieferkette das Thema Nachhaltigkeit ernst genommen und gelebt wird. Unsere Einkäufer schulen wir im Rahmen unseres konzernübergreifenden Weiterbildungsangebots, der *Procurement Academy*, um sie mit den Konzerneinkaufsrichtlinien vertraut zu machen. 



Lokale Wertschöpfung

Für den gesamten Luftfahrtstandort Deutschland und die Regionen sind die großen deutschen Luftverkehrsdrehkreuze von herausragender volkswirtschaftlicher Bedeutung. Insbesondere der Frankfurter Flughafen, eines der weltweit führenden Passagier- und Frachtdrehkreuze, ist aufgrund seiner zentralen Lage für die exportorientierte deutsche Wirtschaft und die gesamte deutsche Logistikindustrie von hoher Relevanz. Darüber hinaus leisten auch die anderen Drehkreuze der Lufthansa Group, München, Zürich, Wien und Brüssel, jeweils einen wichtigen Beitrag zur lokalen Wertschöpfung.

Die Fluggesellschaften der Lufthansa Group sichern in ihren Heimatländern Arbeitsplätze für zehntausende Menschen und sind ein wichtiger Faktor für das Bruttoinlandsprodukt (BIP). Sie sind insbesondere für die exportorientierten Unternehmen in den jeweiligen Ländern elementar. So weisen beispielsweise in Deutschland über 73 Prozent der Industrieunternehmen dem Luftverkehr eine wichtige oder sehr wichtige Rolle zu. Dies ergab eine Umfrage des ifo Instituts, in der mehr als 7.000 Unternehmen im März 2013 zum Stellenwert des Luftverkehrs befragt wurden. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutsche Wirtschaft. Besonders interessant: Diejenigen Sektoren, die in Deutschland überdurchschnittlich wachsen, wie Maschinenbau, pharmazeutische Industrie oder Kraftfahrzeugbau, sind genau jene, die am meisten Wert auf eine erstklassige Anbindung an den Luftverkehr legen. Der Verkehrsträger ist damit für jene Wirtschaftssektoren der Industrie zentral, die in den letzten Jahren maßgeblich zu Wachstum und Wohlstand beitragen. Die Bruttowertschöpfung der Industrie beträgt hierzulande etwa 23 Prozent der Gesamtwertschöpfung, EU-weit sind es rund 15 Prozent.



Lokale Wertschöpfung am Beispiel unseres Drehkreuzes Frankfurt

Am Frankfurter Flughafen sind rund 78.000 Mitarbeiter beschäftigt. Er ist damit die größte lokale Arbeitsstätte Deutschlands. Zugleich ist Frankfurt der Heimatflughafen der Deutschen Lufthansa AG, die mit mehr als 36.000 Beschäftigten Hessens größter Arbeitgeber ist. Zusätzliche Arbeitsplätze entstanden am Frankfurter Flughafen mit Eröffnung der Landebahn Nordwest am 21. Oktober 2011 und mit dem neuen Terminal A-Plus. Der Ausbau des Frankfurter Flughafens ist damit Grundlage für weiteres Wirtschaftswachstum. Dadurch wird auch die Standortattraktivität für internationale Unternehmen sowie die Anbindung der lokalen Wirtschaft an die internationale Arbeitsteilung weiter gestärkt. Mit jährlich mehr als 58 Mio. Passagieren und über 2 Mio. Tonnen Fracht ist der Frankfurter Flughafen ein zentraler Knotenpunkt für Menschen und Güter.

Umso wichtiger ist es, den bedeutenden deutschen Export- und Logistikstandort Frankfurt nicht weiter zu beschneiden. Das betrifft vor allem Einschränkungen der Betriebszeiten. Die Gesellschaften der Lufthansa Group sind im Rahmen eines immer schärferen weltweiten Wettbewerbs auf wettbewerbsfähige Betriebszeiten an ihren Drehkreuzen angewiesen. Bereits heute gelten in Frankfurt die restriktivsten Betriebsbeschränkungen aller Großflughäfen weltweit. Zusätzliche Einschränkungen würden ausländische Wettbewerber zum Nachteil der heimischen Fluggesellschaften und damit auch der lokalen Wertschöpfung stärken. Damit Frankfurt auch weiterhin zu den weltweit bedeutendsten Knotenpunkten zählen kann, braucht der Flughafen eine langfristige, international wettbewerbsfähige Perspektive.



[→ 11]

Stärkung der Region

Die Deutsche Lufthansa AG und die Fraport AG vergaben im Jahr 2013 erneut zahlreiche Aufträge an Unternehmen in der Rhein-Main-Region. Das regionale Auftragsvolumen beider Unternehmen lag bei mehr als 2 Mrd. Euro. Diese Ausgaben schaffen Arbeitsplätze und die lokale Wertschöpfung. Insbesondere Lufthansa trägt mit ihren jährlich mehr als 1,5 Mrd. Euro Ausgaben für regionale Lieferanten und Dienstleistungen zur Sicherung von Arbeitsplätzen und Wertschöpfung in der Rhein-Main-Region bei. Von der Sicherheitstechnik am Flughafen bis hin zur Küche und zum Wein aus lokalen Anbaugebieten im Speiseangebot an Bord profitieren zahlreiche Unternehmen unterschiedlicher Branchen in der Metropolregion Rhein-Main.

Die hohe volkswirtschaftliche Bedeutung des internationalen Drehkreuzes Frankfurt für die Region bestätigte kürzlich ein aktuelles Gutachten des unabhängigen schweizerischen Beratungs- und Forschungsunternehmens Infras im Auftrag der Fraport AG. Demnach sichert Deutschlands größtes Luftverkehrsdrehkreuz rund 116.000 Arbeitsplätze bei Betrieben und Unternehmen auf dem

Flughafengelände (*direkte Effekte*) sowie bei den in der Wertschöpfungskette vorgelagerten Lieferanten und Dienstleistern auch außerhalb der Region (*indirekte Effekte*). Das entspricht 2,9 Prozent der Gesamtbeschäftigtenzahl in Hessen. Die von diesen Beschäftigungseffekten ausgehende Wertschöpfung beträgt 9,1 Mrd. Euro und damit 3,4 Prozent der gesamten hessischen Volkswirtschaft. Jeder dreißigste Euro in Hessen wird derzeit direkt am oder wegen des Flughafens Frankfurt umgesetzt. Zudem stößt der Flughafen durch das Konsumverhalten aus den Erwerbseinkommen der Beschäftigten von Flughafenbetrieben und Zulieferern etwa 59.000 weitere Jobs an. Damit profitieren insgesamt rund 175.000 Menschen von den positiven ökonomischen Effekten durch den Luftverkehr in Frankfurt.



Lufthansa sichert nachhaltige und zukunftsorientierte Infrastruktur-Investitionen am Standort München

Das größte derzeit laufende Ausbauprojekt mit Lufthansa Beteiligung ist der Bau des Satellitenterminals am Flughafen München, das in der ersten Ausbaustufe für 11 Mio. Passagiere pro Jahr ausgelegt ist. Der Satellit wird als sogenannter *green satellite* konzipiert. Für das Gebäude gilt die ambitionierte Zielvorgabe, dass der CO₂-Ausstoß künftig um 40 Prozent niedriger liegen soll als in den beiden bestehenden Terminals. Gebaut, finanziert und betrieben wird das neue Satellitengebäude ebenso wie das bestehende Terminal 2 durch die Flughafen München GmbH und die Deutsche Lufthansa AG in einem Anteilsverhältnis von 60 zu 40. Der stangenförmige Satellit wird auf drei Passagierebenen über insgesamt 52 Gates verfügen und den Fluggästen über 27 gebäudenaher Abstellpositionen einen bequemen Zugang zu den Flugzeugen ermöglichen. Die bauliche Fertigstellung des Gebäudes ist für 2015 geplant.

Am Flughafen München stoßen die Entwicklungsmöglichkeiten kapazitätsmäßig mit dem derzeit bestehenden Zwei-Bahn-System an ihre Grenzen. Der Bayerische Verwaltungsgerichtshof traf am 19. Februar 2014 mit seinem Urteil zum Planfeststellungsbeschluss für die dritte Start- und Landebahn am Flughafen München eine wichtige Entscheidung für die Luftverkehrswirtschaft in Deutschland und die Entwicklung der Region. Die juristische Weichenstellung für eines der bedeutendsten Infrastrukturprojekte in Deutschland schafft eine wichtige Voraussetzung für eine nachfragegerechte Weiterentwicklung des Luftverkehrsstandortes München. Die dritte Start- und Landebahn hat eine Schlüsselfunktion für die Zukunftsfähigkeit des Flughafens und von Lufthansa am Standort München. Sie legt den Grundstein für ein langfristiges und nachhaltiges Wachstum. Dies führt zu einer verbesserten Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Umfeld und ist vor allem Grundlage für die Sicherung bestehender und die Schaffung neuer Arbeitsplätze. Eine dritte Start- und Landebahn in München ist die einzige Möglichkeit, echte Kapazitätserweiterungen der Luftverkehrsinfrastruktur am Standort Deutschland zu schaffen.

Die Lufthansa Group erkennt das Bedürfnis der Anwohner im Flughafenumland nach (Nacht-)Ruhe an und nimmt dieses sehr ernst. Das Unternehmen ist seit Jahren bestrebt, die im Flughafenumfeld durch den Flugverkehr

entstehenden Lärmemissionen zu senken, und investiert kontinuierlich in den aktiven Lärmschutz. Lesen Sie mehr dazu in unserem Fokusthema *Leiser in die Zukunft* (siehe Seite 08).

Die Deutsche Lufthansa AG ist mit mehr als 10.000 Mitarbeitern der größte Arbeitgeber am Luftverkehrsstandort München und ein Motor für die regionale Wertschöpfung. Im Jahr 2012 wurden zahlreiche Aufträge an Unternehmen im unmittelbaren Flughafenumland vergeben. Das regionale Auftragsvolumen aller am Flughafen München ansässigen Unternehmen der Lufthansa Group und der Bezug von Dienstleistungen und Waren direkt bei anderen Unternehmen am Flughafen lag zusammen bei über 1 Mrd. Euro. Diese Ausgaben sichern Arbeitsplätze und Wertschöpfung in der Region.

Mit dem Umzug der Verwaltung der Lufthansa CityLine werden im zweiten Halbjahr 2014 rund 300 hochqualifizierte Arbeitsplätze von Köln nach München verlagert und eine weitere Stärkung des Standortes München erreicht. Damit wird auch der Ausrichtung der Airline auf kontinentale Zubringerflüge in die Lufthansa Drehkreuze Frankfurt und insbesondere München Rechnung getragen.



Drehkreuz Zürich sichert Wertschöpfung

Die Schweizerische Luftfahrt und deren Zulieferbetriebe beschäftigen rund 180.000 Menschen. Damit liegt die Wertschöpfung bei 30 Mrd. Franken, wobei der Hauptanteil auf die Aktivitäten am Flughafen Zürich fällt. Die Flughafen Zürich AG gab im Jahr 2012 bei der Arbeitsgemeinschaft Infrac/BAK Basel eine Studie zur volkswirtschaftlichen Bedeutung des Flughafens Zürich in Auftrag. Neben der Untersuchung der bereits erwähnten *direkten* und *indirekten* Effekte auf die Beschäftigung und den Beitrag zur Wertschöpfung wurde dabei auch die Relevanz des Flughafens Zürich für den Tourismus, die Luftfracht und den Export sowie für den Standortfaktor *Erreichbarkeit* in die Betrachtung einbezogen. Die Studie belegt die hohe wirtschaftliche Bedeutung dieses Luftfahrt-drehkreuzes für die Schweiz.



Luftfahrt-Cluster Hamburg Aviation

Die Metropolregion Hamburg zählt neben Seattle/USA und Toulouse/Frankreich zu den wichtigsten Luftfahrtstandorten weltweit. Mit 40.000 Mitarbeitern – davon über 9.000 bei diversen Unternehmen der Lufthansa Group – ist sie in der Region der größte Industriesektor. Zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren der Luftfahrtindustrie in Hamburg zählt die unternehmensübergreifende Zusammenarbeit. Insgesamt rund 300 Luftfahrtunternehmen, Hochschulen und Behörden kooperieren neben den drei Branchenriesen Airbus, Lufthansa Technik und dem Flughafen im Branchen-Cluster *Hamburg Aviation*. Lufthansa Technik bringt sich dabei maßgeblich in den Bereichen Forschung und Entwicklung sowie Aus- und Weiterbildung ein. 



12
Lufthansa Drehkreuz
München.

13
Zürich – bedeutendes
Drehkreuz von Swiss.

14
Flughafen Hamburg –
größter Standort und
Unternehmenssitz der
Lufthansa Technik AG.





→ Klima- und Umweltverantwortung



→ Klima- und Umweltverantwortung sind zentral für unsere wertorientierte Unternehmensführung. Fortschritte sind im ökonomischen wie ökologischen Sinne ein Erfolgsfaktor.

3,91

Liter Kerosinverbrauch
pro Passagier und
100 Kilometer

114.152

Tonnen weniger
Kerosinverbrauch
als 2012

1.000

Ideen und Projekte
zur Steigerung der
Treibstoffeffizienz

20

Jahre Engagement
in der Klimaforschung

Strategie und Management

Mobilität verantwortungsvoll gestalten

Die Lufthansa Group steuert das Unternehmen wertorientiert mit zentraler Verantwortung für Klima und Umwelt. Damit wir die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit kontinuierlich verringern, setzen wir benötigte Ressourcen so effizient wie möglich ein.

Das Kerngeschäft der Lufthansa Group ist die Passagierbeförderung. Die wesentlichen Umweltauswirkungen ergeben sich daher aus dem Flugbetrieb. Für die Flüge benötigen wir Kerosin, durch dessen Verbrennung Kohlendioxid (CO₂) und andere Emissionen (zum Beispiel Stickoxide und unverbrannte Kohlenwasserstoffe) entstehen. Jede Tonne Kerosin, die wir einsparen, entlastet die Umwelt um 3,15 Tonnen CO₂. Entsprechend richten wir unsere Anstrengungen im Bereich der Umweltvorsorge auf eine kontinuierliche Verbesserung der Treibstoffeffizienz, welche sich positiv auf den *CO₂-Fußabdruck* auswirkt. Wichtige Handlungsfelder sind aber auch das Energie- und Ressourcenmanagement am Boden und beim Catering, unser Forschungsengagement sowie der aktive Lärmschutz.

Für unseren Erfolg nach ökonomischen und ökologischen Maßstäben ist die Energieeffizienz im Flugbetrieb von erheblicher Relevanz. Die konzernweiten Treibstoffkosten machen mittlerweile mehr als 22 Prozent der betrieblichen Aufwendungen aus und stellen für die Lufthansa Group somit einen wesentlichen Kostenfaktor dar. Erfolgreich implementierte Maßnahmen zur Senkung des Treibstoffverbrauchs wirken sich daher besonders positiv auf den Unternehmenserfolg aus, verbessern sie doch gleichzeitig unser Ergebnis und unsere Umweltbilanz.

Für unseren Unternehmenserfolg nach ökonomischen und ökologischen Maßstäben ist die Energieeffizienz im Flugbetrieb von erheblicher Relevanz.

Die Lufthansa Group hat den Anspruch, Mobilität für ihre Kunden auch in Zukunft so umweltverträglich wie möglich zu gestalten. Eine besondere Herausforderung sehen wir daher in dem weltweit stetig wachsenden Mobilitätsbedürfnis. Diese Entwicklung wird vor allem durch den steigenden Bedarf an Mobilität in den Schwellenländern verstärkt.

Der Weltluftfahrtverband IATA rechnet nach seiner Prognose (Airline Industry Forecast 2013–2017) vom Dezember 2013 mit einem weltweiten Passagierwachstum von 31 Prozent bis zum Jahr 2017. Die Zahl der Passagiere soll demnach von 2,98 Mrd. im Jahr 2012 auf 3,91 Mrd. Fluggäste im Jahr 2017 steigen. Dies entspräche einem jährlichen Wachstum von 5,4 Prozent. Im Zeitraum 2012 bis 2013 wuchs die Zahl der Passagiere um 5,2 Prozent. Das entspricht dem durchschnittlichen Anstieg der letzten 30 Jahre.



Strategisches Umweltprogramm 2020 →

Die Lufthansa Group setzte sich im Bereich der Klima- und Umweltverantwortung ehrgeizige Ziele. Bereits im Jahr 2008 legten wir dazu ein strategisches Umweltprogramm auf. Damit möchten wir bis zum Jahr 2020 weitere Fortschritte im Bereich der Klima- und Umweltverantwortung erzielen. In allen Feldern des Umweltprogramms kann die Lufthansa Group Erfolge vorweisen. Dazu gehört neben Milliardeninvestitionen in moderne und leisere Flugzeuge auch die Pionierleistung bei der weltweit ersten Langzeiterprobung alternativer Kraftstoffe (Bio-Kerosin) im Jahr 2011. Darüber hinaus setzen wir auf optimierte Flugverfahren und Bodenprozesse, ökologisches Bauen und den Ausbau der Umweltmanagement-Systeme in den Konzerngesellschaften. Seit Umsetzung des strategischen Umweltprogramms im Jahr 2008 konnten wir die Treibstoffeffizienz im Flugbetrieb um mehr als 7 Prozent steigern, gegenüber dem Beginn der Messungen im Jahr 1991 bereits um 36,2 Prozent. Würde die Lufthansa Group heute noch mit den Flugzeugen der Flotte aus dem Jahr 1991 fliegen, hätte sie im Jahr 2013 rund 5 Millionen Tonnen mehr Kerosin verbraucht und damit rund 16 Millionen Tonnen mehr CO₂ emittiert. Das wäre fast 60 Prozent mehr als heute.

Die Luftfahrtunternehmen stehen daher vor der Herausforderung, die Umweltverträglichkeit des Fliegens bei einer stetig zunehmenden Transportleistung weiter zu erhöhen. Trotz erheblicher Wachstumsraten sinkt der Anteil des Luftverkehrs an den weltweiten CO₂-Emissionen aus der Verbrennung fossiler Kraftstoffe seit Jahren. Im Jahr 2010 lag dieser Anteil gemäß der letzten Veröffentlichung der Internationalen Energieagentur (International Energy Agency, IEA) aus dem Jahr 2012 noch bei knapp 2,45 Prozent.



Organisation des Klima- und Umweltmanagements

Die konzernübergreifenden Ziele, Strategien und Maßnahmen im Bereich der Klima- und Umweltverantwortung koordiniert die Abteilung *Umweltkonzepte Konzern*. Sie ist Teil der Stabsabteilung Konzernpolitik. Mit der Konzernstrategie besteht ein regelmäßiger Austausch. Zudem verfügen alle größeren Gesellschaften mit Umweltrelevanz über eine eigene Umweltabteilung, einen Umweltbeauftragten oder einen Koordinator.

Im Rahmen des Umweltforums der Lufthansa Group tagen die Umweltexperten zweimal im Jahr, um aktuelle Themen zu besprechen und Synergieeffekte zu nutzen. Im Februar 2014 initiierte die Lufthansa Group darüber hinaus ein internes Energieforum. An dem Wissens-

transfer und Best-Practice-Austausch nehmen Experten aus allen Bereichen des Unternehmens teil, damit wir neben den Umweltzielen im Luftraum auch am Boden weitere Effizienzsteigerungen erreichen können.

An den Themen Treibstoffeffizienz und alternative Kraftstoffe arbeiten Expertenteams. Entsprechend der Bedeutung des Themas Treibstoffeffizienz und CO₂-Emissionen verfügt die Lufthansa Group seit 2013 über die eigene Abteilung *Fuel Efficiency*. Experten aus verschiedenen Konzerngesellschaften arbeiten kontinuierlich daran, Maßnahmen zur Senkung des Treibstoffverbrauchs zu entwickeln und umzusetzen. Eng mit dem Thema Treibstoffeffizienz verknüpft sind die Erprobung und der Einsatz von alternativen Kraftstoffen im Flugbetrieb. Die Lufthansa Group engagiert sich hier aktuell in unterschiedlichen Zukunftsprojekten.

Konzernweite Standards und Richtlinien

Bereits im Jahr 1996 verabschiedete der Vorstand konzernweit gültige Leitlinien zur Umweltvorsorge. Die Lufthansa Group war damit Vorreiter in der Luftverkehrsbranche. Die für alle Mitarbeiter und Konzernstandorte verbindlichen Leitlinien gewährleisten, dass alle Gesellschaften das gemeinsame Ziel Umweltschutz konsequent verfolgen und die Umweltvorsorge kontinuierlich verbessern.

Umweltmanagement-Systeme in den Konzerngesellschaften

Ziel der Lufthansa Group ist es, das Umweltmanagement in den Gesellschaften und auf

Konzernebene kontinuierlich weiterzuentwickeln. Nachfolgend ein Überblick über den Status quo der Umweltmanagement-Systeme in den Konzerngesellschaften:

→ **Lufthansa Technik** hat ihre Standorte in Deutschland bereits seit dem Jahr 1999 nach der internationalen Umweltnorm ISO 14001 zertifiziert. Seitdem weist sie auch ein nach der Arbeitsschutz-Spezifikation OHSAS 18001 validiertes Arbeitsschutzmanagement auf. Ende 2013 konnte das Audit für die erneute Zertifizierung in den Bereichen Qualität, Umwelt und Arbeitssicherheit erfolgreich abgeschlossen werden. Im Rahmen eines weltweiten Projekts werden bis Ende 2015 alle Standorte von Lufthansa Technik zertifiziert sein. Die internationale Umweltmanagement-Norm ISO 14001 legt weltweit anerkannte Standards und Anforderungen an ein Umweltmanagement-System fest. Der Schwerpunkt liegt auf einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess, um die jeweils definierten Umweltziele einer Organisation zu erreichen.

Auf lokaler Ebene arbeitet Lufthansa Technik im Bereich Umweltmanagement mit verschiedenen Organisationen zusammen. So ist Lufthansa Technik seit Beginn der Initiative im Jahr 2003 in der Umweltpartnerschaft in Hamburg aktiv. Die Vereinigung von Industrie, Politik und Verwaltung will die Eigenverantwortung der Unternehmen in puncto Umweltschutz fördern. Auch in Hessen und Brandenburg ist Lufthansa Technik Mitglied in entsprechenden Vereinigungen.

→ **Lufthansa Cargo** wurde erstmals im Jahr 2008 am Standort Frankfurt nach der Umweltnorm ISO 14001 zertifiziert. Im Jahr 2010 erfolgte die Zertifizierung des Logistikspezialisten der Lufthansa Group an allen deutschen Standorten. Die Zertifizierung des Umweltmanagement-Systems bestätigten externe Wirtschaftsprüfer erneut im Jahr 2013 im Rahmen eines Überwachungs-Audits.

→ **Lufthansa CityLine** verfügt an ihren Unternehmensstandorten bereits seit 1999 über ein zertifiziertes Umweltmanagement-System nach ISO 14001. Im Jahr 2012 erhielt die Fluggesellschaft darüber hinaus zum fünften Mal in Folge die Urkunde der europäischen Umwelt-Audit-Verordnung EMAS. Beide Umweltmanagement-Systeme bestätigte das Überwachungs-Audit im Jahr 2013.

→ **LSG Sky Chefs** verfügt über ein an den ISO 14001 Standard angelehntes Umweltmanagement, das im Bereich Luftfahrt-Catering führend ist. Dieses System ermöglicht es dem Unternehmen, innerhalb des weltweiten Netzwerks kontinuierlich Verbesserungen zu erzielen. Aktuell ist jedoch nicht geplant, das System zertifizieren zu lassen. LSG Sky Chefs arbeitet daran, das vom Vorstand beschlossene Umweltprogramm von 2013 bis zum Jahr 2015 mit zahlreichen energierelevanten Maßnahmen in den weltweit sechs Management-Regionen umzusetzen.

→ **LZ-Catering** nimmt sowohl in Hamburg als auch in Frankfurt an dem Ökoprotit-Projekt teil. Es zielt überwiegend auf die systematische Umsetzung kostensenkender Umweltmaßnahmen in den LZ-Catering-Betrieben ab. Hierzu werden verschiedene Ressourcen wie Wasser, Energie und auch Abfall analysiert, um den diesbezüglichen Verbrauch zu optimieren beziehungsweise zu reduzieren. Das Unternehmen arbeitet darüber hinaus am Aufbau eines Umweltmanagement-Systems, das den Anforderungen von ISO 14001 gerecht wird und einen systematischen Umgang mit allen Fragen des Umweltschutzes gewährleisten soll.

Verantwortung an finanzielle Anreize koppeln

Vorstand und Führungskräfte der Lufthansa Group erhalten ihre variablen Vergütungen zum Teil auf Basis von Nachhaltigkeits-Parametern. Dazu gehören auch Umweltschutzkriterien wie zum Beispiel Treibstoffeffizienz und CO₂-Emissionen.



Zentrale Handlungsfelder im Klima- und Umweltschutz

Treibstoffverbrauch und Emissionen

Im Rahmen unserer Umweltstrategie verfolgen wir konsequent die etablierte Vier-Säulen-Strategie der Luftfahrtbranche (siehe S. 54). Sie umfasst unterschiedliche Maßnahmen zur Verbesserung der Treibstoffeffizienz und damit auch zur Verringerung der CO₂-Emissionen. Ihre Bandbreite reicht vom technischen Fortschritt über eine verbesserte Infrastruktur und operative Maßnahmen bis hin zu ökonomischen Instrumenten. Als Innovationstreiber der Luftfahrtbranche engagieren wir uns darüber hinaus in zahlreichen zukunftsweisenden Initiativen und Forschungsprojekten, die die Umweltverträglichkeit des Fliegens dauerhaft verbessern.

Die größten Erfolge erzielen wir durch den Einsatz moderner Flugzeuge. Sie verfügen über neue Triebwerkstechnologien, eine verbesserte Aerodynamik und einen erhöhten Anteil an Verbundwerkstoffen zur Verringerung des Gewichts. Die Höhe des Kerosinverbrauchs hängt wesentlich vom Gewicht eines Flugzeugs ab. In den vergangenen Jahren ist es den Flugzeugherstellern gelungen, bedeutend leichtere und aerodynamisch optimierte Flugzeuge zu bauen. Mit den kontinuierlichen Investitionen in neue Fluggeräte sichert sich die Lufthansa Group die stets effizientesten am Markt verfügbaren Flugzeuge.

Energie- und Ressourcenmanagement am Boden und beim Catering

Neben dem Bestreben, die Umweltauswirkungen in der Luft zu verringern, wollen wir auch am Boden so effizient wie möglich arbeiten. In diesem Zusammenhang legen wir unseren Fokus auf die Entwicklung und Erprobung elektrischer Antriebstechniken für Roll- und Schleppvorgänge von Flugzeugen am Boden. Lufthansa Technik und die Tochtergesellschaft Lufthansa LEOS sind in diesem Bereich besonders aktiv. Neben diesem Schwerpunkt verfolgen wir gleichzeitig das Ziel, den Stromverbrauch der Liegenschaften kontinuierlich zu senken.

Als Catering-Spezialist der Lufthansa Group legt LSG Sky Chefs das Hauptaugenmerk wiederum auf die Themen Abfall sowie Wasser- und Energieverbrauch. Mittels verschiedener Messgrößen (Key Performance Indicators) prüft und steuert die Tochtergesellschaft der Lufthansa Group kontinuierlich ihre diesbezüglichen Verbräuche und den Grad der Zielerreichung.

Forschungengagement

Fortschritt braucht Forschung. Daher sieht die Lufthansa Group dies als eines ihrer zentralen Handlungsfelder. Zusammen mit unseren System- und Projektpartnern sind wir nicht nur seit Jahren in der Lärmforschung, sondern auch im Bereich der Erforschung alternativer Kraftstoffe aktiv. Auch Lufthansa Technik setzt verstärkt auf die Forschungsarbeit und die Entwicklung von Produktinnovationen zur Erschließung neuer Märkte und Kunden. Die Vorbereitung auf neue Flugzeugtypen und -technologien steht bei Lufthansa Technik seit jeher im Fokus. Neue Materialien und Technologien bieten große Chancen, die Dienstleistungen der Lufthansa Group ökologisch noch effizienter, kostengünstiger und für die Kunden attraktiver zu gestalten. Der Erprobung elektrischer Antriebskonzepte für den Bodenverkehr ist das bereits erwähnte Forschungsprojekt am Frankfurter Flughafen gewidmet (siehe S. 61).

Die Lufthansa Group engagiert sich darüber hinaus seit zwei Jahrzehnten in der Klimaforschung und unterstützt die Wissenschaft bei der Auswertung und Verfeinerung von Klimamodellen (siehe S. 66).

Aktiver Schallschutz

Die Lufthansa Group setzt sich auf vielfältige Weise für den aktiven Schallschutz ein und stellt sicher, dass die Konzernflotte die weltweit strengsten Standards deutlich unterschreitet. In diesem Jahr widmen wir dem Thema ein Sonderkapitel im vorliegenden Bericht. Es bietet einen Überblick über unsere zahlreichen Maßnahmen zur Verringerung des Fluglärms. ↵

→ **Lesen Sie mehr dazu im Kapitel *Leiser in die Zukunft*, ab S. 08**

Treibstoffverbrauch und Emissionen

Lufthansa Group reduziert Treibstoffverbrauch und stellt erneut einen Effizienzrekord auf

Die Lufthansa Group setzt alles daran, die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten. Wir investieren Milliardenbeträge in moderne und effiziente Flugzeuge und fördern innovative Prozesse, Verfahren und Technologien. Dadurch sparen wir Treibstoff und vermeiden umweltbelastende Emissionen.

Für die Lufthansa Group ist Treibstoffeffizienz im Flugbetrieb im ökonomischen wie ökologischen Sinne ein zentraler Erfolgsfaktor. Das kontinuierliche Engagement in diesem Bereich sichert unseren langfristigen Unternehmenserfolg. Gleichzeitig übernehmen wir als weltweit tätiges Unternehmen Verantwortung, indem wir die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt so gering wie möglich halten. Ein Anspruch, den wir auch in unserer Konzernstrategie definierten: „ökonomisch, ökologisch und sozial ausgewogenes, nachhaltiges Wirtschaften“.

Unsere Basis für weitere Effizienzsteigerungen ist die in der Branche anerkannte Vier-Säulen-Strategie für den Klimaschutz (vgl. Abbildung S. 54). Diese Strategie-Agenda deckt die ganze Bandbreite machbarer Maßnahmen ab.

Das Ersetzen von herkömmlichem Kerosin durch alternative Kraftstoffe eröffnet ebenfalls ein großes Potenzial zur Verbesserung der Umweltbilanz. Gleichzeitig ist dies in mehrerlei Hinsicht eine Herausforderung für die Lufthansa Group. Dazu gehören die ausreichende Verfügbarkeit der alternativen Kraftstoffe, nicht existierende Lieferketten, ein konkurrenzfähiger Preis und langwierige, noch ausstehende Zulassungsverfahren.



Treibstoff einsparen und Emissionen verringern

Die Lufthansa Group setzte sich im Hinblick auf Treibstoffeffizienz und die Verringerung von Emissionen ehrgeizige Ziele. Bis 2020 wollen wir unseren spezifischen Treibstoffverbrauch und den damit verbundenen CO₂-Ausstoß um 25 Prozent gegenüber dem Jahr 2006 senken. Darüber hinaus unterstützt die Lufthansa Group die anspruchsvollen Ziele

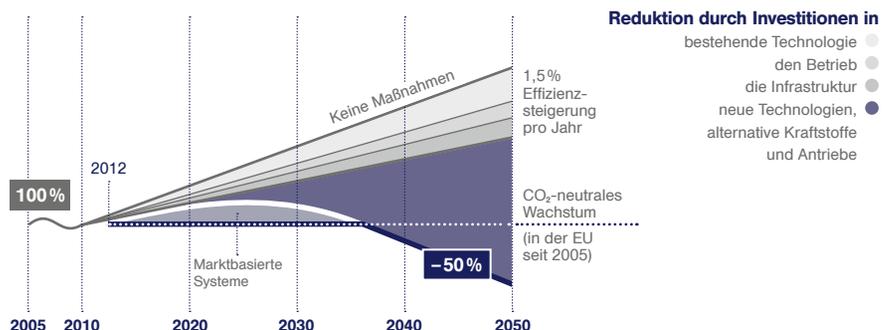
der Luftfahrtbranche, die 2008 in einer internationalen Selbstverpflichtung festgehalten wurden [→ 01]:

- Die Energieeffizienz bis 2020 pro Jahr um 1,5 Prozent steigern.
- Ab 2020 CO₂-neutral wachsen.
- Die Netto-CO₂-Emissionen bis 2050 auf Basis von 2005 um 50 Prozent verringern.

