

Balance

Unternehmen / Soziales / Umwelt / Gesellschaft



Passage Airline Gruppe

Logistik

Technik

IT Services

Catering



Unser neues Flaggschiff: der Lufthansa-Airbus A380

Mit dem Lufthansa-Airbus A380 beginnt eine neue Epoche in der Geschichte der Lufthansa. Mit neuester Technologie, verbessertem Reisekomfort in allen Klassen, einer enorm gesteigerten Umwelteffizienz und einer äußerst positiven Wirkung auf die Beschäftigung erreicht das Flugzeug in allen Dimensionen der Nachhaltigkeit Bestnoten.

Mit einer völlig neu entwickelten First Class, der hochwertigen Business Class und einer ebenfalls verbesserten Economy Class genießen die Gäste das Fliegen in der „leisesten Flugzeugkabine am Himmel“. Jeder Airbus A380 sichert bei Lufthansa 400 Arbeitsplätze.

→ www.lufthansa.com/A380

Bestellen Sie den Geschäftsbericht 2009 unter:
→ www.lufthansa.com/investor-relations

Weitere Informationen zum Thema „Nachhaltigkeit bei Lufthansa“ finden Sie unter:
→ www.lufthansa.com/verantwortung

- 1 Aus dem Lufthansa-Geschäftsbericht 2009.
- 2 Vorjahreswerte wurden aufgrund von Bewertungsänderungen aus IFRIC 13 angepasst.
- 3 Für das Berichtsjahr 2009 sind in *Balance* folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa Passage Airlines (Lufthansa Passage Airline, Lufthansa Italia und Lufthansa Regional: Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Lufthansa Cargo, SWISS, Austrian Airlines (ab September 2009) und bmi (ab Juli 2009).
Exklusive der Dienste von Dritten, da Lufthansa weder auf deren Performance noch auf das von ihnen eingesetzte Fluggerät Einfluss hat (siehe auch Tabelle „Anteile Dritter“ auf Seite 48).
- 4 Betrachtete Flugarten: alle Linien- und Charterflüge.
- 5 Siehe auch Tabelle „Treibstoffverbrauch“ auf Seite 48.
- 6 Vorjahreswert korrigiert.
- 7 Erfasste Gesellschaften wie 3, jedoch inklusive der Dienste von Dritten, da diese mit zum Ergebnis des Konzerns beitragen.
Flugart wie 4, jedoch inklusive Ferryflüge, da diese einen Kostenfaktor darstellen.
- 8 *Balance*: im Dienst des Konzerns befindliches Gerät;
Geschäftsbericht: im Bestand des Konzerns befindliches Gerät.
Siehe auch Übersicht „Konzernflotte“ auf Seite 25.
- 9 *Balance*: Teilstrecken (operative Sicht); Geschäftsbericht: Wegstrecken (Kundensicht); eine Wegstrecke kann mehrere Teilstrecken enthalten, z.B. bei Zwischenstopps.
- 10 *Balance*: auf Basis aller an Bord befindlichen Passagiere;
Geschäftsbericht: auf Basis aller Zahlgäste.

Auf einen Blick

Wirtschaftskennzahlen¹		2009	2008 ²	Veränderung
Umsatzerlöse	Mio. €	22.283	24.842	-10,3%
davon Verkehrserlöse	Mio. €	17.604	19.970	-11,8%
Operatives Ergebnis	Mio. €	130	1.280	-89,8%
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	Mio. €	271	1.309	-79,3%
Konzernergebnis	Mio. €	-112	542	
Bilanzsumme	Mio. €	26.392	22.408	+17,8%
Operativer Cashflow	Mio. €	1.991	2.473	-19,5%
Investitionen	Mio. €	2.405	2.154	+11,7%
Eigenkapitalquote	Prozent	23,5	29,4	-5,9PP

Personalkennzahlen		2009	2008	Veränderung
Mitarbeiter (jeweils per 31.12.)		117.521	107.800	+9,0%
davon in Deutschland		64.741	65.695	-1,5%
davon im Ausland		52.780	42.105	+25,4%
Personalaufwand ¹	Mio. €	5.996	5.692	+5,3%
Umsatz/Mitarbeiter ¹	€	198.384	229.757	-13,7%
Personalaufwand/Umsatz ¹	Prozent	26,9	22,9	+4,0PP
Durchschnittsalter	Jahre	40,3	40,4	-0,3%
Teilzeitquote absolut	Prozent	26,9	26,5	+0,4PP
Teilzeitquote Männer	Prozent	14,0	14,0	±0,0PP
Teilzeitquote Frauen	Prozent	42,7	42,7	±0,0PP
Anteil Frauen im Management	Prozent	14,7	14,6	+0,1PP

Umweltkennzahlen^{3,4}		2009	2008	Veränderung
Ressourcenverbrauch				
Treibstoffverbrauch ⁵	Tonnen	7.680.708	7.673.141	+0,1%
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Passagierbeförderung	l/100 pkm	4,30	4,34	-0,9%
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Frachttransport	g/tkm	243	236	+3,0%
Emissionen				
Kohlendioxid-Emissionen	Tonnen	24.194.229	24.170.394	+0,1%
Kohlendioxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	kg/100 pkm	10,84	10,93	-0,9%
Stickoxid-Emissionen	Tonnen	112.645	112.801 ⁶	-0,1%
Stickoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	50,0	50,6	-1,1%
Kohlenmonoxid-Emissionen	Tonnen	17.376	17.091 ⁶	+1,7%
Kohlenmonoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	8,5	8,5	+0,3%
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe	Tonnen	1.982	2.068 ⁶	-4,2%
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	0,9	1,0	-4,7%

Transportleistungskennzahlen		Balance ^{3,4}	Veränderung	Geschäftsbericht ⁷	Veränderung
Flottengröße per 31.12.2009 ⁸		688	+167	722	+188
Flüge ⁹		879.664	+7,4%	893.235	+7,5% ⁶
Passagiere ¹⁰		76.113.819	+8,3% ⁶	76.543.044	+8,5%
Transportierte Fracht und Post	Tonnen	1.712.355	-10,7%	1.712.355	-10,6% ⁶
Angebote Sitzkilometer, SKO	Mio. pkm	205.439	+5,9%	206.269	+5,5%
Angebote Frachttonnenkilometer, FTKO	Mio. tkm	13.685	-8,6%	14.426	-4,7%
Angebote Tonnenkilometer, TKO	Mio. tkm	34.057	-0,7%	35.264	+0,9%
Passagierkilometer, PKT ³	Mio. pkm	166.371	+4,8%	160.647	+4,2%
Frachttonnenkilometer (mit Fremdleistungen), FTKT	Mio. tkm	8.050	-12,0%	8.704	-8,5% ⁶
Tonnenkilometer, TKT ³	Mio. tkm	24.707	-1,4%	24.786	-0,7% ⁶



Liebe Leserin, lieber Leser,

die Auswirkungen der weltweiten Finanzmarktkrise haben auch vor unserer Branche, dem Luftverkehr, nicht Halt gemacht. Beim Passagierverkehr und in der Fracht sind weltweit Volumen und Erlöse eingebrochen, so auch bei Lufthansa. Auch die übrigen Geschäftsfelder des Konzerns wurden von der Krise erfasst, allerdings in unterschiedlicher Intensität und zeitversetzt. Konzertierte Maßnahmen wie Kostensenkungsprojekte, Kapazitätsanpassungen, intelligente Nutzung von Synergiepotenzialen im Konzernverbund, die gerade erfolgreich abgeschlossene Initiative Upgrade to Industry Leadership und unsere solide finanzielle Vorsorge haben unserem Unternehmen auch im Krisenjahr 2009 die nötige Atmungskapazität erhalten. Lufthansa konnte sogar gegen den Trend ein positives operatives Ergebnis erwirtschaften. Das ist essenziell, denn nur gesunde Unternehmen haben die Kraft, nachhaltig zu investieren.

Wir waren in der Lage, unser Flottenerneuerungsprogramm und damit auch unsere Nachhaltigkeitsziele konsequent weiterzuverfolgen. Allein im Jahr 2009 wurden 50 neue, hocheffiziente und umweltschonende Flugzeuge in unsere Flotte integriert und ältere Modelle ersetzt. Rund 1,9 Milliarden Euro wurden im Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe in neues Fluggerät investiert. Wir freuen uns, dass in diesem Jahr mit der Lufthansa-A380 unser 3-Liter-Interkont-Flaggschiff an den Start geht. Mit dem neuen Konzernprojekt Fuel Efficiency

Leadership eruieren wir systematisch alle Möglichkeiten zur Reduzierung des Kerosinverbrauchs, mit dem Projekt Aviation Biofuel untersuchen wir weitere Potenziale zur zukünftigen Emissionseindämmung. Damit entlasten wir sowohl unsere Kostenseite als auch die Umwelt. Der spezifische Verbrauch der Lufthansa-Konzernflotte konnte im vergangenen Jahr mit 4,30 Liter Kerosin pro Passagier und 100 Kilometer wieder leicht gesenkt werden.

Im sozialen Bereich bestimmen nicht nur geltende Gesetze unseren Handlungsrahmen, sondern viele weiter reichende Selbstverpflichtungen, wie wir sie mit unserer Mitgliedschaft im UN Global Compact oder der Einhaltung der Normen der International Labour Organization, ILO, dokumentieren. Das Verantwortungsbewusstsein aller im Konzern und die Qualifikation und Wertschätzung unserer Mitarbeiter sind von zentraler Bedeutung für das Erreichen der anspruchsvollen Ziele, die wir uns gesteckt haben. Daher wurden auch im Krisenjahr 2009 die umfangreichen Aus- und Weiterbildungsangebote aufrechterhalten.

Die Luftfahrt ist und bleibt ein Wachstumsmarkt. Krisen werden wir immer wieder zu bewältigen haben. Entscheidend ist, dabei die Balance zu wahren, damit langfristig wirkende Verbesserungen nicht durch kurzfristige Krisenmaßnahmen konterkariert werden. Deshalb achten wir darauf, dass wir strategisch und finanziell gut aufgestellt sind und mit dem richtigen Know-how und einer motivierten und qualifizierten Mannschaft die Herausforderungen angehen können. Das befördert selbstverständlich ein hohes gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein – gegenüber unseren Kunden, Aktionären und Mitarbeitern und gegenüber der Umwelt.

Zu diesen und anderen Themen mehr im vorliegenden Bericht. Ich danke Ihnen für Ihr Interesse – bleiben Sie uns auch 2010 gewogen!

Wolfgang Mayrhuber
Vorsitzender des Vorstands
Deutsche Lufthansa AG

Inhalt	2	Auf einen Blick
	5	Über diesen Bericht
		Der Lufthansa-Konzern
	8	Die fünf Geschäftsfelder des Lufthansa-Konzerns
	12	Unternehmensführung
	14	Preise und Auszeichnungen
	15	Nachhaltigkeit im Lufthansa-Konzern
	19	Stakeholder-Dialog
	21	Profitabilität
	23	Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit
	24	Die Lufthansa-Konzernflotte
	30	Panorama
		Soziale Verantwortung
	32	Diversity
	35	HR-Management
	36	Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik
	40	Aus- und Weiterbildung
	41	Ideenmanagement
	42	Arbeits- und Gesundheitsschutz
	44	Fakten und Ausblick
		Umwelt
	46	Kerosin und Emissionen
	57	Umweltmanagement
	60	Energie- und Ressourcenmanagement
	63	Lärmemissionen
	66	Forschung bei Lufthansa
		Gesellschaftliches Engagement
	72	Corporate Citizenship
	72	Kultur
	74	Soziales
	77	Bildung
	79	Sport
	79	Umweltförderung
	85	Glossar
	88	Impressum
	89	Ansprechpartner

Über diesen Bericht

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht *Balance* informiert Stakeholder und die interessierte Öffentlichkeit über die Aktivitäten, Fortschritte und Ziele des Lufthansa-Konzerns auf den Feldern Ökonomie, Soziales, Umwelt und Gesellschaft. Die Daten dieses Berichts beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2009.

Datenabgrenzung

Der Berichterstattung zu Transportleistung, Kerosinverbrauch und Emissionen aus dem Flugbetrieb liegt folgende Datenabgrenzung zugrunde¹:

- Gesellschaften: Lufthansa Passage Airlines (Lufthansa Passage Airline, Lufthansa Italia, und Lufthansa Regional mit Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Lufthansa Cargo, SWISS, bmi (ab Juli 2009) und Austrian Airlines (ab September 2009). Davon ausgenommen sind Dienste von Dritten, da Lufthansa weder auf deren Performance noch auf das von ihnen eingesetzte Fluggerät Einfluss hat.
- Flugart: alle Linien- und Charterflüge.

Aufgrund der Veränderungen im Portfolio ist die Vergleichbarkeit der Zahlen zum Vorjahr (Berichtsjahr 2008) nur eingeschränkt möglich.

Unterschiedliche Ansätze im Vergleich zum Geschäftsbericht 2009 gibt es bei der Berücksichtigung der Passagierzahlen und den sich daraus ableitenden Kennzahlen PKT, PTKT und TKT: Den Kennzahlen im Geschäftsbericht liegt die Zahl der zahlenden Fluggäste zugrunde. Der Nachhaltigkeitsbericht bezieht dagegen alle an Bord befindlichen Personen mit ein – auch die dienstlich wie privat reisenden Mitarbeiter. Denn alle Reisenden verursachen Umweltauswirkungen.

¹ Es sei denn, es wird explizit eine andere Datenabgrenzung genannt.

Berechnungsmethodik

Kerosin absolut

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

Emissionen absolut

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

Spezifische Verbräuche und Emissionen

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

Evaluation und Validierung von Daten und Informationen Umweltmanagementsystem

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

Genauigkeit

Aus Darstellungsgründen sind die Zahlen in den Tabellen und Grafiken gerundet. Die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr 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.

Erscheinungsweise des Berichts

Balance, der Nachhaltigkeitsbericht des Lufthansa-Konzerns, erscheint einmal jährlich in einer deutschen und in einer englischen Ausgabe. Die deutsche Ausgabe des Vorjahresberichts wurde am 24. April 2009 veröffentlicht, die englische Ausgabe folgte kurz darauf.

Zusatzinformationen im Internet

Zusätzlich zu diesem Bericht informiert Lufthansa auch im Internet über die Nachhaltigkeitsaktivitäten im Lufthansa-Konzern und stellt dort weitere detaillierte Umweltdaten aus den Geschäftsfeldern sowie eine konzernübergreifende Umweltziele- und Maßnahmenmatrix bereit.

→ www.lufthansa.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 informatorischen Zwecken und sind durch Begriffe wie „glauben“, „erwarten“, „vorhersagen“, „beabsichtigen“, „prognostizieren“, „planen“, „schätzen“, „rechnen mit“ oder „bestreben“ gekennzeichnet. Diese zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf allen uns derzeit erkennbaren und verfügbaren Informationen, Fakten und Erwartungen. Sie können daher nur zum Zeitpunkt der Veröffentlichung Gültigkeit beanspruchen.

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

Der Lufthansa-Konzern

Soziale Verantwortung

Umwelt

Gesellschaftliches Engagement

Glossar

Der Lufthansa-Konzern

Unternehmensführung

Preise und Auszeichnungen

Flottenmodernisierung

Investitionen

Airbus A380

Stakeholder-Dialog

Nachhaltigkeit

Profitabilität

Qualität

Die Deutsche Lufthansa AG ist ein weltweit operierendes Luftverkehrsunternehmen. Der Konzern ist in fünf Geschäftsfeldern aktiv, die Mobilität mit hohem Qualitätsanspruch und Dienstleistungen für Fluggesellschaften anbieten. Die Passage Airline Gruppe bildet das größte Geschäftsfeld und ist der Nukleus der Unternehmensgruppe. Die Fluggesellschaften des Lufthansa-Konzerns positionieren sich in ihren Segmenten als Qualitäts-Carrier.

Die weiteren Geschäftsfelder sind Logistik, Technik, IT Services und Catering; sie alle nehmen eine führende Rolle in ihrer Industrie ein. Zum Lufthansa-Konzern gehören insgesamt über 400 Tochterunternehmen und Beteiligungsgesellschaften.

Zum Ende des Jahres 2009 beschäftigte der Lufthansa-Konzern 117.521 Mitarbeiter weltweit. Sitz des Unternehmens ist Köln. Frankfurt am Main, München, Zürich und Wien sind die großen Drehkreuze im weltweiten Streckennetz, darüber hinaus sind Hamburg, Düsseldorf und Berlin bedeutende Standorte des Konzerns.

 Passage Airline Gruppe

 Logistik

 Technik

 IT Services

 Catering

 Die fünf Geschäftsfelder des Lufthansa-Konzerns

Passage Airline Gruppe

Die Passagierbeförderung ist das Kerngeschäft des Lufthansa-Konzerns. Zum Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe zählen die Lufthansa Passage Airlines, SWISS, Austrian Airlines, British Midland (bmi) und Germanwings sowie die Beteiligungen an Brussels Airlines, JetBlue und SunExpress. Die Fluggesellschaften des Lufthansa-Konzerns positionieren sich in ihren jeweiligen Segmenten als Qualitäts-Carrier und nehmen dort Spitzenpositionen ein. Als führender europäischer Airline-Verbund bedienen die Lufthansa Passage Airlines, SWISS, Austrian Airlines, bmi und Brussels Airlines zusammen 274 Ziele in 104 Ländern auf vier Kontinenten (Sommerflugplan 2010) und garantieren damit ein vielfältiges Flugangebot.



Lufthansa

→ www.lufthansa.com

Rund 55,6 Millionen Fluggäste entschieden sich im Jahr 2009 für einen Flug mit den Lufthansa Passage Airlines. Diese umfassen Lufthansa Passage Airline, Lufthansa Regional und Lufthansa Italia. Die Marke Lufthansa gilt seit jeher als Synonym für Qualität, Zuverlässigkeit und Innovation.

Die Lufthansa Passage Airlines bieten ein umfassendes Netzwerk mit Flügen zu 204 Zielen in 81 Ländern. Lufthansa ist Gründungsmitglied des weltweit führenden Luftfahrtbündnisses Star Alliance und unterhält auch zahlreiche Partnerschaften mit weiteren Fluggesellschaften. Die 26 Star-Alliance-Partner fliegen aktuell zu 1.077 Zielen in 175 Ländern.

Zu Lufthansa Regional gehören:



SWISS



→ www.swiss.com

Swiss International Air Lines ist eine Aktiengesellschaft mit Hauptsitz in Basel. Als nationale Fluggesellschaft der Schweiz verkörpert SWISS die Markenwerte persönliche Betreuung, höchste Qualität, Zuverlässigkeit und Schweizer Gastfreundschaft. Als Teil des Lufthansa-Konzerns und Mitglied der Star Alliance positioniert sie sich mit einem modernen Produkt in allen drei Klassen als Qualitäts-Airline und Premium-Marke.

Austrian Airlines



→ www.aua.com

Mit ihren drei Fluggesellschaften Austrian Airlines, Lauda Air und Tyrolean Airways vereint Austrian Airlines einen wesentlichen Teil des österreichischen Flugmarkts in einer dynamischen, qualitätsorientierten Gruppe. Im Heimatmarkt Österreich ist Austrian Airlines als umsatzstärkste Fluggesellschaft Marktführer. Sie hat sich zudem erfolgreich als spezialisierter Netzwerk-Carrier für die Wachstumsregionen Zentral- und Osteuropa sowie den Nahen Osten positioniert. Austrian Airlines ist Mitglied der Star Alliance und seit dem 3. September 2009 Teil des Lufthansa-Konzerns.

bmi



→ www.flybmi.com

bmi besteht aus den drei Fluggesellschaften bmi mainline, bmi regional und bmibaby. Die Kernmärkte aller drei Gesellschaften befinden sich in Großbritannien. Seit Juli 2009 hält Lufthansa 50 Prozent und eine Aktie an der British Midland Airways Ltd. (bmi). Mit der Übernahme des 20-Prozent-Anteils der SAS-Gruppe ist Lufthansa seit November 2009 über die britische Holdinggesellschaft LHBD Holding Ltd. alleinige Gesellschafterin von bmi. Auch bmi ist Mitglied der Star Alliance.

Germanwings



→ www.germanwings.com

Germanwings ist eine der erfolgreichsten Fluggesellschaften im Segment der europäischen No-Frills-Airlines. Die Unternehmensstandorte sind Köln/Bonn, Stuttgart, Berlin-Schönefeld, Hamburg, Hannover und Dortmund. Sitz der 100-prozentigen Lufthansa-Tochtergesellschaft ist Köln.

Beteiligungen

Brussels Airlines



→ www.flysn.com

Brussels Airlines ist die größte belgische Fluggesellschaft mit Sitz und Heimatflughafen in Brüssel. Seit Juni 2009 hält Lufthansa 45 Prozent an der Muttergesellschaft von Brussels Airlines, der SN Airholding SA/NV. Mit ihrer starken Präsenz auf dem afrikanischen Kontinent ist Brussels Airlines ein wertvoller Partner im Lufthansa-Verbund.

SunExpress



→ www.sunexpress.com

SunExpress wurde im Jahr 1989 von Lufthansa und von Turkish Airlines gegründet. Die Fluggesellschaft besitzt eine starke Marktstellung im Luftverkehr zwischen Europa und der Türkei. Zudem wächst ihre Bedeutung auf den innertürkischen Strecken.

JetBlue



→ www.jetblue.com

JetBlue ist eine US-amerikanische Fluggesellschaft mit Sitz in New York, an der Lufthansa mit 15,6 Prozent beteiligt ist. JetBlue ist für Lufthansa ein starker Partner für Flüge innerhalb Nordamerikas und in die Karibik.