Die Lufthansa Group schritt 2013 im Bereich des Treibstoffverbrauchs und der Emissionsreduktion erneut weiter voran und kann dies eindrucksvoll belegen.

Maßnahmen zur Erreichung der CO₂-Reduktionsziele

[→ 01]



Quelle: BDL, basierend auf Strategie der Branche

Unsere wichtigsten Erfolge



Erneut weniger Treibstoffverbrauch und CO₂-Emissionen im Jahr 2013

Trotz einer Steigerung der Transportleistung um 2,3 Prozent senkten wir im Jahr 2013 den absoluten Treibstoffverbrauch zum zweiten Mal in Folge – 2013 gegenüber 2012 um 1,3 Prozent. Der Konzern verbrauchte im Vergleich zum Vorjahr 114.152 Tonnen weniger Treibstoff und entlastete damit die Umwelt um mehr als 359.587 Tonnen CO₂. Das entspricht ungefähr der Menge an CO₂, die rund 50.000 Einfamilienhäuser durch ihre Ölheizungen pro Jahr ausstoßen. Dies ist ein klares Zeichen dafür, dass unsere Maßnahmen zur Effizienzsteigerung wirken und die Gesamtauswirkungen des Flugbetriebs der Lufthansa Group auf die Umwelt rückläufig sind. Wir setzten die Entkopplung der Transportleistung vom Treibstoffverbrauch erfolgreich fort. Seit 1991 wuchs die Transportleistung der Lufthansa Group um 339 Prozent, während der Kerosinverbrauch nur um 180 Prozent anstieg [→ 03].



Neuer Effizienzrekord: Airlines der Lufthansa Group unterschreiten Vier-Liter-Marke

Die Lufthansa Group unterschritt mit 3,91 l Kerosinverbrauch pro Passagier und 100 km (l/100pkm) erstmals die Vier-Liter-Marke und verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 3,8 Prozent. Damit wurde das Branchenziel der Effizienzsteigerung von 1,5 Prozent pro Jahr bis 2020 um mehr als das Doppelte übertroffen und noch deutlicher als schon im Vorjahr übertroffen.



Die spezifischen Verbräuche der einzelnen Fluggesellschaften der Lufthansa Group werden in den Kreisdiagrammen illustriert [→ 02]. Beim Frachttransport konnten wir den spezifischen Verbrauch und damit verbundene CO₂-Emissionen im Geschäftsfeld Logistik ebenfalls verringern. Der Treibstoffverbrauch sank von 0,291 pro Frachttonnenkilometer im Jahr 2012 auf 0,281 in 2013. Das erreichten wir durch die konsequente Weiterführung von umweltschonenden Maßnahmen und die optimale Nutzung der Ladeflächen.



Berechnung der CO₂-Bilanz

Die Lufthansa Group ermittelt ihre CO₂-Emissionen nach den Kategorien des Greenhouse-Gas-Protokolls (GHG Protocol). Die Emissionen werden danach in drei Hauptbereiche (Scopes) eingeteilt:

- Scope 1: direkte Emissionen durch Verbrennung von Kraftstoffen in eigenen Anlagen und Transportmitteln.
- Scope 2: indirekte Emissionen aus dem Verbrauch eingekaufter Energie (Strom, Wärme, Kälte).
- Scope 3: indirekte Emissionen zum Beispiel aus der Transportleistung unserer Subunternehmer und Lieferanten. Zu dieser

Kategorie zählen auch andere indirekte Emissionen, die beispielsweise bei der Herstellung von fremdbezogenen Anlagegütern (zum Beispiel Flugzeugen), Produkten und Dienstleistungen sowie aus dem Pendelverkehr von Mitarbeitern resultieren. Hinzu kommen Emissionen aus Herstellung und Transport von Kraftstoffen und Energie.

Wir ermitteln die direkten Emissionen, die vom europäischen Emissionshandelsystem (EU-ETS) abgedeckt werden, gemäß dessen Anforderungen.

Mit den Ergebnissen des CO₂-Fußabdrucks lässt sich der unternehmenseigene Beitrag zum Klimawandel leichter bewerten. Er kann somit Hinweise für interne Verbesserungsprozesse liefern.



Neue Abteilung Fuel Efficiency

Zum 1. Mai 2013 gründete die Lufthansa Group unter Leitung von Senior First Officer Jens Ritter die neue Abteilung *Fuel Efficiency*. Sie koordiniert alle Maßnahmen, mit denen wir den Treibstoffverbrauch der Lufthansa Group verringern. Gleichzeitig zeichnet das Team für die Auditierung der Fuel Efficiency Einheiten verantwortlich. Es steuert sämtliche

Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung

[> 02]

Aktive Flotte im Jahr 2013, Angaben in Liter/100 Passagierkilometer (l/100 pkm) ↙

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

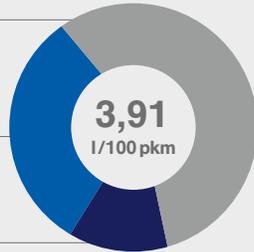
Konzernflotte



Langstrecke
(58%)
3,47 l/100 pkm

Mittelstrecke
(30%)
4,20 l/100 pkm

Kurzstrecke
(12%)
6,83 l/100 pkm



Durchschnittlicher spezifischer Treibstoffverbrauch in l/100 pkm (Kreismitte) sowie die Anteile der verschiedenen Verkehrsgebiete (Kreissegmente) am gesamten Passagier-treibstoffverbrauch der aktiven Flotte 2013

Lufthansa



Langstrecke
(64%)
3,63 l/100 pkm

Mittelstrecke
(23%)
4,17 l/100 pkm

Kurzstrecke
(13%)
6,67 l/100 pkm

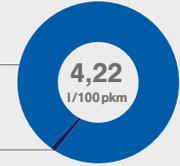


Germanwings



Mittelstrecke
(99%)
4,22 l/100 pkm

Kurzstrecke
(1%)
4,09 l/100 pkm



Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung im Vergleich

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

	2013	2012	Veränderung in %
Konzernflotte	3,91	4,06	-3,8
Lufthansa	3,98	4,16	-4,2
Swiss	3,54	3,64	-2,7
Austrian Airlines	3,93	3,98	-1,3
Germanwings	4,22	4,55	-7,1

Swiss



Langstrecke
(61%)
3,05 l/100 pkm

Mittelstrecke
(26%)
4,02 l/100 pkm

Kurzstrecke
(13%)
7,67 l/100 pkm



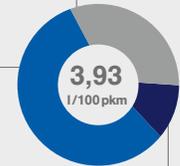
Austrian Airlines



Langstrecke
(34%)
2,91 l/100 pkm

Mittelstrecke
(54%)
4,47 l/100 pkm

Kurzstrecke
(12%)
6,84 l/100 pkm



Spezifische CO₂-Emissionen Passagierbeförderung

Aktive Flotte im Jahr 2013,
Angaben in Kilogramm/100 Passagierkilometer (kg/100 pkm) ↙

	Langstrecke	Mittelstrecke	Kurzstrecke	Gesamt- durchschnitt
Konzernflotte	8,75	10,58	17,20	9,84
Lufthansa	9,14	10,50	16,81	10,03
Swiss	7,68	10,14	19,32	8,92
Austrian Airlines	7,34	11,26	17,25	9,91
Germanwings		10,64	10,31	10,64

Fuel Dumps

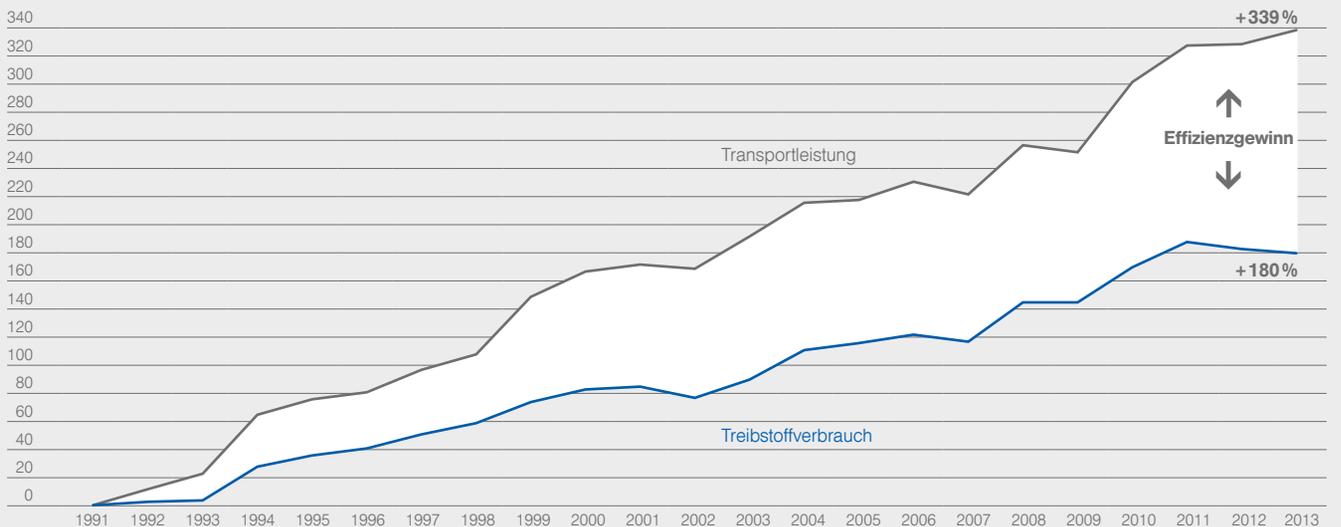
2013 ↙

	2013	Veränderung gegenüber 2012
Ereignisse, gesamt	31	+14
davon Medizinische Gründe	13	+2
Technische Gründe	15	+11
Andere Gründe	3	+1
Menge, gesamt	937 t	+110,8%

Entkopplung von Transportleistung und Treibstoffverbrauch

[> 03]

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



Treibstoffverbrauch¹

	2013, Angaben in Tonnen			
	Passagiere	Fracht	Gesamt	Anteil
Reguläre Flüge^{2,3}				
Lufthansa	4.756.889	1.630.188	6.387.076	72,0%
Germanwings	276.464	0	276.464	3,1%
Swiss	1.079.405	383.781	1.463.186	16,5%
Austrian Airlines	559.066	78.981	638.047	7,2%
			8.764.774	98,8%
Dritte ⁴	87.401	1.903	89.304	1,0%
Sonstige Flüge⁵			14.375	0,2%
Alle Flüge			8.868.453	100,0%

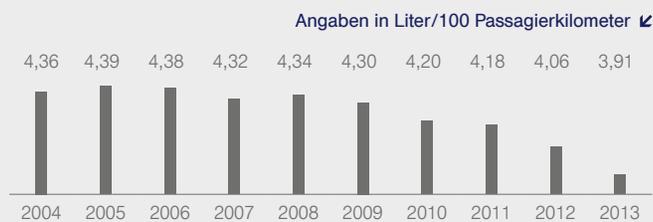
Emissionen^{3,6}

	2013, Angaben in Tonnen					
	Passagiere	± Vj.	Fracht	± Vj.	Gesamt	± Vj.
CO₂	21.016.246	-1,2%	6.592.793	-1,6%	27.609.039	-1,3%
NO_x	99.782	-0,8%	31.309	-2,3%	131.091	-1,2%
CO	15.787	-2,9%	3.189	-1,9%	18.976	-2,8%
UHC	1.584	-4,7%	407	-6,5%	1.991	-5,1%

Anteile Dritter⁴

	2013
Flüge	2,7%
Passagiere	1,6%
Erbrachte Tonnenkilometer, TKT ⁷ (tkm)	0,6%
Treibstoffverbrauch (Tonnen)	1,0%
Kohlendioxid-Emissionen (Tonnen)	1,0%

Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung



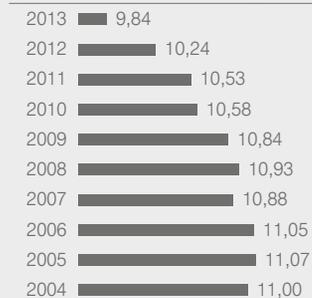
Spezifischer Treibstoffverbrauch Frachttransport⁸



Passagierbeförderung

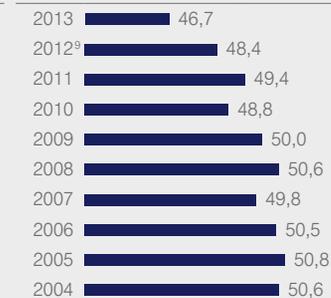
CO₂-Emissionen

Angaben in Kilogramm/100 Passagierkilometer



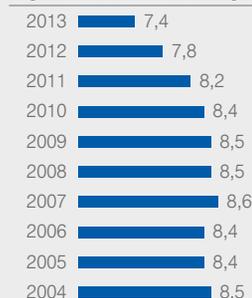
NO_x-Emissionen

Angaben in Gramm/100 Passagierkilometer



CO-Emissionen

Angaben in Gramm/100 Passagierkilometer



UHC-Emissionen

Angaben in Gramm/100 Passagierkilometer



Frachttransport⁸

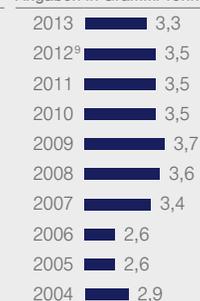
CO₂-Emissionen

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 2013 sind in Balance folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa (inkl. Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings und Augsburg Airways), Germanwings, Swiss (inkl. Edelweiss Air), Austrian Airlines und Lufthansa Cargo. 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 Erläuterungen auf Seite 125).

⁷ Ohne Road Feeder Services 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.

⁹ Wert aufgrund eines Berechnungsfehlers korrigiert.



Aktivitäten zur besseren Treibstoffeffizienz der Fluggesellschaften der Lufthansa Group sowie von Lufthansa Technik. Darüber hinaus führt die Abteilung konzernweit gültige Messgrößen sowie verbindliche Berichtsstandards ein und entwickelt diese weiter. Ebenso etablierte sie ein konzernweites Innovationsmanagement für Treibstoffeffizienz. Experten aus verschiedenen Bereichen der Lufthansa Group arbeiten mit Hochdruck daran, Maßnahmen zu entwickeln, um den Treibstoff so effizient wie möglich einzusetzen und so zu einer noch stärkeren Entkopplung von Treibstoffverbrauch und Transportleistung zu gelangen. Neben den ökologischen Vorteilen erzielen wir damit auch wirtschaftliche Gewinne. Ziel ist es, mit den Fuel Efficiency Maßnahmen einen positiven Beitrag zum Konzernergebnis bis Ende 2015 in Höhe von 196 Mio. Euro zu erzielen.

Ein im Frühjahr 2014 verabschiedeter Verhaltenskodex soll darüber hinaus sicherstellen, dass die Projekte zur Reduktion des Treibstoffverbrauchs konzernweit einheitlich aufgesetzt und in einem zentralen Berichtssystem erfasst werden. Über einen internen Wissensaustausch im Rahmen der regelmäßig stattfindenden Konferenz *Fuel Efficiency Group* (FEG) sind alle Treibstoffeffizienzexperten des Konzerns miteinander vernetzt. Bis heute entwickelte das Fuel Efficiency Team rund 1.000 Ideen und Projekte. Darüber hinaus setzte es bereits 130 von 280 Maßnahmen im Rahmen des Zukunftsprogramms SCORE um (für Details zum Thema SCORE siehe Kapitel *Nachhaltige Unternehmensführung*, S. 25). Im Bereich Fuel Efficiency stellten wir für das Jahr 2014 die Ideenfindung zur weiteren Effizienzsteigerung bewusst zugunsten der Umsetzung der SCORE-Maßnahmen zurück.

04

SCORE-Plakatmotiv zum Thema gemeinsamer Treibstoffeinkauf.

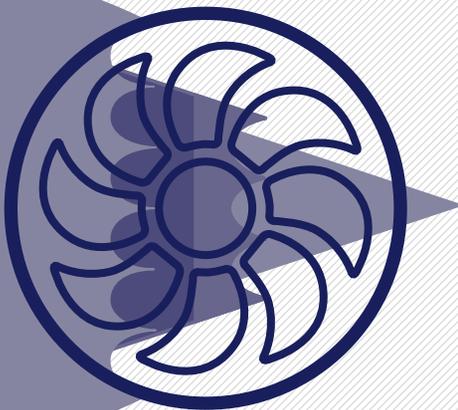
Vier Säulen für den Klimaschutz

[> 05]

1

Technischer Fortschritt

- Neuerung bei Flugzeug- und Triebwerkstechnologien
- Alternative Kraftstoffe



2

Verbesserte Infrastruktur

- Bessere Nutzung der Lufträume
- Dem Bedarf angepasste Flughafeninfrastrukturen



3

Operative Maßnahmen

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

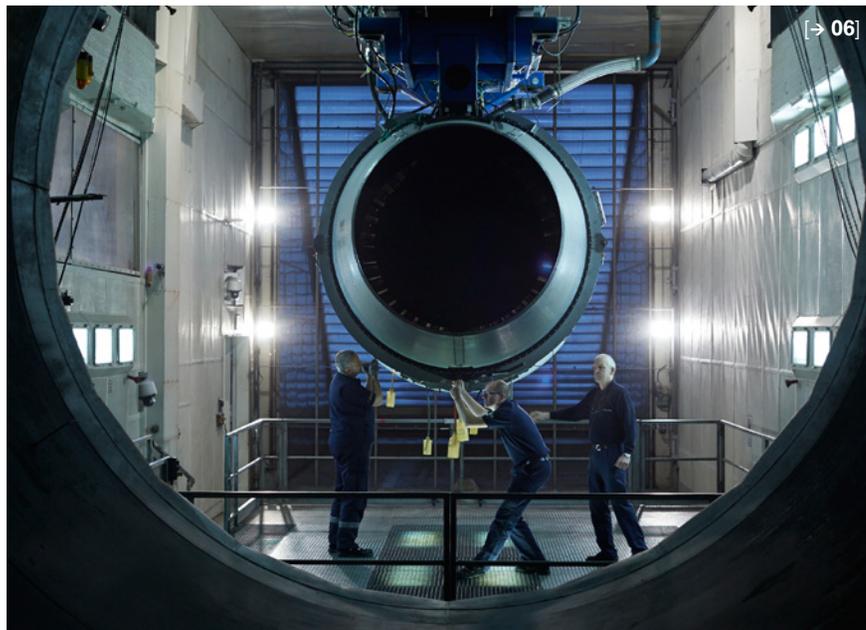


4

Ökonomische Instrumente

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





Technischer Fortschritt

Neuerungen bei Flugzeug- und Triebwerkstechnologien

Der wirksamste Hebel zur Effizienzsteigerung ist die kontinuierliche Investition in neueste Technologien, das heißt in die Modernisierung der Flugzeugflotte der Lufthansa Group (siehe *Flottenentwicklung*, Seite 35). Im September 2013 bestellten wir mit einem Investitionsvolumen von 14 Mrd. Euro zu Listenpreisen 59 hochmoderne Langstreckenflugzeuge der neuesten Generation. Dies ist die bisher größte private Einzelinvestition in der deutschen Industriegeschichte.

Die neuen Flugzeuge werden nach und nach bereits ab 2016 ausgeliefert. Damit gelingt der Lufthansa Group ein Quantensprung mit Blick auf Effizienz und der Einstieg in die Zwei-Liter-Klasse.

Die bestellten Flugzeuge der Typen A350-900 und Boeing 777-9X werden pro Passagier und 100 km Flugstrecke so sparsam fliegen wie kein anderer vergleichbarer Flugzeugtyp. Im Schnitt werden die Flugzeuge der neuesten Generation nur noch 2,9l/100 pkm verbrauchen.

05

Vier Säulen für den Klimaschutz: Die Lufthansa Group steigert die Treibstoffeffizienz kontinuierlich mit der bereits erwähnten Vier-Säulen-Strategie für den Klimaschutz. Sie umfasst neben technischen Neuerungen wie der Investition in effiziente Flugzeuge der neuesten Generation auch die Erprobung und den Einsatz alternativer Kraftstoffe im Flugbetrieb. Hinzu kommen infrastrukturelle Verbesserungen wie die optimale Nutzung der Lufträume und optimierte Flughafeninfrastrukturen. Auch operative Maßnahmen wie der Einsatz effizienterer Flugzeuggrößen, die Einführung von Prozessverbesserungen am Boden, bessere Flugzeugauslastung und Fliegen optimaler Flugrouten sind Maßnahmen zur Erhöhung der Treibstoffeffizienz im Flugbetrieb. In Ergänzung zu den drei genannten Säulen kommen ökonomische Instrumente zum Einsatz.

06

Lufthansa Technik führte in Hamburg einen Farnes-Prüfstandtest durch, der Bestandteil des EU-Projekts *Blendingstudie* ist.

Forschung zu alternativen Kraftstoffen

Ein entscheidender Zukunftsbaustein, um Emissionen dauerhaft zu reduzieren, sind alternative Kraftstoffe mit einer deutlich niedrigeren Netto-CO₂-Bilanz. Der Einsatz alternativer Kraftstoffe im Flugbetrieb ist daher ein weiterer Eckpfeiler des technischen Fortschritts der Vier-Säulen-Strategie. Die Lufthansa Group leistete mit der Langzeiterprobung von Biokraftstoff im regulären Flugbetrieb im Jahr 2011 Pionierarbeit. Sie zeigte auf, dass alternative Kraftstoffe dort problemlos eingesetzt werden können.

Wir engagieren uns auch weiterhin in zahlreichen zukunftsweisenden Projekten mit Fokus auf alternative Kraftstoffe. Dadurch baut die Lufthansa Group ihre Vorreiterrolle auf diesem Gebiet weiter aus. Sie bringt beispielsweise ihre Expertise bei der Bewertung und Analyse potenzieller alternativer Kraftstoffe ein und unterstützt damit deren Entwicklung bis hin zur Marktreife.

Im Jahr 2013 führten wir bei der Lufthansa Technik in Hamburg einen Prüfstandtest durch. Dieser Test ist Bestandteil des EU-Projekts *Blendingstudie*, bei dem die Deutsche Lufthansa AG Konsortialführer ist. Im Rahmen dessen sind Experten der Frage nachgegangen, welchen Einfluss die Beimischung einer neuen, aus zuckerhaltigen

Strenge Kriterien für alternativen Kraftstoff



Der schrittweise Aufbau einer alternativen Treibstoffversorgung soll einen Beitrag für die Klimaschutzziele der Luftfahrtbranche leisten. Jedoch setzt die Lufthansa Group höchste Maßstäbe bei der Nutzung alternativer Kraftstoffe an. Bevor wir beispielsweise Kraftstoff aus Energiepflanzen einsetzen, muss sichergestellt sein, dass der Anbau der infrage kommenden Energiepflanzen zu keinem Zeitpunkt in Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion steht. Zu den weiteren Voraussetzungen zählen der nachgewiesene Umweltnutzen und eine ausreichende Verfügbarkeit zu einem konkurrenzfähigen Preis. Wir akzeptieren Zertifizierungen auf Grundlage von Standards der International Sustainability and Carbon Certification (ISCC) oder des Round Table on Sustainable Biofuels (RSB). ISCC ist das weltweit erste staatlich anerkannte Zertifizierungssystem für Nachhaltigkeit und Treibhausgas-Emissionen. Der RSB-Standard stellt nahezu die gleichen Anforderungen an die Biokerosin-Produktion, wobei seine Kriterien teilweise noch strenger sind. Unabdingbares Kriterium für die Lieferanten ist zudem, dass der Treibstoff nachhaltig hergestellt ist und entsprechend zertifiziert wurde.

Systempartner für alternative Kraftstoffe



Wir engagieren uns in mehreren Initiativen, um die Entwicklung von alternativen Kraftstoffen voranzutreiben und deren Nachhaltigkeit zu gewährleisten. Die Lufthansa Group ist Mitglied in der Sustainable Aviation Fuel Users Group (SAFUG) und in der Aviation Initiative for Renewable Energy in Germany e. V. (aireg). Über die Konzerngesellschaft Swiss wirkt die Lufthansa Group auch im Roundtable on Sustainable Biofuels (RSB, Lausanne) mit. Überdies sind wir in der Flightpath-2020-Initiative der Europäischen Kommission aktiv. Ziel der Initiative ist es, in Europa 2 Mio. Tonnen nachhaltigen Flugkraftstoff bis zum Jahr 2020 zu produzieren.

Materialien gewonnenen Biokerosin-Komponente namens Farnesan auf das Emissionsverhalten und die Triebwerksleistung hat.

Im Projekt *Blendingstudie* arbeitet die Lufthansa Group darüber hinaus auch mit einem Spezialanbieter zusammen, der erneuerbare Kraftstoffe erzeugt. Das US-amerikanische Unternehmen Gevo stellte der Lufthansa Group im April 2014 neuartiges Alcohol-to-Jet-Kerosin (ATJ) zur Verfügung. Anhand dieser Proben erforschen wir mit dem Wehrwissenschaftlichen Institut für Werk- und Betriebsstoffe der Bundeswehr das Mischungsverhalten aus herkömmlichem und ATJ-Kerosin.

Die Erprobung und labortechnische Untersuchung alternativer Kraftstoffe ist ein zentraler Baustein, um die kommerzielle Nutzung in der Luftfahrtbranche voranzutreiben. Ziel ist es, dass der neuartige ATJ-Treibstoff noch in diesem Jahr seine Zulassung erhält.

Während in unserer Langzeiterprobung im Jahr 2011 biosynthetischer Treibstoff zum Einsatz kam, der aus pflanzlichem Öl und tierischen Fetten gewonnen wird, vergären beim Alcohol-to-Jet-Verfahren die pflanzlichen Abfallstoffe zu Isobutanol. Dieses wird anschließend dehydriert und dann über übliche Raffinerieprozesse in Kerosin umgewandelt. Die Bandbreite von geeigneten Einsatzstoffen ist groß. Das Verfahren ist damit ähnlich vielseitig wie der bereits zugelassene Fischer-Tropsch-Prozess, kommt aber mit deutlich geringeren Investitionskosten aus.

Durch einen höheren Anteil alternativer Kraftstoffe verbessert sich die CO₂-Bilanz im Luftverkehr. Aktuell beträgt die maximal zulässige Mischung aus Bio- und konventionellem Kerosin für jedes Triebwerk 50 Prozent. Dies wird voraussichtlich auch bei ATJ-Kerosin der Fall sein. Auch deshalb ist es wichtig, das optimale Mischverhältnis zu erforschen.



Die Infrastruktur verbessern

Durch den Single European Sky Reduktionspotenziale heben

Ein zentrales Klimaschutzprojekt der Europäischen Politik ist die Schaffung eines gemeinsamen europäischen Luftraums. In Europa erzwingen die auf nationale Interessen zugeschnittenen Flugrouten Umwege von durchschnittlich 42 km pro Flug. Mit dem sogenannten Single European Sky (SES) könnte allein die Lufthansa ihren Kerosinverbrauch um rund 270.000 Tonnen jährlich senken. Das entspricht einer Kraftstoffmenge, mit der ein Lufthansa Airbus A380 etwa tausendmal die Strecke von Frankfurt nach San Francisco und zurück fliegen kann. Fluggesellschaften würden bis zu 10 Prozent weniger CO₂ ausstoßen und könnten jährlich rund 5 Mrd. Euro sparen.

Um den Single European Sky bis 2020 zu verwirklichen, legten die EU-Kommission und die europäische Flugsicherungsbehörde Eurocontrol bereits 2008 das Single European Sky ATM Research Programme (SESAR) auf. Es soll das europäische Flugverkehrsmanagement mithilfe neuer Technologien, Prozesse und Standards vereinheitlichen. Die Lufthansa Group ist aktuell an mehr als 50 SESAR-Projekten aktiv beteiligt. Spezialisten der verschiedenen Fluggesellschaften bringen ihr Wissen aus den unterschiedlichsten Fachgebieten ein. Das reicht von der Flugwegeplanung, den Verkehrszentralen und Trainingsabteilungen bis zu den Bereichen Informationstechnologie und Finanzen. Durch das SESAR *Flight Trials and Demonstration-Project Free Route Airspace Maastricht & Karlsruhe* (FRAMaK) ergaben sich beispielsweise seit Dezember 2012 Streckenverkürzungen im oberen Luftraum von Deutschland, den Benelux-Staaten sowie über Teilen der Nordsee. Das ermöglicht Fluggesellschaften, dauerhaft Treibstoff zu



07

Treibstoffersparnis durch Gewichtsreduktion: Erfolgreiche Wiegeaktion aller losen Gegenstände in einer MD-11F von Lufthansa Cargo.

sparen und CO₂-Emissionen zu vermeiden. Seit Mitte 2013 stehen 199 Streckenverkürzungen zur Verfügung, die die Lufthansa Group mit durchschnittlich 229 Flügen pro Tag nutzt.

Dennoch kommt der SES nur langsam voran. Nötige Instrumente, Technologien und Verfahren liegen bereit, aber die EU-Staaten halten an nationalen Interessen fest. Dazu zählen insbesondere die nationalen Flugsicherungen und Gebühreneinkünfte. Die Lufthansa Group und andere Fluggesellschaften weisen immer wieder auf entsprechende Hürden im SES-Rechtsrahmen hin und stehen weiterhin als konstruktive Partner für eine schnellstmögliche Korrektur zur Verfügung.



Operative Maßnahmen

Die Abteilung Fuel Efficiency entwickelte zahlreiche Projekte mit wirksamen Einsparpotenzialen, die wir künftig in den Fluggesellschaften der Lufthansa Group umsetzen werden. Hierzu gehören zum Beispiel Programme zur nachhaltigen Gewichtsreduzierung an Bord, die Prüfung und Einführung neuer Flugverfahren, die Optimierung der

Triebwerksleistung und der Aerodynamik der Flugzeuge sowie die Entwicklung intelligenter Software-Tools.

Einsparpotenziale durch systematisches Wiegen

Im Rahmen einer Wiegeaktion mit einem Großraumflugzeug vom Typ A340-300 erkannten wir im vergangenen Jahr, dass wir etwa 100 kg pro Langstreckenflugzeug einsparen können. Bereits 70 kg konnten dauerhaft von Bord genommen werden. Damit spart die Lufthansa Group im interkontinentalen Passagierverkehr über 1.000 Tonnen Kerosin pro Jahr. Das entspricht dem Verbrauch von 14 Flügen mit einem Airbus A340-300 von Frankfurt nach Rio de Janeiro. Wir verringern damit die Kosten für Treibstoff künftig um mehr als 900.000 Euro jährlich und mindern den CO₂-Ausstoß um 3.606 Tonnen pro Jahr.

Auch die Frachterflotte von Lufthansa Cargo fliegt künftig noch effizienter, denn jedes einzelne Frachtflugzeug vom Typ MD11-F konnte 35 kg „abspecken“. Das ist das Ergebnis einer Mitte 2013 absolvierten weiteren Wiegeaktion. Experten machten bereits weiteres Einsparpotenzial von rund 70 kg je Flugzeug aus. Die Maßnahmen sollen 2014 umgesetzt werden. Auch Austrian Airlines

wog und dokumentierte im Rahmen eines Clear-out-Projektes alle losen Teile in einem Airbus A320. Die Projektergebnisse werden auf die gesamte Flotte von Austrian Airlines und der Lufthansa Group übertragen, was ebenfalls zu Kerosineinsparungen führen wird. Die genannten Wiegeaktionen schärfen das Bewusstsein für den Einfluss von Gewicht auf den Treibstoffverbrauch. Das wirkt sich positiv auf unsere Wirtschaftlichkeit aus und leistet darüber hinaus einen wichtigen Beitrag für die stetige Verbesserung unserer ökologischen Bilanz. Weitere Maßnahmen zur Gewichtsreduktion sind derzeit die Ausstattung der kompletten Langstreckenflotte mit leichteren Bord-Trolleys und bei Lufthansa Cargo der Ersatz der Frachtcontainer durch leichtere Modelle. Mitte Mai 2014 schloss Lufthansa Cargo den Austausch ihrer mehr als 5.500 Standardfrachtcontainer aus Aluminium durch die um knapp 14 kg leichteren Lightweight-Pendants aus Verbundstoffen komplett ab.

Optimale Flugrouten und Geschwindigkeiten

Die Lufthansa Group will Treibstoff künftig auch mit einer neuen Software zur Optimierung von Flugprofil und Geschwindigkeit im Flugbetrieb einsparen. Das Programm berechnet während des Fluges anhand der Flugzeug- und Wetterdaten in Echtzeit die



08

Projekt Cyclean 2.0 von Lufthansa Technik: Saubere Triebwerke arbeiten thermisch effizienter und verbrauchen weniger Kerosin.

wirtschaftlichste Flugkurve für die restliche Flugzeit. Ein erster Prototyp ging 2013 in den Probetrieb und wird zunächst auf der Lufthansa Langstreckenflotte getestet. Eine ähnliche Version der Applikation des Software-Herstellers PACE mit Sitz in Berlin ist bereits bei Lufthansa CityLine erfolgreich im Einsatz.

Durch Triebwerkswäsche weniger Kerosin verbrauchen

Saubere Triebwerke arbeiten thermisch effizienter und verbrauchen weniger Kerosin. Um ihre Leistungsfähigkeit aufrechtzuerhalten, befreien wir sie regelmäßig von Verunreinigungen und Staub, Pollen oder Salz. Im Rahmen des Programms Cyclean 2.0 untersuchen Experten von Lufthansa Technik und der Hochschule Darmstadt, wie man den Reinigungsvorgang noch wirtschaftlicher und umweltschonender gestalten kann. Daraus ist eine vielversprechende Idee entstanden: Statt mit Wasser könnte die Triebwerkswäsche in naher Zukunft mit CO₂-Trockeneis-Pellets erfolgen. Dieses neuartige Verfahren würde auch zu einer Einsparung großer Wassermengen führen und die Anwendung auch im Winter ermöglichen.

Neuer Index hilft Kosten sparen

Der *Strategische Cost Index* ist ein gelungenes Beispiel der Maßnahmen von Fuel Efficiency. Dieser Index gibt Auskunft darüber, welche Kosten für jeden Flug pauschal anfallen. Er berücksichtigt die Beladung, Geschwindigkeit sowie Crew-, Technik- und Triebwerkskosten. Mithilfe des weiterentwickelten Index können Flugzeugbesatzungen diesen Wert noch deutlicher auf eine präzise Berechnungsgrundlage stellen. Denn neben den Zeitkosten von Crew und Technik bezieht das System nun auch aktuelle Treibstoffpreise mit ein.



Ökonomische Instrumente

Die vierte Säule des Vier-Säulen-Modells zielt auf ökonomische Anreizsysteme und Maßnahmen ab. Die Lufthansa Group befürwortet ein weltweit gültiges, marktbasierendes und wettbewerbsneutrales System für Klimaschutzabgaben.

Im Oktober 2013 beschloss die UN-Luftfahrtorganisation (International Civil Aviation Organisation, ICAO), bis 2016 ein weltweit gültiges System für Klimaabgaben zu entwickeln. Dieses System soll 2020 in Kraft treten. Das ist ein Ergebnis, auf das Nationalstaaten und Industrie über Jahre gemeinsam hinarbeiteten. Im Hinblick auf ein global gültiges Klimaschutzabkommen ist die Luftfahrtbranche damit ein Vorreiter.

Kurz nach dem ICAO-Beschluss brachte die EU-Kommission jedoch erneut eine wettbewerbsverzerrende Lösung für die Jahre 2013 bis 2020 auf den Weg. Sie beschloss, den Emissionshandel für den Luftverkehr bis Ende 2016 lediglich auf innereuropäische Flüge zu begrenzen. Ein internationaler Konflikt wird damit vorerst abgewendet. Allerdings zementiert die EU hiermit Wettbewerbsnachteile für europäische Airlines: Lufthansa, Air France und British Airways müssen für ihre innereuropäischen Zubringerflüge weiterhin Abgaben für den Emissionshandel zahlen, während Konkurrenten mit Drehkreuzen außerhalb der EU, wie zum Beispiel in Istanbul, Doha, Abu Dhabi oder Dubai, Reisende aus Europa ohne Zusatzkosten transportieren können. Die Kosten für den innereuropäischen Emissionshandel für die Lufthansa Group liegen jedes Jahr im mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Bereich.

Sollte die ICAO im Jahr 2016 noch keine Lösung für ein globales System vorlegen,

wird die EU den Emissionshandel wieder auf sämtliche internationalen Flüge von EU-Flughäfen ausdehnen. Damit wären erneut internationale Konflikte vorprogrammiert, nicht nur zulasten der europäischen Airlines.

Dabei sollte klar sein: Klimaschutz ist eine gemeinsame, weltweite Aufgabe. Denn nur so kann eine tragfähige Lösung gefunden werden, insbesondere hinsichtlich des rasant wachsenden Verkehrsanteils außerhalb Europas.

Neben dem Emissionshandel belastet uns die in Deutschland 2011 eingeführte nationale Luftverkehrsteuer. Die Lufthansa Group führte 2013 über 353 Mio. Euro an Luftverkehrsteuer ab. Die Steuer ist damit fast anderthalbmal so hoch wie der operative Gewinn von Lufthansa und Germanwings zusammen (265 Mio. Euro). Eine hohe Summe, die wir nicht in moderne Flugzeuge und neue umweltverträgliche Technologien investieren können. Die Politik ist hier gefordert, wettbewerbsfähige und faire Rahmenbedingungen für die Branche zu schaffen.



Prozessoptimierung weiter vorantreiben

In Zukunft wird die Lufthansa Group mithilfe des derzeit in Entwicklung befindlichen Instruments zur Flugdatenanalyse OMEGA (Ops Monitor and Efficiency Gap Analyzer) in der Lage sein, den aktuellen Treibstoffverbrauch noch genauer zu analysieren und daraus weitere Prozessoptimierungen zu erkennen.

Ziel ist die Etablierung einer Software-Applikation im Flugbetrieb, die den nachträglichen Abgleich von Plan-, Ist- und Optimalwerten während der unterschiedlichen Flugphasen ermöglicht. Mit OMEGA lässt sich anhand der Daten aus dem Flugbetrieb die Effizienz zukünftiger Flüge verbessern. 

Energie- und Ressourcenmanagement

Lufthansa Group investiert in konzernweite Umweltmaßnahmen und Innovationen

Die Lufthansa Group arbeitet stetig daran, die Energie- und Ressourceneffizienz auf allen Ebenen zu erhöhen. Unser systematisches Abfallmanagement im Catering, unser ressourceneffizientes Gebäudemanagement und umweltfreundliche Bodenservices an den Flughäfen liefern wichtige Beiträge.

Energie- und Ressourcenmanagement hilft Kosten zu sparen und gleichzeitig die Umwelt zu schonen. Es ist das Ziel der Lufthansa Group, diesbezüglich weitere Einsparpotenziale zu heben. Dabei ist es eine komplexe Aufgabe, branchenspezifische, regionale und nationale Energie-, Emissions- und Entsorgungsvorschriften zu berücksichtigen. Die Gesellschaften der Lufthansa Group setzten sich im Jahr 2013 zahlreiche neue Ziele und verwirklichten eine Vielzahl von Maßnahmen zur Schonung von Ressourcen. Dies belegen unter anderem die folgenden Beispiele.



Lufthansa Technik – 30 Prozent weniger CO₂ bis 2018

Lufthansa Technik unterzeichnete am 27. März 2013 eine Vereinbarung zur weiteren Einsparung von CO₂-Emissionen. Darin verpflichtet sich der Technik-Spezialist der Lufthansa Group, durch freiwillige Maßnahmen den Energieverbrauch weiter zu senken und so bis 2018 den CO₂-Ausstoß um 30 Prozent zu reduzieren. Ab 2019 will das Unternehmen gemeinsam mit 14 anderen Hamburger Firmen jährlich mindestens weitere 150.000 Tonnen CO₂ einsparen. Damit wird die 2007

begonnene freiwillige Selbstverpflichtung von 0,5 Mio. Tonnen Einsparung pro Jahr fortgesetzt und erweitert. Die neue, zweite Phase der Selbstverpflichtung wird für die beteiligten Betriebe deutlich herausfordernder. Denn zahlreiche Maßnahmen, die viel CO₂ mit wenig Mitteleinsatz vermeiden, sind bereits umgesetzt. „Die erneute freiwillige Selbstverpflichtung unterstreicht den Stellenwert, den nachhaltiges Wirtschaften in der Lufthansa Technik hat“, so Ralf Wunderlich, Leiter des Umweltmanagements von Lufthansa Technik.

Lufthansa Technik setzte auch ihren Beteiligungsgesellschaften das Ziel, bis 2018 den CO₂-Ausstoß um 30 Prozent zu senken. Daher arbeiten wir mit Nachdruck daran, entsprechend vorhandenes individuelles Wissen und Erfahrungen flächendeckend in der gesamten Lufthansa Technik Gruppe einzubringen.

Auch am Boden ist die Lufthansa Group bestrebt, Emissionen und Lärm auf ein Minimum zu begrenzen. Daher legen wir einen Schwerpunkt auf die Entwicklung und Erprobung elektrischer Antriebstechniken für Rollvorgänge. Mit Elektrofahrzeugen in der Flugzeugabfertigung und im Rollverkehr der Flugzeuge können wir Lärm und Abgase in nächster Nähe zu Flughäfen verringern.

[→ 09]



E-PORT AN – elektromobil in die Zukunft

Der Flughafen Frankfurt am Main ist der größte deutsche Verkehrsflughafen und zugleich eines der weltweit bedeutendsten Luftfahrt Drehkreuze. Hier treiben wir derzeit gemeinsam mit unseren Projektpartnern das Elektromobilitätsvorhaben E-PORT AN voran. Ziel ist, durch Elektromobilität am Boden bei nötigen Verkehren zur Flugzeugabfertigung Emissionen zu senken. Partner der Initiative sind die Lufthansa Group, die Fraport AG, das Land Hessen und die Modellregion Elektromobilität Rhein-Main. Das zukunftsweisende Elektromobilitätsprojekt wird vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung gefördert und durch die Technische Universität Darmstadt wissenschaftlich begleitet. Am 10. Juni 2013 erhielt es von der Bundesregierung das Prädikat *Leuchtturm Elektromobilität*. Die Auszeichnung ist Innovationen vorbehalten, durch die ein wesentlicher Beitrag zum Fortschritt im Bereich der Elektromobilität geleistet werden kann.

Die Projekte eTaxi, eSchlepper und TaxiBot der Lufthansa Group befassen sich mit ver-

schiedenen elektromobilen Zukunftskonzepten zum umweltfreundlichen Rollen und Schleppen von Flugzeugen auf dem Vorfeld des Frankfurter Flughafens. Das Fernziel: Flugzeuge sollen den Weg zur Startbahn, zur Parkposition oder zum Hangar nicht mehr mithilfe ihrer Triebwerke zurücklegen, sondern entweder durch den Einsatz elektrisch betriebener Flugzeugschlepper oder durch einen ins Flugzeug integrierten Elektroantrieb.

eTaxi – elektrisch angetriebenes Fahrwerk für Rollvorgänge

Im Projekt eTaxi untersuchen wir die Anwendung und die technische Einbindung eines elektrischen Antriebs am Hauptfahrwerk von Kurz- und Mittelstreckenflugzeugen für alle Rollbewegungen auf dem Vorfeld. Die elektrische Antriebsenergie wird von der Hilfsturbine (Auxiliary Power Unit) des Flugzeugs erzeugt und bereitgestellt.

eSchlepper – Flugzeugschlepper auf Hybridbasis

Bei diesem Teilprojekt handelt es sich um einen elektrisch betriebenen stangenlosen Flugzeugschlepper auf Hybridbasis (Diesel/Elektro). Den eSchlepper entwickelte Lufthansa LEOS, eine Tochtergesellschaft von Lufthansa Technik, gemeinsam mit der schwedischen Kalmar Motor AB. Lufthansa LEOS beabsichtigt den Einsatz des eSchleppers für das Umpositionieren und Schleppen

schwerer Langstreckenflugzeuge über Strecken von bis zu sieben Kilometern zwischen den Abfertigungs- und Werftbereichen (Werftschlepps). Der eSchlepper kann auch die größten Passagierflugzeuge mit einem maximalen Startgewicht von bis zu 600 Tonnen bewegen und ist in dieser Leistungsklasse weltweit einzigartig. Der erste Prototyp des Fahrzeugs wird Ende 2014 an Lufthansa LEOS ausgeliefert. Mittelfristig soll der eSchlepper dieselbetriebene Stangenschlepper ersetzen. Aufgrund seines neuartigen Elektroantriebs wird er umweltfreundlicher und zugleich wirtschaftlicher sein. Das Allrad-Elektrofahrzeug wird mittels Lithium-Ionen-Batterien angetrieben und extern über das Stromnetz geladen. Im Bedarfsfall können die Akkus auch während des Betriebs mithilfe eines vollintegrierten Dieselmotors aufgeladen werden. ✎

09

Auf dem Weg zur *grünen* Abfertigung: Lufthansa LEOS möchte künftig für das Umpositionieren und Schleppen schwerer Langstreckenflugzeuge einen eSchlepper einsetzen.



[> 10]



[> 11]

TaxiBot – dieselektrotriebener Flugzeugschlepper

Bereits weiter fortgeschritten ist das Teilprojekt TaxiBot. In dessen Mittelpunkt steht ein dieselektrotriebener Flugzeugschlepper. Auch er kann Verkehrsflugzeuge bei ausgeschalteten Triebwerken zur Startbahn rollen (*Dispatch Towing*). Das Verfahren basiert auf einer von Israel Aerospace Industries (IAI) patentierten Technologie, die Lufthansa LEOS mitentwickelte. Anders als eTaxi erfordert das System keine oder nur geringe Änderungen am Flugzeug. Nach dem Pushback, dem

10/11

TaxiBot-Schlepper im Praxistest. Ende März 2014 hat Lufthansa LEOS bereits das dritte TaxiBot-Fahrzeug erhalten.

Zurückschieben des Flugzeugs vom Gate, übergibt der TaxiBot-Fahrer die Steuerung des Schleppers vorübergehend an den Piloten im Cockpit. Dieser bedient den Schlepper ferngesteuert 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. Ende März 2014 wurde das dritte TaxiBot-Fahrzeug an Lufthansa LEOS ausgeliefert. Derzeit finden die Zertifizierungstests mit dem Luftfahrtbundesamt (LBA) und weiteren Behörden statt. Im Rahmen des Testprogramms wird außerdem die Arbeitsbelastung der Piloten beim Starten der Triebwerke während des TaxiBotings erhoben.

eLift – Catering-Hubwagen der Zukunft

Das Projekt eLift im Rahmen der Initiative E-PORT AN verfolgt das Ziel, den Catering-Hubwagen der Zukunft auf elektrischer Basis zu entwickeln. Unter Leitung der Lufthansa Tochtergesellschaft LSG Sky Chefs ist es eine Kooperation mit den Firmen Doll Fahrzeugbau, Euro Engineering und der TU Kaiserslautern. Dabei werden unterschiedliche Konzepte zur Elektrifizierung einzelner Komponenten des Hubwagens, beispielsweise der Hebeeinrichtung und des Antriebs, betrachtet. Basis für das neue Fahrzeug ist ein E-Lkw. Der Kofferaufbau soll mit entsprechenden Elektroantrieben dieselben Funktionen erfüllen wie ein bisheriger Hubwagen. Zusätzlich sollen durch die Anwendung der elektrischen Antriebsenergie sämtliche Arten von Emissionen, vorrangig Lärm und CO₂-Emissionen, deutlich und nachhaltig verringert werden. Der Catering-Hubwagen der Zukunft soll eine mechanische und energetische Trennung von Lkw-Fahrgestell und Kofferaufbau ermöglichen, um so eine autarke Versorgung des Hubsystems und die Unabhängigkeit von zukünftigen Fahrzeugentwicklungen sicherzustellen.

www.e-port-an.de



LSG Sky Chefs – Abfall vermeiden und Ressourcen schonen

LSG Sky Chefs ist der weltweit größte Anbieter von Airline-Catering und dem Management aller Bordservice-Prozesse. LSG Sky Chefs entwickelte ein umfassendes System von Schlüsselkennzahlen (Key Performance Indicators), um den Erfolg sämtlicher Maßnahmen zur Senkung des Abfallaufkommens und zur Ressourcenschonung 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 2 Prozent senken will. Hinzu kommen die Kennzahlen Wasserverbrauch pro Mahlzeit, Energie pro Quadratmeter Betriebsfläche, Energie pro Mahlzeit und prozentualer Anteil der recycelten Abfallmenge am Gesamtabfallaufkommen.

Ehrgeiziges Ziel: 100 Prozent Recycling in den USA

Ziel von LSG Sky Chefs ist es, möglichst viele Abfälle der stofflichen Wiederverwertung zuzuführen und die Abfallmengen kontinuierlich zu verringern. Seit 2008 erfasst der Catering-Spezialist der Lufthansa Group sämtliche Abfallmengen der Gesellschaften, die dem Unternehmen weltweit zu 100 Prozent gehören. Die gewonnenen Daten bilden die Grundlage, auf der das Unternehmen die Recyclingquote für jeden Betrieb, jedes Land sowie für die gesamte Gruppe ermittelt.

LSG Sky Chefs setzte sich das Ziel, bis 2015 an allen 41 Standorten in den USA wiederverwendbare Abfälle zu 100 Prozent zu recyceln. Seit dem Start des Programms „Zero Waste to Landfill“ – zu Deutsch „Null Abfall für die

Deponie“ – im Februar 2013 führten neun Betriebe die neuen Prozesse ein und konnten so bereits rund 6.500 Tonnen Abfälle erfolgreich recyceln. „Im Rahmen unserer sozialen Verantwortung wollen wir der erste Airline Caterer werden, der in den USA seinen Deponieabfall auf null reduziert“, so Dale Easdon, LSG Sky Chefs' Senior Vice President Operations für die Region Nordamerika. Das Unternehmen produziert jährlich 532 Millionen Mahlzeiten, davon 160 Millionen in den USA.

SIMBA: umweltfreundlicher Spülstraßenbetrieb

LSG Sky Chefs entwickelte darüber hinaus mit dem SIMBA-Tool (Spülmaschinen-Informations-Management-Tool inklusive Betriebsanalyse und Alarmierung) eine Methode zum umweltfreundlichen Betrieb von Spülstraßen. Allein am Standort Frankfurt konnten wir seit dem Start des Pilotprojektes im April 2010 den Wasserverbrauch bei Spülvorgängen um 30 Prozent und den Energieverbrauch um 24 Prozent verringern. Derzeit arbeiten weltweit 65 Standorte von LSG Sky Chefs mit SIMBA. Für das Engagement im Bereich der Ressourcenschonung erhielt LSG Sky Chefs im August 2012 den Fraport Energy Award in der Kategorie *Höchste Einsparungen*.

Recycling an Bord

Begrenzte Staukapazitäten und kurze Servicezeiten sind entscheidende Einflussgrößen für die Gestaltung des Getränke- und Mahlzeitenangebots an Bord. Sie wirken sich auch unmittelbar auf das Abfallmanagement aus. So lässt sich beispielsweise nicht immer vermeiden, dass recycelbare Abfälle falsch sortiert werden. Dennoch wollen wir wertvolle Ressourcen schonen und erhöhte Entsorgungskosten vermeiden. Daher gelten für das Airline Catering spezifische Sortierkriterien. Die Flugbegleiter sind angehalten, grundsätzlich alles an dem Ort zu verstauen, an dem sie es entnehmen. Während wir offene Lebensmittel

Fly Greener →

Cabin Crew Manager Rebecca Emmerling aus München treibt aktuell die Initiative *Fly Greener* für den Kabinenbereich voran. Wir wollen damit das Umweltbewusstsein der Flugbegleiter schärfen. Hierzu gehören Informationsstände zum Thema Recycling an Bord sowie eine verstärkte Berichterstattung in den internen Medien. Außerdem ist eine *Fly Greener*-Botschaftergruppe in Planung. Die Teilnehmer werden das Thema Recycling aktiv an Bord kommunizieren.

über sogenannte *Wastebboxes* oder Abräumwagen entsorgen, legen wir leere Getränkeflaschen zurück in die Getränke-Trolleys. Überdies spielen für uns nationale Entsorgungsvorschriften eine wichtige Rolle (siehe hierzu *Balance 2013*, S. 84).

Eigenes Blockheizkraftwerk für LSG Sky Chefs in Frankfurt

Seit Oktober 2013 produziert der Frankfurter Betrieb von LSG Sky Chefs einen Großteil seiner benötigten Energie selbst. Im Untergeschoss des Betriebes wurde ein Blockheizkraftwerk installiert, das aus Erdgas den notwendigen Strom sowie Heißwasser und Wärme erzeugt. Durch die eigene Strom-, Heißwasser- und Wärmeproduktion verringert der Betrieb seinen jährlichen Kohlendioxidausstoß um rund 3.000 Tonnen und trägt damit zum Schutz der Umwelt und des Klimas bei. In den vergangenen Jahren sind die Strom- und Gaskosten stetig gestiegen und durch das zu erwartende Mengen- und Leistungswachstum am Standort Frankfurt werden sich der Verbrauch und damit auch die Kosten weiter erhöhen. Über das eigene Blockheizkraftwerk können so auch langfristige Kosten eingespart werden.



Lufthansa Systems – intelligent Strom sparen

Lufthansa Systems, die IT-Tochter der Lufthansa Group, strebt eine kontinuierliche Optimierung des Energieverbrauchs an. In Kelsterbach bei Frankfurt am Main erstreckt sich auf rund 6.600 m² das größte Rechenzentrum des IT-Spezialisten. Dort sind mehr als 2.000 Server auf vier Datenzentren verteilt. Für die hohe Erzeugung von Warmluft ist der Einsatz einer intelligenten Klimatisierungslösung ein wichtiger Baustein im Bestreben, den Stromverbrauch des Rechenzentrums weiter zu senken. 280.000 Kubikmeter Luft werden stündlich in jedem Rechenzentrum bewegt. Hohe Relevanz bezogen auf die Energiebilanz hat die Trennung von Kalt- und Warmluft. Die Server-Schränke, sogenannte Racks, stehen sich so gegenüber, dass sich austretende Warmluft der Server in einem Gang sammelt, während in einem Parallelgang Kaltluft zugeführt wird. Damit sind die Luftströme voneinander getrennt und es entstehen Kalt- und Warmgänge. Die Kaltluft kann gezielt und ohne Verluste zur Kühlung der Server eingesetzt werden. Ein weiterer Bestandteil ist die Nutzung der Außentemperatur. Insbesondere in der kalten Jahreszeit erfolgt die Kühlung bis zu 100 Prozent durch Außenluft. Dank dieser und anderer Green-IT-Maßnahmen konnte Lufthansa Systems 2013 gegenüber dem Vorjahr rund 5 Prozent Strom einsparen.

Darüber hinaus hat Lufthansa Systems im Jahr 2013 in Frankfurt eine voll einsatzfähige Ersatzkälteanlage im Außenbereich aufgebaut, die an das Rechenzentrum angeschlossen ist. Zusätzlich konnte durch eine Reihe weiterer Maßnahmen, unter anderem den Einbau hochmoderner Wärmetauscher in den Lüftungszentralen, eine Verbesserung des COP-Wertes erzielt werden. Dieser Wert gibt Aufschluss über die Energieeffizienz im Bereich Kälte/Lüftung. Im Jahr 2014 will der IT-Spezialist mit dem Austausch der Kältezentralen durch Kältemaschinen eine weitere Verbesserung des COP erreichen.



Lufthansa Cargo – Flugzeuge elektromobil abfertigen

Im Lufthansa Cargo Center in Frankfurt, dem größten Standort von Lufthansa Cargo, wurden im Jahr 2013 40 Elektrofahrzeuge durch energieeffiziente Modelle der neuesten Generation ersetzt. Dabei handelt es sich um 31 neue elektrische Gabelstapler und neun elektrische Schlepper. Die neuen Flurförderzeuge verbrauchen bei gleicher Leistung rund 14 Prozent weniger Energie als ihre Vorgänger. Sie arbeiten deutlich effizienter und verfügen über eine längere Einsatzzeit bis zum nächsten Aufladen der Batterie. Damit sorgen sie für eine erhebliche Effizienzsteigerung am Drehkreuz Frankfurt. Insgesamt verfügt Lufthansa Cargo über 120 dieser Flurförderzeuge. Mit Ausnahme eines Flurfahrzeugs, das besonders schwere Lasten von neun bis zwölf Tonnen befördert, sind alle elektrobetrieben.

eFreight: mit Lufthansa Cargo in die papierlose Zukunft

Bereits seit 2007 baut Lufthansa Cargo den internationalen papierlosen Luftfrachttransport (eFreight) kontinuierlich aus – mit dem Ziel der kompletten Digitalisierung der Transportkette. Jede einzelne Luftfrachtsendung benötigt heute unabhängig von ihrer Größe bis zu 30 verschiedene Papierdokumente. Dadurch entstehen täglich hohe Kosten und längere Transportzeiten. Für die Luftfrachtbranche bedeutet die Umstellung auf eFreight daher eine Vereinfachung der Prozesse, eine Verringerung der Komplexität und eine Entlastung der Umwelt. Das Einsparpotenzial für die gesamte Luftfrachtbranche ist mit jährlich 7.800 Tonnen Papier beträchtlich: Aufeinander gestapelt entspricht diese Menge der 20-fachen Höhe des Mount Everest. Lufthansa Cargo will ab 2020 die Transportdokumente zu 100 Prozent elektronisch abwickeln.

Durch den Einsatz von SmartPads in der Transportauftragssteuerung hat Lufthansa Cargo darüber hinaus bereits eine papierlose Dokumentensteuerung realisiert. Statt

Transportaufträge auf Papier abzuwickeln, läuft dieser Prozess seit 2013 vollständig elektronisch. Wöchentlich können so rund 7.500 DIN-A4-Seiten Papier eingespart werden. Das schont die Umwelt und spart darüber hinaus Druckkosten. Lufthansa Cargo hat die an der Projektentwicklung beteiligten Mitarbeiter mit dem internen Umweltpreis des Unternehmens ausgezeichnet.



Ressourceneffizienz im Gebäudemanagement

Im Rahmen unserer Bemühungen, den Energieverbrauch zu verringern und gleichzeitig die Ressourceneffizienz zu verbessern, setzen wir auch entsprechende Maßstäbe an die Gebäude des Unternehmens. Das strategische Umweltprogramm der Lufthansa Group definiert in seinen Eckpunkten, dass bei Planung, Bau und Sanierung von Gebäuden neueste energiesparende und ressourcenschonende Aspekte zu berücksichtigen sind.

Das Lufthansa Aviation Center (LAC) am Frankfurter Flughafen wurde bereits im Jahr 2009 von der Europäischen Union für seine Energieeffizienz ausgezeichnet. Als eines der ersten Gebäude in Deutschland darf sich das LAC seither *Green Building* nennen. Es benötigt dank eines innovativen Gefüges aus thermoaktiven Sichtbetondecken, sensibler Verschattungsautomatik und hochwärmegeämmter Fassade nur noch etwa ein Drittel der Heizenergie eines herkömmlichen Bürogebäudes. So unterschreitet der Heizenergieverbrauch des LAC die Vorgaben der aktuell gültigen Energieeinsparverordnung um 56 Prozent. Beim Stromverbrauch sind es 17 Prozent weniger. Durch das Niedrigenergiekonzept des Gebäudes entlastet Lufthansa die Rhein-Main-Region jedes Jahr um rund 12.000 Tonnen CO₂. Weitere Beispiele für nachhaltiges Bauen bei der Lufthansa Group sind das Lufthansa Training & Conference Center in Seeheim, das durch eine Geothermie-Anlage mit Energie aus der Tiefe versorgt wird, sowie der im Bau befindliche Gebäudesatellit am Flughafen München. Er ist nach den Grundsätzen des nachhaltigen Bauens

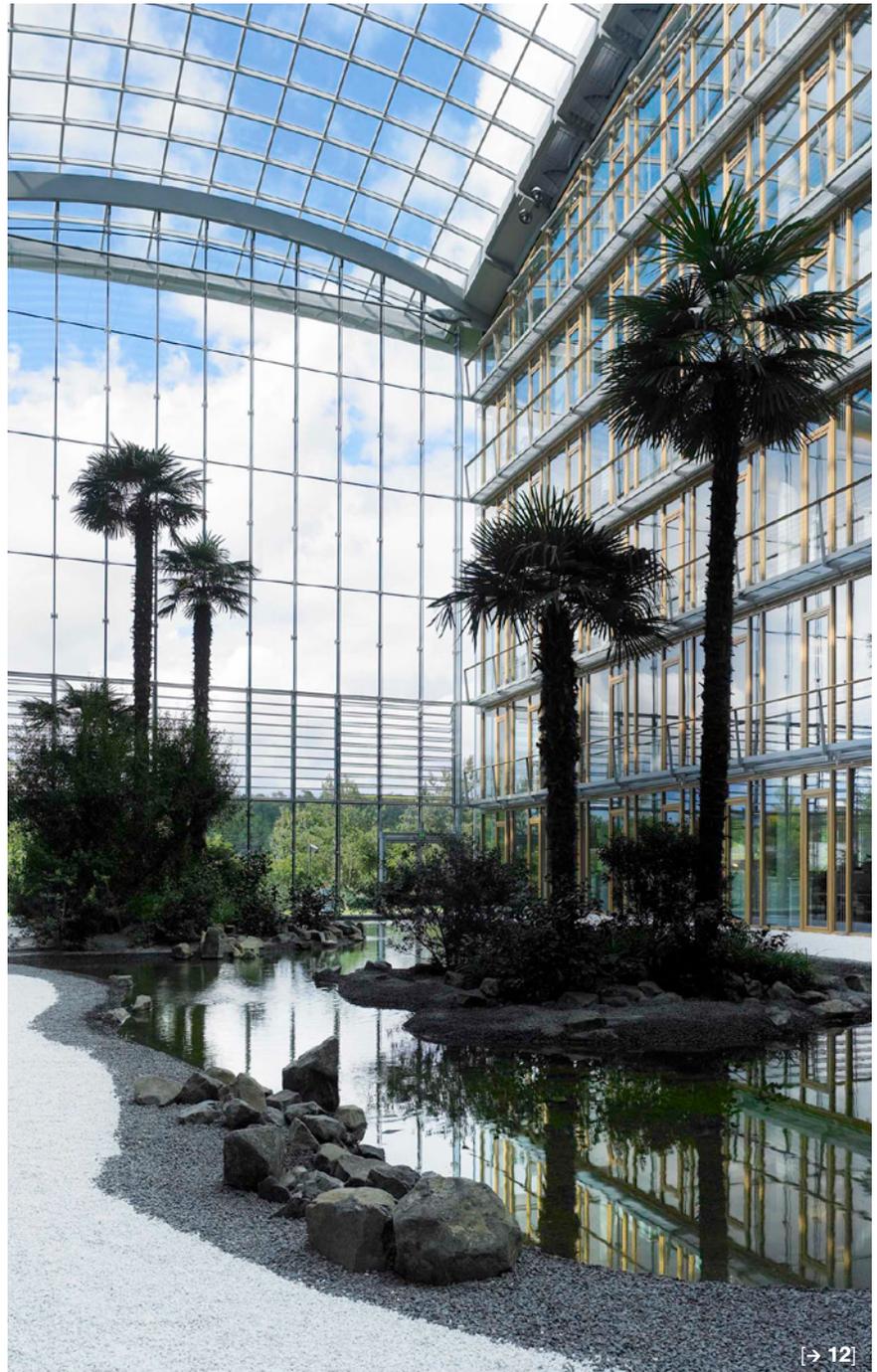
konzipiert, wodurch sich seine CO₂-Bilanz gegenüber den beiden bestehenden Terminals um 40 Prozent verbessert.

Der geplante Bau des neuen Logistikzentrums *LCCneo* von Lufthansa Cargo am Flughafen Frankfurt wird die hohen Anforderungen des Gold-Standards der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) erfüllen. Die umfangreiche Zertifizierung umfasst die Themenfelder Ökologie, Ökonomie, Technik, Prozesse, Standort sowie soziokulturelle und funktionale Aspekte. Dank seiner zeitgemäßen technischen Infrastruktur und einer automatisierten Lagerlogistik wird der neue Cargo-Hub schnellere Durchlaufzeiten bei deutlich geringeren Stückkosten ermöglichen und zugleich die Servicequalität für die Kunden von Lufthansa Cargo erhöhen.