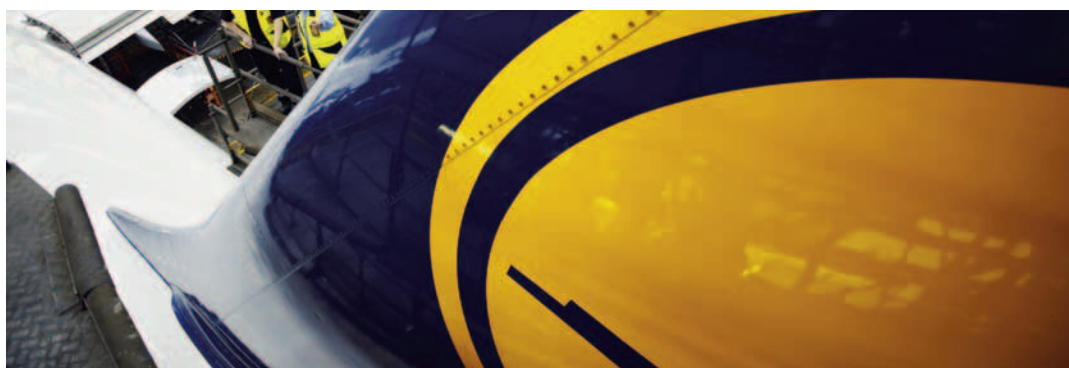
Logistik



→ www.lufthansa-cargo.com

Die Lufthansa Cargo AG zählt zu den Marktführern im internationalen Luftfrachtverkehr. Sie bietet ein weltweites Netzwerk, kürzeste Transportzeiten und hohe Qualitätsstandards in vielen und zum Teil hoch spezialisierten Produktbereichen. Der Schwerpunkt von Lufthansa Cargo liegt im Airport-to-Airport-Geschäft. Das Streckennetz umfasst rund 300 Zielorte in 90 Ländern, wobei sowohl Frachtflugzeuge als auch die Frachtkapazitäten der Lufthansa-Passagiermaschinen sowie Lkw genutzt werden. Das wichtigste Drehkreuz für Lufthansa Cargo ist der Flughafen Frankfurt am Main. Als weiterer bedeutender Umschlagpunkt hat sich der Flughafen Leipzig/Halle entwickelt. Er zählt zu den modernsten und leistungsfähigsten Frachtdrehkreuzen Deutschlands. Lufthansa Cargo mit Sitz in Kelsterbach bei Frankfurt am Main ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen der Deutschen Lufthansa AG.

Technik



→ www.lufthansa-technik.com

Die Lufthansa Technik AG ist der weltweit führende herstellerunabhängige Anbieter von Leistungen zur Wartung, Reparatur und Überholung (Maintenance, Repair and Overhaul, MRO) von Verkehrsflugzeugen. Als Vollsortimenter bietet die Technikgruppe von der Einzelreparatur eines Geräts bis zur vollintegrierten Versorgung ganzer Flotten mit Reservetriebwerken und Komponenten unterschiedlich gestaffelte Produkte und Produktkombinationen an. Zu dem Technikverbund gehören 31 technische Instandhaltungsbetriebe weltweit. Mehr als 600 Kunden bauen auf das Know-how und die Expertise der 100-prozentigen Lufthansa-Tochter. Sitz der Lufthansa Technik AG ist Hamburg.

IT Services



→ www.LHsystems.com

Die Lufthansa Systems AG ist einer der weltweit führenden IT-Dienstleister für die Airline- und Aviation-Industrie. Als Systemintegrator mit einem der modernsten Rechenzentren Europas deckt die 100-prozentige Lufthansa-Tochter das gesamte Spektrum an IT-Leistungen ab – von der Beratung über die Entwicklung bis hin zur Implementierung von Branchenlösungen. Zu ihren Kunden gehören mehr als 200 Fluggesellschaften, denen Lufthansa Systems unabhängig vom Geschäftsmodell ein umfassendes Portfolio innovativer Lösungen zur Steigerung von Effizienz und Flexibilität bietet. In den Bereichen Infrastrukturdienstleistungen und Beratung bietet Lufthansa Systems ihre Leistungen branchenübergreifend an. Das global operierende Unternehmen mit Sitz in Kelsterbach bei Frankfurt am Main ist mit mehreren Niederlassungen in Deutschland und auch im Ausland vertreten.

Catering



→ www.lsgskychefs.com

LSG Sky Chefs ist der weltweit größte Anbieter von Dienstleistungen im Bereich Airline-Catering und Inflight-Management. Die Gruppe umfasst 130 Unternehmen und ist an mehr als 200 Standorten in 52 Ländern vertreten. Nahezu alle internationalen sowie zahlreiche nationale und regionale Airlines – Netzwerk-Carrier, Chartergesellschaften und No-Frills-Airlines – zählen zu den weltweiten Kunden von LSG Sky Chefs. Über das reine Airline-Catering hinaus übernimmt LSG Sky Chefs zunehmend Beratungs-, Entwicklungs- und Logistikleistungen für ihre Kunden. Sitz der 100-prozentigen Lufthansa-Tochter ist Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main.

Unternehmensführung

Führungs- und Unternehmensstruktur

Lufthansa ist eine deutsche Aktiengesellschaft mit Sitz in Köln. Sie weist die in Deutschland übliche zweigeteilte Leitungs- und Überwachungsstruktur auf. Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung, richtet das Unternehmen strategisch aus und sorgt dafür, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Der Aufsichtsrat bestellt, berät und überwacht den Vorstand.

Die Deutsche Lufthansa AG erfüllt zwei Funktionen: Sie ist Obergesellschaft und gleichzeitig die größte operative Einzelgesellschaft des Konzerns.

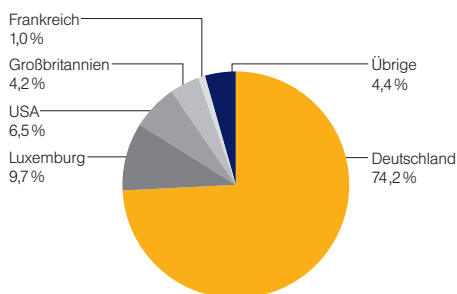
Aktionärsstruktur

Die Lufthansa-Aktie wird seit 1966 an den deutschen Wertpapierbörsen gehandelt. Sie ist im Deutschen Aktienindex DAX vertreten und gehört zum Prime Standard der Deutschen Börse. Lufthansa erfüllt die damit verbundenen hohen internationalen Transparenzanforderungen. Das Grundkapital der Lufthansa ist in 457,9 Millionen vinkulierte Namensaktien eingeteilt, die von rund 358.000 Aktionären gehalten werden. Die Aktien der Lufthansa haben sich nach den Standards der Deutschen Börse zum Jahresende 2009 zu 100 Prozent in Streubesitz befunden.

Zum Ende des Jahres 2009 lagen 74,2 Prozent des Lufthansa-Aktienkapitals in Händen deutscher Anteilseigner. Um die internationalen Luftverkehrsrechte und die Luftverkehrsbetriebsgenehmigung aufrechtzuerhalten, muss Lufthansa jederzeit nachweisen können, sich mehrheitlich in deutscher Hand zu befinden.

Aktionärsstruktur nach Nationalitäten

per 31.12.2009



Weitere Informationen zur Lufthansa-Aktie finden Sie im Lufthansa-Geschäftsbericht 2009 auf Seite 32 ff. oder im Online-Geschäftsbericht unter: www.lufthansa.com/investor-relations

Corporate Governance

Verantwortungsvolle Unternehmensführung nach den Regeln wirkungsvoller Corporate Governance ist ein wesentlicher Teil des Selbstverständnisses von Lufthansa. Die effizienten und transparenten Strukturen und Prozesse des Unternehmens spiegeln dies trefflich wider. Lufthansa legt zudem größten Wert auf eine offene und klare Unternehmenskommunikation, um den stetig steigenden Informationsansprüchen von Aktionären, Mitarbeitern, Kunden und der Öffentlichkeit zu entsprechen und ihr Vertrauen in den Konzern zu bewahren und zu stärken. Seit 2002 entspricht Lufthansa allen Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und befolgt darüber hinaus auch die meisten fakultativen Anregungen.

Das Lufthansa-Compliance-Programm

Die Einhaltung von rechtlichen, gesellschaftlichen und sozialen Vorgaben beziehungsweise Standards im Unternehmensalltag ist für Lufthansa eine Selbstverständlichkeit, weshalb sie auf einen eigenen Verhaltenskodex (Code of Conduct) verzichtet.

Besonderes Augenmerk liegt auf der Sicherstellung einer Unternehmenskultur, die Regelkonformität verlangt, und auf der Schaffung von Rahmenbedingungen, die diese fördert. Dazu dient auch das bereits im September 2004 eingeführte Lufthansa-Compliance-Programm. Es soll Mitarbeiter vor Gesetzesverstößen bewahren und sie in der Anwendung und Auslegung von Gesetzenormen trainieren und in der täglichen Arbeit ratgebend unterstützen.

Aufgrund der Bedeutung des Themas hat Lufthansa am 1. Oktober 2007 ein Compliance Office in der zentralen Rechtsabteilung eingerichtet. Es ist für die Implementierung, Weiterentwicklung und Kommunikation des Lufthansa-Compliance-Programms zuständig und steht als zentraler Ansprechpartner für compliancerelevante Fragen zur Verfügung. Außerdem wurden in den Konzerngesellschaften Compliance-Beauftragte ernannt, die die konzernweite Beachtung des Compliance-Programms sicherstellen.

Die Prinzipien des 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



Der Global Compact ist eine weltweite Initiative, die vom ehemaligen UN-Generalsekretär Kofi Annan ins Leben gerufen wurde. Der zwischen Unternehmen und den Vereinten Nationen geschlossene Pakt hat zum Ziel, die Globalisierung sozial- und umweltverträglich zu gestalten, und verpflichtet die teilnehmenden Unternehmen, soziale und ökologische Mindeststandards einzuhalten sowie die Menschenrechte zu achten und Korruption zu bekämpfen. Lufthansa ist seit 2002 Mitglied.

Kernbestandteil des Lufthansa-Compliance-Programms sind die Compliance-Richtlinien. Hierbei handelt es sich um verbindliche interne Vorschriften, die Mitarbeitern Handlungsstrategien, aber auch gleichzeitig einen verbindlichen Handlungsrahmen aufzeigen, um einen einheitlichen und rechtskonformen Außenauftreten von Lufthansa zu gewährleisten. Das Lufthansa-Compliance-Programm setzt sich zurzeit aus den Bausteinen Competition (Wettbewerb), Kapitalmarkt, Integrity (Integrität) und Corporate Compliance zusammen.

Competition Compliance

Das Modul Competition Compliance macht die Beschäftigten mit den einschlägigen Vorschriften des Kartellrechts vertraut, um kartellrechtliche Risiken für Lufthansa zu minimieren beziehungsweise auszuschließen.

Kapitalmarkt Compliance

Das Modul Kapitalmarkt Compliance verschafft den Mitarbeitern einen Überblick über die geltenden kapitalmarktrechtlichen Vorschriften, zum Beispiel zum Insiderrecht oder zur Ad-hoc-Publizität. Ziel ist es, sowohl den Lufthansa-Konzern als auch die Mitarbeiter vor Rechtsverstößen zu bewahren.

Integrity Compliance

Mit dem Modul Integrity Compliance dokumentiert Lufthansa ihre Einstellung zu rechtskonformem

Verhalten im geschäftlichen Verkehr. Die Verpflichtung von Lufthansa und ihrer Mitarbeiter zu korruptionsfreiem und ethischem Verhalten ergibt sich aus geltendem Recht, internen Verhaltensrichtlinien und den Lufthansa-Mitgliedschaften in entsprechenden nationalen und internationalen Organisationen. Beispielhaft seien hier das Bekenntnis von Lufthansa zu den Prinzipien des UN Global Compact, die Mitgliedschaft bei Transparency International sowie die Verpflichtung, die ICC-Verhaltensrichtlinien zur Bekämpfung von Korruption im Geschäftsverkehr einzuhalten, genannt.

Corporate Compliance

Das Modul Corporate Compliance bündelt die für Lufthansa – aus rechtlicher Sicht – als wesentlich geltenden unternehmensinternen Regularien und macht diese für Führungskräfte und Mitarbeiter transparent.

Ombudssystem

Um Informationen über etwaige wirtschaftskriminelle Handlungen vertraulich übermitteln zu können, hat Lufthansa zum 1. Dezember 2007 ein Ombudssystem eingerichtet. Dieses stellt eine zusätzliche Maßnahme gegen Wirtschaftskriminalität dar und dient zum Schutz von Lufthansa und ihren Mitarbeitern. Entsprechende Hinweise können von Mitarbeitern, aber auch von Dritten an einen außerhalb des Unternehmens stehenden Ombudsmann gegeben werden – telefonisch, schriftlich (E-Mail, Brief, Fax) oder persönlich.

Die Funktion nimmt ein Rechtsanwalt wahr. Im Rahmen seines Auftragsverhältnisses mit Lufthansa begründet der Ombudsmann mit dem Hinweisgeber ein besonderes Vertrauensverhältnis mit dem Inhalt, die ihm übermittelten Sachverhalte unter absoluter Geheimhaltung von Namen und Identität des Hinweisgebers an Lufthansa weiterzuleiten. In diesem Verhältnis unterliegt der Ombudsmann in vollem Umfang der gesetzlichen berufsständischen Schweigepflicht und hat auch gegenüber gegebenenfalls tätig werdenden staatlichen Ermittlungsbehörden ein Zeugnisverweigerungsrecht.

Zudem ist ausdrücklich zwischen Lufthansa und dem Ombudsmann vereinbart, dass auf eine Offenlegung der Identität des Hinweisgebers und Herausgabe erlangter Unterlagen und sonstiger Informationen verzichtet wird, soweit nicht der Hinweisgeber die Offenlegung ausdrücklich verlangt.

Eine Offenbarung der Identität des Hinweisgebers gegenüber Lufthansa oder Dritten ist damit ohne dessen Zustimmung ausgeschlossen.

Kommunikation der Compliance-Richtlinien an die Mitarbeiter

Mitarbeiter können sich jederzeit im Konzernintranet über die Compliance-Richtlinien informieren. Darüber hinaus kann jeder Mitarbeiter einen eLearning-Kurs zu den Modulen Competition Compliance, Integrity Compliance und Kapitalmarkt Compliance absolvieren. Diese Kurse sind für jeden Mitarbeiter verpflichtend, der mit Themen beschäftigt ist, die compliancerelevant sein können. Ergänzend zum eLearning-Kurs bietet das Compliance Office Schulungen an.

Preise und Auszeichnungen

Der Lufthansa-Konzern hat für seine Leistungen im vergangenen Jahr unter anderem folgende Preise und Auszeichnungen erhalten:

Business Class von Lufthansa und SWISS prämiert

Das Geschäftsreisemagazin Business Traveller hat gleich zwei Airlines der Passage Airline Gruppe ausgezeichnet. Für das Jahr 2009 wurde Lufthansa auf die Spitzenposition in den beiden Kategorien „Beste Business Class auf innerdeutschen und europäischen Flügen“ und „Beste Airline-Website für Geschäftsreisende“ gewählt. Gleichzeitig wurde SWISS die „Beste Business Class für Flüge nach Nord- und Südamerika“ bestätigt.

Lufthansa als beste europäische Airline in Asien ausgezeichnet

Lufthansa hat im Jahr 2009 gleich mehrfach wichtige Auszeichnungen der asiatischen Reiseindustrie gewonnen. Sie wurde von den Lesern der führenden asiatischen Magazine der Reiseindustrie zur besten europäischen Airline gewählt. Darüber hinaus wurde die Fluggesellschaft im Rahmen der CNBC Awaaz Travel Awards in Indien als „beste internationale Airline 2009“ ausgezeichnet. CNBC Awaaz ist der führende indische Wirtschafts-TV-Sender.

Die Travel Awards zählen zu den wichtigsten Auszeichnungen der indischen Tourismusindustrie.

Viermal Bestnoten für Lufthansa

Alljährlich veröffentlicht das britische Lifestyle-Magazin Monocle die „Travel Top Fifty“, mit der die vielgereiste Redaktion ihre besten Reiseerlebnisse rund um die Welt kürt. Allein vier Auszeichnungen gingen in diesem Jahr an Lufthansa, die sich mit besonderen Services, neuen Produkten und innovativen Geschäftsideen hervorgehoben hat.

Auszeichnung für Wolfgang Mayrhuber

Am 23. Oktober 2009 wurde Lufthansa-Chef Wolfgang Mayrhuber mit dem „Distinguished Achievement Award“ des Wings Club in New York ausgezeichnet. Mit dem Preis werden seit 1975 jährlich herausragende Persönlichkeiten der Luft- und Raumfahrtindustrie für besondere Verdienste geehrt.

Vierfachauszeichnung für Lufthansa Technik

Lufthansa Technik ist vom britischen Fachverlag UBM Aviation als bester MRO-Anbieter ausgezeichnet worden. Mit insgesamt vier Preisen in zwölf Kategorien war Lufthansa Technik das erfolgreichste von weltweit 24 Unternehmen, die bei den verliehenen UBM Aviation Awards erstmals zur Wahl standen. Lufthansa Technik wurde in London nicht nur als weltweit bester Allround-MRO-Anbieter ausgezeichnet, sondern war auch Gewinner in den Kategorien Triebwerksinstandhaltung, Flugzeugüberholung sowie Dienstleister für Kunden außerhalb des eigenen Mutterkonzerns.

Lufthansa und SWISS als beste Fluggesellschaften Europas ausgezeichnet

Reiseexperten aus allen Teilen der Welt haben Lufthansa anlässlich der 2009 World Travel Awards zu „Europas führender Airline“ gekürt. Die World Travel Awards sind derzeit das umfassendste und angesehenste Auszeichnungsprogramm der globalen Reisebranche. Wie das Wall Street Journal berichtet, ist diese Auszeichnung in der Branche „das Äquivalent zum Oscar“.

Das renommierte britische Beratungsunternehmen Skytrax hat SWISS den begehrten 2009 World Airline Award als „Beste Airline Europas“ auf der Kurz- und Langstrecke verliehen. Die Auszeichnung basiert auf einer Umfrage, bei der mehr als 15 Millionen Fluggäste aus 95 verschiedenen Nationen über 160 Fluggesellschaften bewertet

haben. Auch das Schweizer Wirtschaftsmagazin „Bilanz“ zeichnete SWISS als beste Fluggesellschaft Europas aus.

Mehrere Auszeichnungen für Austrian Airlines

Austrian Airlines haben im Jahr 2009 bei den World Airlines Awards von Skytrax sehr gute Platzierungen in den Kategorien Best Business Class Catering (3. Platz) und Best Cabin Staff in Europe (2. Platz) errungen. Bei den Business Traveller Awards erzielte das Unternehmen in der Kategorie „Beste Airline Europas für Essen und Trinken“ den zweiten Platz.

Darüber hinaus erhielt Austrian Airlines die Auszeichnung „Audit Beruf und Familie“ des Österreichischen Bundesministeriums für Gesundheit, Familie und Jugend.

Investor-Relations-Preis für Aktionärsbetreuung

Das Wirtschaftsmagazin „Capital“ und die Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA) haben am 18. Juni 2009 den „Capital-Investor-Relations-Preis 2009“ vergeben. Lufthansa siegte in der Wertung der DAX-Unternehmen, die nicht im EURO STOXX 50 vertreten sind. Der seit 1997 verliehene Preis für die beste Finanzmarktkommunikation von deutschen und europäischen Unternehmen basiert in diesem Jahr auf der Befragung von knapp 400 Analysten und Fondsmanagern bei knapp 300 Finanzinstituten im In- und Ausland. Sie beurteilten die IR-Arbeit der Unternehmen nach den Kategorien Zielgruppenorientierung, Transparenz, Track-Record und „xtraFinancial Reporting“.

Excellence in Practice Award für Lufthansa School of Business

Die Zusammenarbeit der Lufthansa School of Business (LHSB) und der London Business School im Bereich des „General Management Programme“ (GMP) wurde in Brüssel mit dem Excellence in Practice Award ausgezeichnet. Der Preis wird seit drei Jahren von der renommierten European Foundation of Management Development (EFMD) vergeben und würdigt innovative Kooperationen von Unternehmen mit Business Schools.

Lufthansa Cargo zweifach ausgezeichnet

Lufthansa Cargo ist für ihre herausragenden Leistungen mit zwei wichtigen Preisen ausgezeichnet worden. Zum einen belegte sie bei den „World Air Cargo Awards“ der Fachzeitschrift „Air Cargo Week“ den ersten Platz in der Kategorie „Air Cargo Industry Customer Care“ und konnte sich damit im Bereich Kundenservice beim Votum der Leser in einer Online-Befragung gegen die Konkurrenz durchsetzen. Darüber hinaus wurde Lufthansa Cargo bei den „Asian Freight & Supply Chain Awards“ (AFSCA) erneut als „Best Air Cargo Carrier Europe“ ausgezeichnet. Der AFSCA gilt als der wichtigste Logistikpreis in Asien.

Erneute Auszeichnungen für Vielfliegerprogramm Miles & More

Einmal Gold, einmal Silber und zweimal Bronze – bei den Freddie-Awards, dem Oscar der Vielfliegerprogramme, wurde Miles & More am 23. April 2009 im US-amerikanischen Fort Lauderdale viermal ausgezeichnet und erhielt damit noch einen Award mehr als im Jahr 2008.

Nachhaltigkeit im Lufthansa-Konzern

Nachhaltigkeit ist bei Lufthansa ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur und seit Jahren fest im strategischen Leitbild des Konzerns verankert. Wir bringen wirtschaftliche Aktivitäten mit ökologischen und sozialen Zielen in Einklang. Ausdruck dessen sind unsere aktive Umweltvorsorge, unser verantwortungsvoller Umgang mit unseren Mitarbeitern, unser gesellschaftliches Engagement und nicht zuletzt unsere Strategie des langfristig profitablen und wertschaffenden Wachstums, die die Basis für unser nachhaltiges Handeln darstellt.

Den grundlegenden Rahmen für die Steuerung und Kontrolle der nachhaltigkeitsbezogenen Prozesse bei Lufthansa definiert das auf der oberen Managementebene angesiedelte Nachhaltigkeits-Board. Das interdisziplinäre und bereichsübergreifende Gremium setzt sich aus den Leitern der Abteilungen Investor Relations, Konzernkommunikation, Konzernpolitik, Konzern-Personalpolitik

und Umweltkonzepte Konzern zusammen und berichtet direkt an den Konzernvorstand.

Zuständig für die Umsetzung der nachhaltigen Ziele, Strategien und Maßnahmen im Konzern sind das Human Resources Management und das Umweltmanagement. Darüber hinaus sind in jedem Unternehmensbereich Fachleute tätig, die diese Themen inhaltlich betreuen. Im Rahmen unseres strategischen Umweltprogramms haben wir uns zum Ziel gesetzt, das Umweltmanagement

auf Konzernebene und in den Gesellschaften bis zum Jahr 2020 weiter auszubauen und zu stärken.

Großen Wert legen wir auf einen offenen, konstruktiven und kritischen Dialog mit der Öffentlichkeit und unseren Anspruchsgruppen (siehe „Stakeholder-Dialog“ auf Seite 19). Bestes Beispiel dafür ist der vorliegende Bericht *Balance*. Längst deckt er das Thema Verantwortung in allen Dimensionen ab, nachdem Lufthansa ihn für das Jahr 1994 erstmals als Umweltbericht

Nachhaltigkeit birgt Zukunftsperspektive

Welche Bedeutung hat nachhaltiges Wirtschaften für den Kapitalmarkt?