Ausblick

Um weitere Erfolge zu erreichen, rief die Lufthansa Group im Februar 2014 ein internes Energieforum ins Leben. Ziel ist es, ein konzernweites Strom- und Energiesparmanagement aufzubauen. Dazu prüfen wir derzeit die Übertragbarkeit von Best-Practice-Beispielen auf die gesamte Lufthansa Group und arbeiten an einheitlichen Kennzahlen. ↙



[→ 12]

Engagement für die Wissenschaft

20 Jahre Klimaforschung per Linienflug

Die globale Klimaänderung stellt eine der größten Herausforderungen für die Menschheit dar. Verlässliche Prognosen über die Entwicklung des zukünftigen Klimas sind daher von zentraler Bedeutung. Zur Verbesserung der dafür notwendigen Klimamodelle ist ein steter Vergleich zwischen Modell und Wirklichkeit notwendig. Die Lufthansa Group hilft seit nunmehr zwanzig Jahren, den Zustand der Erdatmosphäre zu beobachten.

Mit mehr als 300 Destinationen auf der ganzen Welt bietet unser Streckennetz optimale Möglichkeiten zur Unterstützung der Klimaforschung. Neben dem Engagement in der Klimaforschung ist die Lufthansa Group auch in zahlreichen weiteren Forschungsprojekten aktiv. Dazu zählen die Lärmforschung, die Erprobung alternativer Kraftstoffe, die Entwicklung alternativer Antriebstechniken für bodengebundene Verkehrsmittel sowie Projekte zur Entwicklung technischer Innovationen für die Wartung von Verkehrsflugzeugen.

In diesen Bereichen sowie in den Projekten zur Klimaforschung konnten wir in den vergangenen Jahren Erfolge verzeichnen. Gerade in der Klimaforschung ist der Beitrag für Wissenschaft und Forschung besonders vielfältig. Unser Engagement ermöglicht exaktere Vorhersagen für Wetter und Klima und präzisere Informationen über die Zusammensetzung unserer Luftqualität.



MOZAIC: Über 24.000 Messflüge zur Präzisierung von Klimamodellen

Bereits im Jahr 1993 starteten wir unser Engagement in der Klimaforschung. Im

Rahmen des Projekts MOZAIC (Measurement of ozone, water vapor, carbon monoxide and nitrogen oxides aboard Airbus in-service Aircraft) wurden nach Abschluss einer einjährigen Entwicklungsphase der für das Vorhaben benötigten Messinstrumente, die von uns mitentwickelt wurden, in 20 Jahren mehr als 24.000 Messflüge absolviert. So konnten umfangreiche Daten über den Ozon-, Wasserdampf-, Kohlenmonoxid- und Stickstoffgehalt der Atmosphäre gesammelt werden. Auf Basis der gesammelten Daten an Bord zweier Lufthansa Langstreckenflugzeuge vom Typ Airbus A340-300 konnten Wissenschaftler Klimamodelle präzisieren und Wettervorhersagemodelle verbessern. Darüber hinaus konnte mittels der Messflüge eine weltweit einzigartige Datenquelle zu Wasserdampf und Ozon gesammelt werden.



AMDAR: Weitere Verbesserung für Wetterprognosen

Seit Ende 1999 sind Flugzeuge der Lufthansa mit einer Software ausgestattet, die während des Fluges aktuelle Wetterdaten erfasst. Die Lufthansa Group leistet so einen weiteren Beitrag zur Verbesserung der Wetterprognosen.



Durch die Berücksichtigung der von Flugzeugen gemessenen Daten kann die Genauigkeit der Wettervorhersagen für die kommenden 24 Stunden um fünf bis sieben Prozent erhöht werden. *Aircraft Meteorological Data Relay* (AMDAR) nennt sich die Gewinnung der Wetterdaten während des Fluges. Für die Ermittlung von AMDAR-Daten sind weder Hardware an Bord noch zusätzliche Wettersensoren erforderlich, da auch die Piloten im Cockpit Informationen wie barometrische Höhe, Lufttemperatur und Windgeschwindigkeit benötigen und die Flugzeuge deshalb bereits mit entsprechenden Messgeräten ausgestattet sind. Lediglich für die Übertragung der Wetterdaten per Datalink während des Fluges ist eine spezielle Software erforderlich, an deren Entwicklung Lufthansa Systems sich beteiligte.



CARIBIC: Bedeutende Entdeckung für den Schutz der Ozonschicht

Die Lufthansa Group unterstützt seit 2004 das Projekt CARIBIC (Civil Aircraft for the Regular Investigation of the Atmosphere Based on an Instrument Container). Das Vorhaben zielt auf die detaillierte Analyse der Atmosphäre in einzelnen Regionen ab. Hierzu wurde unser Lufthansa Airbus A340-600 *Leverkusen* mit einem weltweit einzigartigen, 1,5 Tonnen schweren Messcontainer zu einem fliegenden Klimaforschungslabor ausgestattet. Zehn Forschungsinstitute aus fünf europäischen Ländern haben unter Federführung des Mainzer Max-Planck-Instituts für Chemie den automatisierten Messcontainer gemeinsam entwickelt und ausgestattet. Ein Mal im Monat wird der Container für mehrere Tage eingebaut und misst simultan Daten von 50 verschiedenen Gasen und Partikelverbindungen. Inzwischen konnten mehr als zwei Millionen Kilometer im Dienst der Klimaforschung zurückgelegt werden. Zusätzlich zu den Messungen an Bord werden pro Einsatz 116 Luftproben für weitere Analysen in europäischen Labors entnommen. Ziel des Projektes ist es unter anderem, die Prozesse in der Grenzschicht zwischen Troposphäre und Stratosphäre zu untersuchen, einer Atmosphärenschicht, die für die Wissenschaftler von besonderem Interesse ist. Hier können

weder Satelliten noch bodengestützte Messungen klimarelevante Parameter in annähernd gleicher Menge und Genauigkeit erfassen. Messungen mit dem fliegenden CARIBIC-Labor leisteten kürzlich einen wichtigen Beitrag zum Nachweis dreier bisher unentdeckter Fluorchlorkohlenwasserstoffe (FCKWs). Einer davon, das CFC-113a, stieg in jüngerer Vergangenheit rapide an. Nun gilt es herauszufinden, wo diese Gase produziert werden und aus welchen Gründen sie ansteigen. Nur so kann hier ebenso erfolgreich gegengesteuert werden, wie das bei den bisher bekannten FCKWs der Fall ist. Bislang waren das lediglich sieben. Sie gelten als die Hauptverursacher des sogenannten Ozonlochs. Das trifft auch auf die ebenfalls neu entdeckte Ersatzsubstanz HCFC zu.



IAGOS: Neue Messinfrastruktur für die Klimaforschung

Das Klimaforschungsprojekt IAGOS (In-service Aircraft for a Global Observing System), an dem die Lufthansa Group ebenfalls beteiligt ist, wurde im Jahr 2013 als eines von drei Großforschungsprojekten in die *Roadmap für Forschungsinfrastrukturen des Bundesministeriums für Bildung und Forschung* (BMBF) aufgenommen. Als Nachfolger von MOZAIC nutzt auch IAGOS zivile Verkehrsflugzeuge als Plattform, um global und kontinuierlich Atmosphären Daten per Linienflug zu sammeln. Die IAGOS-Messapparatur wird von den beteiligten Forschungseinrichtungen ständig weiterentwickelt, um somit mehr und genauere Daten von atmosphärischen Spurenstoffen sammeln zu können. Dadurch wird nach Ansicht des vom BMBF beauftragten Wissenschaftsrates eine wichtige Wissenslücke geschlossen, um genauere Klimavorhersagen zu treffen. Das BMBF räumt den ausgewählten Großforschungsprojekten höchste Priorität in der forschungspolitischen Gesamtabwägung ein.

Das erste IAGOS-System ist seit Anfang Juli 2011 im Lufthansa Airbus A340-300 *Viersen* im Einsatz. Weitere Systeme wurden inzwischen auf drei A340-300 und einer A330-300 anderer Fluggesellschaften installiert. Nach jeder Landung werden diese Daten mittels

Wieso eignen sich Verkehrsflugzeuge besonders für die Klimaforschung? →

Die zivile Luftfahrt eignet sich aus mehreren Gründen besonders zur Erforschung und Beobachtung der Atmosphäre:

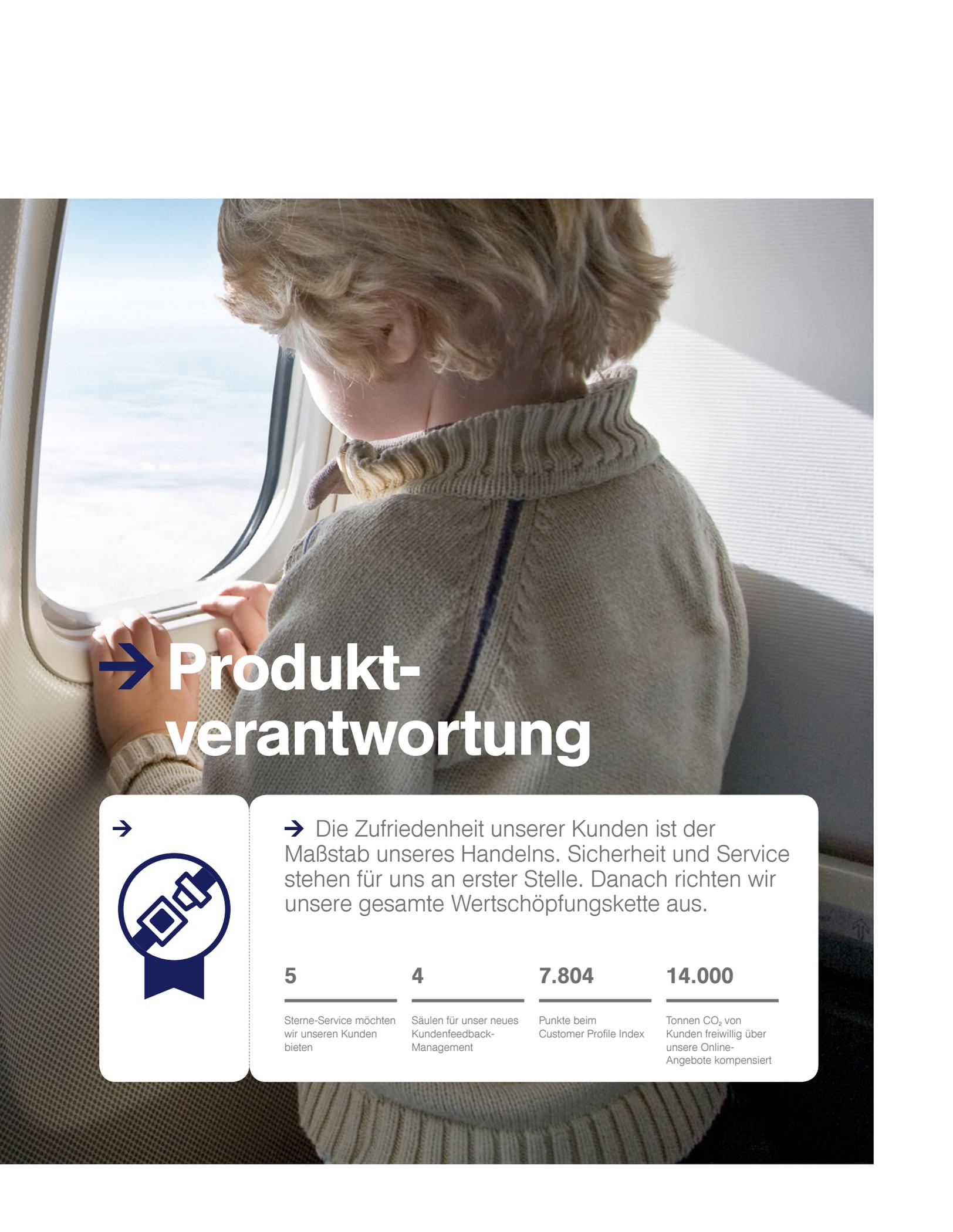
- Die Erdatmosphäre kann sowohl von Satelliten als auch vom Boden aus beobachtet werden. Beides sind Fernerkundungsmessungen. Diese haben eine vergleichsweise schlechte räumliche Auflösung. Direkte Messungen an Bord von Flugzeugen erlauben hingegen eine viel höhere räumliche Auflösung. Verkehrsflugzeuge schließen damit eine Beobachtungslücke zwischen satellitengestützten und bodengestützten Messungen.
- Flugzeuge fliegen in einer Höhenregion (Tropopause), die von besonderer Bedeutung für die Klimaforschung ist.
- Flugzeuge operieren weltweit und können damit die Erdatmosphäre ganzheitlich beobachten.
- Linienflüge bieten eine hohe Kontinuität und erlauben damit Langzeitbeobachtungen, die mit einzelnen Flügen von speziellen Forschungsflugzeugen nicht möglich und zudem viel teurer wären.

eines GSM-Modems direkt zum französischen Forschungszentrum CNRS nach Toulouse geschickt, wo die IAGOS-Datenbank beheimatet ist. Von hier aus werden die Daten verfügbar gemacht und neben dem IAGOS-Partner auch von zahlreichen weiteren Forschungseinrichtungen weltweit genutzt. Das eigens für das Projekt entwickelte Instrumentenpaket ist robust und nahezu wartungsfrei. Neben der routinemäßigen Erfassung von atmosphärischen Spurenstoffen soll es in Zukunft auch Aerosole und Wolkenteilchen messen. ↵

13/14/15

Mess-Sonden an Lufthansa Flugzeugen, die im Dienst der Klimaforschung unterwegs sind.





→ Produkt- verantwortung



→ Die Zufriedenheit unserer Kunden ist der Maßstab unseres Handelns. Sicherheit und Service stehen für uns an erster Stelle. Danach richten wir unsere gesamte Wertschöpfungskette aus.

5

Sterne-Service möchten wir unseren Kunden bieten

4

Säulen für unser neues Kundenfeedback-Management

7.804

Punkte beim Customer Profile Index

14.000

Tonnen CO₂ von Kunden freiwillig über unsere Online-Angebote kompensiert

Die grundsätzliche Ausrichtung

Sicherheit, Gesundheit, Zufriedenheit

Die Unternehmen der Lufthansa Group überprüfen und verbessern laufend die angebotenen Produkte entlang der gesamten Servicekette. Das hat für unseren Geschäftserfolg einen hohen Stellenwert.

- Unser Ziel ist es, die Kundenzufriedenheit stetig zu steigern. Diesen Anspruch formulierten wir als einen von vier Eckpfeilern unserer Konzernstrategie. Dabei ist es uns ein zentrales Anliegen, der Vielfalt unserer internationalen Kundschaft emphatisch zu begegnen. Mit zielgruppenspezifischen Verpflegungs- und Unterhaltungsangeboten an Bord, Betreuung für alleinreisende Kinder oder Unterstützung für Reisende mit eingeschränkter Mobilität, um nur einige Beispiele zu nennen, gestalten wir unseren Service entsprechend. Darüber hinaus entwickeln wir unsere Feedback-Management-Prozesse kontinuierlich weiter.
- Die Sicherheit und Gesundheit der Passagiere, Besatzungen und Mitarbeiter spielt für uns eine zentrale Rolle. Swiss wurde beispielsweise im Jahr 2014 als weltweit erste allergikerfreundliche Fluggesellschaft zertifiziert und ist damit auch Pionier bei der Lufthansa Group.
- In der Lufthansa Group werden täglich hohe Datenvolumina bearbeitet. Aktuelle gesellschaftliche und technische Entwicklungen sensibilisieren weltweit für Datensicherheit. Daher gewinnt das Thema Datenschutz und Datensicherheit auch für die Lufthansa Group weiter an Bedeutung.
- Wir möchten unserer Verantwortung gerecht werden, die Auswirkungen des Fliegens auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten. Viele Kunden teilen diesen Anspruch und möchten die durch ihre jeweilige Flugreise entstehenden CO₂-Emissionen kompensieren. Als Teil unserer Produkt- und Servicekette entwickelten auch wir hierfür entsprechende Angebote. ↙

01/02/03/04/05

Service Excellence: Für die Fluggesellschaften der Lufthansa Group steht Kundenorientierung im Mittelpunkt.



Kundenzufriedenheit

Die permanente Steigerung der Kundenzufriedenheit ist uns ein zentrales Anliegen. Sie ist ein Eckpfeiler unserer Konzernstrategie. Dafür optimieren wir kontinuierlich die Qualität unseres Produkt- und Service-Portfolios und präsentieren Innovationen. Einen Fokus legen wir dabei auf den persönlichen Dialog mit unseren Kunden. Beispielhaft stellen wir nachfolgend das Lufthansa Engagement in diesem Bereich vor.



Lufthansa hat den Anspruch, eine *5-STAR-Airline* zu sein. Ein wichtiger Aspekt diesbezüglich ist unser Kundenbeziehungs-Management. Ziel ist es, für jeden Fluggast den bestmöglichen Service zu bieten – auch im Falle eines negativen Feedbacks. Denn das liefert uns wertvolle Hinweise zu weiteren Service-Verbesserungen. *5 STAR* bedeutet für uns, die Erwartungen unserer Kunden an Erreichbarkeit sowie schneller und individueller Problemlösung zu erfüllen. Dies ist ein Anspruch, der auf dem renommierten Airline-Rating-System von Skytrax basiert.

Zur Messung der Kundenzufriedenheit führen wir regelmäßig Online-Befragungen durch. Gemessen werden jeweils verschiedenste Leistungsmerkmale entlang der gesamten Passagiererlebnis- und Servicekette. Das reicht von Informationen und Buchungsprozessen vor dem Flug über das eigentliche Flugerlebnis und Aspekte wie die Wartezeit auf das Gepäck bis zum Abschluss der Flugreise am Ankunftsort.

Zur Zufriedenheitsmessung kommen Zufriedenheitsskalen zum Einsatz, die zeigen, mit welchen Leistungen unsere Kunden besonders zufrieden oder gegebenenfalls weniger zufrieden sind. Darüber hinaus erhebt Lufthansa, wie zufrieden die Kunden mit den Miles & More Services und den Dienstleistungen

gen im Direktvertrieb, beispielsweise mit unseren Service Centern und dem Buchungsportal *LH.com*, sind. Auf monatlicher Basis erfolgt ein umfangreiches, nutzerspezifisches Reporting für und an die für die Leistungserbringung zuständigen Fachbereiche. Auch das Management wird kontinuierlich über den Status quo der Kundenzufriedenheit informiert.

Verdichtet werden die Zufriedenheitsurteile unserer Passagiere zum sogenannten Customer Profile Index (CPI). Er stellt einen gewichteten Mittelwert unserer Leistungen aus Sicht der Passagiere dar. Der CPI erhöhte sich von 7.733 im Jahr 2012 auf 7.804 im Jahr 2013. Die Verbesserung spiegelt sich auch in den zahlreichen renommierten Auszeichnungen wider, die Lufthansa und viele weitere Konzerngesellschaften im Jahr 2013 erhielten (siehe Preise und Auszeichnungen auf S. 129).

Ziel ist es, die Kundenzufriedenheit nicht nur zu messen, sondern sie auch laufend zu verbessern. Viele Bereiche erhalten Zielwerte für die Passagierzufriedenheit. Zusätzlich dienen Zufriedenheitswerte dazu, Schwachstellen in der bisherigen Leistungserbringung zu identifizieren und darauf basierende Maßnahmen anzustoßen.

Lufthansa hat den Anspruch, eine 5-STAR-Airline zu sein.

Ein zentraler Erfolgsfaktor für die Lufthansa Group ist die Art und Weise, wie der Konzern sein Management von Kunden-Feedbacks organisiert und in Form eines Dialogs mit dem Passagier lebt. Denn die Rückmeldungen von Kunden sind entscheidender Ausgangspunkt zur Steigerung der Kundenzufriedenheit, die sich erheblich auf das Image der Lufthansa Group auswirkt. Durchschnittlich rund 200.000 wertvolle Kunden-Feedbacks erhält die Fluggesellschaft Lufthansa jährlich über die unterschiedlichsten Kanäle.



Best-in-class-Dialog für und mit unseren Passagieren

Die Lufthansa Group rief im Jahr 2013 das Programm *Passenger Dialogue Services* ins Leben. Es basiert auf vier Eckpfeilern:

→ Erreichbarkeit:

Lufthansa hat den Anspruch, dass der Passagier uns überall dort erreicht, wo es für ihn bequem ist, ganz gleich über welchen Kontaktkanal. Daher richtete Lufthansa beispielsweise direkt auf der Startseite von *LH.com* einen *Feedback-Button* ein, darüber hinaus auch die Möglichkeit, uns direkt anzurufen oder eine E-Mail zu schreiben. Erweitert werden die Feedback-Optionen bereits während des Fluges über das Lufthansa Produkt *Flynet*. Auch die Social-Media-Kanäle haben die Experten fest im Blick: Über den Lufthansa Auftritt auf



Facebook hat der Kunde direkten Zugriff auf das Feedback-Formular, in anderen relevanten Foren sind wir ebenfalls im Dialog vertreten.

→ Geschwindigkeit:

Geschwindigkeit ist besonders in Zeiten des Web 2.0 ein entscheidender Erfolgsfaktor im Bereich des Customer Relationship Managements. Besonders die Reaktionsgeschwindigkeit bei einer kurzfristig erhöhten Anzahl von Kundenfeedbacks, aufgrund von Streiks, Luftraumsperrungen oder Auswirkungen des Winterwetters, ist von hoher Bedeutung.

→ Problemlösung:

An oberster Stelle steht das Ziel, das Feedback eines jeden Passagiers zu verstehen und so individuell wie möglich darauf einzugehen, ohne dass dabei der Faktor Geschwindigkeit darunter leidet.

→ Aus Feedback lernen:

Mit dem *Passenger Feedback Cycle* werden Feedbacks geclustert und analysiert, um daraus Verbesserungen für unsere Produkte und Services abzuleiten.

Mit dem Programm erfährt das Feedback-Management eine grundsätzliche Neuausrichtung mit dem Ziel, *best in class* zu sein. ↵

Unsere zentralen Handlungsfelder zur kontinuierlichen Verbesserung der Kundenzufriedenheit

- Persönliche Zuwendung im Service stärken.
- Qualität des Service und der Hospitality aufwerten.
- Check-in-Bereiche an den großen Drehkreuzen Frankfurt und München stärker nach Buchungsklassen differenzieren.
- Betreuungsdienste für Transitkunden und ankommende Gäste in Frankfurt und München optimieren.
- Amenity Kits (Kulturbeutel mit Komfortartikeln) in First und Business Class verbessern.
- Inflight-Entertainment-Programm in allen Klassen aufwerten.
- Getränke- und Mahlzeitenangebote in den Business Lounges verfeinern.
- *Fast lane* (Überholspur) für Statuskunden und Gäste der First und Business Class an allen interkontinentalen Zielorten anbieten.
- Neues Angebot auf den Lufthansa Langstrecken: Ab Dezember 2014 ist mit der neuen Service-Klasse *Premium Economy* ein neues Produkt verfügbar. Zunächst auf allen Flügen mit der neuen Boeing 747-8. Es schließt die Lücke zwischen dem gehobenen Segment der Business Class und der klassischen Economy Class. Bis zum Sommer 2015 werden alle Lufthansa Langstreckenflugzeuge mit der neuen Klasse ausgestattet sein.

Flugsicherheit und Gesundheitsschutz haben für die Lufthansa Group oberste Priorität

Für die Lufthansa Group stehen die Sicherheit und die Gesundheit von Fluggästen, Besatzung und Mitarbeitern an erster Stelle. Es ist die Aufgabe des Managements und aller Mitarbeiter der Lufthansa Group, Flugsicherheitsrisiken zu kontrollieren und eine stetige Steigerung des Sicherheitsniveaus zu erreichen.

Zum Zwecke der Flugsicherheit verfügen alle Fluggesellschaften der Lufthansa Group über Sicherheitsmanagementsysteme (Safety Management Systems, SMS), die sich an den Forderungen der internationalen Zivilluftfahrtorganisation ICAO orientieren. Ziel dieser Systeme ist es, den Sicherheitsstand des Flugbetriebes zu erfassen, Gefahren im Vorfeld zu erkennen und zu bemessen sowie das Unfallrisiko durch geeignete Gegenmaßnahmen zu senken. Lufthansa entwickelte dafür neue und anerkannte Prozesse zur systematischen Risikoanalyse und -bewertung. Darüber hinaus führt Lufthansa ein Konsortium verschiedener Lehrstühle und Forschungseinrichtungen an, das die Entwicklung aussagekräftiger Parameter zur Bemessung der Flugsicherheit zum Ziel hat. Anhand solcher *Safety Performance Indicators* lässt sich das Unfallrisiko noch effektiver kontrollieren. Aber auch mit klassischen Maßnahmen wie den erheblichen Investitionen in die Ausrüstung der Flugzeuge und einem Programm zur Pilotenausbildung, das in der Branche seinesgleichen sucht, setzt Lufthansa Maßstäbe in Sachen Sicherheit.

Innerhalb der Lufthansa Group überwachen unabhängige Abteilungen die Einhaltung flugbetrieblicher Vorschriften und Verfahren. Darüber hinaus sprechen die Experten Sicherheitsempfehlungen aus und beraten den Flugbetrieb bei allen flugsicherheitsrele-

vanten Themen. Die Abteilung des Konzernsicherheitspilots koordiniert die Zusammenarbeit der Gesellschaften der Lufthansa Group beim Thema Sicherheit.



IOSA-Audit – umfassendster Standard für Sicherheit im Flugverkehr

Eine unabhängige Überprüfung der Sicherheitsstandards der Fluggesellschaften der Lufthansa Group erfolgt alle zwei Jahre mit dem sogenannten IATA Operational Safety Audit (IOSA). IOSA gilt als international anerkanntester Standard für Sicherheit im Flugverkehr. Alle Airlines der Lufthansa Group erfüllen die IATA-Sicherheitsstandards vollständig. Lufthansa Cargo war die erste IOSA-registrierte Frachtfluggesellschaft weltweit. Mit dem erstmaligen erfolgreichen Abschluss eines intensiven Audits im Jahr 2007 nimmt der Frachtspezialist der Lufthansa Group seither eine Vorreiterrolle im Hinblick auf Flight Safety Standards im Bereich der Fracht-Airlines ein.

Darüber hinaus wurde Lufthansa im Jahr 2014 als erste Fluggesellschaft der Lufthansa Group nach dem neuen *Enhanced IOSA*



Standard auditiert, der ab September 2015 verbindlich ist.

 www.iata.org/iosa



Medizinisches Gesundheitsangebot weiter ausgebaut

Die Bedeutung des medizinischen Gesundheitsangebots für unsere Fluggäste ist in den vergangenen Jahren bei der Lufthansa Group weiter gestiegen. Dabei spielt auch die demografische Entwicklung eine Rolle, denn die Menschen werden älter und sind entsprechend länger mobil. Der steigende Bedarf medizinischer Abklärungen bei Fluggästen und die wachsende Nachfrage nach medizinischen Transporten führten dazu, dass der Medizinische Dienst der Lufthansa Group im Jahr 2009 um den Bereich *Passenger Medical Care* erweitert wurde. Denn immer häufiger werden beispielsweise speziell sitzende und liegende Passagierbeförderungen bei eingeschränkter Mobilität oder gar Intensivtransporte mit dem Lufthansa Patient Transportation Compartment (PTC) nachgefragt. Hinzu kommen medizinische Notfälle an Bord. Zentrale Schaltstelle ist das Beratungszentrum *Medical Operation Center* (MOC). Es koordiniert alle Krankentransporte an Bord der Lufthansa Flotte. Seit Juli 2010 steuert das MOC mit seinem *Special Service Team* zusätzlich die Prozesse für Passagiere mit eingeschränkter Mobilität entsprechend den gesetzlichen Vorgaben und operationellen Notwendigkeiten.

Mit dem PTC bietet Lufthansa als einzige Airline weltweit eine fliegende Intensivstation an, die Patienten einen Rücktransport mit medizinischer Rundumversorgung ermöglicht. Neben dem MOC spielt hier auch Lufthansa Technik eine wichtige Rolle. In kurzer Zeit baut der Technikspezialist der Lufthansa Group im Bedarfsfall Sitzreihen in einem Flugzeug aus, damit das PTC installiert werden kann.

Während des Fluges werden die Intensivpatienten von einem Arzt und speziell ausgebildeten *PTC Medical Crew Members* betreut.

Lufthansa Technik stellte im April 2014 zusammen mit ihrem Partnerunternehmen Aerolite Max Bucher AG erstmals ein vollständiges Modell einer neu entwickelten Einheit zum Transport von Patienten in Verkehrs- und VIP-Flugzeugen vor. Das modular aufgebaute System lässt sich individuell anpassen. Erste Auslieferungen des Systems sind bereits für September 2014 vorgesehen.

Lufthansa baut zudem das im Jahr 2006 entwickelte Bonus-Programm *Arzt an Bord* stetig aus. Im Rahmen dieses Programms stehen vorher registrierte Ärzte bei medizinischen Notfällen an Bord für eine schnelle Hilfe zur Verfügung. Bei der Anmeldung des Arztes wird die Facharzttrichtung beim Meilenprogramm Miles & More gespeichert, sodass die Flugbegleiter in einer medizinischen Notfallsituation direkt und ohne Bordansage diskret auf den Arzt zukommen können. Im Juli 2013 erweiterte Lufthansa das *Arzt-an-Bord-Programm* nochmals. Seitdem informiert eine spezielle Website auf unserer Homepage über das Programm für Ärzte, die sich für den Hilfsfall registrieren möchten.



Swiss – erste allergikerfreundliche Fluggesellschaft

Um das Reiseerlebnis für Fluggäste mit Allergien zu verbessern, führte Swiss im Mai 2014 allergikerfreundliche Produkte am Boden und in der Luft ein. Dazu wurde die Kabine angepasst und das Speise- und Getränkeangebot um laktose- und glutenfreie Kost ergänzt. Swiss wurde dafür von der Stiftung ECARF (Europäische Stiftung für Allergieforschung) als weltweit erste allergikerfreundliche Fluggesellschaft zertifiziert und nimmt damit bei der Lufthansa Group eine Vorreiterrolle ein.

„Das Bedürfnis unserer Kunden nach einer allergikerfreundlichen Reiseumgebung ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. In Zusammenarbeit mit der Stiftung ECARF möchten wir nun konkret auf dieses Bedürfnis eingehen, um das Reisen so angenehm und beschwerdefrei wie möglich zu gestalten“, sagt Frank Maier, Head of Product & Services Swiss.



Messkoffer zur Analyse der Kabinenluft im Einsatz

Bei der Erforschung der Kabinenluftqualität ist Lufthansa weltweit führend und besonders engagiert. Dies geschieht in Zusammenarbeit mit Gewerkschaftern, Personalvertretern, Berufsgenossenschaften, Branchenverbänden sowie Flugzeug- und Triebwerksherstellern. Es geht dabei auch um die Entwicklung technischer Lösungen in Form spezieller Sensoren und Filter.

Eine Besonderheit stellt der seit April 2013 eingesetzte Messkoffer zur Analyse der Kabinenluft dar. Entwicklungspartner ist die renommierte Medizinische Hochschule Hannover. Insgesamt sind mindestens rund 50 Umläufe mit dem Airbus A380 vorgesehen. Mit dem Messkoffer will Lufthansa auf ausgewählten Flügen versuchen, die Veränderung der Kabinenluftzusammensetzung während eines Geruchsvorfalles (Smell Event) aufzuzeichnen. Vorläufige Ergebnisse deuten auf keine auffällige chemische Belastung hin – auch bei sogenannten Geruchsereignissen. Nicht nachzuweisen waren insbesondere neurotoxische ortho-Trikresylphosphate (o-TCP). „Insgesamt ist eine nur geringe Konzentration an Organophosphaten nachzuweisen“, fassen die Forscher zusammen. Lufthansa möchte in der Kabinenluft potenziell vorhandene Substanzen identifizieren und quantifizieren sowie die objektive Bewertung derartiger Ereignisse optimieren. 

Datenschutz und Datensicherheit

Ein sorgfältiger und sicherer Umgang mit personenbezogenen Daten ist die Grundlage für eine vertrauensvolle Geschäftsbeziehung. Der Datenschutz bewahrt Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und Lieferanten der Lufthansa Group vor der Verletzung von Persönlichkeitsrechten durch falschen Umgang mit sensiblen Informationen. Die Lufthansa Group schützt und sichert Daten nach höchsten Maßstäben.