Investoren haben seit jeher ein Interesse an der nachhaltigen Entwicklung der Unternehmen, auf die sie setzen. Sie müssen sich vergewissern, dass der Erfolg ihrer Investments nicht die Aus-



Frank Hülsmann, Leiter Investor Relations bei Lufthansa, erläutert im *Balance*-Interview den Zusammenhang von Nachhaltigkeit und Investor Relations.

nahme ist, sondern dass sie nachhaltig Gewinne erzielen. Dazu ist ein entsprechendes Wirtschaften der Unternehmen wesentliche Voraussetzung. Das Spektrum, das für die Bewertung dieser Nachhaltigkeit herangezogen wird, hat sich in den vergangenen Jahren aber kontinuierlich erweitert. Heute zählen längst nicht nur die Gewinne, sondern die Investoren schauen hinter die Kulissen und in die Bereiche, die zur Erzielung dieser Gewinne geführt haben, wie die Corporate Governance und der Umgang mit den Mitarbeitern und der Umwelt.

Welchen Stellenwert haben nachhaltige Investments am Markt?

Vom schnellen Geld allein kann kein professionelles Anlagehaus auf Dauer leben, das hat die Finanzmarktkrise gezeigt. Auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Investments wachsen daher auch kontinuierlich in ihrer Bedeutung. Ich erinnere mich noch gut, wie vor vielen Jahren die ersten Spezialfonds mit einer solchen Ausrichtung auf den Markt kamen. Das waren echte Exoten, die aber schon damals auf Interesse der Anleger stießen. Mittlerweile gehören sie in das Portfolio jedes namhaften Vermögensverwalters. Aber auch die breiten Publikumsfonds berücksichtigen zunehmend sogenannte ESG-Kriterien (Environmental, Social & Corporate Governance) für ihre Investments. Und so war es nur ein kleiner Schritt, bis auch erste Analystenhäuser angingen, sie in ihre regulären Unternehmens- oder Branchenstudien aufzunehmen. Es wird nicht lange dauern, bis man diese Kriterien zum Standardpaket zählen wird. Doch auch weiterhin wird gelten: ohne wirtschaftliche Perspektive kein Investment. Aber innerhalb der Anlagemöglichkeiten werden Spreu und Weizen möglicherweise weiter getrennt.

Welches Potenzial bietet Nachhaltigkeit für Lufthansa und ihre Investoren?

Lufthansa folgt schon lange den Prinzipien nachhaltiger Unternehmensführung und differenziert sich damit von vielen ihrer Wettbewerber. Dazu muss man wissen, dass die Luftverkehrsbranche

aufgrund ihrer starken Abhängigkeit zur konjunkturellen Entwicklung eine hochvolatile Industrie ist. Ausschläge wie im vergangenen Geschäftsjahr, in dem die Weltwirtschaft starke Verluste verzeichnete, haben verheerende Auswirkungen auf die Fluggesellschaften. Die Folge sind Verluste in Milliardenhöhe und Pleiten. Nicht selten stehen Wettbewerber mit dem Rücken an der Wand, müssen in der Krise Mitarbeiter im großen Stil entlassen und Investitionen unterlassen, weil ihnen schlichtweg die Mittel dafür fehlen. Lufthansa hat schon früh die Unternehmenssteuerung darauf ausgerichtet, konjunkturelle Turbulenzen durchfliegen zu können und die unternehmerische Entwicklung durch sie nicht gefährden zu lassen. Das sichert unsere Zukunftsperspektive und hebt uns von vielen Wettbewerbern ab. Auf den Punkt gebracht: Wenn Investoren in Lufthansa investieren, obwohl sie eigentlich die Finger von dieser Industrie lassen, dann ist das der nachhaltigen Ausrichtung zu verdanken. Von dieser Unterstützung profitiert das gesamte Unternehmen, in der Krise wie im Aufschwung. Aber auch die Investoren profitieren davon, denn sie können eine substanziiell basierte Performance beziehungsweise Outperformance erwarten.

Welche Rolle spielen Ratingagenturen in diesem Zusammenhang?

Ähnlich wie an den Kreditmärkten etabliert, wollen unabhängige Ratingagenturen eine neutrale und über Sektoren hinweg vergleichbare Bewertung der nachhaltigen Unternehmensausrichtung abgeben. Das ist nicht nur für die Anleger hilfreich, sondern auch gut für die

veröffentlichte. Den Bericht gibt es als Download auf unserer Internetseite, die wir im Jahr 2009 komplett überarbeitet haben. Dort erhalten Internetnutzer sowohl ausführliche und weiterführende Informationen zu unseren ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Aktivitäten sowie detaillierte Umweltkennzahlen als auch Details zu unseren Umweltzielen und -maßnahmen. Darüber hinaus haben wir ab Herbst 2009 die Passagiere aller Lufthansa-Flüge erneut über die wichtigsten Fakten, Aktivitäten und

→ www.lufthansa.com/verantwortung



Emittenten, denn so überzeugt das Unternehmen mit den besten Inhalten. Der Markt der Ratingagenturen ist momentan aber noch sehr heterogen und wenig effizient, die Qualität der Institute noch breit gestreut. Eine Standardisierung in den Kriterien und der Herangehensweise wäre manchmal wünschenswert. Wir verwenden daher große Anstrengungen und Ressourcen darauf, den vielfältigen Anfragen der Ratingagenturen in angemessener Form und Zeit zu entsprechen. Ich gehe aber davon aus, dass sich auch hier der Markt noch weiterentwickeln wird und sich Qualität und Effizienz durchsetzen werden.

Welche Erwartungen bestehen seitens der Investoren?

Investoren setzen auf eine positive, solide und nachhaltige Unternehmensentwicklung, die sich auch in ihren Erträgen widerspiegelt. Denn das muss man im Auge behalten: Nachhaltige Investments sind kein Selbstzweck, sondern dienen der Qualifizierung der Anlagealternativen. Es wird kaum vorkommen, dass ein Investment getätigt wird, nur weil das Unternehmen sozial und umweltgerecht geführt wird, ansonsten aber kein Geld mit ihm zu verdienen ist. Andererseits werden aber mehr Investoren ihr Engagement zurückfahren, wenn eine Gewinnerzielung nicht im Einklang mit den Grundsätzen nachhaltiger Unternehmensführung erfolgt.

Wie vermitteln Sie Investoren die Nachhaltigkeitsstrategie des Lufthansa-Konzerns?

Wir nutzen im Austausch mit unseren Investoren auch für die Nachhaltigkeits-

aspekte alle Kanäle: zum Beispiel unsere Geschäfts- und Zwischenberichte und den *Balance-Report*. Im Internet bieten wir aufgrund der hohen Bedeutung des Themas sogar einen gesonderten Nachhaltigkeitsauftritt an. Im Mittelpunkt steht aber der persönliche Kontakt. Das gilt für die Ratingagenturen ebenso wie für unsere Investoren. Mit ihnen haben wir den Kontakt im Krisenjahr 2009 deutlich intensiviert, um auch in schwierigen Zeiten Rede und Antwort zu stehen – auch das ist ein Ausdruck unseres Verständnisses von Nachhaltigkeit.

Wie bewerten Investoren die Nachhaltigkeitsperformance des Lufthansa-Konzerns?

Seit Jahren honorieren unsere Aktionäre und externe Experten unsere auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensentwicklung. Dies ist in unserer Industrie keine Selbstverständlichkeit. Für uns ist sie aber wesentlicher Teil unserer Unternehmenssteuerung, und das gilt für alle Bereiche: So versuchen wir über weitgehende Flexibilisierung Arbeitsplätze auch in Krisenzeiten zu sichern. Mit Respekt begegnen wir auch den Mitarbeitern unserer neuen Verbund-Airlines, können wir doch viel voneinander lernen. Den Akquisitionen lagen auch die mittelfristigen Synergiepotenziale zugrunde und nicht kurzfristige Gewinnmaximierung zulasten der neuen Gesellschaften. Wir setzen unser Flottenerneuerungsprogramm auch in der aktuellen Krise fort, da die neuen Flugzeuge wesentlich treibstoffeffizienter sind. Davon profitieren die Umwelt und unser Geldbeutel gleichermaßen.

Dass das möglich ist, liegt aber auch daran, dass wir die operative und strategische Unternehmensentwicklung durch ein starkes Finanzprofil absichern, um jederzeit Herr unserer Entscheidungen zu bleiben. Der gesamte Konzern wird nach den Prinzipien der wertorientierten Steuerung geführt. Seit Einführung dieser Steuerung im Jahr 2000 hat der Konzern mehr als 2 Milliarden Euro Wert geschaffen, und das trotz der Anschläge vom 11. September 2001, SARS und der aktuellen Krise. All diese Entwicklungen fügen sich zu einem Gesamtbild zusammen, das bei unseren Investoren und den Ratingagenturen gut ankommt. So wurde die Lufthansa-Aktie 2009 beispielsweise abermals mit neuen Bestwerten in den renommierten Dow Jones Sustainability Index aufgenommen, der neben ökonomischen auch ökologische und soziale Kriterien berücksichtigt.

Was steht 2010 im Mittelpunkt Ihrer Aktivitäten?

Wir werden unsere Aktivitäten auch 2010 weiter intensivieren. Dabei werden auch die Nachhaltigkeitsaspekte zunehmen. In diesem Zusammenhang haben wir zum Beispiel ESG-Kriterien in den Standard für unsere Unternehmenspräsentationen aufgenommen, werden dedizierte Nachhaltigkeits-Roadshows durchführen und das Unternehmen auf entsprechenden Konferenzen für institutionelle und private Investoren präsentieren. Und ich bin mir sicher, dass sich diese Aktivitäten in den nächsten Jahren noch weiter intensivieren werden.

Ziele in der Lufthansa-Umweltvorsorge informiert. Die in Deutsch und Englisch gehaltene kompakte Informationsbroschüre mit dem Titel „Verantwortung“ beziehungsweise „Responsibility“ lag bis Ende Januar 2010 in den Lufthansa-Flugzeugen aus.

Den bewussten und verantwortungsvollen Umgang mit Umwelt, Belegschaft und Gesellschaft haben wir 2009 erneut unter Beweis stellen können: Mit dem bislang besten Ergebnis wurde Lufthansa als Mitglied des weltweit anerkannten Dow Jones Sustainability Index (DJSI) bestätigt, in dem weltweit nur drei Fluggesellschaften vertreten sind. Im Vergleich zum Vorjahr haben wir uns in den Bewertungsdimensionen Ökonomie und Ökologie nochmals verbessert und die höchste Gesamtpunktzahl seit unserer erstmaligen Aufnahme im Jahr 1999 erreicht. Damit gehört Lufthansa im weltweiten Vergleich zu den Unternehmen, die unter Nachhaltigkeitsaspekten eine Führungsrolle einnehmen. Insbesondere in der sozialen Dimension setzt Lufthansa Maßstäbe als Branchenführer. Höchstbewertungen erhielten wir bei der Personalentwicklung, der Rekrutierung von hoch qualifizierten Talenten und der Mitarbeiterbindung. Auch bei Umweltkriterien wie Lärmreduzierung und lokale Luftqualität erzielte Lufthansa Bestnoten und wurde für ihre wirtschaftliche Effizienz ausgezeichnet.



Die Führung des DJSI obliegt der schweizerischen Sustainable Asset Management Indexes GmbH (SAM), die regelmäßig die wirtschaftliche, ökologische und soziale Leistung von rund 2.500 Unternehmen in aller Welt analysiert und die besten jeder Branche für den Index auswählt. Zugleich hat SAM Lufthansa erneut in das „Sustainability Yearbook 2010“ aufgenommen, das weltweit umfassendste Nachschlagewerk, um die Nachhaltigkeitsperformance von Unternehmen zu beurteilen. Wie im Vorjahr haben wir die Auszeichnung „SAM Gold Class“ erhalten. Ferner ist Lufthansa in den Nachhaltigkeitsindizes FTSE4Good, ASPI (Advanced Sustainable Performance Indices) und ESI (Ethibel Sustainability Index) vertreten.



Nachhaltig einkaufen

Der Lufthansa-Konzern hat Anfang 2009 das Projekt „Procurement Leadership“ aufgesetzt, um die konzernweiten Beschaffungsprozesse weiter zu professionalisieren. Im Fokus steht dabei die Einführung eines strategischen Warengruppenmanagements, durch das die Einkaufsbereiche bis

2011 nachhaltig rund 300 Millionen Euro zum operativen Ergebnis beitragen. Begleitet wird die Strategieentwicklung durch eine intensive Arbeit an Grundlagenthemen, um die Professionalisierung nachhaltig abzusichern. Dazu zählen neben neuen IT-Systemen und diversen Prozessveränderungen eine grundlegende Neuausrichtung des Lieferantenmanagements, mit dem Lufthansa ihren Anspruch an Nachhaltigkeit auch in ihrer Einkaufsorganisation und entlang der gesamten Lieferantenkette bekräftigt.

In diesem Zusammenhang fordert Lufthansa als „Procurement Leader“ von seinen Lieferanten künftig nicht mehr nur dezentral über seine Gesellschaften die Einhaltung von verbindlichen Nachhaltigkeitskriterien ein, sondern verankert diese konzernweit in allen Verträgen und internen Richtlinien. Lufthansa orientiert sich dabei an international anerkannten Konventionen zum Umwelt- und Arbeitsschutz, den gesetzlichen Vorschriften zur Bekämpfung von Korruption sowie Sicherheitsrichtlinien bei der Informationsverarbeitung. Lieferanten, die diese Klauseln nicht akzeptieren, werden nicht in den Lieferantenkreis der Lufthansa aufgenommen. Die Mitarbeiter der Einkaufsbereiche werden regelmäßig geschult, um die hohen Standards, die Lufthansa an sich selbst stellt, auch bei ihren weltweiten Lieferanten einfordern zu können. Parallel prüft Lufthansa ab 2010 über einheitliche Audits, dass „Leadership“ im Einkauf auch in Sachen Nachhaltigkeit sichergestellt ist.



Stakeholder-Dialog

Wertschätzend, offen, lösungsorientiert



Lufthansa sucht aktiv den Dialog mit ihren Anspruchsgruppen und stellt sich den kritischen Fragen von Aktionären und Analysten, Kunden, Mitarbeitern und Arbeitnehmervertretern sowie Lieferanten und Vertragspartnern. Ebenso wichtig ist dem Konzern ein intensiver Austausch mit Nachbarn und lokalen Gemeinschaften, Vertretern aus Politik und Behörden, Wissenschaft und Bildung sowie mit Arbeitgeberverbänden, Umweltverbänden und Nichtregierungsorganisationen. Mit dem Ziel, eine am Nachhaltigkeitsgedanken orientierte Zukunft zu gestalten, berücksichtigt der Konzern die Ansprüche seiner Stakeholder bei der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen: Ihre Wünsche, Erwartungen und Erfahrungen fließen in das unternehmerische Handeln von Lufthansa ein.

Offenes Ohr für Kundenbelange

Der langfristige Unternehmenserfolg steht und fällt mit dem Vertrauen, das Lufthansa-Kunden dem Konzern entgegenbringen. Zur Sicherung des Vertrauens führt Lufthansa regelmäßig Kundenbefragungen durch. Diese zielen nicht nur darauf ab, zu erfahren, wie es um die Akzeptanz der Dienstleistungen und Produkte des Unternehmens bestellt ist. Sie ermöglichen es auch, Verbesserungspotenziale aufzuzeigen und auszuschöpfen. Lufthansa beispielsweise nutzt das Werkzeug weltweit und arbeitet zu diesem Zweck mit renommierten Marktforschungsinstituten zusammen. Die Umfragen berücksichtigen unter anderem Fragen zur Umweltperformance und der sozialen Verantwortung des Unternehmens.

Jährlich auf dem Prüfstand: die Kundenzufriedenheit

Lufthansa misst die Kundenzufriedenheit kontinuierlich mithilfe des Customer Profile Index, der seit dem Jahr 2001 erhoben wird. Der Customer Profile Index setzt sich aus Kundenbewertungen über die gesamte Servicekette zusammen und berechnet die Kundenzufriedenheit in Prozentpunkten. Ein Blick auf die Ergebnisse macht deutlich, dass die Kundenzufriedenheit in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen ist: Nach dem Rekordwert von 7.619 Punkten im Jahr 2008 erreichte er Ende 2009 sogar 7.879 Punkte. Diese erfreuliche Entwicklung verdankt sich in hohem Maße der Motivation und dem Engagement der Lufthansa-Mitarbeiter.

Die Zufriedenheitsumfragen haben zudem ergeben, dass Lufthansa-Kunden reges Interesse an Nachhaltigkeit im Luftverkehr zeigen. So fordern sie nicht nur aktives Handeln, um die vom Konzern verursachten Emissionen weiter zu reduzieren, sondern äußern sich auch zum Thema Recycling. Vor diesem Hintergrund ist es entscheidend, die Mitarbeiter umfassend über die Resultate der Kundenzufriedenheitsforschung zu informieren und so ihre Bereitschaft zu notwendigen Veränderungen und nachhaltigkeitsbedingten Prozessanpassungen zu erhöhen.

Im Dienst der Optimierung: die Initiative Service Excellence

Mit dem Ziel, den Mitarbeitern die essenzielle Bedeutung des Faktors Kundenorientierung zu verdeutlichen, hat Lufthansa im Jahr 2004 die Initiative Service Excellence gestartet. Im Mittelpunkt der kontinuierlich stattfindenden Veranstaltungen steht der Meinungs-austausch mit Statuskunden der Lufthansa. Ein zentrales Ergebnis dieses Dialogs sind die fünf Serviceversprechen, die dem Kabinenpersonal wesentliche Aspekte eines perfekten Lufthansa-Service vermitteln (siehe Abbildung).

Zur Reflektion und Konkretisierung dieser Serviceversprechen hat Lufthansa auch im Jahr 2009 alle zwei Monate die Service Excellence Lounge ausgerichtet. An den moderierten Veranstaltungen, die einen Erfahrungsaustausch aus erster Hand gewährleisten, nehmen jeweils drei internationale Topkunden, 60 Purser und ausgewählte Flugbegleiter sowie Piloten teil. Die Ergebnisse fließen direkt in die Briefings der Kabinencrews ein und tragen so zur Optimierung des Service bei.



Auch auf lokaler Ebene ist das Unternehmen aktiv und lädt Lufthansa-Kunden regelmäßig zu sogenannten Customer Advisory Boards ein. Ziel dieser Zusammenkünfte ist es, Fluggäste der Lufthansa zu allen Facetten der Servicekette zu befragen und deren weitere Entwicklung zu diskutieren.

FlyerTalk: Vielflieger fragen – der Vorstand antwortet

Um insbesondere die Kommunikation mit Vielfliegern zu intensivieren, hat das Unternehmen im November 2009 Mitglieder des Internetforums → www.flyertalk.com nach Frankfurt eingeladen: Insgesamt 230 Vielflieger von Lufthansa und anderen Fluggesellschaften der Star Alliance hatten vier Tage lang Gelegenheit, hinter die Kulissen des Konzerns und seiner Partner zu schauen. Auf dem Programm der Informationsveranstaltung standen Führungen durch das Lufthansa Flight Training Center (LFTC), die Werfthallen von Lufthansa Technik und ein Rundgang über den Frankfurter Flughafen. Außerdem testeten die FlyerTalker neue Lufthansa-Produkte und gaben den Entwicklern direktes Feedback. Einen Höhepunkt bildete der persönliche Austausch mit Topmanagern von Lufthansa und der Star Alliance im Lufthansa Aviation Center – darunter Lufthansa-Vorstandsvorsitzender Wolfgang Mayrhuber. Zum Dank spendeten die aus Deutschland, Europa, Nordamerika sowie Australien und Neuseeland stammenden FlyerTalk-Mitglieder 3.000 US-Dollar zugunsten eines Projekts der HelpAlliance.

Rundgänge mit dem Lufthansa-Besucherdienst

Eine besondere Art des Kundendialogs ermöglicht der Lufthansa-Besucherdienst. Dieser bietet an den Standorten Frankfurt und Hamburg Rundgänge zu verschiedenen Themenschwerpunkten an. Dies versetzt Firmenrepräsentanten, Expedi-

enten, Hochschulabsolventen, Flughafenrainer und andere Zielgruppen in die Lage, sich vor Ort umfassend zu informieren und auszutauschen. In Frankfurt fanden im Jahr 2009 insgesamt 550 Veranstaltungen mit rund 8.000 Besuchern statt, in Hamburg waren es 480 Veranstaltungen mit mehr als 11.000 Teilnehmern.

Einblicke in die Welt der Luftfahrt und in das Unternehmen gewährt auch Austrian Airlines: Unter dem Motto „Visit Austrian“ können sich Angehörige von Fachverbänden, VIP-Gruppen oder Teilnehmer von Bildungsfahrten eingehend informieren. Der Schwerpunkt liegt auf Schulveranstaltungen, doch sind auch maßgeschneiderte Programme inklusive Spezialvorträge möglich.

Dialogveranstaltungen mit Mitarbeitern

Lufthansa ist ein Dienstleistungsunternehmen, und die Qualität der Dienstleistungen ist untrennbar mit den Menschen verknüpft, die sie täglich erbringen: die Mitarbeiter. Um die Wünsche, Bedürfnisse und Erwartungen speziell des Kabinen- und Cockpit-Personals kennenzulernen, setzt der Konzern auf regelmäßige Dialogveranstaltungen.

Darüber hinaus führen einzelne Konzerngesellschaften in regelmäßigen Abständen Mitarbeiterbefragungen durch, um so Auskunft über Commitment, Engagement und andere Aspekte der Mitarbeiterzufriedenheit zu erhalten (siehe hierzu auch Beitrag „Employee Feedback Management“ auf Seite 39).

Die Mitglieder des Vorstands stehen in kontinuierlichem Kontakt zur Belegschaft. In zahlreichen Town Meetings werden speziell die Mitarbeiter an den dezentralen Standorten aus erster Hand informiert.

Twitter & Co: Kommunikation am Puls der Zeit

Dass Kommunikation für den Lufthansa-Konzern keine Einbahnstraße ist, beweist die Ausweitung der kommunikativen Aktivitäten auf soziale Netzwerke im Web 2.0. So hat das Unternehmen nicht nur verschiedene Twitter-Kanäle eingerichtet, um Anfragen binnen kürzester Zeit zu beantworten und Feedback einzuholen, Lufthansa ist auch auf Facebook und berufsbezogenen Plattformen wie beispielsweise XING aktiv.



Tiefe Einblicke in den Konzern: Erfahrene Lufthansa-Experten stehen Rede und Antwort – wie hier bei einem Rundgang durch die Werfthallen von Lufthansa Technik am Flughafen Frankfurt.

„HubDay“: auf gute Nachbarschaft

Auch auf den Dialog mit Nachbarn und lokalen Gemeinschaften legt Lufthansa großen Wert. Im Rahmen des „HubDay FRA“ am 1. September 2009 präsentierte Lufthansa gemeinsam mit der Fraport AG – der Betreibergesellschaft des Frankfurter Flughafens – aktuelle Informationen, Pläne und Perspektiven rund um den Ausbau des größten deutschen Luftfahrt Drehkreuzes. Im Zentrum der Veranstaltung stand der neue Flugsteig A-Plus: Der hessische Ministerpräsident Roland Koch, der Vorsitzende des Vorstands der Fraport AG, Dr. Stefan Schulte, und Wolfgang Mayrhuber, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG, legten vor 350 Gästen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft gemeinsam den Grundstein. Nach seiner Fertigstellung im Jahr 2012 wird der neue Terminalbereich exklusiv von Lufthansa genutzt.

Darüber hinaus engagiert sich Lufthansa seit Herbst 2008 im Forum Flughafen und Region, dessen Aufgabe es ist, interessierte Bürger zu informieren und Maßnahmen zum aktiven Schallschutz zu erarbeiten (vgl. Beitrag „Aktiver Schallschutz am Frankfurter Flughafen – das Forum Flughafen und Region“ auf Seite 63).

Gründungsmitglied der Initiative „Luftverkehr für Deutschland“

Deutsche Luftverkehrsunternehmen nehmen eine führende Position in der Welt ein. Und sie sind bestrebt – ebenso wie der Luftverkehrsstandort Deutschland insgesamt – ihre Chancen im globalen Wettbewerb nachhaltig zu stärken. Das gelingt nur, wenn Ziele und Absichten mit allen interessierten Anspruchsgruppen ausgetauscht werden und eine Verständigungsebene geschaffen wird. Zu diesem Zweck hat sich die Deutsche Lufthansa AG zusammen mit der DFS Deutsche Flugsicherung GmbH, der Flughafen München GmbH und der Fraport AG zur Initiative „Luftverkehr für Deutschland“ zusammengeschlossen. Unter der Schirmherrschaft des Bundesministers für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung setzt sich die Systempartnerschaft dafür ein, gemeinsam mit Politik und den Ministerien auf Bundes- und Länderebene höchste Qualität und Effizienz für den Luftverkehrsstandort Deutschland zu erreichen.

Im Dialog mit Aktionären und Analysten

Im Jahr 2009 informierte Lufthansa Aktionäre und Analysten auf insgesamt 35 Roadshows und zehn Investorenkonferenzen über aktuelle und stra-



tegische Entwicklungen des Konzerns. Zudem führten Vorstände und Vertreter der Abteilung Investor Relations 400 Einzel- und Gruppengespräche mit institutionellen Investoren und Analysten. Einen weiteren Baustein der Finanzkommunikation bildeten Präsenz- und Telefonkonferenzen zu den Quartalsergebnissen mit Vorstandsbeteiligung sowie die monatlich erscheinende Investor Info, die unter anderem über die aktuelle Verkehrsentwicklung der fliegenden Gesellschaften berichtet. Privataktionäre erhalten mehrmals im Jahr die Aktionärsinfo mit Informationen zum Konzern. Darüber hinaus veranstaltete Lufthansa wie in jedem Jahr den Investorentag. Seit 2009 bietet der neu strukturierte und barrierefrei gestaltete Online-Auftritt uneingeschränkten Zugang zu zahlreichen Präsentationen und Finanzpublikationen des Konzerns.

Der 790 Meter lange Flugsteig A-Plus wird nach seiner Fertigstellung Parkpositionen für insgesamt sieben Großraumflugzeuge bieten.

→ www.lufthansa.com/investor-relations

Profitabilität

Konzerninitiative erfolgreich abgeschlossen

Im Februar 2010 hat Lufthansa ihre konzernweite Initiative „Upgrade to Industry Leadership“ nach zweieinhalb Jahren erfolgreich abgeschlossen. Ziel der Initiative war es, die Rentabilität und Profitabilität aller Geschäftsbereiche nachhaltig zu verbessern, indem sie voneinander lernen und übergreifend stärker miteinander kooperieren – beispielsweise durch die Erschließung von Kosten- und Erlöspotenzialen sowie über Projekte zur Optimierung der Prozessabläufe und Verbesserung der Qualität. „Mit Upgrade to Industry Leadership sind wir neue Wege gegangen und haben so ein solides Fundament gebaut, um eine Spitzenposition in möglichst vielen Bereichen zu erreichen oder abzusichern“, zog Wolfgang Mayrhuber, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG, eine positive Bilanz.

Upgrade^o
to Industry Leadership

Im Rahmen der Initiative hat Lufthansa in sämtlichen Geschäftsfeldern rund 140 Projekte angestoßen und zum Teil bereits umgesetzt, die künftig hohe und vor allem nachhaltige Beiträge zum Konzernergebnis leisten werden. Besonderen Anteil daran haben jene Projekte, in denen mehrere Konzernbereiche ihre Potenziale gebündelt und gemeinsam innovative Ansätze entwickelt haben.

Das Spektrum der Projekte ist breit, es reicht vom Electronic Flight Bag über Lean Management bei LSG Sky Chefs und Lufthansa Technik bis hin zum konzernweiten Immobilienmanagement und dem bereichsübergreifenden Projekt Fuel Efficiency Leadership (siehe Beitrag „Bei Treibstoffeffizienz auf dem Weg an die Spitze“ auf Seite 51). Das monetär größte Projekt heißt Procurement Leadership und zielt auf die Weiterentwicklung des konzernweiten Einkaufs (vgl. Seite 18). Seit Mitte Februar 2010 führen die Linienorganisationen die noch laufenden Projekte der Konzerninitiative fort. Teilweise wurden die Projekte auch in bestehende Programme zur Ergebnissicherung integriert, wie beispielsweise „Climb 2011“ bei der Lufthansa Passage.

Portfolioerweiterung: Neue Marken bieten neue Perspektiven

Mit der erfolgreichen Integration der SWISS in den Konzern hat Lufthansa wertvolle Erfahrungen gesammelt, um – sofern strategisch und wirtschaftlich sinnvoll – weiterhin eine aktive Rolle im Konsolidierungsprozess der Luftfahrtindustrie einnehmen zu können.

Im Jahr 2009 wurden mit der Übernahme von Austrian Airlines und bmi sowie der Beteiligung an Brussels Airlines drei neue Fluggesellschaften in den Konzernverbund integriert. Die Überlegungen hinter diesen Übernahmen zielen auf eine nachhaltige Partnerschaft und die Ausschöpfung von Synergien ab und nicht etwa auf kurzfristige Gewinnerzielungsabsichten. Die neuen Partner werden mithilfe des im Konzern vorhandenen Expertenwissens darin unterstützt, ihre Profitabilität nachhaltig zu steigern.

Wie bei der Integration der SWISS behalten die Unternehmen ihre Identität und ihre Marke und werden als eigenständige Unternehmen innerhalb

„Die neuen Gesellschaften bringen viel spezifisches Wissen aus ihren Märkten und Geschäftssystemen mit, von denen wir als Lufthansa-Verbund viel lernen können.“

Dr. Alexis von Hoensbroech
Leiter Integration Management Airlines



des Verbundes geführt (vgl. *Balance*, Ausgabe 2009, Seite 22–25). Somit werden die Stärken der Fluggesellschaften in den jeweiligen Märkten und das Unternehmertum erhalten. Dennoch lassen sich vielfältige Synergien realisieren, etwa im Vertrieb, bei der Bodenabfertigung, in der Produktentwicklung, durch eine effiziente Netzkoordination und durch die Integration vieler Prozesse, z.B.



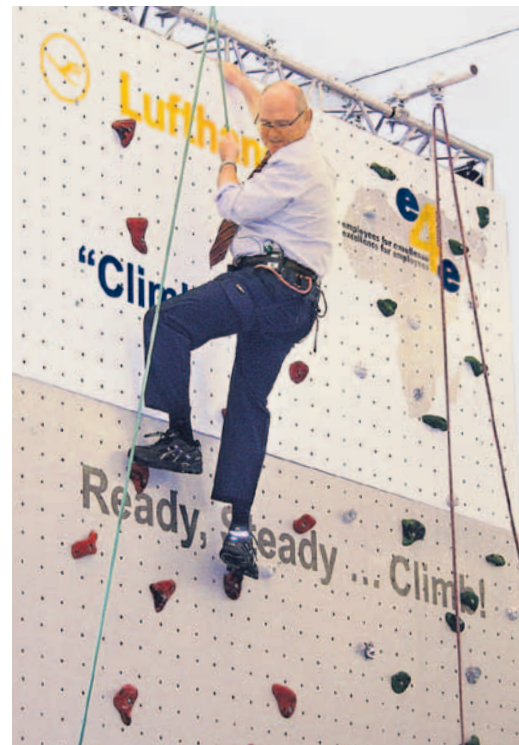
im Einkauf oder Hedging. Die Integration in den Lufthansa-Konzern erfolgt mit großer Wertschätzung, Achtung und Wahrung der Firmenkulturen der neuen Verbundpartner.

Organisatorisch werden die Integrationsprozesse von dem speziell eingerichteten Projektteam „Integration Management Airlines“ betreut, dessen Aufgabe es ist, alle partnerschaftsrelevanten Themen konzernweit zu koordinieren, zu steuern und zu monitorieren. „Integration ist keine Einbahnstraße. Die neuen Gesellschaften bringen viel spezifisches Wissen aus ihren Märkten und Geschäftssystemen mit, von denen wir als Lufthansa-Verbund viel ler-

Blicken gemeinsam in die Zukunft: Lufthansa und Austrian Airlines.

nen können“, erläutert Dr. Alexis von Hoensbroech, Leiter Integration Management Airlines. Das Projektteam berichtet regelmäßig an den Konzernvorstand. Dort werden auch die unternehmerischen Entscheidungen getroffen. In dem hierfür eigens etablierten Airline Development Board (ADB) unter der Leitung des Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Lufthansa AG, Wolfgang Mayrhuber, beraten und entscheiden Konzernvorstand und Airline-Chefs der neu integrierten Fluggesellschaften gemeinsam über die strategische Entwicklung des Airline-Verbunds.

Die erfolgreiche Umsetzung der Verbundstrategie hängt wesentlich von der Erschließung der Synergiepotenziale im Verbund und der Rückkehr der neuen Konzerngesellschaften Austrian Airlines und bmi zur Profitabilität ab.



Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit

Programm Climb 2011

Die konjunkturbedingt schwächere Nachfrage sowie der überproportionale Rückgang der Durchschnittserlöse im Passagiergeschäft und der Rekordumsatzrückgang im Geschäftsfeld Logistik haben das wirtschaftliche Ergebnis des Konzerns 2009 im Vergleich zum Vorjahr verschlechtert.

Lufthansa hat diese Entwicklung frühzeitig erkannt und mit „Climb 2011“ ein Ergebnissicherungsprogramm initiiert, um der negativen Entwicklung im Kerngeschäft entgegenzuwirken. Ziel des Programms ist es, für Lufthansa Passage eine konkurrenzfähige Kostenbasis zu erreichen. Konkret geht es um eine nachhaltige Ergebnisverbesserung um 1 Milliarde Euro bis zum Ende des Jahres 2011. Die Umsetzung der Maßnahmen begann im dritten Quartal 2009. Die Schwerpunkte liegen auf spürbaren Kostensenkungen in den administrativen Bereichen sowie den internen und externen Lieferantenbeziehungen und der Verbesserung der Personalproduktivität. Darüber hinaus werden die existierenden Preismodelle, die Dimensionierung des kontinentalen Flugangebots und die Einsatzflexibilität der Flugzeuge überprüft. Weitere

positive Effekte verspricht die zeitliche Adjustierung der Auslieferung der Flugzeugneubestellungen ab 2010.

Diese Bandbreite von Fokusthemen macht deutlich, dass die aktuelle Wirtschaftskrise nicht die alleinige Ursache für die im Vergleich zum Vorjahr verschlechterten Ergebnisse ist. Vielmehr wirkt sie als negativer Verstärker von strukturell bedingten Veränderungen. Diese sind vor allen Dingen die Abwanderung der Geschäftsreisekundschaft in niedrigere Buchungsklassen, der verschärfte Wettbewerb mit No-Frills-Airlines und den am persischen Golf beheimateten Fluggesellschaften.

Lufthansa hat in der Bewältigung solcher Herausforderungen große Erfahrung. Unter der Leitung von Thomas Klühr arbeitet ein Projektteam an der Umsetzung von Climb 2011. Besonderen Wert legen die Projektverantwortlichen auf die Einbeziehung der Mitarbeiter. In mehreren Dialogveranstaltungen wurden Hintergründe und Ziele ausführlich dargelegt und nachdrücklich auf den akuten Handlungsbedarf hingewiesen. Wesentlich ist, hierbei bewusst zu machen, dass die gewohnten, klassischen Sparmaßnahmen zur Zielerfüllung von Climb 2011 nicht ausreichen.

Climb 2011 bezieht sich auf das Kerngeschäft des Konzerns, die Lufthansa Passage. Die Verflechtung mit den anderen Geschäftsfeldern des Konzerns sind vielfältig, folglich sind auch diese direkt oder indirekt in das Programm einbezogen.



Die Lufthansa-Konzernflotte

Eine zeitgemäße und gut strukturierte Flotte ist für Lufthansa nicht nur die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolgs. Moderne Flugzeuge tragen auch dazu bei, die Umweltauswirkungen des Fliegens möglichst gering zu halten. Daher achtet der Konzern bei der Anschaffung neuer Fluggeräts stets besonders darauf, dass sowohl die künftigen Betriebskosten als auch Treibstoffverbrauch und Lärmemissionen so niedrig wie möglich sind.

Lufthansa setzt derzeit das größte Flottenerneuerungsprogramm der Unternehmensgeschichte um: Der Konzern wird von 2010 bis 2016 insgesamt 146 neue Flugzeuge mit einem Listenwert von etwa 13 Milliarden Euro in Dienst stellen. Bereits im Jahr 2009 haben die „fliegenden“ Konzerngesellschaften 50 neue, treibstoffeffiziente Flugzeuge erhalten, die auch als Ersatz für ältere Modelle dienen.

Lufthansa-Airbus A380 hebt ab

Im Jahr 2010 beginnt für die Lufthansa-Passagiere eine neue Dimension des Fliegens. Denn mit dem Sommerflugplan nimmt die neue Lufthansa-A380 ihren Betrieb auf. Das neue Flaggschiff der Konzernflotte setzt mit einem Verbrauch von nur noch rund drei Liter Kerosin pro Passagier auf 100 Kilometer neue Maßstäbe in der Luftfahrtgeschichte. Ähnlich wenig Kerosin wird die Boeing 747-8 Intercontinental verbrauchen, die Lufthansa ab dem Jahr 2011 einsetzen wird. Verglichen mit den bislang auf den Langstrecken üblichen Flugzeugen vom Typ Boeing 747-400, Airbus A340-300, A340-600 und A330-300 ist der spezifische Treibstoffverbrauch pro Sitz der beiden neuen sparsamen Großraumflugzeuge rund 13 Prozent niedriger.

Zugleich setzt die A380 mit der „leisesten Kabine am Himmel“ neue Komfortstandards für die Passagiere. Dazu tragen eine moderne Aerodynamik und die neueste Triebwerkstechnologie bei, die den Lärmpegel der A380 für Fluggäste und insbesondere für Flughafenrainer hörbar verringern. Auch der Lärmteppich einer startenden Boeing 747-8 Intercontinental wird im Vergleich zur Boeing 747-400 um rund 30 Prozent kleiner (vgl. Beitrag „Immer leiser durch die Luft“ auf Seite 63).

Lufthansa erhält im Jahr 2010 die ersten vier A380. Die erste Lufthansa-A380 trägt die Kennung D-AIMA und den Taufnamen Frankfurt am Main, die zweite (D-AIMB) den Taufnamen München.

Leise und sparsam – die Bombardier CSeries

Im März 2009 hat der Lufthansa-Aufsichtsrat darüber hinaus der Bestellung von 30 Kurzstreckenflugzeugen für SWISS zugestimmt. Ab dem Jahr 2014 werden die Flugzeuge der CSeries von Bombardier die bislang üblichen Regionalflugzeuge des Typs Avro RJ100 ersetzen. Neue Triebwerkstechnologien und leichtere Materialien sorgen dafür, dass SWISS mit der CSeries den Treibstoffverbrauch im Vergleich zur Avro-Flotte um deutlich mehr als ein Viertel verringern kann – und den CO₂-Ausstoß um rund 90.000 Tonnen pro Jahr. Damit nicht genug: Ein Flugzeug der CSeries ist auch um 10 bis 15 Dezibel leiser als eine Avro RJ100; für das menschliche Hörempfinden reduziert sich der Lärm dadurch in etwa um die Hälfte.

Wirtschaftlich und umweltverträglich – die Embraer-190-Familie

Ein weiteres Beispiel für die Modernisierung der Regionalflotte innerhalb des Lufthansa-Konzerns ist der Kauf der Flugzeuge vom Typ Embraer 190 und 195, die mittlerweile bei Lufthansa CityLine, Air Dolomiti und Augsburg Airways im Einsatz sind

Neue Dimension des Reisens auf der Langstrecke: der Lufthansa-Airbus A380.



und ältere, weniger effiziente Muster ersetzen. Bis Ende 2011 wird der brasilianische Hersteller Embraer insgesamt 30 Flugzeuge der 190er-Familie an Lufthansa liefern. Die modernen, wirtschaftlich hocheffizienten und umweltschonenden Flugzeuge zeichnen sich vor allem durch einen für Regionalflugzeuge äußerst niedrigen Verbrauch von je nach Streckenlänge und Auslastung bis maximal 3,9 Liter Kerosin pro 100 Passagierkilometer aus. Zudem punktet dieses Flugzeugmuster mit niedrigen Emissionswerten und einer geringen Lärmbelastung.

Lufthansa CityLine erhält von September 2009 bis Anfang 2011 elf Flugzeuge vom Typ E-195 und neun vom Typ E-190. Im Gegenzug stellt

die Lufthansa-Tochtergesellschaft 35 kleinere und ältere Flugzeuge außer Dienst. Air Dolomiti hat im Berichtsjahr fünf Embraer 195 in Betrieb genommen. Zusätzlich erhält Eurowings neueste CRJ900, die ebenfalls nur rund vier Liter Kerosin pro 100 Passagierkilometer verbrauchen.

Die Konzernflotte der Lufthansa hatte zum 31. Dezember 2009 einen Bestand von 722 Flugzeugen. Hierzu gehören die Flugzeuge der Lufthansa Passage Airline, der SWISS, der Austrian Airlines, bmi, der Regionalpartner Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings sowie von Germanwings und Lufthansa Cargo.

Links:
Investition in die Europa-Flotte: SWISS erhält die sparsamen Flugzeuge der CSeries von Bombardier.

Rechts:
Modernisierung der Regionalflotte: Embraer 195 von Air Dolomiti.

- 1 Im Bestand des Konzerns befindliches Gerät.
- 2 Im Dienst des Konzerns befindliches Gerät.

Konzernflotte

Stand 31.12.2009

(Veränderung gegenüber 2008)

	Bestand ¹	Alter ¹	in Operation ²	Alter ²
Lufthansa Passage Airline (inkl. Lufthansa Italia)	317 (+35)	11,8 (-1,2)	255 (+4)	13,0 (-0,1)
Lufthansa CityLine	70 (-3)	9,6 (+1,0)	68 (-4)	8,6 (+0,1)
Air Dolomiti	14 (±0)	9,4 (+1,0)	23 (+4)	7,4 (-3,7)
Augsburg Airways	0 (±0)		15 (+4)	5,4 (-2,6)
Contact Air	0 (±0)		13 (+2)	13,3 (+4,8)
Eurowings	23 (-13)	12,6 (-0,2)	35 (±0)	8,0 (-4,1)
Germanwings	26 (+1)	5,1 (+0,4)	26 (+1)	5,1 (+0,4)
SWISS	84 (-1)	10,7 (+0,9)	76 (-2)	10,8 (+0,5)
Austrian Airlines	102 -	11,0 -	93 -	11,1 -
bmi	67 -	9,1 -	68 -	9,2 -
Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe	703 (+188)		672 (+170)	
Lufthansa Cargo	19 (±0)	12,0 (+1,0)	16 (-3)	11,0 (±0,0)
Geschäftsfeld Logistik	19		16	
Konzern	722 (+188)	10,8 (-0,5)	688 (+167)	10,7 (+0,5)

Die operative Lufthansa-Konzernflotte

Lufthansa Passage Airline

inkl. Lufthansa Italia



LH: 32 Flugzeuge, 127 Sitze, 2.500 km Reichweite

Boeing 737-300



LH: 30 Flugzeuge, 111 Sitze, 2.500 km Reichweite

Boeing 737-500



LH: 26 Flugzeuge, 132 Sitze, 3.500 km Reichweite

Airbus A319-100



LH: 38 Flugzeuge, 156 Sitze, 3.500 km Reichweite

Airbus A320-200



LH: 36 Flugzeuge, 190 Sitze, 2.900/4.100 km Reichweite

Airbus A321-100/200



LH: 15 Flugzeuge, 221 Sitze, 10.000 km Reichweite

Airbus A330-300



LH: 27 Flugzeuge, 266/221 Sitze, 11.100/12.700 km Reichweite

Airbus A340-300



LH: 23 Flugzeuge, 306 Sitze, 12.600 km Reichweite

Airbus A340-600



LH: 28 Flugzeuge, 352 Sitze, 12.500 km Reichweite

Boeing 747-400

Lufthansa Regional



C3: 5 Flugzeuge, 44 Sitze, 900 km Reichweite
EN: 6 Flugzeuge, 46 Sitze, 900 km Reichweite

ATR42-500



C3: 1 Flugzeug, 68 Sitze, 900 km Reichweite
EN: 12 Flugzeuge, 64 Sitze, 900 km Reichweite

ATR72-500



CL: 18 Flugzeuge, 93 Sitze, 2.200 km Reichweite

Avro RJ85

Legende

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

Anzahl der Flugzeuge in Operation zum 31.12.2009.