Der Bereich Konzern-Datenschutz sichert die Anwendung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) in der Lufthansa Group. Er macht die Mitarbeiter mit den entsprechenden Vorgaben aus dem Gesetz vertraut und führt Datenschutz-Audits durch. Überdies beraten die Datenschutzexperten des Konzerns die Fachbereiche bei der Einführung neuer Systeme sowie der Gestaltung oder Veränderung von Prozessen. Auf diese Weise lassen sich datenschutzrechtliche und wirtschaftliche Belange frühzeitig aufeinander abstimmen. Zentraler Ansatzpunkt ist die Sensibilisierung von Mitarbeitern und Führungskräften, um Datenschutzrisiken zu erkennen und zu vermeiden.

Für einen Dienstleistungskonzern wie die Lufthansa Group hat der Schutz personenbezogener Daten darüber hinaus eine besondere wirtschaftliche Bedeutung. Denn die Informationen sind für die Gesellschaften wichtig, um ihre Leistungen optimal erbringen zu können. Je persönlicher die Angebote und der Service, umso wichtiger sind Kenntnisse über individuelle Präferenzen der Kunden.

In den vergangenen Jahren entwickelte sich in der Luftfahrtbranche ein besonderes datenschutzrechtliches Konfliktfeld, da ausländische Behörden immer häufiger Passagierinformationen in Form von Pass- und/oder Reservierungsdaten anfordern. Die Deutsche

Lufthansa AG unterliegt als deutsches Unternehmen dem hiesigen Datenschutzrecht. Dennoch müssen die Fluggesellschaften zugleich die Einreise- und Sicherheitsbestimmungen in den jeweiligen Zielländern beachten. Lufthansa strebt immer an, solche Datenübermittlungen so lange wie möglich zu vermeiden. Dieses Problem kann abschließend nur auf politischer Ebene durch tragfähige und datenschutzgerechte internationale Abkommen gelöst werden.

Verbindliche Richtlinien sichern Datenschutz

Den Rahmen für den Datenschutz in der Lufthansa Group setzt die Konzern-Datenschutzrichtlinie. Sie beruht auf Gesetzen wie dem BDSG und anerkannten Datenschutzprinzipien. Die Richtlinie konkretisiert die Pflichten zur Einhaltung des Datenschutzes. Außerdem gibt sie Regeln vor, die datenschutzkonformes Handeln im gesamten Konzern sicherstellen, Datenschutzrisiken transparent machen und vor diesen schützen. Die Verantwortung für den Datenschutz obliegt dem Vorstand und der Geschäftsführung der jeweiligen Gesellschaft. Bei der Wahrnehmung dieser Verantwortung unterstützt sie die Abteilung Konzern-Datenschutz unter Leitung von Frau Dr. Barbara Kirchberg-Lennartz.

Wie auch im Jahr 2012 verzeichnete die Lufthansa Group 2013 keine wesentlichen Gefährdungen oder sanktionsfähigen Verletzungen des Schutzes von personenbezogenen Daten. Datenauskunftsersuche sowie Kunden-Feedbacks konnten in der Regel kurzfristig beantwortet werden. Soweit erforderlich veranlassten wir Prozess- beziehungsweise Verhaltensänderungen.

Schulungen zum Schutz der Daten

Einen Beratungsschwerpunkt der Konzerndatenschutz-Experten bildete im Berichtsjahr die datenschutzkonforme Nutzung von Kundendaten im Vertriebsbereich. Schulungen und Informationsmaßnahmen zum Datenschutz für Mitarbeiter und Führungskräfte werden im Jahr 2014 weiter intensiviert. Sie sind eine wesentliche Voraussetzung, um Datenschutzrisiken zu erkennen und zu steuern. Das webbasierte Training (WBT) *Grundlagen Datenschutz* ist für große Teile der Mitarbeiterschaft verpflichtend.

Datenschutz prüfen

Die Experten des Konzern-Datenschutzes führen darüber hinaus eigene Audits zu ausgewählten Verfahren und Systemen zur Verarbeitung personenbezogener Daten durch. Dabei werden in der Regel die Zuverlässigkeit, Sicherheit und Ordnungsmäßigkeit der Prüfprojekte kontrolliert. [↪](#)



[→ 06]



[→ 07]

06/07

Die Lufthansa Group schützt und sichert Daten nach höchsten Maßstäben.

CO₂-Kompensation

Die Lufthansa Group unternimmt große Anstrengungen, um Emissionen zu vermeiden und zu senken. Damit wir das benötigte Kerosin so effizient wie möglich verbrauchen und nachhaltig einsparen, investieren wir in modernste Flugzeuge und führen innovative Prozesse, Verfahren und Technologien ein. Solange die Luftfahrt jedoch auf den fossilen Energieträger Kerosin angewiesen ist, lassen sich CO₂-Emissionen nicht vollständig vermeiden. Die zur Lufthansa Group gehörenden Fluggesellschaften Lufthansa, Swiss und Austrian Airlines sowie AirPlus, einer der größten internationalen Anbieter von Managementlösungen für Geschäftsreisen, bieten daher allen Kunden Programme an, über die sie die nicht vermeidbaren Emissionen kompensieren können.

Ein Beispielprojekt, das wir mithilfe unserer umweltbewussten Kunden unterstützen →



Solarlampen im ländlichen Äthiopien

Photovoltaik-Zellen auf den Hausdächern ermöglichen Familien den Zugang zu Strom und Licht. Das bedeutet für die Menschen in den ländlichen Regionen Äthiopiens eine deutliche Verbesserung der Lebensbedingungen. Der Einsatz von Solar-Beleuchtung anstelle von Petroleumlampen wirkt sich darüber hinaus positiv auf ihre Gesundheit aus und senkt zugleich Treibhausgasemissionen.



Im Anschluss an eine Flugbuchung kann jeder Fluggast über einen Emissionsrechner seinen tatsächlichen CO₂-Ausstoß für die jeweilige Strecke ermitteln und entsprechend ausgleichen. Das Angebot der individuellen CO₂-Kompensation an unsere Fluggäste ist Bestandteil unserer Umweltstrategie 2020 und der 4-Säulen-Klimaschutzstrategie der Luftfahrtbranche (vgl. hierzu S. 54). Insgesamt kompensierten die Fluggäste der Lufthansa Group im Jahr 2013 Fluggreisen im Volumen von mehr als 14.000 Tonnen CO₂. Dies entspricht etwa 320 Flügen von Frankfurt nach New York mit einem Lufthansa Airbus A330-300 und einer Steigerung von 18,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Die Fluggesellschaften Lufthansa und Swiss arbeiten beim Angebot der freiwilligen Klimaschutzspende eng mit der renommierten schweizerischen Non-Profit-Organisation myclimate (www.myclimate.org) zusammen. myclimate ist dazu verpflichtet, mindestens 80 Prozent der vom Kunden einbezahlten

CO₂-Kompensationsgelder in Klimaschutzprojekte fließen zu lassen, die höchste Standards erfüllen. Neben der Verringerung von Treibhausgasen tragen die Projekte nachweislich zur nachhaltigen Entwicklung bei. Die angebotenen Klimaschutzprojekte sind nach dem *Gold-Standard* registriert. Dieses unabhängig geführte Label zeichnet qualitativ hochwertige Klimaschutzprojekte und die daraus entstehenden Emissionsreduktionszertifikate aus. Die Integrität dieser Projekte hinsichtlich ihrer Umweltbilanz und sozialen Verträglichkeit steht im Vordergrund. Unser Kooperationspartner myclimate stellt für Privatpersonen aus Deutschland und der Schweiz steuerlich anerkannte Spendenbescheinigungen für die errechnete CO₂-Kompensation aus. Damit ist der freiwillige CO₂-Ausgleich für Fluggäste steuerlich absetzbar.

Austrian Airlines kooperiert bei der CO₂-Kompensation mit Climate Austria (www.climateaustria.at). Im Rahmen der Online-Buchung ermittelt ein CO₂-Rechner die CO₂-Emissionen des Fluges. Climate Austria sammelt die gespendeten Beiträge und unterstützt damit qualitativ hochwertige österreichische und internationale Klimaschutzprojekte. Auch Climate Austria wählt sämtliche Projekte nach strengen Standards aus. Sie fördern Maßnahmen im Bereich der Energieeffizienz sowie erneuerbaren Energien, wie Wasser, Biomasse, Wind- und Solarenergie.

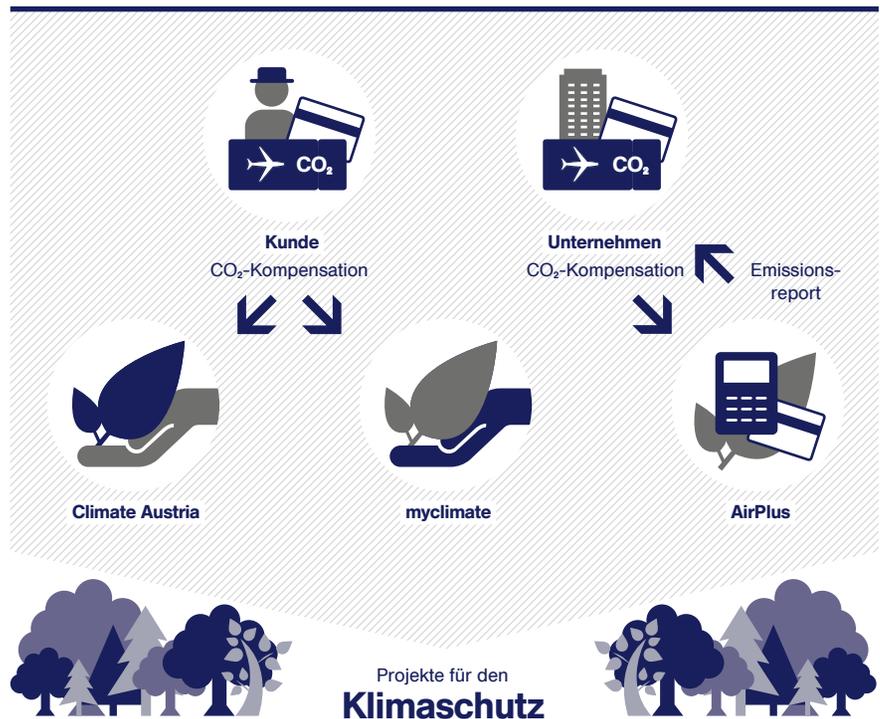
Klimaneutrale Geschäftsreisen mit AirPlus
AirPlus ist ein Unternehmen der Lufthansa Group und internationaler Anbieter von Bezahl- und Abrechnungslösungen für Geschäftsreisen. Mittlerweile bietet AirPlus drei grüne Produktlösungen an:

- *Carbon Offset* (seit 2009)
- *Green Reports* (seit 2011)
- *AirPlus Green Company Account* (seit 2014 auch in Deutschland)

Mit *AirPlus Carbon Offset* können Unternehmen die durch Geschäftsreisen verursachten Emissionen automatisch über ihr AirPlus-Kundenkonto abrechnen und kompensieren.

Mit den *AirPlus Green Reports* erhalten Kunden transparente und detaillierte Auswertungen der durch Geschäftsreisen verursachten CO₂-Emissionen nach vier international anerkannten CO₂-Berechnungsmethoden, dazu gehört u. a. auch der CO₂-Reporting-Standard des VDR

CO₂-Kompensation für Privat- und Geschäftskunden



(Verband Deutsches Reisemanagement) im Geschäftsreisebereich. Diese lassen sich in die eigene Emissionsbilanz übernehmen.

Mit dem *AirPlus Green Company Account* entwickelte AirPlus im Jahr 2012 die weltweit erste komplett CO₂-neutrale Reisestellenkarte. Das Produkt ist seit Frühjahr 2014 auch auf dem deutschen Markt verfügbar. Unternehmen können ihre Geschäftsreisen damit noch nachhaltiger organisieren. Der *AirPlus Green Company Account* verzichtet zudem auf umfangreiche papierbasierte Prozesse, wie etwa bei Anträgen und Rechnungen. So können Kunden bereits bei der Reiseorganisation CO₂ einsparen. Nicht vermeidbare CO₂-Emissionen aus internen Prozessen und der Nutzung des *Green Company Accounts* kompensiert AirPlus über ein Wiederaufforstungsprojekt in Nicaragua von myclimate. Das Projekt verbessert die Lebensgrundlage der ansässigen Bevölkerung, schützt die Tier- und Pflanzenwelt und wirkt langfristig dem Klimawandel entgegen. Somit übernehmen unsere Geschäftskunden durch den *AirPlus Green Company Account* unmittelbar eine verantwortungsvolle Rolle im Klimaschutz.

Auch AirPlus setzt unter anderem auf die Zusammenarbeit mit der renommierten Klimaschutzstiftung myclimate.

Lufthansa, Swiss und Austrian Airlines berechnen die individuellen CO₂-Emissionen auf Basis realer Flugereignisse. Hierbei wird der Kerosinverbrauch pro Fluggast einer Flugreise von Gate zu Gate ermittelt. Dies erfolgt unter Berücksichtigung der meteorologischen Bedingungen (Winde), der Röllvorgänge am Boden sowie der Warteschleifen und Umwege in der Luft. Ein Emissionsrechner, der von myclimate bzw. Climate Austria betrieben wird, kann so der jeweiligen Flugreise entsprechend die durchschnittlich anfallenden CO₂-Emissionen zuordnen. Auch lässt sich vorab die Sitzklasse auswählen (Economy, Business, First), sodass die Emissionen nach dem jeweiligen Platzbedarf eines Sitzes gewichtet werden. ✎

- ↳ <http://lufthansa.myclimate.org>
- ↳ <http://swiss.myclimate.org>
- ↳ www.climateaustria.at
- ↳ www.airplus.com





→ Soziale Verantwortung



→ Unsere engagierten und qualifizierten Mitarbeiter stehen ganz im Dienst unserer Kunden. Unser Anspruch, ein attraktiver und sozial verantwortlicher Arbeitgeber zu sein, ist hierfür eine Voraussetzung.

14,5

Prozent der Führungskräfte sind weiblich

15

Jahre Cross Company Mentoring

151

Nationalitäten sind weltweit in der Lufthansa Group vertreten

136

Mio. Euro Ausgaben für interne Bildungsangebote

Neue Personalstrategie für die Lufthansa Group

Auf Kurs durch *Forward with HR*

Optimal eingesetzte und qualifizierte Mitarbeiter sichern die Leistungsfähigkeit und die Innovationskraft der Lufthansa Group. Darüber hinaus sind Engagement und Leidenschaft von zentraler Bedeutung. Denn nur begeisterte Mitarbeiter begeistern auch unsere Kunden.

Der gesellschaftliche Wandel stellt Unternehmen vor große Herausforderungen. Bereits heute verschärft die demografische Entwicklung den Mangel an Fach- und Führungskräften. Damit setzen wir uns ebenso auseinander wie mit dem technologischen Wandel und gesellschaftlichen Trends. Dazu zählen die Digitalisierung, die Globalisierung sowie die Diversifizierung von Lebens- und Arbeitszeitmodellen. Unser Personalmanagement reagiert auf diese Herausforderungen zeitgemäß. So berücksichtigen wir in unseren Strategien Themen wie Work-Life-Integration, Home-Office und flexible Arbeitsplatzmodelle. Wir rechnen damit, dass die zukünftigen Generationen eine klare Erwartungshaltung an ihre Arbeitgeber formulieren werden.



Wettbewerbsfähigkeit dauerhaft sichern

Wir wollen auch in Zukunft unsere Wettbewerbsfähigkeit erhalten und weiter ausbauen. Dafür entwickelten wir im Jahr 2012 unser Zukunftsprogramm SCORE. Eine der Konsequenzen von SCORE ist der Wegfall von rund 3.500 Stellen. Diesen begleiten die verschiedenen Personalbereiche der Lufthansa Group intensiv. Dies erfolgt überwiegend über frei-

Wir positionieren uns als attraktiven, modernen und verantwortungsbewussten Arbeitgeber, für den unsere Mitarbeiter mit Leidenschaft und Begeisterung arbeiten!

willige Maßnahmen und in jedem Fall sozialverträglich. In diesem Zusammenhang schlug sich SCORE im Jahr 2013 bedeutend auf die Arbeit des HR-Managements nieder.

Gefordert sind aber auch eine vorausschauende Personalarbeit und die Stärkung der Arbeitgeberattraktivität. Unser Anspruch ist es, den allgemeinen Trends voraus zu sein, um auch langfristig die richtigen Talente für die Lufthansa Group zu gewinnen. Dafür entwickeln wir das Personalmanagement kontinuierlich weiter. Im Jahr 2013 erfolgte daher die Formulierung der neuen Personalstrategie, die wir nun umsetzen. Als Grundlage für die grundsätzlich neue Ausrichtung der strategischen Handlungsfelder dient ein Zielbild, das aufzeigt, wie sich die Lufthansa Group in

Zukunft als Arbeitgeber positionieren möchte: Wir – die Lufthansa Group – positionieren uns als attraktiven, modernen und verantwortungsbewussten Arbeitgeber, für den unsere Mitarbeiter mit Leidenschaft und Begeisterung arbeiten!

Im Rahmen der wertorientierten Unternehmenssteuerung sind unsere Mitarbeiter von zentraler Bedeutung. Die Lufthansa Group zeichnet sich durch herausragende Dienstleistungen aus und genießt bei Arbeitnehmern bereits heute schon eine hohe Attraktivität. Verschiedene Mitarbeiter-Rankings weisen die Lufthansa Group seit Jahren als einen der beliebtesten Arbeitgeber aus. So wählten Hochschulabsolventen der Wirtschaftswissenschaften den Luftfahrtkonzern im Rahmen des *Trendence Graduate Barometer 2014* auf Platz 4 im Ranking der Top-Arbeitgeber. Beim *Universum Student Survey 2014* erzielte die Lufthansa Group wie im Jahr 2013 ebenfalls einen Platz unter den Top-Ten-Arbeitgebern Deutschlands.



Zentrale Handlungsfelder im Personalbereich

Insbesondere im Hinblick auf die demografischen Entwicklungen wollen wir diese Arbeitgeberpositionierung erhalten und ausbauen.

Ziele Lufthansa Group →

- Steigerung des Unternehmenswerts.
- Ausbau der führenden Marktpositionen unserer Airlines und Service-Gesellschaften durch aktive Mitgestaltung der Luftfahrtbranche.
- Permanente Steigerung der Kundenzufriedenheit.
- Ökonomisch, ökologisch und sozial ausgewogenes, nachhaltiges Wirtschaften.

Ziele im Personalbereich →

- Steigerung der Leistungsfähigkeit der Organisation.
- Erhalt und Ausbau der Arbeitgeberattraktivität.
- Stärkung des Mitarbeiterengagements.
- Vorantreiben nachhaltiger, sozialer Verantwortung.

Daher entwickelte der Personalbereich das Strategieprogramm *Forward with HR*. Dieses Programm konkretisiert die vier aus der Konzernstrategie abgeleiteten Ziele und definiert die wegweisenden Maßnahmen für die nächsten Jahre:

- Steigerung der Leistungsfähigkeit der Organisation: Gezielte Weiterentwicklung der Leistungsfähigkeit der Lufthansa Group mit den Mitteln des HR-Managements.
- Erhalt und Ausbau der Arbeitgeberattraktivität: Sicherstellung von attraktiven und gleichzeitig wettbewerbsfähigen Beschäftigungs- und Tarifbedingungen.
- Stärkung des Mitarbeiterengagements: Vorantreiben des Engagements der Mitarbeiter mit aktiver Einbindung in die Gestaltung der Lufthansa Group.
- Vorantreiben nachhaltiger, sozialer Verantwortung: Unserer internen und externen sozialen Verantwortung nachgehen und diese nachhaltig weiterentwickeln.

Um die Voraussetzungen für innovative Personalarbeit in den nächsten Jahren zu schaffen, brachten wir bereits umfangreiche Maßnahmen auf den Weg. Im ersten Umsetzungsschritt legt der Personalbereich den Fokus auf die Hebung von Synergien, die Prozessstandardisierung sowie auf die Entwicklung von Führungskräften und der Führungskultur. Mit Wirkung zum Geschäftsjahr 2014 verabschiedete der Vorstand darüber hinaus eine umfassende Neuausrichtung der Instrumente des Leistungsmanagements und der variablen Vergütung. Wir sind davon überzeugt, dass das die Teamleistung in der Lufthansa Group weiter verbessert.



Fünf Prinzipien unserer neuen Führungskultur

Wichtiger Treiber im Hinblick auf unsere Positionierung als attraktiver Arbeitgeber ist ein moderner, Feedback-orientierter Führungsstil, der die Mitarbeiter für die Lufthansa Group begeistert, an das Unternehmen bindet und sie zu Höchstleistungen befähigt. Zudem gewinnt Führung zur Bewältigung der anstehenden Veränderungsprozesse immer mehr an Bedeutung. Führungskräfte werden künftig noch stärker gefordert sein, unternehmerisch zu denken und zu handeln. Dazu gehört es, mutige Entscheidungen zu treffen, Chancen zu ergreifen, neue Wege zu gehen und zudem die Mitarbeiter dafür zu begeistern. Das

Führungsleitbild der Lufthansa Group besteht aus fünf Führungsprinzipien, unseren *Leadership Principles*:



1. Driving Business

Ich setze mich stets für unseren nachhaltigen Erfolg ein.

2. Leading Change

Ich gestalte meinen Verantwortungsbereich proaktiv.

3. Creating Spirit

Der Mensch macht für mich den Unterschied.

4. Fostering Talent

Ich unterstütze jeden Mitarbeiter dabei, sein volles Potenzial zu entfalten.

5. Mastering Complexity

Ich entscheide und handle mutig und achtsam zugleich.

An diesen fünf Führungsprinzipien richtet sich das künftige Handeln unserer Führungskräfte aus. Sie fließen zugleich in zahlreiche Prozesse im Personalbereich ein, wie zum Beispiel die Vergütung oder die Suche, Auswahl und Entwicklung von Personal.

Seit 2014 wird bei der Lufthansa Group auf Basis dieser Prinzipien die persönliche Leistung beurteilt. Damit rücken Aspekte in den Vordergrund, die eine stärkere Differenzierung möglich machen. Leistung betrachten wir nicht nur im Ergebnis, sondern wir wollen ganzheitlich auch den Weg zum Erfolg bewerten. Dazu gehört, dass wir Leistungsunterschiede in einem differenzierten Feedback deutlich benennen. Gleichzeitig räumen wir unseren Führungskräften einen größeren Ermessensspielraum bei der geldwerten Honorierung individueller Leistung ein. Zentrales Instrument für die Einschätzung individueller Leistung ist das unter dem Namen PRO-FILE neu ausgerichtete Corporate Management Grading (Potenzial- und Leistungsbewertung von Führungskräften). ↙



Dr. Dorothee Warnke

Interview mit Dr. Dorothee Warnke

Leiterin HR-Strategie & Organisationsentwicklung
Konzern, Deutsche Lufthansa AG

Damit dies auch in Zukunft so bleibt, analysieren wir auch weiterhin kontinuierlich das interne und externe Umfeld in Bezug auf relevante Einflüsse und Entwicklungen und richten unsere Personalkonzepte, -prozesse und -instrumente bei Bedarf neu aus. Es ist uns wichtig, dass wir dabei sowohl effiziente als auch effektive und wirtschaftliche Strukturen gestalten, die zugleich für die Mitarbeiter von hoher Akzeptanz und für die Geschäftsbereiche von hohem Nutzen sind.

→ Warum und wie wollen Sie die Führungskultur der Lufthansa Group weiterentwickeln?

Die Lufthansa Group befindet sich in einer umfassenden Transformation zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Dieser Prozess wird nur gelingen, wenn wir alle nicht nur bereit und offen für grundlegende Veränderungen sind, sondern diese auch kontinuierlich treiben. Führungskräfte sind hier besonders gefordert: Sie sollen Veränderungen initiieren, Bestehendes infrage stellen, innovative, aber auch unbequeme Entscheidungen treffen und Mitarbeiter für die gemeinsame Sache begeistern. Mit dem Projekt „Cultural & Leadership Transition“ unterstützen wir das Unternehmen und unsere Führungskräfte in diesem Prozess durch vielfältige konzernübergreifende Maßnahmen. Zum Beispiel haben wir mit dem Format „Vorstand im Dialog“ eine unternehmensweite Veranstaltungsreihe initiiert, bei der sich der Konzernvorstand auf einer Art „Road Show“ direkt den Fragen von Führungskräften und Mitarbeitern stellt. Im Zentrum aller Change-Initiativen stehen unsere neu entwickelten Führungsprinzipien, die umfassend in alle relevanten Personalprozesse einfließen. Auch wenn der notwendige kulturelle Wandel in einem großen Unternehmen Zeit benötigt, die neuen „Leadership Principles“ bieten allen Führungskräften eine klare Handlungsorientierung.

→ Sie haben im letzten Jahr mit COMPASS ein Programm zur beruflichen Neuorientierung für die Mitarbeiter aufgesetzt. Ist es erfolgreich?

COMPASS unterstützt Mitarbeiter und Führungskräfte dabei, sich beruflich erfolgreich neu zu orientieren. Wir arbeiten dabei eng mit namhaften, international tätigen Personalberatungsunternehmen zusammen. Das Programm richtet sich an jene Beschäftigte, deren Arbeitsplatz gefährdet ist, sowie an Mitarbeiter und Führungskräfte, die an einer neuen beruflichen Herausforderung interessiert sind.

COMPASS bietet Beratung im geschützten Raum: So können beispielsweise Mitarbeiter bis zu fünf Einzelstunden professioneller Beratung kostenfrei in Anspruch nehmen, ohne ihre Identität preisgeben zu müssen. Bei Bedarf können sie mit Zustimmung des Vorgesetzten anschließend ein halbjährliches, für sie gleichfalls kostenfreies Beratungspaket buchen. Rund 700 Beschäftigte nehmen unser Beratungsangebot derzeit in Anspruch. Über 160 Bewerber haben wir bereits erfolgreich vermittelt. ↵

→ Die Lufthansa Group hat eine neue Personalstrategie auf den Weg gebracht. Welche weiteren Schritte sind nun geplant?

Die Personalstrategie der Lufthansa Group zielt auf den Ausbau unserer Positionierung als attraktiver, moderner und verantwortungsbewusster Arbeitgeber, für den unsere Mitarbeiter mit Leidenschaft und Begeisterung arbeiten. Hierzu haben wir entsprechende Kernmaßnahmen abgeleitet. Meine Kollegen aus dem HR-Bereich arbeiten gemeinsam mit den Geschäftsbereichen auf Hochtouren an deren Umsetzung. Dabei ist die Weiterentwicklung unserer Führungskultur ebenso im Fokus wie der Ausbau der sozialen Aktivitäten. Ziel ist eine möglichst schnelle Umsetzung, damit uns unsere heutigen und zukünftigen Mitarbeiter möglichst nachhaltig als idealen Arbeitgeber erleben. Nur so kann der Personalbereich die strategischen Unternehmensziele optimal unterstützen.

Vielfalt und Chancengleichheit

Unterschiede so wertvoll wie Gemeinsamkeiten

Eine Kultur der Vielfalt und Chancengleichheit stärkt unsere Innovationskraft und Anpassungsfähigkeit im Markt – ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Vielfalt im Unternehmen fördert darüber hinaus die Entfaltung von Kreativität und öffnet auch unsere Unternehmenskultur weiter für verschiedene Werte, Einstellungen und Lebenswirklichkeiten. Dies sehen wir als Grundlage unserer modernen Service-Kultur und einer entsprechenden Kundennähe.

Die Mitarbeiter der Lufthansa Group kommen buchstäblich aus aller Welt. Sie entstammen unterschiedlichsten Kulturen und Ethnien, gehören verschiedenen Altersstufen an und bringen eine enorme Bandbreite an Sichtweisen und Kompetenzen ein. Diese personelle Vielfalt ist entscheidend, damit wir unsere gute Position im Wettbewerb langfristig sichern können. Wir sehen gerade in dieser Vielfalt große Chancen für unser Unternehmen.

Die Lufthansa Group setzt seit vielen Jahren auf ein systematisches Diversity-Management. Es zielt auf eine Form der Verständigung, die Unterschiede wahrnimmt und für Ergebnisse in gegenseitigem Respekt sorgt. Wir entwickeln unseren Management-Ansatz kontinuierlich weiter und stellen uns so stets auf sich wandelnde Rahmenbedingungen ein.

Darüber hinaus setzen wir Programme auf, die die beruflichen Chancen von Frauen verbessern und die es Männern und Frauen gleichermaßen ermöglichen, Familie und Beruf leichter zu vereinbaren. Unsere Personalbereiche erarbeiten gemeinsam mit unserer Beauftragten für Chancengleichheit diesbezüglich Konzepte und Maßnahmen.

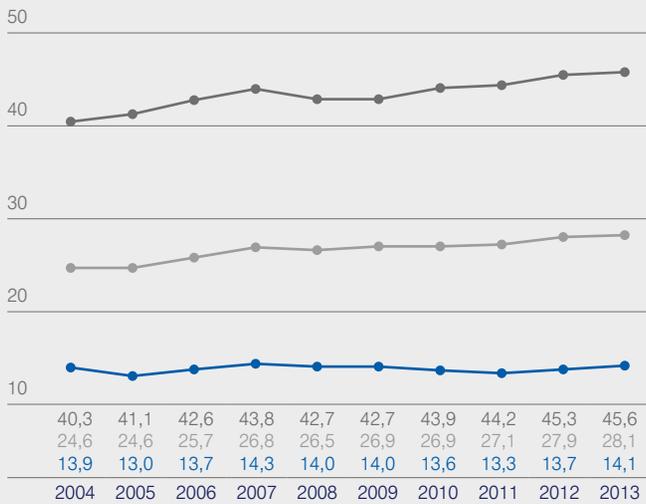


01
Bord-Personal der Fluggesellschaften
der Lufthansa Group.

Teilzeitbeschäftigung

Lufthansa Group, Angaben in Prozent

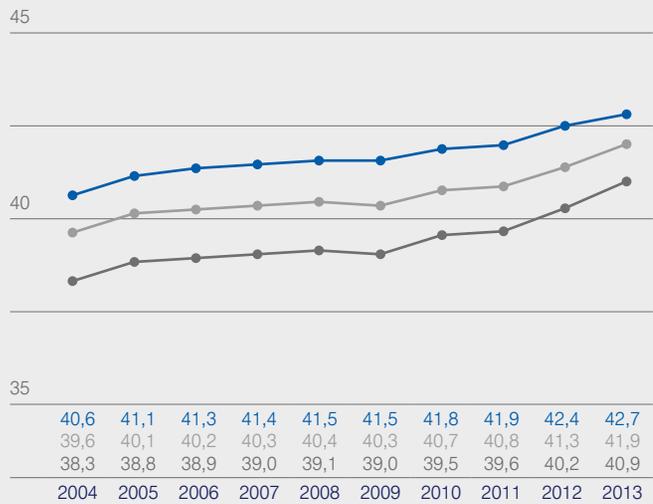
● Weibliche Beschäftigte ● Männliche Beschäftigte ● Gesamt



Durchschnittsalter²

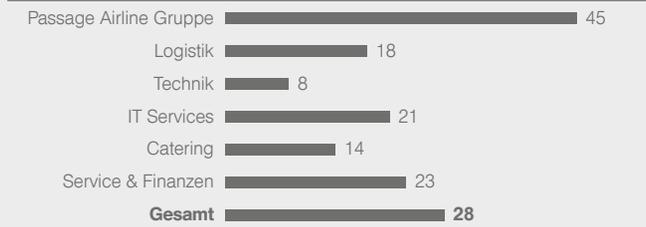
Lufthansa Group, Angaben in Prozent

● Weibliche Beschäftigte ● Männliche Beschäftigte ● Gesamt



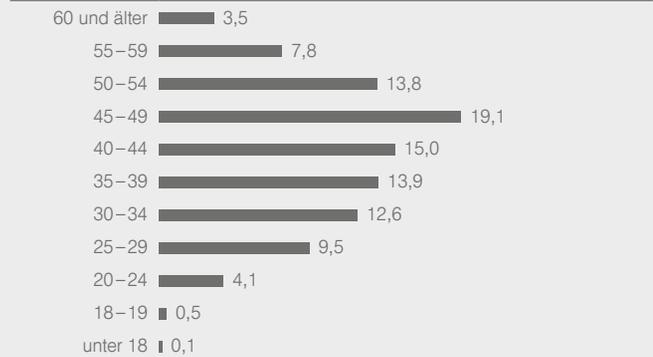
Teilzeitarbeit nach Gesellschaften

2013, Angaben in Prozent



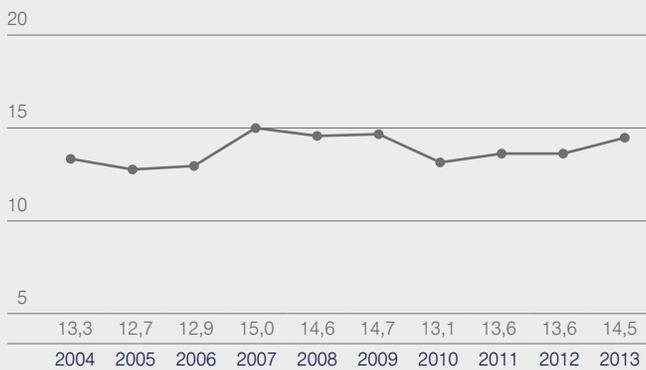
Altersstruktur in der Lufthansa Group²

2013, Angaben in Prozent



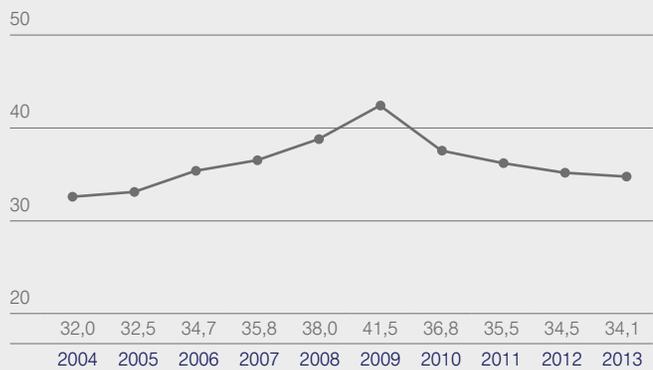
Frauenanteil an den Führungskräften¹

Lufthansa Group, Angaben in Prozent



Frauenanteil an den Vorgesetzten mit Personalverantwortung¹

Lufthansa Group, Angaben in Prozent



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 Budapest Repülőgé, Hawker Pacific Aerospace Inc. (US), LH Technik Landing Gear Services UK Ltd., BizJet Int. Sales & Support Inc., 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, AirPlus International Inc., LH Malta Finance Ltd., LH Technik Component Services LLC.

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 Repülőgé, Hawker Pacific Aerospace Inc. (US), BizJet International Sales & Support Inc., AirLiance Materials LLC, Lufthansa Technik North America Holding Corp., Lufthansa Malta Finance Ltd., Lufthansa Technik Landing Gear Services UK Ltd. (vorm. Hawker Pacific Aerospace Ltd., UK)



Frauen in Führungspositionen

Mit aktuell fast 45 Prozent weist die Lufthansa Group konzernweit einen hohen Frauenanteil auf. In den Dienstleistungsberufen dominieren die Frauen sogar, im technischen Bereich möchten wir die Quote weiter erhöhen. Die Lufthansa Group setzte sich darüber hinaus das Ziel, den Frauenanteil unter ihren Führungskräften bis 2020 um 30 Prozent gegenüber dem Jahr 2010 zu erhöhen. Im Berichtsjahr lag dieser Wert für die gesamte Lufthansa Group weltweit bei 14,5 Prozent (Vorjahr 13,6 Prozent), in Deutschland bei 16,7 Prozent (Vorjahr 15,5 Prozent).

Darüber hinaus streben wir eine Erhöhung des Frauenanteils im Cockpit an. Dieser lag im Berichtsjahr bei 5,4 Prozent (Vorjahr: 5,3 Prozent). Pilotinnen sind bei uns bereits seit 25 Jahren Alltag. Zum Jahresende 2013 beschäftigten wir in der Lufthansa Group 8.973 Piloten, darunter 486 Pilotinnen, mehr als 100 davon als Flugkapitänin.



Lufthansa Group auf dem vierten Platz des Women-on-Board-Index

Jährlich ermittelt die Initiative *Frauen in die Aufsichtsräte* den *Women-on-Board-Index*. Er gibt Aufschluss über den Anteil an Frauen im Vorstand sowie im Aufsichtsrat von insgesamt 160 deutschen Unternehmen, darunter die DAX-30-Konzerne. Die Lufthansa Group belegte in der aktuellen Studie den vierten Platz (Stand: 14.01.2014). Zwei Vorstände des insgesamt aus fünf Personen bestehenden

Vorstandsteams sind weiblich (40 Prozent). Im Aufsichtsrat betrug die Frauenquote im Berichtszeitraum 30 Prozent. Mit der Besetzung von Monika Ribar in den Aufsichtsrat beträgt sie seit Mai 2014 sogar 35 Prozent.



15 Jahre Cross Company Mentoring

Mentoring ist eine in der Lufthansa Group bewährte Methode zur Förderung der Chancengleichheit von Frauen und Männern im Rahmen der Personalentwicklung. Im September 2013 startete das bereits 1998 von uns initiierte Cross-Mentoring-Programm in der 15. Generation. Zielgruppe sind Frauen am Beginn einer Managementkarriere mit einer hohen Karriereambition, die für ein Jahr von einem Mentor oder einer Mentorin aus einem der anderen Unternehmen begleitet

werden. In vertraulichen Gesprächen bearbeiten die Mentees mit ihren beratenden Mentoren Fragen und Vorgehen in Bezug auf Karriere, Beruf/Familie und Positionierung im Unternehmen. Bei diesem Austausch profitiert die Kandidatin von der Erfahrung und dem Netzwerk ihres Mentors. Aber auch dieser kann in den Gesprächen die eigene Führungsrolle hinterfragen und Zugang zum Unternehmen der Mentee erhalten. Das Besondere am Cross Company Mentoring: die Vernetzung von weiblichen Talenten und erfahrenen Führungskräften über Unternehmensgrenzen hinweg. Dies ermöglicht beiden, einen Blick über den eigenen Tellerrand in eine andere Unternehmenskultur und deren Spielregeln zu werfen. Aktuell führt der Konzern das Programm in Kooperation mit Axel Springer, Robert Bosch, Commerzbank, Deutsche Bank, Fraport, Hewlett-Packard, Merck und Sanofi Deutschland durch. Die Lufthansa Group beteiligt sich aktuell mit zehn Mentees und ebenso vielen Mentoren an diesem doppelten Perspektivenwechsel.



02

Dr. Bettina Volkens, Vorstand Personal und Recht der Lufthansa Group, referierte 2013 im Rahmen der Veranstaltungsreihe *Frauen für die Technik* der Lufthansa Technik AG in Hamburg.



03/04/05

Work-Life-Integration: Mit den Angeboten *Luftkisse* und *Lufthansa Familienkongress* möchte die Lufthansa Group die Vereinbarkeit von Beruf und Familie weiter fördern.

06

LH New Workspace – das Büro der Zukunft im Lufthansa Aviation Center.



Vereinbarkeit von Beruf und Familie weiter erhöhen

Die Lufthansa Group unterstützt ihre Mitarbeiter seit vielen Jahren mit maßgeschneiderten Angeboten zur Betreuung ihres Nachwuchses. Dazu gehören beispielsweise das Angebot flexibler Arbeitszeit- und Arbeitsplatzmodelle sowie Belegplätze, Notfall- und Ferien-Kinderbetreuungsplätze bei externen Einrichtungen. Unser Ziel ist es, die Betreuungsinfrastruktur fokussiert weiter auszubauen, um so unseren Mitarbeitern die bestmögliche Vereinbarkeit von Beruf und Familie während der unterschiedlichen Familienphasen zu gewährleisten. Mit der hauseigenen Kinderferienbetreuung *Die Luftkussie – Kinder erobern die Lufthansa Welt* unternahm die Lufthansa Group im Berichtsjahr 2013 einen weiteren Schritt hin zu einer verbesserten Work-Life-Integration während der Sommerferien. Angesichts der großen Nachfrage wird es auch in den Sommerferien 2014 für Kinder unserer Mitarbeiter am Standort Frankfurt ein abwechslungsreiches Ferienprogramm geben.

Wir befassten uns im Berichtsjahr intensiv mit der Frage, wo unsere Mitarbeiter zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie noch mehr Unterstützung benötigen. Hierzu etablierten wir das neue Dialogformat *Lufthansa Familien-Kongress*. Die Denkwerkstatt fand Anfang März 2014 in unserem Training & Conference Center in Seeheim statt. Rund 70 Mitarbeiter aus allen Bereichen der Lufthansa Group diskutierten auf Einladung von Dr. Bettina Volkens, Vorstand Personal & Recht der Lufthansa Group, Fragen, Ideen und Anliegen rund um das Thema Kinderbetreuung. Auf dem Familien-Kongress definierten die Teilnehmer, welche Unternehmensangebote nützlich sind, welche ausgebaut oder weiterentwickelt und welche Optionen neu angeboten werden sollten. Aus den Erkenntnissen, die beim Kongress gewonnen wurden, leiteten wir Aktivitäten ab. Eine Idee war auch ein Elternnetzwerk, das sich der im Februar von Lufthansa Mitarbeitern gegründete Verein auf die Fahne schrieb.

Die Zahl der Väter, die sich eine aktivere Rolle bei der Familienarbeit wünschen, wächst – auch unter unseren Mitarbeitern. Wir entwickelten daher unsere Zusammenarbeit mit der Väter gGmbH weiter und bieten Vätern die Möglichkeit, an unterschiedlichen Veranstaltungen zu den Themen Vaterschaft und Work-Life-Integration teilzunehmen. Bis auf einen Selbstkostenanteil für ein Vater-Kind-Wochenende übernimmt die Lufthansa Group die Kosten für alle Veranstaltungen, an denen Mitarbeiter teilnehmen möchten.

Auch bei der Pflege ihrer Angehörigen stehen unsere Mitarbeiter nicht alleine da. Im Rahmen von *Elder Care* erhalten sie Hilfe durch den externen Dienstleister *pme Familienservice*, der Mitarbeiter bereits seit 1992 auch bei der Kinderbetreuung unterstützt.



LH New Workspace – innovative Arbeitsformen in der Administration sollen auch Work-Life-Integration verbessern

Work-Life-Integration, Home-Office und flexible Arbeitsplatzmodelle sind Themen, mit denen sich ein zeitgemäßes Personalmanagement beschäftigt. Wir reagieren auf die Herausforderungen unter anderem mit der Einführung der beschriebenen innovativen Programme und neuen Arbeitszeitmodellen. Im Gleichschritt verändern sich aber auch die Anforderungen an die Infrastruktur, etwa im Büro. Daher testeten wir von Oktober 2013 bis April 2014 im Rahmen des Pilotprojekts *LH New Workspace*, wie der Arbeitsplatz der Zukunft in den administrativen Bereichen aussehen könnte. Zwei große Arbeitsbereiche im Lufthansa Aviation Center (LAC) am Flughafen Frankfurt wurden für den Testlauf komplett neu gestaltet. Mitarbeiter verschiedener Fachbereiche unterzogen das neue Konzept einem Praxistest. Vor dem Hintergrund einer zunehmend mobilen Arbeitswelt steht das Thema Flexibilisierung im Fokus: Für die 90 am Testlauf beteiligten Mitarbeiter standen rund 60 Standardarbeitsplätze und diverse Arbeitsmodule wie kleine Besprechungsräume, Videokonferenzmöglichkeiten, Think-Tanks etc. zur Verfügung,

da wir im Rahmen des Projekts sowohl aktivitätsorientiertes Arbeiten als auch die Nutzung von Home-Office-Tagen fördern wollen.



Förderung des Kulturdialogs

Das Zusammentreffen und -arbeiten mit Menschen unterschiedlichster Kulturen ist tagtägliche Praxis in der Lufthansa Group. Es fasziniert die Mitarbeiter und verleiht der Marke Lufthansa ihren internationalen Glanz. Durch gezielte Kommunikation werden Kenntnisse über kulturelle Hintergründe von Kollegen und Kunden vermittelt. An unserem größten Drehkreuz in Frankfurt findet beispielsweise der kulturelle Dialog kontinuierlich durch Informationen zu aktuellen Anlässen oder auch Veranstaltungen zu religiösen Festen, Brauchtümern und Ausstellungen statt. Oder beim fliegenden Personal: In mehrtägigen Weiterbildungsveranstaltungen für Purser und Flugbegleiter, *Kulturraum* genannt, wird das interkulturelle Wissen um servicespezifische Aspekte erweitert und das Verständnis für nationale Besonderheiten gefördert.

Auf einen Blick →

Von 118.214 Mitarbeitern sind
→ 44,6% Frauen.

Sie stellen
→ 34,1% der Vorgesetzten mit
Personalverantwortung,
→ 14,5% der Führungskräfte,
→ 5,4% aller Piloten.

In der Lufthansa Group sind weltweit
→ 151 Nationalitäten vertreten.

Das Durchschnittsalter liegt bei
→ 41,9 Jahren.

Die Schwerbehindertenquote der
Beschäftigten in Deutschland beträgt
→ 4,1%.

Stand 31.12.2013

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 auszubalancieren.

Es ist bewährte Unternehmenspolitik, Interessengegensätze zwischen der Unternehmensleitung und den Belegschaftsvertretungen 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.



Tarifpartnerschaft

Die Lufthansa Group beschäftigt ihre Mitarbeiter zu Bedingungen, die ihnen nicht nur während, sondern auch nach ihrem Berufsleben soziale und materielle Sicherheit gewährleisten. Basis sind Tarifverträge, die der Konzern mit seinen Sozialpartnern Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), Vereinigung Cockpit (VC) und Unabhängige Flugbegleiter Organisation e.V. (UFO) abschließt. 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

Am 1. Mai 2013 einigten sich der Arbeitgeberverband Luftverkehr (AGVL) und die Dienstleistungsgewerkschaft ver.di in der vierten Verhandlungsrunde für die rund 33.000 in Deutschland Beschäftigten des Bodenpersonals der Lufthansa Group auf einen Tarifabschluss. Dieser differenziert erstmals nach der unterschiedlichen wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der einzelnen Geschäftsfelder. Der Vergütungstarifvertrag hat eine Laufzeit von 26 Monaten vom 1. Februar 2013 bis zum 31. März 2015. Der Einstieg in differenzierte Tabellenanhebungen in Kombination mit einer langen Laufzeit der Vergütungstarifverträge ist eine wichtige tarifpolitische Weichenstellung für die Zukunft. Da die Vergütungserhöhungen zudem erst nachgelagert greifen, leisten auch die Mitarbeiter mit um einige Monate verzögerten Gehaltserhöhungen ab Februar 2013 einen Beitrag zu den ergebnissichernden Maßnahmen der Lufthansa Group. Im Gegenzug sagte die Lufthansa Group den Mitarbeitern Beschäftigungssicherung bis 2015 zu. Dem Abschluss waren mehrere flächendeckende Warnstreiks in Deutschland vorausgegangen.

LSG Sky Chefs: Strukturreform bei deutschen Regionalgesellschaften

Für die Mitarbeiter der deutschen Regionalgesellschaften der LSG Sky Chefs wurde im Februar 2013 zwischen ver.di, dem AGVL und

der LSG Sky Chefs eine Strukturreform verhandelt. In dieser Vereinbarung wurden Einsparungen für Bestandsmitarbeiter und angepasste Tarifbedingungen für Neueinstellungen definiert. Gleichzeitig wurde eine langfristige Beschäftigungssicherung ausgesprochen. Aufgrund dieser erreichten Lösung wurde vereinbart, dass die unter die Strukturreform fallenden Gesellschaften nicht in vollem Umfang an der Konzertarifrunde 2013 teilnehmen.

Neue Vereinbarung für das Kabinenpersonal von Germanwings

Germanwings und die Vertreter der Kabinengewerkschaft UFO erzielten im Juni 2013 eine Einigung in den Tarifverhandlungen für das Kabinenpersonal.

Für das Kabinenpersonal der Lufthansa konnte im Berichtsjahr die Umsetzung der Schlichtung mit der UFO aus dem Jahr 2012 abgeschlossen werden. Ein besonderes Merkmal ist dabei der Tarifvertrag Jahresarbeitszeit, der es dem Unternehmen in Deutschland ermöglicht, saisonalen Bedarf besser abzudecken und damit Belastungsspitzen für die Kabinenmitarbeiter während des Sommerflugplans abzumildern. Weiterhin wurden für den Übergang der dezentralen Verkehre von Lufthansa zu Germanwings sozialverträgliche Lösungen für die Mitarbeiter gefunden.

Verhandlungen mit Cockpit-Personal

Die Verhandlungen zu den Tarifverträgen des Cockpit-Personals der Lufthansa Passage, Germanwings und Lufthansa Cargo wurden intensiv fortgeführt. Die Gespräche gestalteten sich aufgrund der Komplexität der Themen und der weit auseinander liegenden Positionen schwierig. Ein Ventil fand die Auseinandersetzung in dem dreitägigen Streik des Cockpit-Personals im April 2014. Im Anschluss daran verständigten sich Lufthansa und Vereinigung Cockpit konstruktiv auf das weitere Vorgehen bei den Themen Vergütung und Übergangsvorsorge. Die Verhandlungen werden seitdem fortgesetzt.

Swiss stand 2013 in trilateralen Verhandlungen mit den Cockpitvertretungen Aeropers und IPG für eine Zusammenschließung der beiden Cockpit-Korps. Es kam zu einem erfolgreichen Abschluss der Gespräche. Der den Gewerkschaftsmitgliedern zur Abstimmung vorgelegte Vertrag wurde Anfang 2014 von den Langstrecken-Piloten (Aeropers), von denen gleichzeitig eine Produktionssteigerung gefordert wurde, abgelehnt. Für die Tarifverträge des Kabinen- und Bodenpersonals laufen die Verhandlungen.

Austrian Airlines reformierte im Jahr 2013 den Kollektivvertrag signifikant und passte ihn an die Zukunftsanforderungen an. So wurde das bisher größte Reformpaket für

Bodenmitarbeiter gemeinsam mit Gewerkschaften und Betriebspartnern vereinbart. Es beinhaltet tiefgreifende Änderungen bei Gehaltsbändern, Einstiegsgehältern, Gehaltsanstiegen, Betriebspensionen, Jubiläumsgeldern sowie Abfindungen. Im Gegenzug werden die Mitarbeiter künftig am Unternehmenserfolg beteiligt. Die Mitarbeiter stimmten der neuen Regelung mit einer großen Mehrheit von rund 75 Prozent zu.



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 die Lufthansa Group 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. Tarifverhandlungen führt Lufthansa mit Sozialpartnern in 24 Ländern. In allen Ländern, in denen der Konzern unilateral handelt, überprüft das Unternehmen anhand von Benchmarks und unter Einbeziehung makroökonomischer Daten wie zum Beispiel der Inflation mindestens einmal jährlich die Gehälter auf Markt- und Wettbewerbsfähigkeit. In Ländern mit sehr hoher Inflation erfolgt diese Überprüfung, die in der Regel in einer Anhebung der Gehälter mündet, den Gegebenheiten entsprechend öfter. Somit gewährt die Lufthansa Group eine kontinuierliche Überprüfung und Anpassung der Arbeitsbedingungen für ihre lokal angestellten Mitarbeiter.

Die Unterstützung der Vereinigungsfreiheit und die Anerkennung des Rechts auf Tarifverhandlung dokumentierte die Lufthansa Group als Unterzeichner des UN Global Compact für alle Mitarbeiter weltweit. Mitarbeiter können sich in jedem Land, in dem Gesellschaften der Lufthansa Group aktiv sind, im Rahmen der gesetzlichen Bedingungen organisieren und so ihre Arbeitsbedingungen mitgestalten (vgl. hierzu S. 27).

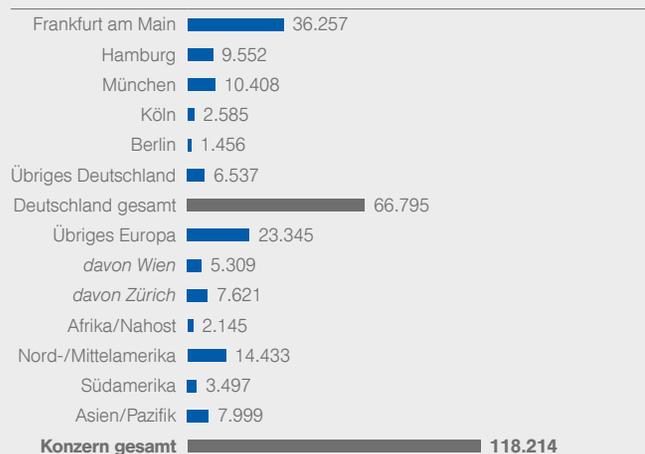
Lufthansa Group: Verteilung der Mitarbeiter

Mitarbeiter zum 31.12.2013 ↙

	2013	2012	Veränderung
Konzernmitarbeiter	118.214	116.957	+ 1,1%
davon Passage Airline Gruppe	54.702	55.236	-1,0%
davon Logistik	4.589	4.606	-0,4%
davon Technik	19.917	20.282	-1,8%
davon IT Services	2.718	2.766	-1,7%
davon Catering	32.307	30.088	+7,4%
davon Service & Finanzen	3.981	3.979	+0,1%

Lufthansa Group: Arbeitsplätze in aller Welt 2013

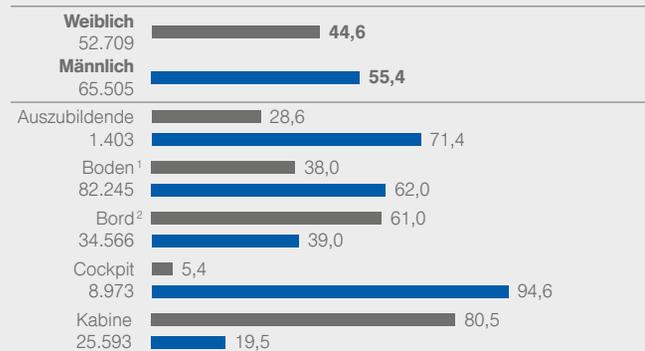
Mitarbeiter zum 31.12.2013 ↙



Lufthansa Group: Personalstand nach Gruppen und Geschlecht

Mitarbeiter zum 31.12.2013, Angaben in Prozent ↙

● Weibliche Mitarbeiter ● Männliche Mitarbeiter



1 Ohne Auszubildende.

2 Setzt sich zusammen aus Cockpit und Kabine.



Altersversorgung wird auf zukunftsfähige Basis gehoben

Die Altersversorgung der Mitarbeiter und Führungskräfte hat in der Lufthansa Group einen sehr hohen Stellenwert. Dies soll auch in Zukunft so bleiben. Die Lufthansa Group möchte ihre Verantwortung für Führungskräfte, Mitarbeiter und das Unternehmen wahrnehmen und für heutige und künftige Mitarbeiter die Finanzierung der betrieblichen Altersversorgung nachhaltig sicherstellen. Ziel ist es, ein modernes Versorgungssystem anzubieten, das flexibler ist und sich an die Entwicklungen des Kapitalmarkts anlehnt.

Bei Einführung der Lufthansa Betriebsrente im Jahr 1994 wurde eine Verzinsung der Arbeitgeber-Beiträge zur Betriebsrente von sechs bis sieben Prozent unterlegt. Solche Renditen sind im heutigen Zinsumfeld auf absehbare Zeit jedoch nicht erreichbar. Das bedeutet, dass die Kosten der Versorgung für die Lufthansa Group heute wesentlich höher sind, als 1994 bei der Implementierung des Modells durch die Tarifpartner gemeinsam angenommen wurde. Darüber hinaus veränderten sich auch die wirtschaftlichen und demografischen

Mithilfe des Employee Feedback Management (EFM) können wir die Meinungen unserer Mitarbeiter stärker in die Unternehmenssteuerung einbeziehen.

keine Papierfragebögen mehr erhältlich waren und die Teilnahme für einige Mitarbeitergruppen ohne festen EDV-Arbeitsplatz damit bisweilen erschwert war.

Mithilfe des EFM können wir die Meinungen unserer Mitarbeiter stärker in die Unternehmenssteuerung einbeziehen. Das EFM 2013 wurde als Kurzbefragung durchgeführt, um die Nachhaltigkeit der Maßnahmen aus dem EFM 2012 und deren Umsetzung zu unterstützen und transparent zu machen. In den Ergebnissen spiegelt sich die aktuell vom Wandel getriebene Herausforderung wider. Die Verbundenheit mit dem Unternehmen verbesserte sich im Berichtsjahr um 2 Prozentpunkte, während die Zufriedenheit das gleiche Niveau wie im Vorjahr erreichte.

Die im Rahmen der Befragung eingegangenen 3.790 offenen Kommentare der Mitarbeiter liefern dem Management darüber hinaus zusätzliche wertvolle Hinweise und Anregungen.

Besonderer Pluspunkt der EFM-Runde im Berichtsjahr: Für jeden ausgefüllten Fragebogen spendet das Unternehmen einen Euro an die gemeinnützige, von Mitarbeitern der Lufthansa Group getragene Hilfsinitiative *help alliance* (siehe hierzu Seite 106).

Die Auswertung der Umfrage übertrug der Konzern einem externen Institut. Die Resultate des Jahres 2013 liegen in Form von 1.430 Einzelberichten vor. Darüber hinaus fanden Auswertungsgespräche zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern statt, um einen offenen und konstruktiven Dialog über Probleme zu führen und Verbesserungen zu erzielen.

Neben der Lufthansa Passage und den Zentralfunktionen gibt es auch in den anderen Bereichen der Lufthansa Group Mitarbeiterbefragungen. 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. Die Lufthansa Group plant außerdem, in den kommenden Jahren über alle Geschäftsfelder hinweg einen einheitlichen Befragungsprozess zu implementieren, denn das Feedback der Mitarbeiter kommt an: „Wir haben von fast 90 Prozent der EFM-Teilnehmer die Rückmeldung erhalten, dass ihnen die EFM-Ergebnisse 2012 bekannt sind, und knapp 80 Prozent diskutierten diese auch mit ihrer Führungskraft. Fast die Hälfte aller Befragten meldete darüber hinaus zurück, dass es durch EFM zu einer Verbesserung gekommen ist“, sagt Lars Ottmer, Leiter Personalentwicklung bei Lufthansa Passage.

Die EFM-Ergebnisse sind natürlich auch relevant für den Vorstand. „Wir haben sie ausführlich im Vorstand diskutiert und uns darauf verständigt, im Jahr 2014 in den drei folgenden Handlungsfeldern für weitere Verbesserung zu sorgen: Kommunikation, Verbundenheit und Führung“, so Dr. Bettina Volkens, Vorstand Personal und Recht der Lufthansa Group.

Nun sind Diskussionen nicht automatisch auch gleich Veränderungen, aber es zeigte sich, dass der konkrete Schritt zu diesen am ehesten gelingt, wenn die Mitarbeiter einbezogen sind. Genau darum geht es bei EFM, und das macht die Befragung nachhaltig. ↵



[> 08]

Employee Feedback
Management



Take part.

Let's shape the future for our company!
Take part in our annual employee survey from
August 26th until October 6th, 2013.



Lufthansa



09
Aus- und Weiterbildung haben in der
Lufthansa Group traditionell einen
hohen Stellenwert.

[→ 09]

Aus- und Weiterbildung

Die Mitarbeiter machen den entscheidenden Unterschied

Die Lufthansa Group ist einer der faszinierendsten und vielfältigsten Arbeitgeber Deutschlands. Wir sind davon überzeugt, dass sich die Investitionen in Aus- und Weiterbildung für unsere Mitarbeiter und Führungskräfte auszahlen. Unser Unternehmen steht für offene Kommunikation, attraktive Arbeitsbedingungen und optimale Weiterentwicklungsmöglichkeiten. Je besser der Einzelne qualifiziert ist, desto größer ist der Beitrag zur Förderung der Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit der Lufthansa Group.

Im Jahr 2013 investierten wir erneut intensiv in Aus- und Weiterbildung. Wir bestätigten damit unsere Rolle als sozial und gesellschaftlich verantwortungsvoller Arbeitgeber. So eröffneten wir im Berichtsjahr 65 verschiedene Einstiegsmöglichkeiten für Schüler in die Lufthansa Group. Zudem bot die Lufthansa Group erneut 36 berufliche Fachrichtungen im Bereich der klassischen Ausbildung an. 62 Auszubildende begannen mit Hilfe der Lufthansa Group ein duales Studium. Neben den klassischen Ausbildungsgängen ermöglicht der Luftfahrtkonzern auch im Bereich des fliegenden Personals den Einstieg in einen Beruf. Im Jahr 2013 qualifizierten wir 313 neue Mitarbeiter für den Bereich Kabine. Darüber hinaus stellten wir 29 neue Flugschüler ein, dabei betrug der Anteil der neu eingestellten Flugschülerinnen 6,8 Prozent. *Ready for take off* heißt es auch 2015 für Pilotenschüler, die in diesem Jahr ihr Training an unserer Verkehrsfliegerschule in Bremen beginnen werden. Bereits 2012 wurde für die Flugbetriebe der Lufthansa Group eine gemeinsame Trainingsplattform ins Leben gerufen. Ziel ist es, die Trainingsstandards und Schulungskonzepte für Cockpit und Kabine zwischen den Airlines des Konzerns zu harmonisieren, beispielsweise indem die Flugbetriebe der Lufthansa Group in Zukunft Schulungsprogramme gemeinsam entwickeln und Trainingspersonal untereinander austauschen.



Talente erkennen – Potenziale fördern

Die Lufthansa Group sucht kontinuierlich hochqualifizierte Nachwuchskräfte und verfügt über enge Kooperationen mit Universitäten und Fachhochschulen. Im Rahmen dessen ist der Konzern regelmäßig auf Ausbildungs- und Jobmessen präsent und stellt das breite Portfolio an Einstiegsmöglichkeiten im Konzern vor. Beispielsweise war Lufthansa Technik im Berichtsjahr mit einem Informationsstand auf der Karrieremesse *Women in Technology* vertreten, um mehr Frauen für die Berufsvielfalt des Wartungsspezialisten der Lufthansa Group zu begeistern.

Darüber hinaus verfügt die Lufthansa Group über unterschiedliche Programme, um Talente mit akademischem Abschluss für das Unternehmen zu gewinnen. Das *ProTeam General Management Trainee-Programm* beispielsweise erlaubt es Hochschulabsolventen, im Rahmen eines zweijährigen Programms, das unter anderem Projekteinsätze im In- und Ausland beinhaltet, ein umfassendes Bild von den beruflichen Perspektiven im Konzern zu erhalten. Erstmals besetzten wir dieses Trainee-Programm im Jahr 2013 verbundweit.

Zusätzlich bietet Swiss seit 2013 das einjährige Trainee-Programm *Swiss Experience* an. Es richtet sich an Bachelor-Absolventen mit Schwerpunkt Aviatik oder Aviation.

Das englischsprachige Trainee-Programm *International Airline Professional (IAP)* richtet sich gezielt an internationale Bewerber, die für den späteren Einsatz in ihren Heimatländern ausgebildet werden. In dem maßgeschneiderten Programm lernen die jungen Talente in 18 Monaten unterschiedlichste Abteilungen des Unternehmens an verschiedenen Standorten kennen. Aktuell wird das IAP-Programm überarbeitet und daher im nächsten Jahr nicht angeboten.

Teilnehmern des Studien- und Praxisprogramms *st.i.p.* (study and intensive practice) ermöglichten wir erneut, ihr Studium mit strukturierten Praktika in der Lufthansa Group zu verknüpfen. Für die verschiedenen Nachwuchsprogramme erhielt die Lufthansa Group 2013 insgesamt 10.700 Bewerbungen.

Neben den genannten Trainee-Programmen verfügen einzelne Gesellschaften der Lufthansa Group über geschäftsfeldspezifische und ebenfalls äußerst erfolgreiche Programme. So erhielt beispielsweise das Trainee-Programm *StartCargo* von Lufthansa Cargo am 21. Mai 2014 als erstes im Konzern das anerkannte Gütesiegel des Jobportals

Absolventa. Es ist das erste und einzige Siegel dieser Art und steht für karrierefördernde und faire Trainee-Programme.