Reichweitenangaben generell bei maximaler Passagierzahl respektive Zuladung.

* max. Sitze, abweichende Versionen im Einsatz



EW: 2 Flugzeuge, 92 Sitze, 1.600 km Reichweite

BAe 146-200



EW: 4 Flugzeuge, 98 Sitze, 1.800 km Reichweite

BAe 146-300



CL: 13 Flugzeuge, 50 Sitze, 2.000 km Reichweite
EW: 18 Flugzeuge, 50 Sitze, 2.000 km Reichweite

CRJ200



CL: 20 Flugzeuge, 70 Sitze, 2.300 km Reichweite
EW: 2 Flugzeuge, 70 Sitze, 2.300 km Reichweite

CRJ700



CL: 12 Flugzeuge, 86 Sitze, 2.000 km Reichweite
EW: 9 Flugzeuge, 86 Sitze, 2.000 km Reichweite

CRJ900



IQ: 9 Flugzeuge, 72 Sitze, 1.200 km Reichweite

DHC 8-400



C3: 7 Flugzeuge, 100 Sitze, 2.000 km Reichweite

Fokker 100



CL: 1 Flugzeug, 100 Sitze, 3.330 km Reichweite
IQ: 1 Flugzeug, 100 Sitze, 3.330 km Reichweite

Embraer 190



CL: 4 Flugzeuge, 116 Sitze, 3.300 km Reichweite
EN: 5 Flugzeuge, 116 Sitze, 3.300 km Reichweite
IQ: 5 Flugzeuge, 116 Sitze, 3.300 km Reichweite

Embraer 195

SWISS



LX: 20 Flugzeuge, 97 Sitze, 3.000 km Reichweite

Avro RJ100



LX: 7 Flugzeuge, 138* Sitze, 3.000 km Reichweite

Airbus A319-100



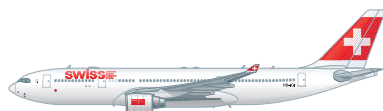
LX: 20 Flugzeuge, 168* Sitze, 3.650 km Reichweite

Airbus A320-200



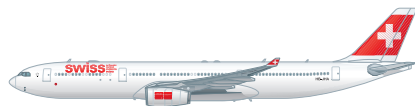
LX: 6 Flugzeuge, 200* Sitze, 3.200 km Reichweite

Airbus A321-100



LX: 5 Flugzeuge, 230* Sitze, 8.400 km Reichweite

Airbus A330-200



LX: 4 Flugzeuge, 236 Sitze, 8.400 km Reichweite

Airbus A330-300



LX: 14 Flugzeuge, 228 Sitze, 10.500 km Reichweite

Airbus A340-300

Austrian Airlines



OS: 10 Flugzeuge, 50 Sitze, 2.060 km Reichweite

CRJ200



OS: 9 Flugzeuge, 50 Sitze, 1.085 km Reichweite

DHC 8-300



OS: 11 Flugzeuge, 72 Sitze, 1.630 km Reichweite

DHC 8-400



OS: 9 Flugzeuge, 80 Sitze, 2.085 km Reichweite

Fokker 70



OS: 15 Flugzeuge, 100 Sitze, 2.000 km Reichweite

Fokker 100



OS: 1 Flugzeug, 111 Sitze, 2.220 km Reichweite

Boeing 737-600



NG: 1 Flugzeug, 132 Sitze, 4.440 km Reichweite
OS: 1 Flugzeug, 132 Sitze, 4.440 km Reichweite

Boeing 737-700



NG: 7 Flugzeuge, 184 Sitze, 4.680 km Reichweite

Boeing 737-800



OS: 7 Flugzeuge, 132 Sitze, 4.500 km Reichweite

Airbus A319-100



OS: 7 Flugzeuge, 159* Sitze, 4.300 km Reichweite

Airbus A320-200



OS: 5 Flugzeuge, 193 Sitze, 2.360/3.500 km Reichweite

Airbus A321-100/200



OS: 6 Flugzeuge, 240* Sitze, 9.800 km Reichweite

Boeing 767-300



OS: 4 Flugzeuge, 309* Sitze, 11.500 km Reichweite

Boeing 777-200

bmi



BD: 4 Flugzeuge, 37 Sitze, 2.200 km Reichweite

Embraer RJ 135



BD: 13 Flugzeuge, 49 Sitze, 2.800 km Reichweite

Embraer RJ 145



BD: 14 Flugzeuge, 148 Sitze, 4.050 km Reichweite

Boeing 737-300



BD: 3 Flugzeuge, 131 Sitze, 4.350 km Reichweite

Boeing 737-500



BD: 11 Flugzeuge, 144* Sitze, 3.380 km Reichweite

Airbus A319-100



BD: 10 Flugzeuge, 156* Sitze, 4.400 km Reichweite

Airbus A320-200



BD: 9 Flugzeuge, 195* Sitze, 4.300 km Reichweite

Airbus A321-200



BD: 1 Flugzeug, 160 Sitze, 5.490 km Reichweite

Boeing 757-200



BD: 3 Flugzeuge, 218 Sitze, 9.250 km Reichweite

Airbus A330-200

Germanwings



4U: 26 Flugzeuge, 144* Sitze, 3.500 km Reichweite

Airbus A319-100

Lufthansa Cargo



LH: 16 Flugzeuge, 516 m³/89,4t, 7.000 km Reichweite

Boeing MD-11F

Panorama

Personal

Wirtschaftswissenschaftler wählen Lufthansa zum beliebtesten Arbeitgeber

Die Anziehung der Lufthansa auf Hochschulabsolventen der Wirtschaftswissenschaften ist ungebrochen: Beim „Deutschen Absolventenbarometer 2009“ gelang dem Luftfahrtkonzern der Sprung auf Platz 1, nachdem er im Jahr zuvor Platz 5 auf der Beliebtheitskala belegt hatte. Für die Erhebung befragte das Berliner Beratungsinstitut Trendence 18.000 Studierende der Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften an 109 deutschen Hochschulen, die kurz vor dem Examen stehen. Sie sollten aus einer Liste von mehr als hundert Unternehmen die zehn für sie attraktivsten Arbeitgeber auswählen und auf Wunsch weitere Firmen hinzufügen. Einen hervorragenden 9. Platz erreichte auch Lufthansa Technik bei den Ingenieuren.



Personal



Zehn Jahre weibliche Flugkapitäne bei Lufthansa

Nicht nur am Boden, auch in der Luft bekleiden Frauen bei Lufthansa Führungspositionen: Seit zehn Jahren schon übernehmen weibliche Flugkapitäne Verantwortung für die Passagiere. Nicola Lisy war die erste Flugkapitänin, die sich im Jahr 2000 erfolgreich den linken Platz im Cockpit eroberte. Als erste Copilotin der Lufthansa hatte sie bereits im Jahr 1988 Unternehmensgeschichte geschrieben. Heute verfügen 27 Pilotinnen über eine Kapitänslizenz und damit über die Berechtigung zum Führen eines Verkehrsflugzeugs. Bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie unterstützt Lufthansa ihre Pilotinnen mit unterschiedlichen Teilzeitmodellen.

Gesellschaft

Soforthilfe für die Erdbebenopfer in Haiti

Der Lufthansa-Konzern hat die internationalen Hilfsaktivitäten für die Erdbebenopfer in Haiti unterstützt: Am 25. Januar 2010 schickte Lufthansa Cargo ein Frachtflugzeug vom Typ MD-11 in die Karibik. An Bord befanden sich 80 Tonnen Hilfsgüter – vorwiegend Medikamente, Lebensmittel und technische Ausrüstung. Zwei weitere zum Selbstkostenpreis durchgeführte Sonderflüge mit Spenden der METRO Group folgten im Februar und März. Darüber hinaus haben der Lufthansa-Vorstand, der Konzern-Betriebsrat und die Gesamtvertretung des fliegenden Personals alle Lufthansa-Flüge aufgerufen, Arbeitsstunden oder Geld für Haiti zu spenden. Neben 4.174 Arbeitsstunden im Gegenwert von etwa 100.000 Euro spendeten die Lufthansa-Mitarbeiter darüber hinaus rund 120.000 Euro für die Katastrophenhilfe. Wie schon nach dem Tsunami in Südostasien im Dezember 2004 verdoppelte der Konzern den Gegenwert jeder Stunde und jedes gespendeten Euro. Sämtliche Mittel werden an die von Lufthansa gegründete Hilfsorganisation HelpAlliance weitergeleitet.

Catering/Umwelt

Entwicklung von Leichtbau-Trolleys: LSG Sky Chefs Catering Logistics kooperiert mit kanadischem Spezialisten

Je mehr ein Flugzeug wiegt, desto höher sind der Kerosinverbrauch und die damit verbundenen CO₂-Emissionen. LSG Sky Chefs Catering Logistics (LCL) nutzt daher konsequent jede Möglichkeit, das Gewicht der von LCL zur Essens- und Getränkeausgabe an Bord verwendeten Trolleys durch den Einsatz leichterer Materialien zu reduzieren. Zu diesem Zweck hat das Unternehmen der LSG Lufthansa Service Holding AG im Mai 2009 ein Kooperationsabkommen mit dem kanadischen Verbundstoffspezialisten Norduyn geschlossen. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit steht die Entwicklung und Vermarktung von Leichtbau-Trolleys, die 40 Prozent weniger Gewicht auf die Waage bringen als die bisher eingesetzten Modelle. Der Vorteil: Durch die Bestückung einer voll beladenen Boeing 747-400 mit Leichtbau-Trolleys lassen sich künftig rund 850 Kilogramm Gewicht einsparen.

Logistik/Umwelt

Dialog und Anerkennung haben bei Lufthansa Cargo einen hohen Stellenwert

Mehr als 160 Gäste haben am 26. Februar 2009 an der ersten von Lufthansa Cargo veranstalteten „Cargo Climate Care Conference“ in Frankfurt teilgenommen. Kunden und Mitarbeiter von Lufthansa und Lufthansa Cargo sowie Vertreter aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik diskutierten über technische Möglichkeiten, nachhaltige Visionen und Optimierungspotenziale in der Logistikbranche. Zu den Vortragsrednern gehörten Fachleute der IATA, des DLR, der Unternehmen Kühne+Nagel, Nokia und Air BP sowie des Bundesumweltministeriums und der Deutschen Umwelthilfe. „Durch die Umweltkonferenz haben wir bewiesen, dass Umwelt- und Klimaschutz bei Lufthansa Cargo auch in wirtschaftlich schwieriger Zeit kein Lippenbekenntnis, sondern gelebte Unternehmenskultur ist“, sagte Karl-Heinz Köpfle, Vorstand Operations bei Lufthansa Cargo. Im Rahmen der Umweltkonferenz hat das Logistikunternehmen besonders engagierte Kunden und Mitarbeiter von Lufthansa Cargo sowie Studenten und Nachwuchsforscher mit den „Cargo Climate Care Awards“ ausgezeichnet. „Diese Initiative soll unsere Branche im Klimaschutz voranbringen und auf dem Gebiet der Emissionsminderung zu neuen Impulsen und frischen Ideen verhelfen“, erläuterte Carsten Spohr, Vorstandsvorsitzender von Lufthansa Cargo. Die nächste Konferenz und Preisverleihung sind für das Jahr 2011 geplant.



Soziale Verantwortung

Lufthanseaten laufen

Mitarbeiter

Employee Feedback Management

Chancengerechtigkeit

Diversity

Ideenmanagement

Work-Life-Balance

Aus- und Weiterbildung

Arbeits- und Gesundheitsschutz

Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik

HR-Management

Diversity

Vielfalt nimmt zu – Chancen steigen

Die Vielfalt im Lufthansa-Konzern wächst weiter – nicht zuletzt durch die Akquisitionen weiterer internationaler Fluggesellschaften. Damit erhöhen sich die Anforderungen an die kulturelle Kompetenz der Mitarbeiter und gleichermaßen an das HR-Management. Aufgrund langjähriger Erfahrungen vergrößert die gewachsene Heterogenität die Chancen auf Innovationen und damit den optimalen Kundennutzen.

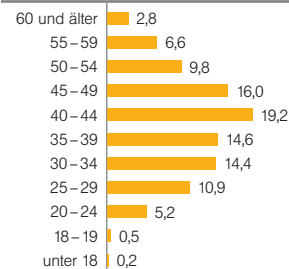
Unternehmen mit einer vielfältigen Mitarbeiterstruktur sind besser in der Lage, die zunehmende Individualisierung von Produkten, die Heterogenität der Kunden und die Globalisierung zu managen. Zudem erfordert der fortschreitende demografische Wandel nicht nur neue personalpolitische Konzepte, es gilt auch, rechtliche Vorgaben – zum Teil regional differenziert – einzuhalten.

Bei der Personalauswahl spielen Unterscheidungsmerkmale wie Geschlecht, Alter, Hautfarbe, Religion, sexuelle Identität oder eine mögliche Behinderung keine Rolle; es wird ausschließlich nach fachlicher und sozialer Eignung entschieden.

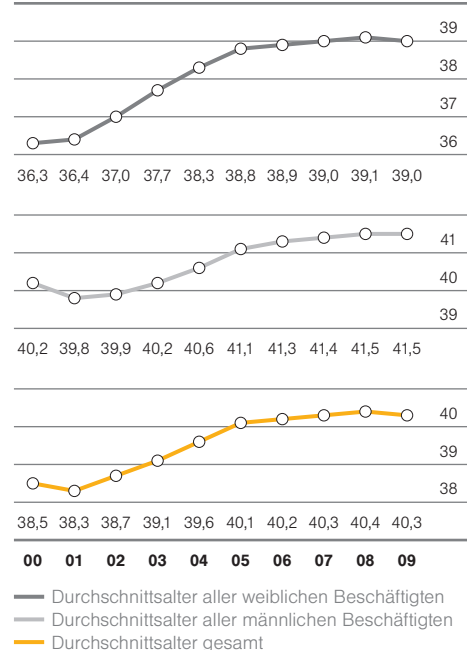
Demografie-Management

Lufthansa hat sich schon frühzeitig auf die Auswirkungen des demografischen Wandels eingestellt und die je nach Geschäftsfeld und Land unterschiedlichen Herausforderungen dezentral aufgegriffen, Lösungskonzepte entwickelt und diese zu großen Teilen auch bereits umgesetzt. Bei einem fast unveränderten Durchschnittsalter von 40,3 Jahren im Konzern seit 2008 bleiben

Altersstruktur im Lufthansa-Konzern¹
2009, Angaben in Prozent



Durchschnittsalter im Lufthansa-Konzern¹
Angaben in Jahren



¹ Konsolidierungskreis ohne teilw. LSG-Ausland, Lufthansa Malta Holding Ltd., Lufthansa Malta Aircraft-Leasing, Lufthansa Technik North America Holding Corp., Lufthansa Technik Airmotive Ireland Ltd., BizJet International Sales & Support Inc., Hawker Pacific Aerospace Inc. (USA), Hawker Pacific Aerospace Ltd. (GB), Lufthansa Technik Philippines Inc, Shannon Aerospace Ltd., AirLiance Materials LLC, AirPlus Air Travel Card Vertriebsgesellschaft mbH, Lufthansa Malta Finance plc.

die Handlungsfelder Qualifikation und Gesundheitsmanagement Schwerpunkte des Demografie-Managements. Alle Aktivitäten zur Qualifikation – seien es betrieblich notwendige oder überbetriebliche – dienen dem Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit. Gerade bei langjährigen Mitarbeitern ist es wichtig, dass sie im Lernprozess bleiben.

In Bezug auf das Gesundheitsmanagement ist eine Differenzierung nach Art der beruflichen Belastungen sinnvoll, weshalb auch hier die einzelnen Geschäftsfelder oder Bereiche unterschiedliche Akzente setzen. Der Kreis der Gesundheits-

„Das Einbeziehen aller Mitarbeiter mit ihrem ganzen Potenzial ist für Lufthansa selbstverständlich und angesichts der zunehmenden Internationalität durch die neu konsolidierten Airlines wichtiger denn je.“



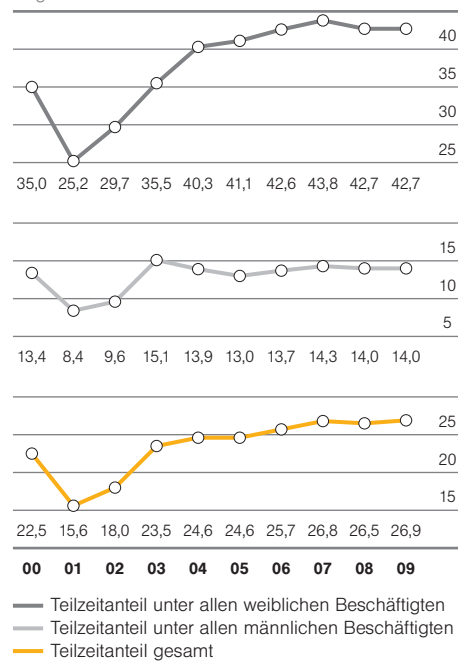
Monika Rühl
Leiterin Change Management und Diversity bei Lufthansa

manager tauscht sich regelmäßig über eigene Aktionen und neue Erkenntnisse aus. Gesundheitstage oder -wochen für die jeweiligen Mitarbeiter, die durch Angebote des Unternehmens flankiert werden, sorgen für ein die Eigenverantwortung stärkendes Bewusstsein.

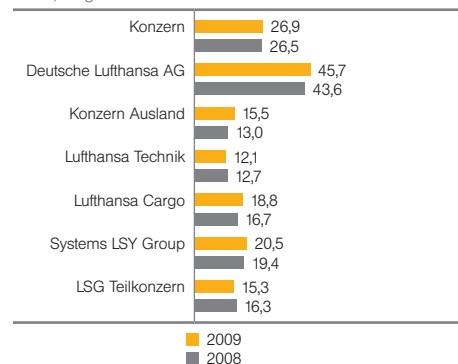
Work-Life-Balance

Lufthansa fördert zahlreiche Maßnahmen, die darauf abzielen, trotz Elternschaft den Erhalt der Qualifikation zu gewährleisten und den privaten Wunsch nach Familiengründung oder -vergrößerung zu unterstützen. Ein breit gefächertes Angebot an Arbeitszeitregelungen, die sowohl die Dauer als auch die Lage der Arbeitszeit betreffen, helfen bei der Betreuung von Kindern sowie älteren oder pflegebedürftigen Angehörigen. Ist die Anpassung der Arbeitszeit keine hinreichende Lösung, so besteht die Möglichkeit, über den Familienservice oder andere Dienstleister die Betreuung zu organisieren. Kindernotfallbetreuungen an 12 deutschen Standorten, verschiedene Ferienangebote, eine wachsende Zahl seitens des Unternehmens unterstützter Krippenplätze (bislang in Frankfurt und Wiesbaden) ermöglichen einen früheren Wiedereinstieg nach einer Elternzeit – für Mütter und Väter.

Teilzeitbeschäftigung im Lufthansa-Konzern
Angaben in Prozent



Teilzeitarbeit nach Gesellschaften
2009, Angaben in Prozent



Die Balance zwischen Arbeit und Privatleben umfasst aber auch den Ausgleich zur beruflichen Arbeit. Hierbei sind die Wünsche sehr individuell und können daher nicht gänzlich durch Firmenangebote realisiert werden. Für sportlich Interessierte gibt es Lufthansa-Sportvereine für 62 verschiedene Sportarten. Insgesamt engagieren sich ca. 11.000 Lufthansa-Seatens, Pensionäre oder Externe aktiv in 15 Vereinen. Aber auch andere Möglichkeiten für Bewegung existieren wie beispielsweise die Initiativen „Lufthansa-Seatens laufen!“, „Bike2FRA“ und „mit dem Fahrrad nach HAM“.

Gender

Führungskräfte bei Lufthansa sind zum einen die leitenden Angestellten mit Zuordnungen zu definierten Führungskreisen, darüber hinaus aber auch jene Mitarbeiter, die unterhalb dieser Ebene Personalverantwortung übernehmen. Bei den Führungskräften (leitenden Angestellten) beträgt der Anteil von Frauen 14,7 Prozent. Bei den Vorgesetzten mit Personalverantwortung liegt der Frauenanteil bei 41,5 Prozent bei einem Gesamtanteil von 45,1 Prozent an allen Mitarbeitern. Um diese Anteile weiter zu steigern, beteiligt sich das Unternehmen an einem bereits im Jahr 1998 durch Lufthansa initiierten Cross-Mentoring-Programm und fördert außerdem den Ausbau unternehmensinterner Netzwerke. Um Mädchen und junge Frauen

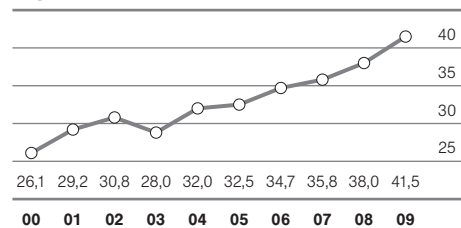
an klassische „Männerberufe“ heranzuführen, engagiert sich der Konzern jährlich beim deutschlandweiten „Girls' Day“.

→ www.girls-day.de

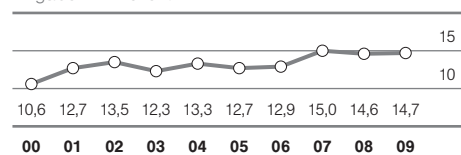
Bei den Piloten ist der grundsätzliche Trend zu einem wachsenden Frauenanteil ungebrochen. Allerdings ist der relative Anteil 2009 gegenüber dem Vorjahr leicht zurückgegangen, von 4,9 auf 4,7 Prozent. Dies hat seine Ursache darin, dass sich die Bezugsgrößen (Konzern-Konsolidierungskreis) durch die neu integrierten Fluggesellschaften verändert haben. Es handelt sich also um einen statistischen Effekt.

Im Hinblick auf die Vergütung gibt es bei Lufthansa bereits seit Beginn der 1970er-Jahre keinen Geschlechterunterschied mehr. Im Tarifbereich regelt der Tarifvertrag die Entgeltgleichheit, bei den Außertariflichen wird die Vergütung zwar individuell ausgehandelt, doch achtet Lufthansa streng darauf, dass Verantwortungsgröße in Bezug auf Mitarbeiter, Budget und Relevanz der Aufgabe neben der Erfahrung die einzigen Unterscheidungsparameter sind. Das Geschlecht wie auch Lebensalter und kultureller Hintergrund sind für die Höhe der Vergütung irrelevant.