Großes Interesse: 120.000 Bewerbungen im Jahr 2013

Insgesamt erhielt die Lufthansa Group auf ihre Stellenausschreibungen mehr als 120.000 Bewerbungen. Dies zeigt, dass das Interesse an der Lufthansa Group als Arbeitgeber weiterhin hoch ist. Bereits im Jahr 2002 riefen wir das Online-Karriereportal www.Be-Lufthansa.com ins Leben, das die Mehrheit der Bewerber seitdem für den Erstkontakt mit unserem Unternehmen nutzt. Das konzernübergreifende Portal bietet einen Überblick über die Vielfalt der Einstiegsmöglichkeiten in den Luftfahrtkonzern. Die Gemeinsamkeit unserer Berufswelten ist die Faszination des Fliegens sowie die Möglichkeit, Länder, Kulturen, Ideen, Menschen und Warenströme miteinander zu verbinden.

Informationen über berufliche Perspektiven erhalten Interessenten auch über Facebook, Twitter und Youtube sowie seit Dezember 2012 zusätzlich über unseren neuen *Be Lufthansa* Karriere-Blog. In diesem berichten Praktikanten, Auszubildende, Studierende und Mitarbeiter aus unterschiedlichen Berufsgruppen über ihr Arbeitsumfeld. Aus den zahlreichen Dialogen auf unserem Facebook-Portal wissen wir, dass das Angebot und die Informationen, die wir bereitstellen, sehr geschätzt werden. Dabei betrachten wir Facebook mit unseren aktuell mehr als 45.000 Fans als *Dialogbox* für unser Karriereportal www.Be-Lufthansa.com. Auf diesem geben wir mit einem Berufsorientierungsspiel darüber hinaus eine spannende und innovative Möglichkeit, den richtigen Einstieg in das Unternehmen zu finden. Ziel ist es, spielerisch die eigenen Stärken zu erkunden und dazu passende Ausbildungsmöglichkeiten im Konzern zu finden. Die Nutzung des Spiels ist kostenlos und anonym. Das *Web Excellence Forum* bewertete unsere Karriere-Fanpage auf Facebook im Rahmen des *Career Fanpage Monitor 2013* im Bereich der Dialogleistung mit Platz 1 aller DAX-30-Unternehmen.



Lufthansa School of Business – Deutschlands erste Firmenuniversität

Die Lufthansa Group betreibt mit der Lufthansa School of Business (LHSB) die erste Firmenuniversität Deutschlands. Ausrichtung und Programmangebot der LHSB orientieren sich an der Strategie der Lufthansa Group. Im Auftrag des Vorstandes unterstützt die LHSB aktiv die kulturelle Weiterentwicklung des Unternehmens durch diverse Netz- und Dialogplattformen für Mitarbeiter und Führungskräfte. Darüber hinaus bietet die LHSB allen Beschäftigten eine Vielzahl von zielgruppen-gerechten und hierarchieübergreifenden Seminarangeboten und Management-Programmen. Dabei kommen immer stärker Blended-Learning-Konzeptionen (Präsenzveranstaltung kombiniert mit E-Learning) zum Einsatz. Die Bildungseinrichtung kooperiert mit ausgewählten internationalen Organisationen, Business Schools und akademischen Instituten. Für die weltweiten Standards, die die LHSB bei Entwicklung und Training von Fach- und Führungskräften setzt, wurde sie mehrfach ausgezeichnet. Das interne Bildungsvolumen für Weiterbildungs- und Entwicklungsmaßnahmen lag 2013 im Lufthansa Konzern bei 136 Mio. Euro und damit 6 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert. Dennoch konnte die Anzahl der Teilnehmertage leicht auf 771.000 gesteigert werden.



10

Die Lufthansa Group ist ein attraktiver Arbeitgeber und bietet vielfältige Ausbildungsmöglichkeiten.



Jubiläum: 40 Jahre Training & Conference Center in Seeheim

Das Lufthansa Training & Conference Center in Seeheim ist unser Seminar- und Kongresszentrum. Seit 1973 tagen hier Manager, Mitarbeiter und Politiker in einer Top-Infrastruktur. Für die Mitarbeiter der Lufthansa Group ist Seeheim seit jeher ein wichtiger Fixpunkt. Hier trifft sich die Lufthansa Welt regelmäßig zu Management-Klausuren und Schulungen. Auch Führungskräfte und Mitarbeiter von anderen Firmen aus der Region und darüber hinaus bilden sich in Seeheim weiter. Das Lufthansa Training & Conference Center ist zudem ein wichtiger Arbeitgeber der Region. Rund 270 Mitarbeiter aus 15 Nationen sorgen für den Service und reibungslose Abläufe, darunter über 20 Berufseinsteiger, die bei Lufthansa in Seeheim einen Ausbildungsplatz, etwa als Hotelkauffrau oder als Koch, finden. In Seeheim werden Karrieren gefördert. So gewann Christina Merz im Jahr 2012 die Auszeichnung des *Concours International des Jeunes Chefs Rôtisseurs* als weltbeste junge Chef-Köchin.



Lufthansa Flight Training: erfolgreich im Markt für Aus- und Weiterbildung von fliegendem Personal

Die Lufthansa Flight Training GmbH (LFT) agiert seit 1997 als selbstständiger Anbieter für Aus- und Weiterbildung von fliegendem Personal innerhalb der Lufthansa Group. Neben den Flugbetrieben der Lufthansa Group stehen heute mehr als 200 weitere Fluggesellschaften aus aller Welt auf der Kundenliste. Zum Leistungsportfolio der LFT gehören die Grundausbildung von Piloten und Flugbegleitern, Simulatortraining, Emergency- und Service-Schulungen sowie ein breites Spektrum an E-Learning-Produkten.



Top-Platzierungen in Arbeitgeber-Rankings →

Die jüngsten Arbeitgeber-Rankings bestätigen die hohe Attraktivität der Lufthansa Group als Arbeitgeber in Deutschland. So wählten Hochschulabsolventen der Wirtschaftswissenschaften den Luftfahrtkonzern im Rahmen des *Trendence Graduate Barometer 2014* auf Platz 4 im Ranking der Top-Arbeitgeber. Dies entspricht einer Verbesserung um fünf Plätze im Vergleich zum Ranking 2013. Bei Absolventen der Ingenieurwissenschaften liegt das Unternehmen im Ranking 2014 auf Platz 9 (Vorjahr: Platz 11). Beim *Universum Student Survey 2014* erzielte das Unternehmen wie im Jahr 2013 ebenfalls einen Platz unter den Top-Ten-Arbeitgebern Deutschlands.

„Wir freuen uns, talentierte und motivierte junge Menschen kennenzulernen und ihr Potenzial mit ihnen weiterzuentwickeln. Investitionen in die Aus- und Weiterbildung von Menschen sind für uns selbstverständlich. Wir übernehmen hier gerne Verantwortung.“



Dr. Bettina Volkens,
Vorstand Personal und Recht
Deutsche Lufthansa AG

Mit insgesamt 40 Cockpitsimulatoren in Frankfurt, Berlin, Essen, München und Wien sowie Flugschulen in Bremen, Rostock und Phoenix (USA) zählt das Unternehmen zu den größten europäischen Ausbildungsinstituten für Piloten und Flugbegleiter. Die Lufthansa Group beabsichtigt, ihre Kräfte im Bereich *Flight Training* zu bündeln. Bis Juli 2015 sollen die Lufthansa Flight Training GmbH und die Swiss Aviation Training AG (SAT) als Partner auf Augenhöhe in einer Gesellschaft zusammengeführt werden. ✎

Arbeits- und Gesundheitsschutz

Je gesünder und motivierter die Belegschaft ist, desto größer ist auch ihr Leistungsvermögen. 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. Um die stetig wachsenden gesetzlichen Anforderungen im Gesundheitswesen künftig noch effektiver erfüllen zu können, ließ der Medizinische Dienst sein Qualitätsmanagementsystem im Jahr 2012 erfolgreich nach DIN EN ISO 9001 zertifizieren. Die Zertifizierung gilt für die Standorte Frankfurt, München, Hamburg und Köln und umfasst die Bereiche Arbeits-, Flug- und Tropenmedizin, Aero Medical Center, kaufmännische Steuerung, Passenger Medical Care mit dem Medical Operation Center (MOC) und dem Netzwerk der Vertragsärzte und Sozialberatung. Mit dem Ziel, die bisher erreichten Standards im Qualitätsmanagement (QM) zu sichern und weiter auszubauen, bildet der

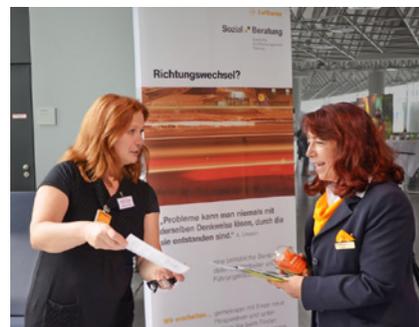
Medizinische Dienst interne QM-Beauftragte aus. Darüber hinaus übernimmt er mit dem Bereich Passenger Medical Care die ärztliche und fachliche Leitung und das Qualitäts- und Risikomanagement aller medizinischen Transporte – einschließlich jener, bei denen die weltweit einzigartige fliegende Intensivstation von Lufthansa zum Einsatz kommt, das sogenannte Patient Transportation Compartment (PTC) (vgl. S. 75).



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
- Beratung von Führungskräften und Funktionsträgern
- Schulungen – Workshops – Informationsveranstaltungen
- Teamberatung und Konfliktmoderation
- Prävention und Betriebliches Gesundheitsmanagement

Die Sozialberatung veröffentlicht jährlich einen Tätigkeitsbericht. Zudem engagiert sie sich aktiv für die vielfältigen Gesundheitsaktionen der Lufthansa Group.

Auch im Jahr 2013 fanden an den Lufthansa Standorten in Deutschland wieder zahlreiche Aktionen zur Förderung der Mitarbeitergesundheit statt. Die Sozialberatung führte insgesamt 164 Seminare, Workshops, Trainings und Informationsveranstaltungen durch. Die Gesamtbewertung in der Kundenzufriedenheitsbefragung lag im Berichtsjahr bei 1,86. Die Themenpalette beinhaltet unter anderem:

- Resilienz – Stärken stärken (in Zeiten der Veränderung): Wie stark ich meine psychische Widerstandsfähigkeit in Zeiten zunehmender Stressbelastung?
- Gesundheitsgerechtes Führen
- Team- und Konfliktmanagement
- Vorstellung der Leitlinie Psychische Gesundheit
- Suchtmittelmissbrauch am Arbeitsplatz
- Umgang mit Stressoren im Flugbegleiteralltag

Erneute Beteiligung an der bundesdeutschen Aktionswoche

„Alkohol? Weniger ist besser!“

Unter dem Motto „Alkohol? Weniger ist besser!“ fand in der Zeit vom 25. Mai bis zum 2. Juni 2013 die bundesweite Aktionswoche der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen statt, an der sich unser Unternehmen auch in diesem Jahr beteiligte.

Die Sozialberatung der Lufthansa Group führte mit Unterstützung des Medizinischen Dienstes des Konzerns und einiger Krankenkassen deutschlandweit Informations- und Präventionsveranstaltungen durch. Insbesondere zum Thema „Risikofaktor Restalkohol“ gewannen Besucher dabei oft neue und überraschende Erkenntnisse.



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.



Vernetzes Gesundheitsmanagement: Passenger Medical Care

Die Arbeit im Gesundheitsmanagement wird mit dem Angebot der Abteilung Passenger Medical Care vervollständigt. Diese kümmert sich unter anderem gemeinsam mit dem Medical Operation Center und dem Netzwerk der Vertragsärzte um akut erkrankte Crew Mitglieder. Hier werden die Bodenprozesse und medizinischen Transporte zusammen mit dem Flugbetrieb gesteuert, die ärztliche Expertise des Medizinischen Dienstes genutzt und kontinuierlich im Hintergrund auch medizinische Notfälle an Bord aufgearbeitet. So ist gewährleistet, dass die medizinische Sicherheit von Passagieren und Besatzungen den höchsten internationalen Qualitätsanforderungen entspricht. ↙

Zahlreiche Aktivitäten zum Gesundheitsmanagement →

Auch im Jahr 2013 initiierten wir an unseren Unternehmensstandorten wieder zahlreiche Gesundheitsaktionen. Beispielsweise konzipierte das Gesundheitsmanagement Kabine von Lufthansa in Zusammenarbeit mit der VHS Frankfurt einen Bildungsururlaub zum Thema „Gesund bleiben in Beruf und Alltag“. Dieser orientierte sich an einem ganzheitlichen Konzept und unterstützte die Teilnehmer darin, ihre Möglichkeiten und Ressourcen zu erkennen und zu nutzen, um gesund, belastbar und leistungsfähig zu bleiben. Seit 2008 nimmt Lufthansa Technik, initiiert durch den Medizinischen Dienst in Hamburg, an einer zehnjährigen wissenschaftlichen Multicenter-Langzeitstudie der Universität Hamburg zum Thema „Metabolisches Syndrom“ teil (Symptomkomplex aus Bluthochdruck, Übergewicht, Blutfetterhöhung, die vor allem als Risikofaktoren für Folgekrankheiten wie Herzinfarkt oder Schlaganfall Bedeutung haben). Die Studie wird in zeitlichen Blöcken („Staffeln“) im Medizinischen Dienst durchgeführt. Die letzte Staffel fand von November 2013 bis Januar 2014 statt - erneut mit großer Resonanz mit über 1500 Probanden. Die Lufthansa Station Hamburg veranstaltete weiterhin ihren alljährlich stattfindenden Gesundheitstag in Zusammenarbeit mit dem Medizinischen Dienst und mit Unterstützung der Techniker Krankenkasse. Das umfassende Informationsangebot für die Mitarbeiter der Station reichte vom Herz-Kreislauf-Check über Entspannungs-Coaching bis zur Ernährungsberatung. Auch die Sozialberatung der Lufthansa Group war mit einem Marktstand vertreten.



Fotoshooting mit Musikern des
Kölner Gürzenich-Orchesters in
einem Lufthansa Hangar

→ Gesellschaftliches Engagement



→ Auch durch unser gesellschaftliches Engagement stehen wir für Werte wie Verantwortung, Fairness, Teamgeist, Präzision und Höchstleistung ein. Diese sind ebenfalls Grundlage unseres Kerngeschäfts.

30

Jahre Lufthansa
Festival of Baroque
Music in London

80

Tonnen Hilfsgüter auf
die Philippinen geflogen

40

help alliance-Projekte
für „Hilfe zur Selbsthilfe“

15.000

Besucher jährlich im
Kranich-Informations-
zentrum



Humanitäre Soforthilfe

Die Lufthansa Group hat eine lange Tradition, bei humanitären Katastrophen schnell und professionell Hilfsflüge in die Krisenregionen durchzuführen. Wir beteiligen uns vor allem an der logistischen Erstversorgung von Betroffenen und leisten mit Hilfsflügen schnelle und unbürokratische Hilfe.



Der schnelle und sichere Transport per Flugzeug ist ohne Alternative

Die Sonderflüge erfolgen in der Regel in enger Abstimmung mit der Bundesregierung und namhaften Hilfsorganisationen. Unser Engagement im Bereich der humanitären Soforthilfe bauten wir in den vergangenen Jahren kontinuierlich aus.

Lufthansa Cargo ist Teil eines professionellen Netzwerks aus Logistikunternehmen und renommierten deutschen Hilfsorganisationen. Im Februar 2013 schloss der Frachtspezialist eine Vereinbarung mit dem Nothilfebündnis *Aktion Deutschland Hilft* und dessen Bündnispartner *World Vision Deutschland*. Durch diese Kooperation können die Hilfsorganisationen bei Auslandseinsätzen direkt auf die Logistikkompetenz von Lufthansa Cargo zurückgreifen. Darüber hinaus ermöglicht die neue Kooperation künftig eine noch schnellere und professionellere Ad-hoc-Hilfe.

Lufthansa und Lufthansa Cargo fliegen mehr als 80 t Hilfsgüter auf die Philippinen
Nur wenige Tage nach dem verheerenden Taifun *Haiyan* auf den Philippinen leistete die Lufthansa Group Soforthilfe. Am 10. November 2013 flogen wir mit einem Airbus vom Typ A340-600 Hilfsgüter nach Manila. Darunter befanden sich 5.400 Fleece-Decken, 3.000 große Plastikplanen und Zelte sowie Medizintechnik. Auf Initiative eines Lufthansa Piloten, der die Maschine zur Wartung leer auf die Philippinen geflogen hätte, wurde die

Gelegenheit kurzerhand für die lebensrettende Mission genutzt. Anschließend lief eine beispiellose Aktion der Lufthansa Passage, Lufthansa Cargo und Lufthansa Technik zusammen mit den Organisationen *World Vision e. V.* und *International Search and Rescue Germany (I.S.A.R.)* an. Das gemeinsame Melde- und Lagezentrum im Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe koordinierte die Hilfsangebote. In weniger als 36 Stunden schnürten die Beteiligten am Drehkreuz Frankfurt das 25 Tonnen schwere Hilfspaket.

Am 22. November 2013 startete Lufthansa Cargo einen weiteren Hilfsflug in Richtung Philippinen. Gemeinsam mit dem Nothilfebündnis *Aktion Deutschland Hilft* leistete Lufthansa Cargo in Kooperation mit anderen Unternehmen des Konzerns damit ebenfalls schnelle und unbürokratische Hilfe für die vom Taifun schwer getroffene Bevölkerung. An Bord des Frachtflugzeugs befanden sich rund 60 Tonnen Hilfsgüter, darunter dringend benötigte Nahrungspakete, Medizintechnik, Wasseraufbereitungsanlagen und Zelte. Außerdem richteten wir ein Spendenkonto bei unserer Mitarbeiterorganisation *help alliance* ein. Die generierten Spendengelder in Höhe von 120.000 Euro verdoppelte der Vorstand der Lufthansa Group auf 240.000 Euro. Sie dienen vor allem dem Wiederaufbau zerstörter Dörfer auf den Philippinen. ↙

01/02/03

Gemeinsam mit dem Nothilfebündnis *Aktion Deutschland Hilft* transportierte Lufthansa Cargo rund 60 Tonnen Hilfsgüter auf die Philippinen.

Soziales Engagement

Das humanitäre Engagement von Unternehmen und Mitarbeitern der Lufthansa Group beschränkt sich nicht nur auf den Bereich Soforthilfe. So unterstützen verschiedene, von Mitarbeitern des Konzerns gegründete Initiativen zahlreiche längerfristig angelegte Hilfsprojekte.

→ *help alliance* **help alliance – Hilfe zur Selbsthilfe**

Die *help alliance* wurde im Jahr 1999 von Mitarbeitern aus allen Teilen der Lufthansa Group gegründet. Aktuell engagiert sich der Verein in rund 40 Hilfsprojekten weltweit. Die Mitglieder der Hilfsinitiative engagieren sich ehrenamtlich, sind politisch und konfessionell unabhängig und sammeln Spenden, um sie auf der ganzen Welt sinnstiftend für soziale Hilfsprojekte einzusetzen. Im Fokus der humanitären Aktivitäten stehen Ernährungs- und Gesundheitsprogramme, Schulen und Ausbildungseinrichtungen, Waisenhäuser und Straßenkinderprojekte in Afrika, Asien und Südamerika. Die *help alliance* verfolgt mit allen Projekten das Ziel, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten und so Betroffenen zu ermöglichen, ihre Lebensverhältnisse aus eigener Kraft zu verbessern. Die Kooperation mit erfahrenen Partnern sowie regelmäßige Besuche der Projektleiter vor Ort sichern einen hohen Qualitätsstandard der Projekte. Darüber hinaus leistet die *help alliance* Katastrophenhilfe. Die Lufthansa Group unterstützt die Organisation finanziell, logistisch und kommunikativ. Die *help alliance* informiert in ihrem Jahresbericht und auf ihrer Website



ausführlich über ihre Aktivitäten und die jeweiligen Projektfortschritte.

Schwimmen, Rad fahren und laufen für die gute Sache

Was die beiden Lufthansa-A320-Piloten Sebastian Bartel und Lars Heurich im Berichtsjahr erreichten, ist weit mehr als ein Lauf für Wasser in Gambia. Unabhängig voneinander hatten sie die Idee, zugunsten eines Hilfsprojekts der *help alliance* am Ironman beziehungsweise Ultraman auf Hawaii teilzunehmen. Für jeden der mehr als 700 Kilometer, die im Rahmen der Wett-

bewerbe zurückgelegt wurden, konnten auf www.betterplace.org, dem Online-Fundraising-Partner der *help alliance*, 50 Euro gespendet werden. So gelang es den beiden Extremsportlern, mehr als 40.000 Euro für ein Wasserprojekt in Gambia zu generieren. Das Projekt des *help alliance*-Partners *Sabab Lou Stiftung* setzt mit solaren Pump- bzw. Bewässerungssystemen nicht nur auf sauberes Trinkwasser, sondern auch auf eine höhere wirtschaftliche Eigenständigkeit der Einwohner von bisher drei Dörfern in Gambia. Mehr Ernten durch verfügbares Wasser ergeben mehr Einkommen für die Menschen – die

Rechnung klingt einfach. Damit sie auch aufgeht, engagiert sich eine Stuttgarter Lufthansaerin mit großem Engagement für das Projekt. Davon konnte sich auch der Ultraman Lars Heurich überzeugen, dessen Herzensangelegenheit es von Anfang an war, bei der Inbetriebnahme der Wasserversorgung vor Ort dabei zu sein.

Neuer Markenauftritt im Jubiläumsjahr

Zum 15. Geburtstag verjüngt sich die *help alliance* durch einen neu gestalteten Außenaustritt. Dieser umfasst neben einer neuen Website und einem neuen Logo, beides durch die Agentur meerdesguten Brand Identity gestaltet, eine verbesserte Online-Spendenmöglichkeit auf der Website und will vor allem die Akteure näher zusammenbringen. Der neue Auftritt will das einmalige Engagement der Mitarbeiter der Lufthansa Group und ihre Verbundenheit zu den Menschen, für die sie sich einsetzen, aufzeigen. Zugleich macht er deutlich, dass die *help alliance* keine geschlossene Initiative innerhalb der Lufthansa Group ist.

www.helpalliance.org

Erster Non-Airline-Firmenpartner der *help alliance*

Nach einer Reise nach Vietnam und einem Besuch bei dem *help alliance*-Projekt *Saigon Children's Charity* entschloss sich das Franchise-Unternehmen Lufthansa City Center Reisebüros, die *help alliance* in die eigene Corporate-Responsibility-Strategie als Partner zu integrieren. In einem ersten Schritt übernahm das Unternehmen die Kosten für den Druck von 1,3 Mio. Spendentüten für die On-Board-Collection, von denen ein Teil zur Verwendung in den eigenen Reisebüros verblieb. In diesem Jahr wird eines der an die Kette angeschlossenen Reisebüros in Schwalbach in der Nähe Frankfurt bei seiner Aktion *Sport gegen Armut* unter anderem die *help alliance* begünstigen. Weitere Kampagnen sind in Planung.



[→ 05]

Kleines Geld für große Hilfe →

Damit Fluggäste der Lufthansa Group für Menschen in Not eine Brücke in ein besseres Leben bauen können, rief die *help alliance* im Jahr 2001 das On-Board-Collection-Programm *Kleines Geld für große Hilfe* ins Leben. 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 *help alliance* 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 *help alliance* ausgestattet. Seit Beginn der Sammlung an Bord konnten bereits mehr als 3 Mio. Euro für die Hilfsinitiative gesammelt werden. Auch Swiss sammelt seit Jahren an Bord ihrer Flüge *Restgeld* und unterstützt die Hilfsorganisation SOS-Kinderdorf sowie die unabhängige Mitarbeiterstiftung Swiss Kinderstiftung.

On-Board-Collection-Programm

Entwicklung des Spendenaufkommens in Euro¹ ↙

2013	301.566
2012	318.380
2011	205.362
2010	286.184
2009	224.053
2008	230.433
2007	260.939
2006	279.575
2005	294.870
2004	238.023
2003	216.539
2002	232.692
2001	207.175

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 2013 genannten Zahlen vorläufig.

04

Sebastian Bartel (links) lief den Ironman auf Hawaii zugunsten des Wasserprojekts in Gambia. Lars Heurich legte dann beim Ultraman noch nach.

05

Mariama Diba und Edith Lanfer (*help alliance*) freuen sich über die erfolgreiche Inbetriebnahme der Wasserversorgung.



Lufthansa Cargo lindert gemeinsam mit Cargo Human Care Not

Cargo Human Care (CHC) ist eine Hilfsorganisation von Lufthansa Cargo und deutschen Ärzten in Kenia. Sie leistet schnelle und unbürokratische Hilfe für notleidende und kranke Menschen in der kenianischen Hauptstadt Nairobi und Umgebung. Der gemeinnützige Verein wurde 2007 gegründet. Im Berichtsjahr erweiterte er sein medizinisches Angebot und bietet einmal monatlich eine Sprechstunde speziell zum Thema Gebärmutterhalskrebs an. Diese Erkrankung tritt gerade in Entwicklungsländern gehäuft auf. Sie ist heilbar, wenn sie rechtzeitig erkannt und mit der richtigen Therapie behandelt wird.

Die Sprechstunden und medizinischen Untersuchungen finden im Medical Center von CHC statt. Dort bietet der Verein bereits eine Impfsprechstunde und eine Beratung rund um die Schwangerschaftsvorsorge an. Im Medical Center erhalten schwerpunktmäßig Kinder des benachbarten CHC-Waisenhauses *Mothers' Mercy Home* sowie unterversorgte Menschen aus der Umgebung ärztliche Betreuung.

Insgesamt 40 deutsche Ärzte verschiedenster Fachbereiche arbeiten ehrenamtlich für CHC. Dreimal pro Monat fliegen die Mediziner nach



06/07

Cargo Human Care leistet schnelle und unbürokratische Hilfe für notleidende und kranke Menschen in Nairobi und Umgebung.

08

Austrian Airlines unterstreicht durch die Unterstützung des *Life Balls* in Wien ihr soziales Engagement bei einem Thema von weltweiter Relevanz.



Kenia, um für jeweils drei Tage mittellose Patienten zu behandeln. Seit 2008 leisteten sie rund 1.700 Einsatztage vor Ort. Jeden Monat werden rund 2.000 Behandlungen durchgeführt. Lufthansa Cargo stellt die Flugtickets für die deutschen Ärzte bereit und unterstützt CHC seit der Gründung darüber hinaus durch die Bereitstellung von kostenlosen Frachtkapazitäten.

Seit 2011 bietet CHC auch Patenschaften für kranke, behinderte und vernachlässigte Kinder im Umfeld des Waisenhauses *Mothers' Mercy Home* an. Sie umfassen Schulgeld, medizinische Betreuung und Unterstützung der Eltern bei Lebenshaltungskosten und erforderlichen Hilfsmitteln.

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.cargohumancare.de

Cargo Social Care – enge Kooperation mit den Werkstätten für Behinderte Rhein-Main e.V.

Seit mehr als 30 Jahren verbindet Lufthansa Cargo eine enge Kooperation mit dem Werkstätten für Behinderte Rhein-Main e.V. und sichert damit Arbeitsplätze von Menschen mit Behinderung. So fertigen etwa 280 Mitarbeiter pro Monat mehr als 6.300 neue Spanngurte zur Ladungssicherung von Luftfracht. Rund 11.000 Gurte werden monatlich an drei Standorten repariert. Alle Produkte erfüllen die hohen Qualitätsansprüche von Lufthansa Cargo, die durch die ISO-Normen vorgegeben sind. Die Werkstätten für Behinderte Rhein-Main e.V. ist eine anerkannte Werkstatt für behinderte Menschen mit dem Ziel, sie am Arbeitsleben teilhaben zu lassen und in den Arbeitsmarkt einzubringen.



Soziales Engagement von Swiss, Austrian Airlines und Brussels Airlines

Swiss – Stärkung der Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf

Bereits seit vielen Jahren unterstützt Swiss die internationale Hilfsorganisation SOS-Kinderdorf. Die Airline nimmt beispielsweise an Bord Restgeld aller Währungen ihrer Fluggäste entgegen, das an SOS-Kinderdörfer weitergeleitet wird. Im Jahr 2013 stärkte Swiss ihre Partnerschaft mit der Hilfsorganisation noch einmal. Swiss unterstützt SOS-Kinderdorf neu mit einem Maßnahmenpaket aus Kommunikations- und Flugleistungen sowie Fundraising. 2013 wurden an Bord von Swiss Flugzeugen über 150.000 Schweizer Franken gesammelt.

Darüber hinaus engagiert sich die Fluggesellschaft für die unabhängige Swiss Kinderstiftung mit Geldleistungen, Infrastruktur und Logistik. Mitarbeiter haben die Möglichkeit, monatlich einen Teil ihres Gehalts zu spenden. Mit diesem Geld sowie den Spenden der Passagiere werden Häuser und der Lebensunterhalt von Familien in SOS-Kinderdörfern, etwa im thailändischen Phuket, finanziert. 2013 spendete die Swiss Kinderstiftung über 112.000 Schweizer Franken an SOS-Kinderdorf.

Als einer der größten Arbeitgeber der Schweiz baute Swiss auch auf lokaler Ebene ihr gesellschaftliches Engagement aus. In Kooperation mit der Stiftung *Pro Juventute* fanden im Sommer 2013 als Baustein der Kinder- und Jugendförderung der Airline drei Kindertage am Flughafen Zürich statt. 100 Schulkinder konnten Flughafenluft schnuppern und so einen spannenden Einblick in den komplexen Betrieb eines Flughafens erhalten. Bestandteil des Programms war auch die Besichtigung eines Swiss Langstreckenflugzeugs vom Typ Airbus A340.

Swiss und Edelweiss Air unterstützen Wings for Japan

Die beiden Schweizer Fluggesellschaften der Lufthansa Group, Swiss und Edelweiss Air, unterstützen das Hilfsprojekt *Wings for Japan*. Es wurde im Jahr 2011 im Anschluss an die Veröffentlichung des Buches „Tsunami“ des japanischen Journalisten Ken Mori von aktiven und ehemaligen Swiss Mitarbeitern ins Leben gerufen. In dem Buch berichten rund 80 Kinder im Alter von 5 bis 17 Jahren von ihren Erlebnissen und Schicksalen mit der Umweltkatastrophe von Fukushima in Form von Geschichten und Bildern. *Wings for Japan* setzte sich zum Ziel, alle 80 Kinder nach und nach für einen Besuch in die Schweiz zu bringen, um ihnen positive Abwechslung zu ihrem oftmals nach wie vor schweren Alltag zu bieten und über die Begegnung mit gleichaltrigen Schweizer Kindern Freude zu bereiten. Swiss und Edelweiss Air fördern das Projekt seit der Gründung mit Flugleistungen

zwischen Japan und der Schweiz. Im Berichtsjahr erhielten 25 japanische Kinder eine Einladung in die Schweiz.

Austrian Airlines fliegt für den guten Zweck und hebt mit Life Ball-Flieger ab

Austrian Airlines arbeitet in sozialen Projekten vorrangig mit renommierten Organisationen wie *Global 2000* oder *Hilfe für Kinder aus Weißrussland* zusammen, die Erholungsaufenthalte für Kinder organisieren. Die Fluggesellschaft übernimmt die Flugkosten der Kinder und ermöglicht Begleitpersonen Flugtickets zu ermäßigten Tarifen. Darüber hinaus unterstützt Austrian Airlines direkt betroffene Personen, die zu Behandlungen oder Operationen nach Österreich kommen müssen, mit kostenlosen Flugtickets.

Mit finanzieller Unterstützung von Wien Tourismus gestaltete Austrian Airlines darüber hinaus speziell für die Wohltätigkeitsveranstaltung *Life Ball 2014* eine Boeing 777. Dieses Flugzeug fliegt seit 1. April 2014 mit einem speziellen Design um die Welt. Am 30. Mai 2014 brachte Austrian Airlines die prominenten Gäste der Wohltätigkeitsveranstaltung mit dem offiziellen *Life Ball-Flieger 2014* von New York nach Wien. Der *Life Ball* in Wien ist eine Benefizveranstaltung zugunsten von HIV-infizierten beziehungsweise an AIDS erkrankten Menschen. Durch ihre Unterstützung unterstreicht die Fluggesellschaft ihr soziales Engagement bei einem Thema von weltweiter Relevanz.

Brussels Airlines – Offroad für die gute Sache

Im Rahmen der Aktion *Bike for Africa* tauschen Mitarbeiter der Lufthansa Verbund-Airline Brussels Airlines auf einer Strecke von 240 km das Flugzeug gegen das Fahrrad. Am Ende der Tour durch Uganda im Januar 2014 übergaben die Radler einer ugandischen Hilfsorganisation sowie einer belgischen Nichtregierungsorganisation eine Spende von rund 100.000 Euro. Das Geld wurde im Vorfeld durch verschiedene Sponsoring-Aktivitäten gesammelt. Brussels Airlines übernahm im Rahmen der Initiative logistische Aufgaben, beispielsweise den Transport der Fahrräder. *Bike for Africa* ist eine Aktion der *b.foundation for Africa* von Brussels Airlines, die Mitarbeiter bei verschiedenen gemeinnützigen Programmen unterstützt. 

Umweltförderung

Ein stilisierter fliegender Kranich ist das Markenzeichen der Lufthansa Group. Er gilt als Vogel des Glücks. Der Konzern setzt sich nachhaltig für den Kranichschutz ein. Denn mindestens zehn der weltweit 15 Arten sind in ihrem Bestand bedroht, da die Zerstörung ihrer Brut-, Rast- und Sammelgebiete voranschreitet.



Die Lufthansa Group schützt den Vogel des Glücks

Um den Fortbestand der beeindruckenden Großvögel zu sichern, gründete Lufthansa im Jahr 1991 gemeinsam mit dem *Naturschutzbund (NABU)* und *WWF Deutschland* die Arbeitsgemeinschaft *Kranichschutz Deutschland*. Im Mittelpunkt der Förderung steht das Kranich-Informationszentrum in Groß Mohrdorf in der Rücken-Bock-Region Mecklenburg-Vorpommerns. Mit seinen vielfältigen Ausstellungen, Veranstaltungen und Führungen ist das Zentrum eine Informations- sowie Forschungs- und Begegnungsstätte für Wissenschaftler, Naturschützer und Vogelliebhaber. Im Jahr 2013 informierten sich mehr als 15.000 Besucher im Kranich-Informationszentrum über die Aktivitäten zum Schutz der Großvögel. Das Zentrum ist Teil eines gesamteuropäischen Kranichschutz-Netzwerks. Bis zu 70.000 Graukraniche fliegen das Gebiet jährlich an. Es gehört zu den bedeutendsten Kranichrastplätzen in Europa. Im Informationszentrum selbst arbeiten auch immer wieder Lufthansa-Piloten für mehrere Wochen als ehrenamtliche *Kranich-Ranger* und engagieren sich so ganz praktisch für ihr Wappentier. Auch 2014 bietet das Kranich-Informationszentrum gemeinsam mit Lufthansa wieder Plätze für

70.000

**Bis zu 70.000
Graukraniche fliegen
die Rücken-Bock-Region
in Mecklenburg-
Vorpommern jährlich an.**

ehrenamtliche Kranich-Ranger an. Der Konzern unterstützt das Informationszentrum auch beim Ausbau moderner Informationskanäle: Die neue Facebook-Seite „Kranichschutz Deutschland“ findet immer mehr Besucher und auch auf Twitter folgt man den Kranichen begeistert. ↪

Weitere Informationen finden Sie unter:

📄 www.kraniche.de

📄 www.facebook.com/kranichschutz

Westeuropäischer und baltischer Zugweg

- Rastgebiet ↙
- Überwinterungsgebiet ↙



Kulturelles Engagement

Die Lufthansa Group fördert seit vielen Jahren herausragende kulturelle Veranstaltungen und Einrichtungen im Bereich der Musik. Die völkerverbindende Sprache der Musik ist eine Mittlerin, über die wir aus unseren Verbindungen Verständigung werden lassen.



**Lufthansa
Festival
of Baroque
Music 2014**



30 Jahre Lufthansa Festival of Baroque Music

Das Lufthansa Festival of Baroque Music in London feierte im Mai 2014 sein 30-jähriges Bestehen. Mit dem Motto *Das Jahr 1714* griff das Festival eine historische Verbindung zwischen England und Deutschland auf. Denn 2014 feiert man in England und auch in Deutschland den 300. Jahrestag der Besteigung des britischen Throns durch den Kurfürsten Georg Ludwig von Braunschweig-Lüneburg im Jahr 1714. Als König George I. regierte er Hannover und Großbritannien in Personalunion. Georg Friedrich Händel führte als Hofkapellmeister in Hannover und als Komponist am Königshof in London das musikalische Zepter. Entsprechend wurde das 30. Lufthansa Festival of Baroque Music mit den majestätischen Klängen von Händels *Coronation Anthems* eröffnet.

Im Rahmen des Festivals fanden in der Westminster Abbey, St. John's Smith Square und St. Peter's Eaton Square zwölf Konzerte, mehrere *Festival Walks* und eine *Lecture* statt. The Sixteen, Pierre Hantai, The Hilliard Ensemble, Laurence Cummings, Rachel Podger, La Risonanza, Dorothee Oberlinger, St. James Baroque und The Choir of Westminster Abbey gestalteten das Programm erstklassig. Mit dem 30. Festival beenden wir dieses Engagement, da sich unsere Schwerpunkte im Bereich Corporate Citizenship künftig auf andere Themenfelder verlagern werden.

www.lufthansafestival.org.uk



First Global Partner des Gürzenich- Orchesters Köln

Die Lufthansa Group unterstützt das renommierte *Gürzenich-Orchester* seit 2010 als *First Global Partner*. Es zählt im Opernbereich zu den führenden Orchestern Deutschlands. Ebenso wie die Deutsche Lufthansa AG hat es seinen Sitz in Köln. Seit 1986 ist das Ensemble

in der Kölner Philharmonie beheimatet und gibt dort jährlich rund 50 Konzerte, parallel dazu spielt das Orchester in der Oper Köln mehr als 160 Vorstellungen im Jahr. Unter der Leitung von Gürzenich-Kapellmeister Markus Stenz nahm das traditionsreiche Orchester im Februar 2014 mit Lufthansa Kurs auf Hongkong, Seoul, Schanghai und Peking. Im Gepäck hatten die 130 Musiker Richard Strauss' monumentale „Alpensinfonie“ – passend zum 150. Geburtstag des Komponisten. Das Kölner *Gürzenich-Orchester* begeisterte auf seiner Asien-Tournee Klassikfans aus aller Welt – darunter auch zahlreiche Mitarbeiter der Lufthansa Group, die die Gelegenheit nutzten, sich die begehrteste Konzertmarke Kölns zusammen mit Top-Kunden und Partnern anzuhören.

www.guerzenich-orchester.de



Traditionelles Neujahrskonzert in Berlin

Die Lufthansa Group lud am 27. Januar 2014 zum Jahresauftakt nach Berlin. Am traditionellen Neujahrskonzert nahmen mehr als tausend geladene Gäste teil. Das abwechslungsreiche Programm unterschiedliche Künstler. Dazu zählten Nachwuchsmusiker der Jungen Philharmonie Brandenburg und das Landesjugendjazzorchester Brandenburg, aber auch die Musikklasse einer Grundschule aus Schönefeld in der Nähe des Flughafens Schönefeld.



Lufthansa Technik – Benefizkonzert zugunsten zweier Hamburger Einrichtungen

Die Lufthansa Technik AG trug am 24. August 2013 zum elften Mal im Hangar 7 in Hamburg das Benefizkonzert *Faszination Musik und Technik* aus. Rund 60.000 Euro konnten erlöst und an die Stiftung *phönix* sowie die Stiftung der *Freunde der Hamburger Hochschule für Musik und Theater* übergeben werden. ↵

09

Das Konzert in der Westminster Abbey war auch beim 30. Lufthansa Festival of Baroque Music einer der Höhepunkte.

Lufthansa Group unterstützt virtuelle Forschungsreise und Online- Fundraising →

Die Lufthansa Group unterstützt das Forschungsprojekt *Lab around the world* der Online-Fundraising-Plattform *betterplace.org*. Das Ziel des Projekts ist es, sich an digitalen Hotspots weltweit mit Menschen zu vernetzen, die im Internet bereits erfolgreich Mitstreiter für zivilgesellschaftliches Engagement mobilisierten. Die Analysen und Erkenntnisse fassen die virtuellen Forschungsreisenden anschließend in einer globalen Studie zusammen. Sie soll dem sozialen Sektor dabei helfen, wirksamere Arbeit im Internet zu leisten. Auch die Mitarbeiterinitiative *help alliance* der Lufthansa Group nutzt die digitale Vernetzung für zahlreiche Hilfsprojekte. Sie arbeitet dabei ebenfalls eng mit *betterplace.org* zusammen.

www.betterplace-lab.org



Sportförderung

Lufthansa ist die *Airline des Sports* und steht zahlreichen namhaften Institutionen, Verbänden und Vereinen als verlässlicher Partner zur Seite. Denn Fairness, Teamgeist, Präzision und Höchstleistung sind nicht nur Werte für jeden Leistungssportler, sondern ebenso der Antrieb für die Lufthansa Group und ihre Mitarbeiter. Sportförderung ist daher seit Langem Bestandteil des gesellschaftlichen Engagements des Luftfahrtkonzerns.



Lufthansa Group unterstützt die Initiative *Sprungbrett Zukunft* der Deutschen Sporthilfe

Seit 2007 ist die Lufthansa Group *Nationaler Förderer* der Stiftung Deutsche Sporthilfe, die derzeit rund 3.800 Athleten aus allen olympischen Disziplinen, traditionsreichen nicht-olympischen Sportarten sowie dem Behinderten- und Gehörlosensport unterstützt. Mehr als 90 Prozent aller deutschen Athleten bei den Olympischen Spielen und Paralympics 2014 in Sotschi wurden von der Deutschen Sporthilfe gefördert. Doch wer ganz nach oben in die Weltspitze möchte, muss dafür einiges opfern. Deshalb entscheiden sich viele Athleten trotz hervorragender sportlicher Perspektiven zugunsten der beruflichen

Laufbahn. Damit beides miteinander vereinbar bleibt, rief die Sporthilfe die Initiative *Sprungbrett Zukunft* ins Leben. Mit einem Maßnahmenpaket, das vier- bis sechswöchige Kurzzeitpraktika und ein Mentoren-Programm beinhaltet, sollen Nachteile, die eine sportliche Karriere bei der späteren Berufswahl mit sich bringt, beseitigt werden. Die Lufthansa Group geht hier mit gutem Beispiel voran und unterstützt *Sprungbrett Zukunft*. Insgesamt schlossen sich bereits mehr als 100 deutsche Wirtschaftsunternehmen der Initiative an.



Lufthansa fliegt deutsche Olympia- und Paralympics-Mannschaft nach Sotschi

Als offizielle Fluggesellschaft der Deutschen Olympiamannschaft und des Deutschen Behindertensportverbandes brachte Lufthansa die deutschen Teams nach Sotschi. Bereits seit 1972 fliegen sie mit Lufthansa zu den Austragungsorten. Da die Airline die Stadt am Schwarzen Meer normalerweise nicht im Programm hat, legten wir extra zu diesen sportlichen Weltereignissen einen Sonderflugplan auf, um den Athleten eine entspannte und direkte Anreise zu ermöglichen. So konnten



sie sich optimal auf die Wettkämpfe vorbereiten. Doch auch viele andere Nationen und Fans nahmen diesen Service in Anspruch, sodass es am speziell gekennzeichneten Sotschi-Gate am Frankfurter Flughafen und an Bord des auf dieser Strecke eingesetzten Airbus A321 so international zugeht wie im olympischen und paralympischen Dorf. Ein besonderes Highlight war die Ankunft der Olympiamannschaft mit dem Lufthansa Sonderflug in München. Bundespräsident Joachim Gauck empfing die Sportler direkt auf dem Vorfeld und beglückwünschte sie zu ihren Leistungen.



Rollstuhlbasketball-Europameisterschaft in Frankfurt

Frankfurt ist die Heimatbasis der Lufthansa. Als Partner des Deutschen Behindertensportverbandes war es selbstverständlich, dass Lufthansa auch die Rollstuhlbasketball-EM in der Mainmetropole unterstützte. Unsere Service Professionals übernahmen die Betreuung der Teams, die über den Flughafen nach Frankfurt anreisen. Zudem wurde kräftig die Werbetrommel für die EM gerührt, denn die Sportler mit Behinderung leisten Außergewöhnliches und sind Vorbilder für alle Teile der Gesellschaft. Das deutsche Damenteam, das in London Olympiasieger wurde, musste sich im Finale vor mehr als 3.000 begeisterten Zuschauern schließlich den Niederlanden geschlagen geben. ↵

www.lufthansagroup.com/sport



10

Ankunft der Olympia-Teilnehmer von Sotschi in München und Begrüßung durch Bundespräsident Gauck.

11

Fanhansa: Lufthansa ist die *Airline des Sports* und auch der Sportfans. Zur Fußball-WM 2014 in Brasilien sieht man das auch unseren Flugzeugen an.

Ausblick →

Als *Good Corporate Citizen* sind die Lufthansa Group und ihre einzelnen Gesellschaften vielfältig und thematisch weit gefächert in zahlreichen Projekten engagiert. Die Erwartungshaltung unserer Stakeholder hinsichtlich des gesellschaftlichen Engagements veränderte sich in den letzten Jahren deutlich. Das hat mit den rasanten Veränderungsprozessen in der globalisierten Welt und den damit einhergehenden Fragen und Problemen in weiten Teilen auch unseres geschäftlichen Umfelds zu tun. Die Frage nach sozialem Engagement mit einem schlüssigen, nachvollziehbaren und zielorientierten Konzept stellt sich immer prägnanter und drängender.

Daher arbeiten wir an einer Neuausrichtung und Konsolidierung unseres Engagements. Ein Schwerpunkt der Neuausrichtung wird neben einer verstärkten aktiven Einbindung sowohl der Führungskräfte als auch der Mitarbeiter die thematische Fokussierung auf soziale und humanitäre Projekte sein. Oberstes Ziel ist und bleibt, die nachhaltige Wirkung unseres Einsatzes sicherzustellen. Mit den Mitarbeiterinitiativen *help alliance*, *Cargo Human Care* und *Swiss-Kinderstiftung* verfügen wir bereits über etablierte und anerkannte Hilfseinrichtungen im Konzern. Sie stellen ein wertvolles Fundament für die Weiterentwicklung der Corporate-Citizenship-Engagements der Lufthansa Group dar.





→ Service und Informationen



→ Glossar / Impressum / Ansprechpartner /
Berechnungsmethodik / Übersicht zur Flotte
der Lufthansa Group

Glossar

A

↘ 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 Schalleereignisse 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

↘ 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 550 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 Luftverkehrstandort Deutschland insgesamt zu stärken.

www.bdl.aero

C

↘ 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 im Jahr 2014 weltweit mehr als 760 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 Leitungsorgane 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 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.

↘ CVA – Cash Value Added

Kennzahl zur Erfolgsmessung der Wertschaffung. Wenn der in einer Periode erzielte Cashflow (EBITDAplus) größer ist als der zur Deckung der Kapitalkosten notwendige Mindest-Cashflow, fällt der CVA positiv aus und es wird Wert geschaffen.

D

↘ 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. Verdoppelung. 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 35 Institute und Forschungszentren. 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

E

↘ 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 über das finanzielle Abschneiden 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

F

↳ 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 unternehme-

rischer 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.

G

↳ 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.

H

↳ 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 „Heimattflughafen“ 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

K

↳ 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 von der Zahl der Triebwerke eines Flugzeugs.

↳ Kerosin

Treibstoff für Düsentriebwerke und Propeller-turbinen, 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 hundert 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) 2012, Werte 2010).

↳ 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.

L

↳ 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.

M

↳ 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

N

↳ 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“

O

↘ 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 3 bis 4 Prozent beziffert wird.

P

↘ 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.

R

↘ RSB – Roundtable for Sustainable Biofuels

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

S

↘ 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.

↘ 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.

T

↘ 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). Die wichtigsten anthropogenen Treibhausgase sind Kohlendioxid aus der Verbrennung fossiler Energieträger und Methan, primär aus der Landwirtschaft und Massentierhaltung. Weitere künstliche Treibhausgase sind Distickstoffoxid (N₂O), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW bzw. H-FKW), Schwefelhexafluorid (SF₆) und fluorierte Chlorkohlenwasserstoffe (FCKW).

U

↘ UHC – unverbrannte Kohlenwasserstoffe

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

↘ 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

V

↘ 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.

W

↘ 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.

↘ Work-Life-Balance

Bezeichnet den Ausgleich zwischen Berufs- und Privatleben

Impressum

Herausgeber

Deutsche Lufthansa AG
Lufthansa Group Communications
Leitung: Barbara Schädler

Redaktion und Konzeption

Media Relations Lufthansa Group
Leitung: Christoph Meier

Bernhard Jung
Claudia Walther

Gestaltung und Produktion

Strichpunkt, Stuttgart/Berlin

Redaktionsschluss

27. Juni 2014

Papier

Inhalt: EnviroTop, Recyclingpapier aus 100 Prozent 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 dafür, 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

Fotonachweis

Matthias Just (Titel, S. 22/23, 44/45, 68/69)
Christian Schlueter (S. 3)
Prof. Dr. Schulte-Fortkamp (S. 10)
Jens Görlich/CGI MO CGI GbR (S. 15, S. 34 oben)
Uwe Schoßig (S. 18 oben)
DVWG e.V. (S. 33 oben rechts)
Fraport AG (S. 41)
Flughafen München GmbH (S. 42)
Flughafen Zürich/smartmedia (S. 43 oben)
Sonja Brüggemann (S. 58, S. 87)
myclimate (S. 78)
Gregor Schläger (S. 80/81)
Jens Görlich (S. 96, S. 116/117)
Elisa Lintin (S. 100)
Matthias Baus (S. 102/103)
Dr. Friedrich Keller-Bauer/
Stiftung Sabab Lou (S. 107)
Dr. Günter Nowald (S. 111 Hintergrund)
betterplace.org (S. 113)
Sonstige: Bildarchiv Lufthansa Group

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.LH.com

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

Erläuterungen zur Datenabgrenzung und Berechnungsmethodik der absoluten und spezifischen Verbräuche und Emissionen

Datenabgrenzung

Der Berichterstattung zu Transportleistung, Kerosinverbrauch und Emissionen aus dem Flugbetrieb des Jahres 2013 liegt – sofern nicht anders vermerkt – folgende Datenabgrenzung zugrunde:

→ Lufthansa (inklusive Regionalpartner* Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Augsburg Airways), Germanwings, Swiss (inklusive Edelweiss Air), Austrian Airlines und Lufthansa Cargo. 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 unter Berücksichtigung der realen Auslastung und Streckenführung nach dem 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 und damit auf der realen Auslastung sowie auf dem tatsächlich absolut verbrauchten Kerosin im Berichtsjahr. Die Transportleistung wird in Tonnenkilometern gemessen, das heißt über eine Distanz transportierte Nutzlast. Für Passagiere und deren Gepäck wird der Standard von durchschnittlich 100 kg angesetzt, für Fracht das gewogene Gewicht. Jede in der Flotte vorhandene Flugzeug-Triebwerks-Kombination wird 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 flugzeugspezifischen 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 Großkreisenfernungen. Im Kombinationsverkehr (Fracht- und Passagiertransport auf einem Flugzeug) wird die Zuordnung des Treibstoffverbrauchs zur Ermittlung passagier- oder frachtspezifischer Werte anhand ihres Anteils an der Gesamtnutzlast vorgenommen.

Seit 2013 existiert mit der Norm DIN EN 16258 ein Leitfadensystem zur vereinheitlichten Berechnung der Treibhausgasemissionen für Transportprozesse. Dieser Leitfaden verwendet die gleichen Ansätze zur Berechnung der Nutzlast wie die Lufthansa Group. Bei der Berechnung der zurückgelegten Distanzen wird auf die Großkreisenfernung ein Aufschlag von zusätzlichen 95 km in Anlehnung an die Vorgaben aus dem EU-Emissionsrecht gehandelt vorgegeben. Parallel hierzu erarbeitete der internationale Luftfahrtverband IATA eigene Berechnungsvorschläge, die sich mit der Aufteilung des Treibstoffverbrauchs

zwischen Fracht und Passagier befassen und dem Passagier einen höheren Anteil am Treibstoffverbrauch wegen der passagierspezifischen Infrastruktur zurechnen. Diese Methode bleibt zwar ohne Einfluss auf die Gesamteffizienz eines Fluges, verändert aber die Zurechnung zwischen Passagier und Fracht. Beide Methoden weisen jedoch noch Divergenzen auf (auch zur bisher von Lufthansa verwendeten Methode). Eine vereinheitlichte, international harmonisierte und akzeptierte Methode würden wir begrüßen.

Umweltmanagementsystem

Die Umweltdaten für diesen Bericht erhob die Lufthansa Group mithilfe ihres Umweltmanagementsystems. Dieses gibt unter anderem 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 der Rundung von anteiligen Prozentangaben kann es ferner vorkommen, dass deren Addition, verglichen mit der Addition der nicht gerundeten Prozentanteile, zu abweichenden Ergebnissen führt. So lassen sich beispielsweise anteilige Prozentangaben bedingt durch Rundungen nicht zu 100 Prozent addieren, obwohl dies sachlogisch zu erwarten gewesen wäre.

* Augsburg Airways flog im Dienst der Lufthansa bis Ende Sommerflugplan 2013. Die Kooperation mit Contact Air endete im September 2012. Die Verbrauchswerte von Contact Air sind daher ab dem Berichtsjahr 2013 nicht mehr in den Kennzahlen enthalten.

Strengste Lärmstandards für die Flotte der Lufthansa Group

Unterschreitung der ICAO-Lärmgrenzwerte Kapitel 3 und Kapitel 4

Active Flotte der Lufthansa Group per 31.12.2013 
Angaben in EPNdB 



Von 596 Flugzeugen der aktiven Flotte der Lufthansa Group erfüllen 593 den strengen Kapitel-4-Lärmstandard der internationalen Zivilluftfahrtorganisation ICAO. Wichtigster Teil von Kapitel 4 ist das sogenannte „minus 10EPNdB“-Kriterium (Effective Perceived Noise dB), vgl. vertikale, gestrichelte Linie in nebenstehender Übersicht. Die Grenzwerte sind abhängig vom höchstzulässigen Abfluggewicht und von der Zahl der Triebwerke eines Flugzeugs.

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 Lärmwerten und kumulierten Margen führen. Darüber hinaus führen Zugänge und Abgänge in einzelnen Flotten zu Veränderungen in den berichteten Wertebereichen.

Gruppierung der Flugzeugmuster nach MTOW (maximales Startgewicht):
 ● unter 50t ● 50 bis 150t ● über 150t
 Diese Unterteilung entspricht in der Regel der Gruppierung nach Regional-/Kont-/Interkontinentalflugzeugen

4U = Germanwings
 CL = Lufthansa CityLine
 EN = Air Dolomiti
 EW = Eurowings
 LH = Lufthansa, Lufthansa Cargo
 LX = Swiss
 OS = Austrian Airlines
 WK = Edelweiss Air

* Neuer ICAO-Kapitel-4-Grenzwert, der seit 2006 für neue Flugzeuge gilt: -10EPNdB, bezogen auf Kapitel 3.

Preise und Auszeichnungen

Die Lufthansa Group und ihre Konzerngesellschaften erhielten 2013 erneut zahlreiche Preise und Auszeichnungen. Nachfolgend eine Auswahl:



- Auszeichnung *Fünf Sterne* für die Lufthansa First Class im *Skytrax Star Ranking* 2013.
- Markenranking *best brands* 2013: Lufthansa unter Top Ten der besten Unternehmensmarken.
- Projekt *Waliclean* von Austrian Airlines erhielt Umweltpreis der Stadt Wien für revolutionäre Methode bei der Reinigung von Flugzeugtoiletten.
- Lufthansa Cargo wurde vom US-amerikanischen Speditionsverband zur besten internationalen Frachtauflinie gewählt.
- *MobileTech Award* 2013 für die Lufthansa App.
- Auszeichnung für Lufthansa Technik als *MRO-Unternehmen des Jahres* bei den *Air Transport News Awards* 2013.
- Lufthansa Cargo wurde von *Air Cargo Week* im Rahmen der *Cargo Airline of the Year Awards* wie in den Vorjahren zur besten europäischen Frachtauflinie gewählt.
- Das Magazin *Business Traveller Middle East* zeichnete Lufthansa im Jahr 2013 als *Best European Airline in the Middle East* aus.
- Lufthansa Technik erhielt bei den *Aircraft Technology Engineering & Maintenance Awards* des Fachverlages *UBM Aviation* zwei Auszeichnungen: *Bester MRO-Anbieter in Europa* und *Bester Triebwerks-MRO-Anbieter*.
- Zum achten Mal in Folge erhielt das Lufthansa Corporate Fuel Management den Preis *Best International Fuel Department*.
- Die Bundesregierung verlieh der Elektromobilitäts-Initiative E-PORT AN am Flughafen Frankfurt, an der die Lufthansa Group beteiligt ist, die Auszeichnung *Leuchtturm Elektromobilität*.
- Das Portal LH.com erhielt den *Business Traveller Award* in der Kategorie *Beste Internetseite* für Geschäftsreisende.
- Die Lufthansa Group erhielt den *Airline Business Technology Award* 2013.
- Zum dritten Mal in Folge erhielt Lufthansa die Auszeichnung *Europe's Leading Airline* der *World Travel Awards*.
- Lufthansa erhielt 2013 den *Skytrax-Award* für das beste First Class Terminal.
- Lufthansa erzielte Top-Platzierungen bei den *World Airline Awards* 2013 in den Kategorien *Best First Class Airline Lounge*, *Best Western European Airline* und *Best Transatlantic Airline*.
- Lufthansa erhielt 2013 drei *GlobeRunner Awards* vom amerikanischen Reisemagazin *Frequent Business Traveler*: in der Kategorie *Best First Class Lounge* und zum zweiten Mal in der Kategorie *Best Frequent Flyer Program* mit *Miles & More*. Als eines der Gründungsmitglieder nahm Lufthansa im Namen der Star Alliance auch den Award für die beste Airline-Allianz entgegen.
- *International 5 Star Diamond Award* für den Lufthansa First Class Service New York. Insgesamt wurden von der American Academy of Hospitality Sciences (AAHS) drei Leistungen des Lufthansa Service ausgezeichnet: das Lufthansa First Class Angebot an Bord der Langstreckenflotte, das Lufthansa First Class Terminal in Frankfurt und die Lufthansa First Class Lounge am Flughafen JFK in New York.
- Lufthansa München erhielt 2013 den *International 5 Star Diamond Award*. Nach Frankfurt und New York geht der Preis damit an die dritte Lufthansa First Class Lounge.
- Swiss erhielt 2013 die Auszeichnung *Europe's Leading Airline Business Class* im Rahmen der *World Travel Awards* 2013.
- Bei den *Business Traveller Awards* (D) wurde Swiss als *Beste Airline im europäischen Flugverkehr* ausgezeichnet, bei den *GlobeRunner Awards* von *Frequent Business Traveler* für die *Beste Business Class Lounge*.

Aktuelle Auszeichnungen 2014

- Lufthansa als besonders nachhaltige Airline ausgezeichnet: Focus-Studie *Mit gutem Gewissen* verleiht Lufthansa das Gold-Siegel.
- Gemeinschaftsprojekt E-PORT AN am Flughafen Frankfurt gewinnt renommierten *GreenTec Award* in der Kategorie *Luftfahrt*. Projekte der Lufthansa Group, der Fraport AG, des Landes Hessen und der Modellregion Elektromobilität Rhein-Main für ein *grünes Vorfeld* überzeugten die Jury.
- *StartCargo*, das Traineeprogramm der Lufthansa Cargo AG, erhielt das anerkannte Gütesiegel des Jobportals Absolventa. Es ist das erste und einzige Siegel dieser Art und steht für karrierefördernde und faire Traineeprogramme.

Die operative Flotte der Lufthansa Group

(per 31.12.2013)

Lufthansa und Regionalpartner



Airbus A380-800 LH: 9 Flugzeuge, 526 Sitze, 12.000 km Reichweite



Boeing 747-8 LH: 9 Flugzeuge, 362 Sitze, 13.100 km Reichweite



Boeing 747-400 LH: 18 Flugzeuge, 352* Sitze, 12.500 km Reichweite



Airbus A340-600 LH: 24 Flugzeuge, 306 Sitze, 12.600 km Reichweite



Airbus A340-300 LH: 21 Flugzeuge, 266* Sitze, 11.100 km Reichweite



Airbus A330-300 LH: 18 Flugzeuge, 221* Sitze, 10.000 km Reichweite



Airbus A321-100/200 LH: 62 Flugzeuge, 200 Sitze, 2.900/4.350 km Reichweite



Airbus A320-200 LH: 57 Flugzeuge, 168 Sitze, 3.020 km Reichweite



Airbus A319-100 LH: 32 Flugzeuge, 138 Sitze, 3.260 km Reichweite



Boeing 737-500 LH: 14 Flugzeuge, 120 Sitze, 1.950 km Reichweite



Boeing 737-300 LH: 9 Flugzeuge, 140 Sitze, 2.000 km Reichweite



Embraer 195 CL: 24 Flugzeuge, 120 Sitze, 2.450 km Reichweite
EN: 10 Flugzeuge, 120 Sitze, 2.450 km Reichweite



Embraer 190 CL: 9 Flugzeuge, 100 Sitze, 3.390 km Reichweite



CRJ900 CL: 12 Flugzeuge, 90 Sitze, 2.260 km Reichweite
EW: 23 Flugzeuge, 90 Sitze, 2.260 km Reichweite



CRJ700 CL: 16 Flugzeuge, 70 Sitze, 2.310 km Reichweite

Germanwings



Airbus A319-100 4U: 39 Flugzeuge, 150* Sitze, 3.500 km Reichweite



Airbus A320-200 4U: 5 Flugzeuge, 174 Sitze, 3.020 km Reichweite

Lufthansa Cargo



Boeing MD-11F LH: 17 Flugzeuge, 516 m³/89,4t, 7.000 km Reichweite



Boeing B777F LH: 2 Flugzeuge, 639,1 m³/102,9t, 9.045 km Reichweite

Swiss und Edelweiss Air



Airbus A340-300 LX: 15 Flugzeuge, 219 Sitze, 10.500 km Reichweite



Airbus A330-300 LX: 14 Flugzeuge, 236 Sitze, 8.400 km Reichweite



Airbus A321-100/200 LX: 8 Flugzeuge, 200* Sitze, 3.200 km Reichweite



Airbus A320-200 LX: 24 Flugzeuge, 168* Sitze, 3.650 km Reichweite



Airbus A319-100 LX: 5 Flugzeuge, 138* Sitze, 3.000 km Reichweite



Avro RJ100 LX: 20 Flugzeuge, 97 Sitze, 3.000 km Reichweite



Airbus A330-300 WK: 1 Flugzeug, 332 Sitze, 10.000 km Reichweite



Airbus A330-200 WK: 1 Flugzeug, 285 Sitze, 11.500 km Reichweite



Airbus A320-200 WK: 4 Flugzeuge, 168* Sitze, 4.950 km Reichweite

Reichweitenangaben generell bei maximaler Passagierzahl respektive Zuladung.

* Max. Sitze, abweichende Versionen im Einsatz

Austrian Airlines



Boeing 777-200 OS: 4 Flugzeuge, 309* Sitze, 11.500 km Reichweite



Boeing 767-300 OS: 6 Flugzeuge, 240* Sitze, 9.800 km Reichweite



Airbus A321-100/200 OS: 6 Flugzeuge, 200 Sitze, 2.360/3.500 km Reichweite



Airbus A320-200 OS: 16 Flugzeuge, 174* Sitze, 4.300 km Reichweite



Airbus A319-100 OS: 7 Flugzeuge, 138 Sitze, 4.500 km Reichweite



Fokker 100 OS: 15 Flugzeuge, 100 Sitze, 2.000 km Reichweite



Fokker 70 OS: 6 Flugzeuge, 80 Sitze, 2.085 km Reichweite



DHC 8-400 OS: 14 Flugzeuge, 76 Sitze, 1.630 km Reichweite

Legende

4U = Germanwings
CL = Lufthansa CityLine
EN = Air Dolomiti

EW = Eurowings
LH = Lufthansa,
Lufthansa Cargo

LX = Swiss
OS = Austrian Airlines
WK = Edelweiss Air



**5 Jahre
Strategisches
Umweltprogramm**

**15 Jahre
Engagement in der
Lärmforschung**

**15 Jahre
Cross Company
Mentoring**

**15 Jahre
*help alliance***

**20 Jahre
Unterstützung der
Klimaforschung**

**20 Jahre
Berichterstattung
zu Umwelt und
Nachhaltigkeit –
20 Jahre *Balance***

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 2014
www.lufthansagroup.com/verantwortung