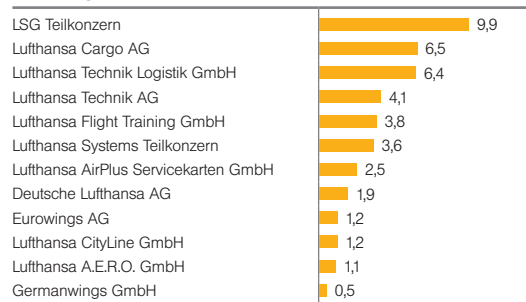
Frauenanteil an den Vorgesetzten mit Personalverantwortung im Lufthansa-Konzern¹
Angaben in Prozent



Frauenanteil an den Führungskräften im Lufthansa-Konzern²
Angaben in Prozent



Schwerbehinderte im Lufthansa-Konzern in Deutschland³
2009, Angaben in Prozent



Integration von Menschen mit Behinderung

Die Deutsche Lufthansa AG bietet zahlreiche Arbeitsplätze für Menschen mit körperlichen Behinderungen an. Momentan haben 3,4 Prozent aller Mitarbeiter in Deutschland eine Behinderung. Eine Behinderung ist dabei nicht einer verglichen mit anderen Mitarbeitern geringeren Leistungsfähigkeit gleichzusetzen. Häufig spielt sie auf dem konkreten Arbeitsplatz keine Rolle, es gibt sogar Fälle, in denen eine Einschränkung ganz besondere Stärken herausbildet, die für das Unternehmen zum Einsatz kommen können. Um Jugendlichen mit einer Behinderung berufliche Perspektiven zu vermitteln, veranstaltet Lufthansa einmal im Jahr einen Integrationstag. Dieser findet anlässlich des „Internationalen Tages der Menschen mit Behinderung“ statt und informiert über Ausbildungs- und Einstiegsmöglichkeiten im Lufthansa-Konzern. Im Dezember 2009 besuchten 36 Schüler der Weißfrauenschule in Frankfurt Lufthansa und erhielten Einblicke in verschiedene Bereiche des Konzerns.

1 Konsolidierungskreis ohne Lufthansa CityLine, Lufthansa Technik AERO Alzey GmbH, Lufthansa AirPlus Servicekarten GmbH, LSG Ausland, Lufthansa Systems AS GmbH, Eurowings Luftverkehrs AG, Germanwings GmbH, Air Dolomiti S.p.A., Swiss International Air Lines AG, Austrian Airlines AG, Tyrolean Airways Tiroler Luftfahrt GmbH, Lauda Air Luftfahrt GmbH, TRAVIAUSTRIA Datenservice für Reise und Touristik Gesellschaft m.b.H. & Co NFG. KG, Lufthansa Flight Training Berlin GmbH, Miles & More International GmbH, British Midland Airways Ltd., Lufthansa Italia S.p.A., Lufthansa Technik Switzerland GmbH.
 2 Nur Deutsche Lufthansa AG, Lufthansa Cargo AG, Lufthansa Technik AG, Lufthansa Systems AG, Lufthansa Flight Training GmbH, LSG Sky Chefs, Lufthansa CityLine.
 3 Schwerbehindertenquoten der konsolidierten Gesellschaften in Deutschland: Schätzwerte auf der Basis von Auswertungen zum 31.12.2009. Die endgültigen Zahlen werden vom Landschaftsverband Rheinland im Herbst 2010 ermittelt.

HR-Management

In einem großen, stark diversifizierten und dezentralisierten Konzern wie Lufthansa gibt es eine Reihe von übergeordneten Fragestellungen zu Personalangelegenheiten, die miteinander bearbeitet und koordiniert werden müssen. In Abhängigkeit von der Verantwortungsreichweite existieren dafür unterschiedliche Foren.

Das HR-Management wird im Lufthansa-Konzern durch Stefan Lauer vertreten. Er ist Mitglied des Konzernvorstands und leitet das Ressort „Verbund-Airlines und Konzern-Personalpolitik“. Zugleich ist er Arbeitsdirektor der Deutschen Lufthansa AG.

Die rechtlich selbstständigen Geschäftsfelder verfügen jeweils über eigene Arbeitsdirektoren. Die konsolidierten, im Ausland beheimateten Fluggesellschaften haben Personalverantwortliche entsprechend den jeweiligen gesetzlichen Vorgaben ihres Heimatlandes. In der Lufthansa Passage führt der Passagevorstand „Finanzen und Personal“ die Personalfunktionen.

Die Diskussion übergreifender HR-Themen findet im HR-Board statt. Dies ist eine regelmäßig tagende Abstimmungsrunde, der auch die obersten HR-Führungsverantwortlichen der Verbund-Airlines angehören.

Die Koordination von HR-Themen wie Personal- und Führungskräfte- oder Tarifpolitik für die überwiegend in Deutschland beschäftigten Mitarbeiter findet in einem enger getakteten Rhythmus im Rahmen des HR Management Day (HMD) statt. Dieser trifft alle sechs Wochen zusammen. Über den HMD hinaus treffen sich Personalleiter ausländischer Organisationseinheiten und die im Inland für internationale Personalthemen verantwortlichen Manager zweimal im Jahr innerhalb des HR Management Circle International (HMCI). Dieser bietet Raum für den Austausch und die Abstimmung von Themen, die für Auslandsstandorte relevant sind. Ergänzend haben alle Personalleiter mehrfach im Jahr die Möglichkeit, alle operativen Fragen im Rahmen des HR Management Forum (HMF) zu erörtern.

Der Austausch zwischen den Personalmanagern findet zunehmend auch virtuell über Lufthansa-interne Web-2.0-Technologien statt.

Die einzelnen Konzerngesellschaften besitzen darüber hinaus eigene HR-Foren, um die für sie relevanten Themen abzustimmen. Deren Strukturen richten sich nach den jeweiligen Erfordernissen.

Führungskräfteentwicklung

Im Lufthansa-Konzern kommt der Führungskompetenz und der kontinuierlichen Weiterentwicklung von Führungskräften eine signifikante Bedeutung zu. Transparenz, Glaubwürdigkeit und Fairness bilden in allen Führungsmodellen den Schwerpunkt.

Nachhaltigkeit in der Führung ist für Lufthansa ein wichtiges Anliegen. Darunter werden die langfristig orientierten Denk- und Handlungsansätze verstanden, welche die Gewinnung, Entwicklung und Bindung von Mitarbeitern in sozial verantwortlicher und gleichzeitig betriebswirtschaftlich vernünftiger Ausgewogenheit zum Ziel haben.

Mitarbeiterführung ist eine der essenziellen Aufgaben eines jeden Vorgesetzten, gleichgültig, welcher hierarchischen Ebene er angehört. Das Zusammenwirken von Führungskraft und Mitar-

Geschäftsfeldübergreifende HR-Management-Plattformen zur Abstimmung personalpolitischer Themen im Lufthansa-Konzern

HR-Board

Vorsitz: Konzernvorstand Verbund-Airlines und Konzern-Personalpolitik
Arbeitsdirektoren/Personalvorstände im Konzern und HR-Stabsleiter

HMD – HR Management Day

Vorsitz: Leiter Konzern-Personalpolitik, Leiterin Führungskräftepolitik und Hauptgeschäftsführer Arbeitgeberverband Luftverkehr e.V.
Personalleiter der Lufthansa-Geschäftsfelder und ausgewählter Stabsfunktionen

HMCI – HR Management Circle International

Vorsitz: Leiter Personalpolitische Grundsatzfragen
Personalleiter im Ausland und Personalmanager „International“ der Lufthansa-Geschäftsfelder und HR-Stabsfunktionen zu auslandsrelevanten Themen

HMF – HR Management Forum

Vorsitz: Leiter Personalpolitische Grundsatzfragen
HR-Leiter aller Lufthansa-Gesellschaften und HR-Stabsfunktionen

HMX – HR Management Experts

Vorsitz jeweils: Themenverantwortlicher
Diverse themenbezogene Foren unter Einbezug betroffener Konzerngesellschaften z.B. Arbeitszeit, Bildung, Demografie, Gesundheitsmanagement, Personalentwicklung u.v.m.

beitern ist einer der entscheidenden Stellhebel bei der Erreichung der Unternehmensziele.

Mit der Portfolio-Erweiterung des Lufthansa-Konzerns um weitere internationale Fluggesellschaften löste der „Aviation Leadership Compass (ALC)“ als Weiterentwicklung den „Lufthansa Leadership Compass (LLC)“ ab. Das Kompetenzmodell umfasst die Dimensionen „Entrepreneurial Leadership“, „Problem Solving“, „Communication and Persuasion“, „Leading People“, „Attitude and Drive“ und „Functional Competence“.

Der ALC bildet die Grundlage für viele Prozesse und Instrumente der Führungskräfteentwicklung. Je nach Zielgruppe und Kontext werden die Kriterien beispielsweise in das 360-Grad-Feedback, die Managementdiagnostik oder in das Corporate Management Grading (CMG) für Führungskräfte übersetzt.

Führungskräfte werden mit dem CMG jährlich durch ihren Vorgesetzten hinsichtlich ihrer Performance und ihres Potenzials eingeschätzt. Daraus leiten sich Empfehlungen für nächste Entwicklungsschritte ab. Sie umfassen mögliche Rotationen, Berufsgruppen („Job Families“) und geeignete Leitungsebenen.

Auch künftige Leistungs- und Potenzialträger werden durch das CMG identifiziert und durchlaufen einen Entwicklungspfad, den Development Center Track, an dessen Ende eine Eignungsprüfung durch ein Assessment für eine Leitungsaufgabe steht.

Durch die enge Verzahnung der beschriebenen Instrumente entsteht Nachhaltigkeit und konsistente Orientierung in der Führungsaufgabe. Alle Führungskräfte vereinbaren mit ihren Vorgesetzten zu Jahresbeginn eine Zielvereinbarung, deren Ziele am Jahresende erreicht sein müssen. Die variablen Vergütungsbestandteile hängen neben der individuellen Zielerreichung auch von dem Unternehmens- und dem Geschäftsfeldergebnis ab. Im Management bezieht sich ein Ziel immer auf die Führung oder Entwicklung ihrer Mitarbeiter.

Die variable Vergütungssystematik der Führungskräfte ist darüber hinaus langfristig orientiert und abhängig von der unternehmerischen Wertschaffung und der Aktienkursentwicklung auch gegenüber der von ausgewählten Wettbewerbern. Vor

dem Hintergrund der sozialen Verantwortung bietet Lufthansa allen Mitarbeitern ein umfangreiches Paket an Vorsorge- und Versicherungsleistungen, die nach nationalen Gegebenheiten differenziert sind.

Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik

Bewährtes Krisenmanagement

Das Jahr 2009 war auch personalpolitisch von der Integration der neuen Verbund-Airlines einerseits und den Auswirkungen der weltweiten Finanzkrise andererseits geprägt. Um diesen zu begegnen, beinhalten die konzernweiten Initiativen zur Ergebnissicherung auch Einschnitte im Mitarbeiterbereich.

Soziale Verantwortung auch in Krisenzeiten

Die jüngste Krise der Weltwirtschaft hat eindrucksvoll gezeigt, welche Probleme unternehmerisches Handeln auslösen kann, das kurzfristigen und einseitigen Zielen geschuldet ist. Nachhaltiges Wirtschaften hätte zu anderen Ergebnissen geführt. Das Berücksichtigen von langfristigen, auch sozialen und ökologischen Auswirkungen im Geschäftsleben ist kein romantisches Deckmäntelchen, sondern notwendiger Teil der betrieblichen Arbeit und ihres Erfolgs.

Lufthansa hat diese Aktivitäten immer als Teil ihrer unternehmerischen Aufgaben gesehen. Das zeigen neben unseren ökologischen Anstrengungen auch die vielfältigen Arbeiten im sozialen und gesellschaftlichen Umfeld. Dafür stehen zahlreiche Aktivitäten, wie z.B. das traditionelle Lufthansa-Unterstützungswerk, die in den letzten Jahren entwickelten Kinderbetreuungshilfen, die Unterstützung der HelpAlliance oder das breite überfachliche Bildungsangebot im Konzern. Dabei bedingen sich reine „Business“- und sonstige Themen immer wechselseitig. Sozialverantwortliche Bemühungen sind bei uns immer auch betrieblich sinnvoll und dabei selbstverständlich nur im Rahmen des Geschäftserfolgs machbar. Das sichert ihre langfristige Perspektive und ist damit auch im engeren Sinne nachhaltig.



Dr. Martin Schmitt, Bereichsleiter
Konzern-Personalpolitik bei Lufthansa

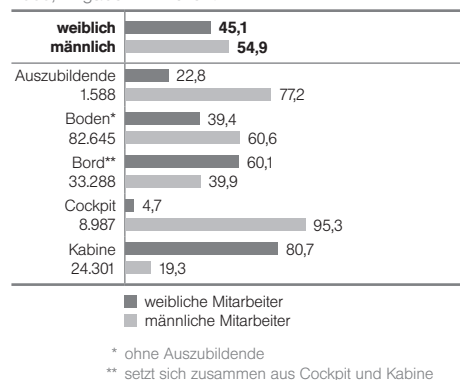
Verteilung der Mitarbeiter im Lufthansa-Konzern

Jeweils per 31.12., Veränderungen in Prozent

	2009	2008	Veränderung
Konzernmitarbeiter	117.521	107.800	+ 9,0
davon Passage Airline Gruppe ¹	58.083	46.350	+ 25,3
davon Logistik	4.488	4.655	- 3,6
davon Technik	19.796	19.804	± 0,0
davon IT Services	3.027	3.033	- 0,2
davon Catering	28.390	30.273	- 6,2
davon Sonstige ¹	3.737	3.685	+ 1,4

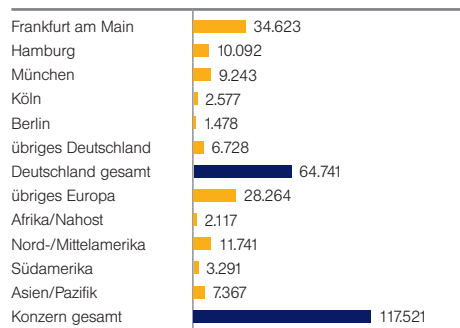
Personalbestand nach Gruppen und Geschlecht

2009, Angaben in Prozent



Lufthansa-Konzern: Arbeitsplätze in aller Welt

2009



Betriebsbedingte Umstrukturierungen lassen sich nicht immer vermeiden. Um deren Folgen für die betroffenen Mitarbeiter so sozialverträglich wie möglich zu gestalten, nutzt Lufthansa in Deutschland seit vielen Jahren das Vermittlungssystem „JobChange“. Dieses richtet sich an Kollegen, die infolge von Veränderungsprozessen eine neue berufliche Perspektive im Konzern suchen. „JobChange“ zeichnet sich durch einfache Steuerungsabläufe und einen großen Handlungsspielraum bei der Vermittlung eines neuen, adäquaten Arbeitsplatzes aus.

Sollten betriebsbedingte Anpassungen notwendig sein, so geht Lufthansa nach dem bewährten Prinzip vor, die negativen Auswirkungen auf die Belegschaft möglichst gering zu halten. Neben einem generellen Einstellungsstopp helfen bei der Krisenbewältigung die Erhöhung der Teilzeitquote, unbezahlter Sonderurlaub, die Nutzung des Altersteilzeit-Instrumentariums und der flexible interne Arbeitsmarkt („JobChange“). Vor allem dieser konnte aufgrund unterschiedlicher Zyklizitäten der einzelnen Geschäftsfelder gut genutzt werden, sodass Mitarbeiter im Konzern verbleiben konnten. Dies gelang bereits in den Krisenjahren 1992/1993, 2001 und 2003/2004. Im Jahr 2009 war es allerdings leider nicht möglich, vollständig auf betriebsbedingte Kündigungen zu verzichten. Doch wurden diese nach den jeweiligen rechtlichen Rahmenbedingungen beispielsweise durch Sozialpläne abgemildert.

Lufthansa ist sich ihrer Verantwortung bewusst, die sie nicht nur für ihre Kunden, die Umwelt und die Gesellschaft trägt, sondern in hohem Maße auch für die Menschen, die ihre Arbeitskraft dem Unternehmen anvertraut haben. Gerade sie sind wichtige Stützen der Kultur des Unternehmens und damit entscheidend für den Unternehmenserfolg.

1 Verlagerung der Konzernfunktionen aus der Passage Airline Gruppe in Sonstige (IFRS 8), Vorjahreswert vergleichbar gerechnet.

Information, Beratung und Mitsprache bei betrieblichen Entscheidungen

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

Tarifpartnerschaft in Deutschland

Lufthansa beschäftigt ihre Mitarbeiter zu Bedingungen, die ihnen nicht nur während, sondern auch nach ihrem Berufsleben soziale und materielle Sicherheit gewährleisten. Basis sind Tarifverträge, die das Unternehmen mit seinen Tarifpartnern 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 auf herausfordernde Rahmenbedingungen trifft.

So gelang es z.B. erst nach einigen Warnstreiks im Frühjahr 2009, einen jeweils inhaltsgleichen Vergütungs- und Manteltarifvertrag für die Kabinenbeschäftigten mit den Gewerkschaften UFO und ver.di abzuschließen. Auf diese Weise konnte sichergestellt werden, dass einerseits für alle Kabinenbeschäftigten dieselben Bedingungen gelten und andererseits die Gleichbehandlung zu den übrigen Mitarbeitergruppen gewahrt bleibt. Es ist bis heute immer gelungen, auch schwierige Tarifeauseinandersetzungen zu einem Kompromiss zu führen.

Aktive Tarif- und Sozialpolitik auch im Ausland

Internationalisierung und Globalisierung bieten umfangreiche Chancen für die Geschäfts- und Personalprozesse im Konzern. Als international operierendes Unternehmen orientiert Lufthansa ihre Tarif- und Sozialpolitik daher an den jeweiligen Rahmenbedingungen der Länder. Im Vordergrund steht dabei die langfristige Definition der Beschäftigungsbedingungen, die sich nach den Bedürfnissen der Mitarbeiter, den betrieblichen Erfordernissen und dem lokalen Arbeitsmarkt richtet – darunter Vergütungsregelungen, Arbeitsbedingungen und Versorgungssysteme.

Die Unterstützung der Vereinigungsfreiheit und die Anerkennung des Rechts auf Tarifverhandlung

Menschenrechte gemäß UN-Charta von 1948

Lufthansa bekennt sich mit ihren Mitgliedschaften im UN Global Compact (seit 2002), bei der International Chamber of Commerce (seit 1955), bei Transparency International (seit 1999), im Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (seit 1998) 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, hat 1951 die Einhaltung der ILO-Normen unterzeichnet, womit diese – für unseren Konzern selbstverständliche Vorschriften – auch für Lufthansa verbindlich sind.

In Ländern, in denen die Akzeptanz der Menschenrechte nicht selbstverständlich erscheint, versucht Lufthansa 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

Arbeits-, Urlaubs- und Vergütungsbedingungen werden unter Beachtung aller staatlichen und gesetzlichen Anforderungen weitgehend kollektiv und immer transparent festgelegt. Unternehmensführung und Mitarbeiterorientierung spiegeln sich in der hohen Reputation als Arbeitgeber weltweit wider. Damit verhilft der Konzern seinen Mitarbeitern, ein Leben im Sinne der in der UN-Charta festgelegten und das Arbeitsverhältnis betreffenden Normen zu führen.

hat Lufthansa als Unterzeichner des UN Global Compact für alle Mitarbeiter weltweit dokumentiert.

Mitarbeiter können sich in jedem Land, in dem Lufthansa-Gesellschaften aktiv sind, im Rahmen der gesetzlichen Bedingungen organisieren und so ihre Arbeitsbedingungen mitgestalten.

Employee Feedback Management

In regelmäßigen Abständen führen einzelne Konzerngesellschaften Mitarbeiterbefragungen durch, um so Auskunft über Commitment, Engagement und andere Aspekte der Mitarbeiterzufriedenheit zu erhalten. Für die Lufthansa Passage einschließlich der Konzernfunktionen fand die letzte Erhebung, das sogenannte Employee Feedback Management (EFM), im Jahr 2008 statt. Zum Einsatz kamen sechs verschiedene Fragebögen, die auf die Anforderungen und Besonderheiten der jeweiligen Berufsgruppen zugeschnitten waren. Diese umfassten die grundsätzlichen Aspekte „Tätigkeit und Arbeitsumfeld“, „Information und Kommunikation“, „Lernen und Innovation“, „Zusammenarbeit und Führung“, „Unternehmensführung“ sowie „Fehler- und Lernkultur bei Lufthansa“. Ziel der Befragung ist unter anderem, Führungskräften mit mindestens fünf Mitarbeitern eine differenzierte Rückmeldung zu geben, wie ihre Mitarbeiter ihr Führungsverhalten beurteilen. Die Rückmeldungen dienen als Basis für den innerbetrieblichen Dialog.

Die Befragung ist für Mitarbeiter freiwillig und anonym. Die Auswertung übernimmt ein externes Institut. Da die Mitarbeiter der Lufthansa Passage bereits zum sechsten Mal befragt wurden, ließen sich insbesondere aus den Abweichungen zur vorangegangenen Erhebung Rückschlüsse auf Handlungsfelder ableiten. Durch die letzte Befragung ergab sich so ein Grundstock von mehr als 600 Verbesserungsmaßnahmen. Damit ist EFM mehr als nur ein reines Stimmungsbarometer; es ist gleichzeitig ein Instrument, um Veränderungen und Verbesserungen im Unternehmen anzustoßen und die stetige Qualitätsentwicklung zu unterstützen.

Insgesamt hat sich die Zufriedenheit gegenüber der letzten Erhebung verbessert. Verbesserungspotenzial zeigten u. a. die Felder „Kommunikation und Information“ sowie „Zusammenarbeit“ auf. Diese werden deshalb durch gezielte Maßnahmen gestärkt. So findet im personalstärksten Ressort, der Lufthansa Passage, die neue Dialogreihe

Lufthansa Aviation Center am Flughafen Frankfurt am Main: Ein Großteil der Arbeitsbereiche sind Team- oder Gruppenräume.



„Service Dialog“ zwischen Managementvertretern und Mitarbeitern statt. Zweimal monatlich diskutieren jeweils hundert Mitarbeiter mit Vertretern des Managements offen und informativ über die aktuelle wirtschaftliche Situation des Unternehmens. Ziel ist es, ein gemeinsames Verständnis über die zu bewältigenden Herausforderungen zu entwickeln. Nicht übereinander, sondern miteinander reden lautet die Devise.

Weitere Maßnahmen umfassten unter anderem die Unterstützung von Mitarbeitern in einzelnen Bereichen durch Hospitationen. Im Themenblock „Fehler- und Lernkultur“ starteten Workshops für eine verbesserte Zusammenarbeit, regelmäßige Feedbackrunden und Coachings. Diese wirken sich positiv auf die Kaizen-Programme in den operativen Einheiten aus, in denen gemeinsame Anstrengungen für Qualitätsverbesserungen gebündelt werden. Erste Verbesserungen bei Themen wie Pünktlichkeit und Gepäck-Handling sind zu verzeichnen.



Aus- und Weiterbildung

Die sich rasant ändernden Marktverhältnisse stellen ebenso wie der demografische Wandel der Gesellschaft immer höhere Anforderungen an betriebliche Aus- und Weiterbildung. Damit Mitarbeiter und Führungskräfte mit dem Tempo Schritt halten können, bietet Lufthansa zahlreiche Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote.

Im Bildungsbereich gibt es drei Säulen mit unterschiedlichen Verantwortlichkeiten: die Ausbildung, die betrieblich notwendigen Qualifikationen und die Weiterbildung. Letztgenannte kann unternehmensinitiiert (teilweise) während der Arbeitszeit erfolgen oder als Teil der freiwilligen Weiterbildung stattfinden.

Die Auszubildenden im Lufthansa-Konzern sind zwei Ausbildungsmodellen zuzuordnen: der klassischen dualen Berufsausbildung und den berufsbegleitenden Studiengängen. In der klassischen Berufsausbildung hat Lufthansa im vergangenen Jahr deutschlandweit 1.227 Auszubildende ausgebildet, im Bereich der Bachelor-Programme verzeichnete der Lufthansa-Konzern 307 Studierende. Auch nach dem Abschluss einer Ausbildung bietet der Konzern seinen Mitarbeitern vielfältige Qualifizierungsmöglichkeiten. Ein Beispiel hierfür ist das Studienförderprogramm „destinationBACHELOR“ bei Lufthansa Technik. Es bietet leistungsstarken Auszubildenden die Übernahme der Studiengebühren an ausgewählten Hochschulen und Teilzeitarbeitsverträge, die die Vereinbarkeit von Studium und Beruf ermöglichen.

→ www.Be-Lufthansa.com

Bei den betrieblich notwendigen Qualifizierungen gibt es eine ähnlich breite Fülle wie Berufe und Tätigkeiten im Unternehmen. Viele dieser Qualifizierungen finden dezentral bei den jeweiligen Konzerngesellschaften statt. Die Inhalte umspannen Lehrstoff zum Lizenzerhalt (zum Beispiel Bordpersonal und Techniker), aktuelles Fachwissen und gesetzliche Auflagen. Aber auch Teile der Kompetenzerweiterung wie zum Beispiel Kommunikationsverhalten (z. B. „Human Factor“-Schulungen bei den Piloten) finden sich in einigen Präsenztrainings, die während der Arbeitszeit absolviert werden.

Überfachliches Lernen, insbesondere Inhalte der „Soft Skills“, findet sowohl in der betriebsnotwendigen als auch in der freiwilligen Weiterbildung statt. Der Mitarbeiter beteiligt sich daran mit einem Zeiteinsatz und manchmal mit einem kleinen finanziellen Beitrag. Schwerpunkt der freiwilligen Weiterbildung im Jahr 2009 waren Schulungen, Workshops und Informationsveranstaltungen zum Thema Gesundheit, beispielsweise gesunde Ernährung, Ergonomie am Arbeitsplatz, Work-Life-Balance, Yoga und vieles mehr.

Weitere Themen im Bereich des überfachlichen Lernens waren Führung, BWL, Luftverkehr, Change Management, interkulturelle Kompetenz, IT, Konfliktmanagement, Kommunikation, Human Resources Management, Persönlichkeitsentwicklung, Projektmanagement, Recht, Sozial- und Medienkompetenz sowie Sprachen und Wissenstransfer.

Die Lufthansa School of Business organisiert und realisiert einen Großteil der weltweiten, übergeordneten Qualifikationsmaßnahmen sowohl für Mitarbeiter und Nachwuchskräfte als auch für die Führungskräfte im Konzern.

Für die Führungskräftequalifikation setzt Lufthansa stark auf die Kooperation mit ausgewählten Partnern: renommierten Business Schools von internationalem Rang. Die School of Business sorgt dafür, dass die Programme den strategischen Erfordernissen der Lufthansa ebenso entsprechen wie dem Entwicklungsbedarf von Führungskräften und Mitarbeitern.

Zunehmend ergänzen eTraining oder Online-Training die reine Präsenzschiung. Sie ermöglichen eine eigene Zeitdisposition, die Gewährung des punktgenauen individuellen Lerntempos und tragen auch zur Wirtschaftlichkeit der Bildungsinvestitionen bei. Themen wie Datenschutz, Arbeitssicherheit, Compliance, Diskriminierungsvermeidung und Menschenrechte lassen sich so einer breiten Mitarbeiterschaft vermitteln.

Lufthansa wendet nach wie vor einen großen Betrag für Qualifikation auf. Trotz Krise wurden auch im Jahr 2009 umfangreiche Bildungsmaßnahmen durchgeführt. Insgesamt ging das interne Bildungsbudget um lediglich sieben Prozent auf 99 Millionen Euro zurück.

Die Teilnahme an Qualifikationsmaßnahmen erfolgt ausschließlich nach betrieblichen und fachlichen Gesichtspunkten. Alter, Geschlecht, kultureller Hintergrund, Behinderung oder sexuelle Identität spielen bei der Auswahl der Teilnehmer keine Rolle.



eTeaming – die interne Lufthansa-Web-2.0-Applikation

Mit eTeaming existiert seit 2009 eine konzernweite Plattform für Kommunikation und Zusammenarbeit. Mit ihrer Hilfe lassen sich Planungen, Abstimmungen oder Diskussionen effizienter gestalten. Die Applikation bietet weltweite Diskussionsforen sowie Blogs, die Mitarbeiter und Führungskräfte auf dem Laufenden halten. Überdies können Mitarbeiter unterschiedlicher Standorte gemeinsam an Dokumenten arbeiten; auch lassen sich Umfragen schnell und einfach durchführen, um ein Meinungsbild einzuholen. Außerdem können sich Experten über Profile und Kontakte finden.

Lufthansa-Mitarbeiter haben die Möglichkeit, über eTeaming auch Themen des täglichen Lebens (Sport, Kinderbetreuung u. a.) zu adressieren bzw. Lösungen zu organisieren. Es gibt nach nur kurzer Einführungszeit bereits 690 Gruppen, die sich über diese Plattform austauschen. Die Themen betreffen sowohl den beruflichen als auch den privaten Bereich, z.B. Dienstaustausch, weltweite Projektzusammenarbeit bis hin zu Urlaubstipps.

Ideenmanagement

„Lufthansa Impulse“: immer gut für eine neue Idee

Die bislang verborgenen Schätze in den Köpfen der Mitarbeiter zu heben – dies ist das erklärte Ziel der konzernweiten Ideenmanagement-Plattform „Lufthansa Impulse“. Auch im Jahr 2009 war der Zulauf an Verbesserungsvorschlägen ungebrochen: Knapp 4.500 Mitarbeiter reichten rund 3.500 Ideen ein und übertrafen damit das gute Ergebnis von 2.916 Vorschlägen aus dem Jahr 2008 deutlich. „Dank der hohen Beteiligung unserer Mitarbeiter am Ideen- und Innovationsmanagement konnten wir Einsparungen in Höhe von 8,5 Millionen Euro realisieren“, sagt Wolfgang Servay, Leiter Ideen- und Innovationsmanagement Konzern bei Lufthansa. Wie schon in den Jahren zuvor, nutzte auch im Jahr 2009 eine überwältigende Mehrheit der Beschäftigten das Intranet, um ihre Ideen einzureichen; gegenüber dem Vorjahr stieg die Online-Quote von 88 Prozent auf 92,1 Prozent.

Dem Einfallsreichtum der Mitarbeiter entsprangen nicht nur wertvolle Ideen für verbesserte Verfahren bei der Wartung oder Überholung von Flugzeugen, sondern auch solche mit Umweltbezug: Hierzu zählte unter anderem der Vorschlag, die Beladung von Flugzeugen des Typs A320 und A321 mit Mahlzeiten so zu modifizieren, dass die Bordverpflegung weniger Platz und Gewicht beansprucht. Die mit Abstand meisten Ideen steuerten abermals die Mitarbeiter von Lufthansa Technik bei.

Gezielte Ideenaktionen, die darauf abheben, in Kooperation mit den Fachbereichen Lösungen für konkrete Probleme zu entwickeln, fanden im Jahr 2009 nicht statt. Der Grund: „Der Zuwachs an Verbesserungsvorschlägen war so enorm, dass die Fachbereiche genug ‚Material‘ hatten, um ihre Produkte und Prozesse weiterzuentwickeln“, erläutert Servay. Entsprechend lag der Schwerpunkt seiner Abteilung darauf, die Fachbereiche durch Optimierung des intranetgestützten Ideenportals, des Reportings und des Monitorings bei dieser Aufgabe zu unterstützen.

Eigene Internetplattform für „Impulse International“

Mit dem Ziel, auch Mitarbeiter außerhalb Deutschlands in das Ideen- und Innovationsmanagement des Konzerns einzubeziehen, hat Lufthansa im Jahr 2008 „Impulse International“ ins Leben gerufen. Erste Erfahrungen gewann das Unternehmen im Bereich des Stationsmanagements in Chicago, der Vertriebsorganisation in England sowie an den Stationen in Spanien und Portugal. Die Pilotregionen lieferten wichtige Hinweise für die qualitative Weiterentwicklung des strategischen Instruments. Seit April 2009 präsentiert sich der englischsprachige Ableger von „Impulse“ mit einer eigenen Internetplattform speziell für die Beschäftigten in den Lufthansa-Außenorganisationen. „Impulse International“ bildet zudem die Grundlage, damit auch die neuen Konzerngesellschaften ihre Mitarbeiter aktiv in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess einbeziehen können, ohne eigene Ressourcen aufzubauen. Das Tool leistet so einen wichtigen Beitrag zum weiteren Ausbau der Verbundfähigkeit des Konzerns. Im Sinne von „Open Innovation“ sollen sich die Gesellschaften in Zukunft auch untereinander über neue Ideen austauschen. Auf diese Weise lässt sich das im Konzern vorhandene Innovationspotenzial umfassend ausschöpfen. „Ich bin überzeugt, dass wir von den ‚Neuen‘ genauso gut lernen können wie sie von uns“, ergänzt Servay.

Ehre, wem Ehre gebührt: der Lufthansa-Innovationspreis

Gute Ideen tragen zur Zukunftssicherung des Lufthansa-Konzerns bei. Um die Urheber genialer Geistesblitze und die Förderer dieser Ideen angemessen zu würdigen, hat der

Konzern im November 2009 zum dritten Mal den Lufthansa-Innovationspreis verliehen. Überreicht wurde die Auszeichnung in Hamburg im Rahmen des „Impulse Expert Events“ in den drei Kategorien „Besonders hoher Nutzen“, „Beste Ideenbearbeitung“ und „Beste Ideenfabrik“. Der Preis für die beste Ideenfabrik ging an den Bereich VIP & Executive Jet Solutions der Lufthansa Technik AG, der das Thema Ideenmanagement für sein Gebiet am stärksten vorangebracht hat.

Arbeits- und Gesundheitsschutz

Dem Schutz der Gesundheit aller Mitarbeiter im Lufthansa-Konzern kommt eine besondere Bedeutung zu. Prävention und Prozesse, die auch auf der Basis von Gefährdungsanalysen beruhen, tragen dazu in erheblichem Umfang bei. Voraussetzung für einen nachhaltigen Erfolg sind vor allem durchdachte, sichere und gefahrfrei gestaltete Arbeitsabläufe, die möglichst jedem Einzelnen in seinem Verantwortungsbereich Spielraum für ambitionierte Verbesserungen der Produkte und Leistungen eröffnen. Andererseits achtet Lufthansa darauf, die dauerhaft abrufbare Leistungsbereitschaft und Flexibilität ihrer Mitarbeiter nicht überzustrapazieren.

Lufthansa unterhält in Deutschland einen eigenen Medizinischen Dienst für die arbeits-, flug- und tropenmedizinische Betreuung an den Standorten Frankfurt, Hamburg und München sowie einen Bereich, der sich um die Arbeitssicherheit kümmert. Mitarbeiter, die im Ausland tätig sind, und Crewmitglieder können die Dienste des weltweiten Vertragsärztenetzes nutzen. Die Vertragsärzte treffen sich im Durchschnitt alle vier Jahre zum wissenschaftlichen Erfahrungsaustausch.





Regelmäßige Sonderthemen wie Impfstage, Hautscreeing, Herz-Kreislauf-Aktionen und vieles mehr bieten Mitarbeitern Möglichkeiten zur Vorsorge. Führungskräfte und außertarifliche Mitarbeiter können sich zudem alle zwei Jahre einer Manageruntersuchung unterziehen.

Das Jahr 2009 stand u. a. unter dem Einfluss der drohenden H1N1-Pandemie, sodass sich der Konzern und insbesondere die Fluggesellschaften darauf einstellen mussten. Dabei spielt auch die Hygiene an Bord der Flugzeuge eine entscheidende Rolle. Gemeinsam haben Arbeitssicherheit, Arbeitsmedizin und verschiedene Fachbereiche die hygienischen Gegebenheiten an Bord der Flugzeuge untersucht und optimiert. Darüber hinaus konnten sich Flugbegleiter im Januar eine Woche lang unter fachkundiger Anleitung auf einem Produktstand mit den Themen Handhygiene, Hygiene rund um den Gast und Hygiene im Service befassen. Im Rahmen der Verbesserungen wird ein neues Kapitel im Cabin Service Manual erscheinen, welches ausschließlich den Hygienethemen gewidmet ist.

Bezüglich allgemeiner und spezieller Gesundheitsthemen gibt es in Deutschland einen Austausch zwischen den Gesundheitsmanagern im Konzern. Auch wenn die Belastungen in den verschiedenen Berufsgruppen sich unterscheiden, so können die Vorsorgemaßnahmen einer Gesellschaft auf eine andere Gesellschaft übertragen werden. Die meisten Gesellschaften führen jährlich oder sogar in kürzeren Taktungen besondere Gesundheitstage oder -wochen durch. Diese dienen vor allem dem Bewusstseinswandel bei den Mitarbeitern, dass sie für ihre Gesundheit selbst verantwortlich sind. Dies gilt für regelmäßige Untersuchungen, für möglichst ergonomische Arbeitshaltungen genauso wie für Bewegung und

Ernährung. Die Lufthansa-Kantinen bieten nicht nur geschmacklich unterschiedliche Speisen an, für Gesundheits- oder Kalorienbewusste stehen neben der umfangreichen Salatbar auch stets ein oder zwei besonders nährstoffreiche, aber kalorienarme Essen auf dem Speiseplan.

Bewegung spielt für Lufthanseseaten eine große Rolle. Neben dem Lufthansa-Sportverein gibt es besondere Aktionen, um Sport als Kompensation zur Arbeit attraktiv zu machen. Lufthansa engagiert sich nicht nur extern als „Airline des Sports“ bei sportlichen Großereignissen. Die Initiative „Lufthanseseaten laufen!“ dient auch der Animation möglichst vieler Mitarbeiter, selbst sportlich aktiv zu werden und mit dem Laufen zu starten.

Start der Aktion „Lufthanseseaten laufen!“

Lufthansa fördert nicht nur den Spitzensport (vgl. Beitrag „Lufthansa – „Airline des Sports““ auf Seite 79), sondern auch das Faible ihrer Mitarbeiter für den Laufsport. Als Beitrag zu deren Gesunderhaltung hat das Unternehmen im Jahr 2009 die Aktion „Lufthanseseaten laufen!“ ins Leben gerufen: Laufsportbegeisterte und solche, die es werden wollen, konnten sich am 26. März 2009 im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt umfassend über Möglichkeiten und Voraussetzungen für einen sinnvollen Einstieg in den Laufsport informieren. Vom Erfolg der Aktion zeugte nicht zuletzt die Rekordbeteiligung am Firmenlauf „JP Morgan Chase Corporate Challenge“ in Frankfurt: Am 17. Juni 2009 waren 1.285 Lufthanseseaten am Start – mehr als jemals zuvor.



Sollten Mitarbeiter innerhalb von zwölf Monaten mehr als sechs Wochen krank sein, so können sie in Deutschland freiwillig an einem betrieblichen Eingliederungsmanagement teilnehmen. Dies zielt auf die Wiederherstellung oder den Erhalt der Gesundheit. Es eignet sich unter anderem dafür, eine der Qualifikation des Mitarbeiters angemessene (neue) Aufgabe zu finden. An ausländischen

Standorten wird der Prävention ein hoher Stellenwert beigemessen, sie richtet sich aber auch nach den jeweils landesüblichen Gepflogenheiten.

Im Hinblick auf den Arbeitsschutz bieten die regelmäßigen Arbeitsplatzbegehungen die Möglichkeit, Gefahren frühzeitig zu erkennen und zu beseitigen. Je nach Regelungstiefe gesetzlicher Vorgaben, oft deutlich über diese hinausgehend, übernimmt Lufthansa Verantwortung für die körperliche Unversehrtheit ihrer Mitarbeiter. So kommt es folglich auch nur in seltenen Fällen zu Unfällen, bei denen es sich meist um Wegeunfälle außerhalb des Firmengeländes handelt.

Ausgezeichnete Qualität: LZ-Catering erhält „JOB&FIT“-Zertifikat

Am 21. August 2009 bekam die LZ-Catering GmbH das „JOB&FIT“-Zertifikat der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) verliehen. Damit hat es die 100-prozentige Lufthansa-Tochtergesellschaft schwarz auf weiß, dass das von ihr geführte Betriebsrestaurant im Ende 2007 neu eröffneten Lufthansa-Verwaltungsgebäude in Köln vorbildlichen Qualitätsstandards genügt. Mit dem „JOB&FIT“-Logo ehrt die DGE Unternehmen, die die Vorgaben für ein ausgewogenes Lebensmittelangebot und eine schonende Speisenzubereitung erfüllen und zudem ihre Mitarbeiter detailliert über gesunde Ernährung informieren. Überreicht hat die Auszeichnung Ilse Aigner, Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Ein weiteres Zertifikat ging an das ebenfalls von LZ-Catering betriebene Mitarbeiterrestaurant von Lufthansa Technik in Norderstedt.

Fakten 2009 und Ausblick 2010 (beispielhafte Auswahl)

Bereich	Fakten 2009	Ausblick 2010
Ausbildung	Ausbildungen trotz angespannter wirtschaftlicher Lage fortgeführt, duale Studiengänge an weiteren Standorten implementiert. Neue Ausbildungsplätze angeboten. Aufgrund des krisenbedingt nicht umgesetzten Wachstumsplans wenig externe Einstellungen bei operativen Berufen (vor allem Fluggastdienste und Flugbegleiter) vom externen Markt. Im Jahr 2009 haben 400 Bodenmitarbeiter (Check-in) in die Kabine gewechselt.	Ausbildungsplätze auch im Jahr 2010 trotz Krise anbieten. Ausbildungsangebote den aktuellen Anforderungen gemäß weiterentwickeln. Neuzugänge bei Flugbegleitern wahrscheinlich, um A380 zu bereedern.
Weiterbildung	Weiterbildungsangebot auf hohem Niveau aufrechterhalten.	Veränderung der Industrie in Weiterbildung thematisieren. Weitere Integration der Mitarbeiter der Verbundpartner in LHSB-Programme. Optimierung der Curricula.
Employability	Unternehmenskultur des lebenslangen Lernens weiter verankert.	Ausbau der Angebote bei offenen Programmen. Stärkung weiterer Lernplattformen.
Arbeits- und Gesundheitsschutz	M.O.B.I.L.I.S. eingeführt, Gesundheitswochen durchgeführt, Sportvereine unterstützt. Arbeitsschutz auf hohem Niveau erhalten und weiterentwickelt.	Awareness für Eigenverantwortung bei Mitarbeitern steigern. Gesundheitsprogramme durchführen. Arbeitsschutz beibehalten.
Demografischer Wandel	Gesundheit als Schwerpunktthema in Weiterbildung durchgeführt. Konzerngesellschaften setzen geschäftsfeldspezifisch Maßnahmen um.	Weiter begleiten.
Diversity	Integrationstag für Jugendliche mit Behinderung durchgeführt. Anteil von Frauen in Führungspositionen wieder leicht gestiegen. Weitere Betreuungsinfrastruktur für Mitarbeiterkinder angeboten.	Mehr Frauen in Führungspositionen bringen. Altersneutralität weiter entwickeln. Interkulturelle Kompetenzen weiter steigern. Verständnis für kulturelle Unterschiede der neuen Verbund-Airlines steigern.
Dialog mit Mitarbeitern	Mitarbeiter-Dialoge (Town Meetings etc.) durchgeführt. Employee-Feedback-Management-Ergebnisse partiell umgesetzt.	Ausbau der Netzwerk- und Dialogplattformen. Mitarbeiter-Dialoge werden verstärkt stattfinden. Proaktive Kommunikation.
Dialog mit Sozialpartnern	Lokaler und globaler Sozialpartner-Dialog zur Steigerung des Verständnisses der jeweiligen Positionen fortgeführt. Nicht nur auf EU-Ebene, weltweit in ca. 75 Ländern (u. a. in Nigeria, Ghana, Äthiopien, Mexiko, Asien).	Fortführung des sozialpartnerschaftlichen Dialogs. Wettbewerbsinduzierte Verteilungskonflikte durch intensiven Dialog und konstruktive Lösungsansätze entschärfen. Reibungslose Wahlen zu den Mitarbeitervertretungen in Deutschland sichern; Arbeitsfähigkeit und Qualifikation der neuen Arbeitnehmervertreter fördern. Betriebliche Veränderungsnotwendigkeiten gemeinsam und sozial ausgewogen gestalten.

Umwelt

Alternative Kraftstoffe

Kerosin und Emissionen

Umweltmanagement

Energie-Monitoring

Umweltziele

Strategisches Umweltprogramm

Treibstoffeffizienz

4-Säulen-Strategie

Klimaforschung

Forschung und Entwicklung

Emissionshandel

Ökoeffizienz

Kerosin und Emissionen

Luftfahrt nimmt Kurs auf CO₂-neutrales Wachstum

Beim Sparen von Kerosin und Vermeiden von Emissionen hat die Luftfahrtindustrie in den vergangenen 40 Jahren schon viel erreicht. Zudem setzte sich die Branche im Juni 2009 weitere ambitionierte Ziele und beschloss eine Strategie für ein künftiges CO₂-neutrales Wachstum. Auch der Lufthansa-Konzern arbeitet stetig daran, die Umweltverträglichkeit seiner Passagier- und Frachtflüge nachhaltig zu verbessern und sämtliche Einsparpotenziale im Kerosinverbrauch auszuschöpfen.

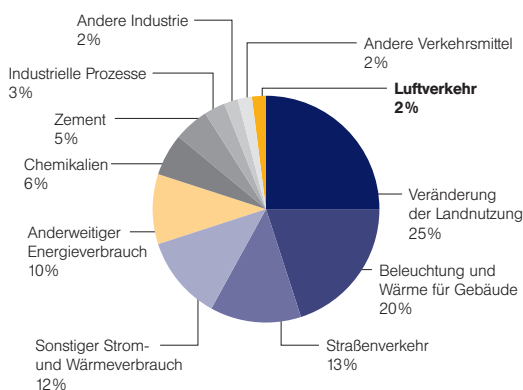
Seit dem Jahr 1970 hat die Luftfahrtindustrie mit Hilfe technischer Neuerungen den Kerosinverbrauch und damit die CO₂-Emissionen pro Passagier und Kilometer bereits um rund 70 Prozent gesenkt. Verbrauchten die Flugzeuge in den 1970er-Jahren im Schnitt noch zwölf Liter, um einen Passagier 100 Kilometer weit zu fliegen, benötigt ein Lufthansa-Langstreckenflugzeug heutzutage durchschnittlich nur noch rund 3,7 Liter pro Fluggast. Zugleich hat die Branche ihre Transportleistung und den Treibstoffverbrauch voneinander entkoppelt (siehe Grafik auf Seite 51). Heute trägt der weltweite Luftverkehr rund zwei Prozent zu den vom Menschen verursachten globalen CO₂-Emissionen bei.

Die Luftfahrt – weltweiter Vorreiter bei Treibstoffeffizienz

Derzeit spürt die Luftverkehrsindustrie die Auswirkungen der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise deutlich. Die International Air Transport Association (IATA) schätzt die Verluste der Fluglinien im Jahr 2009 auf rund 9,4 Milliarden US-Dollar und erwartet ein weiteres Minus von rund 2,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2010. Dennoch sind Experten überzeugt, dass die Luftfahrt eine Wachstumsbranche bleibt. Und trotz der aktuell schwierigen Zeiten setzen die in der IATA zusammengeschlossenen Unternehmen weiter auf Nachhaltigkeit: Alle 230 Fluggesellschaften des Luftfahrtverbandes verabschiedeten im Juni 2009 ein Grundsatz-

Globale CO₂-Emissionen nach Bereichen

Angaben in Prozent (Quelle: IPCC/WRI 2007)



Lufthansa-Konzern: strategisches Umweltprogramm

Unser Ziel: bis zum Jahr 2020 den spezifischen CO₂-Ausstoß unserer Flugzeuge um 25 Prozent gegenüber 2006 zu reduzieren.

Zudem wollen wir bis zum Jahr 2020 dem herkömmlichen Kerosin einen synthetischen Kraftstoffanteil auf Basis von Biomasse von fünf bis zehn Prozent beimischen.

Die ausführliche Darstellung des strategischen Umweltprogramms finden Sie im Internet unter:

→ www.lufthansa.com/verantwortung

Darüber hinaus unterstützen wir die Klimaschutzziele des internationalen Luftfahrtverbandes IATA:

- Durchschnittliche Verbesserung der Treibstoffeffizienz um 1,5 Prozent pro Jahr bis 2020
- CO₂-neutrales Wachstum ab 2020
- Verringerung der CO₂-Emissionen um 50 Prozent bis 2050 im Vergleich zu 2005

papier für eine deutliche Reduzierung der CO₂-Emissionen. Die internationalen Dachverbände der Flughäfen (ACI), der Flugsicherungsdienste (CANSO) und der Flugzeughersteller (ICCAIA) unterstützen dieses ambitionierte Konzept. „Der Luftverkehr ist die erste weltweit operierende Branche, die solch einen umfassenden und globalen Ansatz vorgelegt hat“, hebt Thomas Kropp, Leiter Konzernpolitik bei Lufthansa, hervor. So hat sich die Branche zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 die Treibstoffeffizienz im Schnitt um 1,5 Prozent¹ pro Jahr zu verbessern. Danach soll das weitere Wachstum der Branche CO₂-neutral erfolgen, was bedeutet, dass die Emissionen selbst bei zunehmendem Verkehrsaufkommen nicht mehr steigen werden. Darüber hinaus strebt der Luftfahrtverband an, den CO₂-Ausstoß aus fossilen Kraftstoffen bis zum Jahr 2050 um 50 Prozent¹ im Vergleich zu den Emissionen des Jahres 2005 zu reduzieren. Lufthansa unterstützt die IATA-Klimaschutzziele nicht nur, sondern hat auch aktiv an der Erarbeitung dieser Strategie mitgewirkt.

Um das klimaneutrale Wachstum ab dem Jahr 2020 zu realisieren, baut die Luftverkehrsindustrie auf ihre etablierte Vier-Säulen-Klimaschutzstrategie. Die IATA-Fluggesellschaften werden dafür voraussichtlich bis zu 1,6 Billionen US-Dollar¹ investieren, wovon bis 2020 allein 1,5 Billionen US-Dollar¹ in den Kauf neuer Flugzeuge fließen sollen. Auf diese Weise lassen sich die CO₂-Emissionen im Vergleich zu einem Szenario ohne Flottenenerneuerung um 21 Prozent¹ reduzieren. Weiteres Einsparpotenzial eröffnen Maßnahmen in den Bereichen operative Praxis, Infrastruktur und Technologie sowie der Einsatz alternativer Kraftstoffe. Sollten diese Aktivitäten nicht ausreichen,

„Aus unseren Umweltsätzen haben wir eine international anerkannte Vier-Säulen-Klimaschutzstrategie für den Luftverkehr entwickelt.“



Dr. Karlheinz Haag
Leiter Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa

ist als weitere Maßnahme der Einsatz von ökonomischen Instrumenten vorgesehen, beispielsweise die Einführung eines globalen Emissionshandels im Luftverkehr. Die Luftverkehrsindustrie ist sich darüber im Klaren, dass ein systematisches Zusammenspiel von Fluggesellschaften, Flughäfen, Herstellern, Flugsicherungsdiensten und Politik notwendig ist, um diese Maßnahmen umzusetzen und die ambitionierten Ziele zu erreichen. Lufthansa ist bereit, ihren Beitrag zu leisten.

Lufthansa: 25 Prozent weniger spezifische CO₂-Emissionen bis 2020

Lufthansa hat sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 den spezifischen CO₂-Ausstoß ihrer Flugzeuge um 25 Prozent verglichen mit 2006 zu reduzieren. Dies ist nur ein Aspekt des Anfang 2008 vorgestellten strategischen Umweltprogramms, das den grundlegenden Rahmen für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung vorgibt. „Wir stellen uns unserer Verantwortung und arbeiten an einer kontinuierlichen Verringerung der Treibhausgasemissionen. Aus unseren Umweltsätzen haben wir eine international anerkannte Vier-Säulen-Klimaschutzstrategie für den Luftverkehr entwickelt“, erläutert Dr. Karlheinz Haag, Leiter Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa. Dieser Ansatz umfasst die gesamte Bandbreite umsetzbarer Klimaschutzmaßnahmen und ist integraler Bestandteil des Tagesgeschäfts.

¹ Vgl. IATA: „Aviation and Climate Change – Pathway to carbon-neutral growth in 2020“, Juli 2009, Seite 2.

1 Technischer Fortschritt

- Neuerungen bei Flugzeug- und Triebwerkstechnologien.
- Alternative Treibstoffe.

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 global angelegter Emissionshandel als Ergänzung zu den drei anderen Säulen.

Vier Säulen für den Klimaschutz

So befindet sich der Lufthansa-Konzern zurzeit im größten Flottenerneuerungsprogramm seiner Geschichte. Von 2010 bis 2016 werden 146 neue Flugzeuge mit einem Listenwert von mehr als 13 Milliarden Euro in Betrieb genommen. Bereits im Jahr 2009 ersetzen bei Lufthansa 50 neue, treibstoffeffizientere Flugzeuge ältere Modelle. Außerdem forciert der Konzern seine Aktivitäten im Bereich alternative Treibstoffe und hat die Initiative „Fuel Efficiency Leadership“ ins Leben gerufen. Denn im Sparen von Kerosin verbinden sich für Lufthansa ökonomische Notwendigkeiten und positive ökologische Effekte in idealer Weise. „Der größte Hebel zur Emissionsminderung ist für uns der Einsatz neuer Technologien, seien es sparsame Flugzeuge wie die A380, emissionsarme Triebwerke oder nachhaltige alternative Treibstoffe“, betont Haag.

Spezifischer Kerosinverbrauch sinkt auf 4,30 Liter pro 100 Passagierkilometer

Im Jahr 2009 ist der spezifische Kerosinverbrauch im Lufthansa-Konzern auf 4,30 Liter Kerosin pro 100 Passagierkilometer gesunken. Das ist der niedrigste Wert in der Geschichte des Unternehmens. Ein Jahr zuvor lag er noch bei 4,34 Liter Kerosin pro Passagier und 100 Kilometer. In der Übersicht auf Seite 49 sind die spezifischen Verbrauchswerte der Fluggesellschaften Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines und bmi separat ausgewiesen.

Treibstoffverbrauch¹

2009 (Angaben in Tonnen)

	Passagiere	Fracht	Gesamt	Anteil
reguläre Flüge^{2,3}				
Lufthansa	4.471.488	1.613.822	6.085.310	(77,4%)
SWISS	859.263	294.907	1.154.170	(14,7%)
Austrian Airlines	186.575	31.408	217.983	(2,8%)
bmi	206.874	16.371	223.245	(2,8%)
Dritte ⁴	108.470	58.151	166.621	(2,1%)
			7.680.708	(97,7%)
sonstige Flüge⁵			11.612	(0,1%)
alle Flüge			7.858.941	(100,0%)

Emissionen^{3,6}

2009 (Angaben in Tonnen)

	Passagiere	± Vj.	Fracht	± Vj.	Gesamt	± Vj.
CO₂	18.031.228	(+3,8%)	6.163.001	(-9,4%)	24.194.229	(+0,1%)
NO_x	83.216	(+3,6%)	29.428	(-9,4%)	112.645	(-0,1%)
CO	14.119	(+5,0%)	3.257	(-10,7%)	17.376	(+1,7%)
UHC	1.516	(-0,2%)	466	(-15,1%)	1.982	(-4,2%)

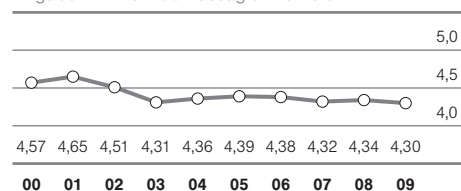
Anteile Dritter⁴

2009

Flüge		3,1%
Passagiere		2,2%
Erbrachte Tonnenkilometer, TKT⁷	tkm	1,6%
Treibstoffverbrauch	Tonnen	2,1%
Kohlendioxidemissionen	Tonnen	2,1%

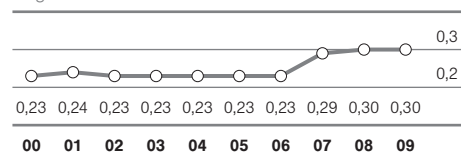
Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung

Angaben in Liter/100 Passagierkilometer



Spezifischer Treibstoffverbrauch Frachttransport⁸

Angaben in Liter/Tonnenkilometer



- 1 Tatsächlicher Treibstoffverbrauch in Tonnen aus dem Flugbetrieb auf Basis aller Flugereignisse. 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 2009 sind folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa Passage Airlines (Lufthansa Passage Airline, Lufthansa Italia und Lufthansa Regional: Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Lufthansa Cargo, SWISS, Austrian Airlines (ab September 2009) und bmi (ab Juli 2009). Exklusive der Dienste von Dritten, da auf deren Performance und eingesetztes Gerät kein Einfluss genommen werden kann.
- 4 Beinhaltet Flüge mit nicht zum Konzern gehörenden Fluggesellschaften, die kurzfristig Dienste im Auftrag von Lufthansa übernehmen, z.B. 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 auch „Über diesen Bericht -> Berechnungsmethodik“, Seite 5.
- 7 Ohne Road Feeder Service und ercharterte Teilkapazitäten der Lufthansa Cargo, da für diese Leistungen keine Treibstoffverbräuche und Emissionen vorliegen.
- 8 Auf Basis von Frachttonnenkilometern transportiert (FTKT), sowohl auf Fracht- wie auch auf Passagiermaschinen.

Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung

2009

Durchschnittlicher spezifischer Treibstoffverbrauch in l/100 pkm (Kreismitte) sowie die Anteile der verschiedenen Verkehrsgebiete (Kreissegmente) am gesamten Passagiertreibstoffverbrauch der aktiven Flotte 2009.

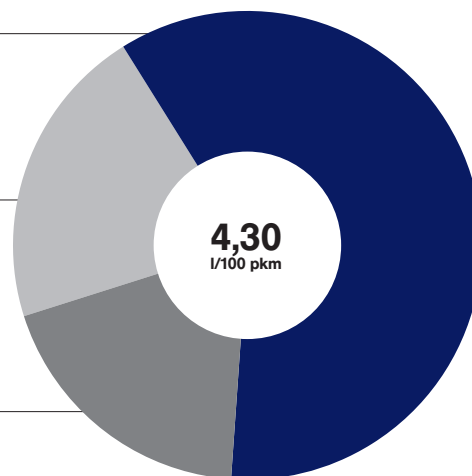
Definition der Verkehrsgebiete:
Langstrecke über 2.500 km
Mittelstrecke 800 bis 2.500 km
Kurzstrecke unter 800 km

Konzernflotte

Langstrecke (60%)
3,69 l/100 pkm

Mittelstrecke (21%)
4,68 l/100 pkm

Kurzstrecke (19%)
7,70 l/100 pkm

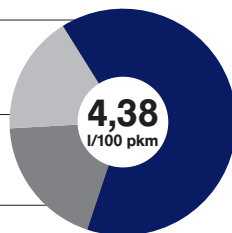


Lufthansa Passage Airlines

Langstrecke (64%)
3,78 l/100 pkm

Mittelstrecke (17%)
4,89 l/100 pkm

Kurzstrecke (19%)
7,73 l/100 pkm

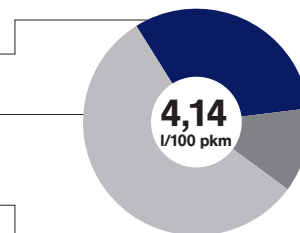


Austrian Airlines

Langstrecke (32%)
2,77 l/100 pkm

Mittelstrecke (56%)
5,11 l/100 pkm

Kurzstrecke (12%)
7,05 l/100 pkm

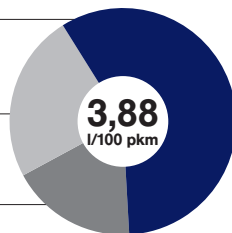


SWISS

Langstrecke (58%)
3,33 l/100 pkm

Mittelstrecke (24%)
4,05 l/100 pkm

Kurzstrecke (17%)
7,88 l/100 pkm

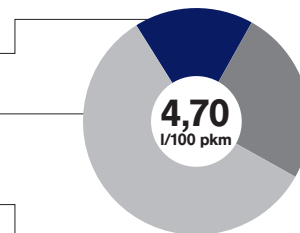


bmi

Langstrecke (17%)
3,85 l/100 pkm

Mittelstrecke (58%)
4,34 l/100 pkm

Kurzstrecke (25%)
7,14 l/100 pkm



Spezifische CO₂-Emissionen Passagierbeförderung

Aktive Flotte im Jahr 2009; Angaben in kg/100 pkm

	Konzernflotte	Lufthansa Passage Airlines	SWISS	Austrian Airlines	bmi
■ Langstrecke	9,29	9,53	8,39	6,99	9,71
■ Mittelstrecke	11,78	12,31	10,20	12,88	10,94
■ Kurzstrecke	19,41	19,47	19,86	17,76	18,00
Gesamtdurchschnitt	10,84	11,04	9,78	10,44	11,83

Der absolute Kerosinverbrauch der regulären Flüge, also der Linien- und Charterflüge, ist leicht von 7,67 Millionen auf 7,68 Millionen Tonnen gestiegen (siehe Übersicht auf Seite 48). Dies ist vornehmlich eine Folge des konsolidierungsbedingten Wachstums in den Transportleistungen (neue Konzerngesellschaften bmi und Austrian Airlines).

Die Lufthansa Passage Airlines, SWISS und Lufthansa Cargo verzeichneten im Jahr 2009 dagegen einen geringeren absoluten Treibstoffverbrauch, was nicht nur in der geringeren Transportleistung infolge der Wirtschaftskrise begründet liegt. Zu diesem Ergebnis haben auch nachhaltige Faktoren beigetragen wie die kontinuierliche Modernisierung der Flotte und Maßnahmen zum Einsparen von Kerosin, beispielsweise Gewichtss-

reduzierungen, die Verbesserung der Auslastung, das Fliegen mit variablen Geschwindigkeiten und die Nutzung optimierter Flugrouten (siehe Seite 54–55). Diesbezügliche Anstrengungen bündelt der Lufthansa-Konzern im Rahmen der neuen Initiative „Fuel Efficiency Leadership“ und treibt sie so weiter voran (vgl. Beitrag „Bei Treibstoffeffizienz auf dem Weg an die Spitze“ auf Seite 51).

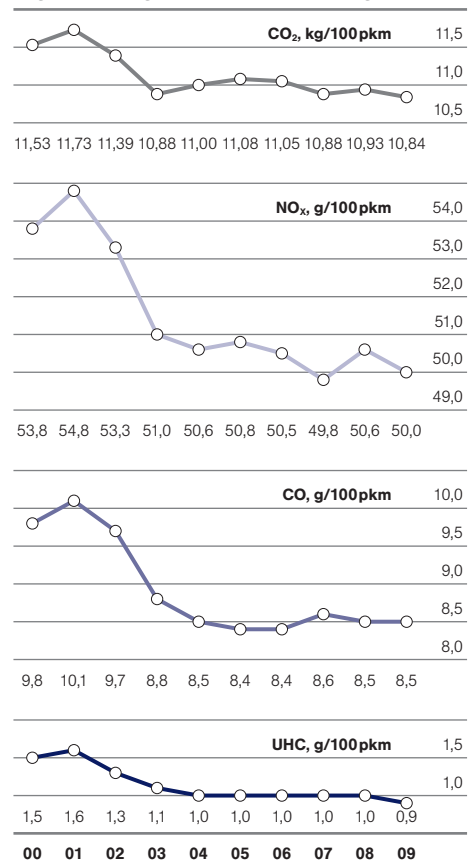
In den vergangenen Jahren konnte der Konzern seine Transportleistung von den Umwelteffekten kontinuierlich entkoppeln. Zwischen 1991 bis 2008 erhöhte sich die Transportleistung um 257 Prozent, während Kerosinverbrauch und CO₂-Emissionen nur um 145 Prozent wuchsen. Das Wachstum des Treibstoffverbrauchs gegenüber 1991 blieb im Berichtsjahr 2009 konstant bei 145 Prozent, während sich die Steigerungsrate der Transportleistung auf 252 Prozent leicht reduzierte. Dieser Effekt wurde in erster Linie durch die anhaltende Wirtschaftskrise und die Konsolidierung der neuen Tochtergesellschaften beeinflusst.

Wichtiger Schritt in Richtung Single European Sky

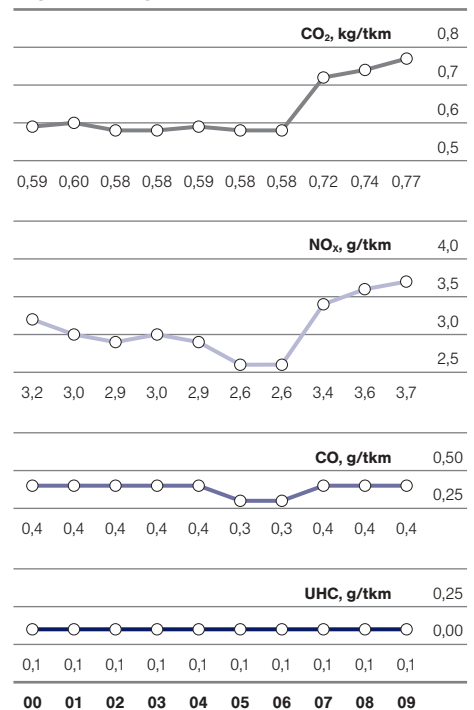
Lufthansa stellt sich ihrer Verantwortung und arbeitet kontinuierlich daran, ihren Kerosinverbrauch und ihre Treibhausgasemissionen zu verringern. Zusätzlich dazu eröffnen Infrastrukturverbesserungen am Boden und in der Luft ein erhebliches CO₂-Einsparpotenzial. Bundesregierung und Bundesrat haben im Jahr 2009 die Flugsicherung in Deutschland neu geregelt und damit die Voraussetzungen für einen einheitlichen europäischen Luftraum geschaffen. Zuvor hatte sich bereits das Europäische Parlament für die schnelle Einführung des Single European Sky (SES) ausgesprochen. Mit einer gemeinsamen Überwachung des bislang zersplitterten Luftraums lassen sich die Emissionen im Luftverkehr um bis zu zwölf Prozent reduzieren.

Ebenso wichtig wie die Maßnahmen in der Luft ist ein bedarfsgerechter Ausbau der Flughafenkapazitäten. So ist der Flughafen Frankfurt eines der wichtigsten Drehkreuze in Europa. Durch den Bau der neuen Landebahn Nordwest werden sich künftig zahlreiche, kerosinintensive Warteschleifen vermeiden lassen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang eine koordinierte Flughafenplanung, die die nachfragestarken Standorte stärkt und Wildwuchs verhindert. Denn nach wie vor werden Kleinflughäfen fernab der Verkehrsströme künstlich am Leben erhalten, was zulasten

Spezifische Emissionen Passagierbeförderung
Angaben in Kilogramm, Gramm/100 Passagierkilometer



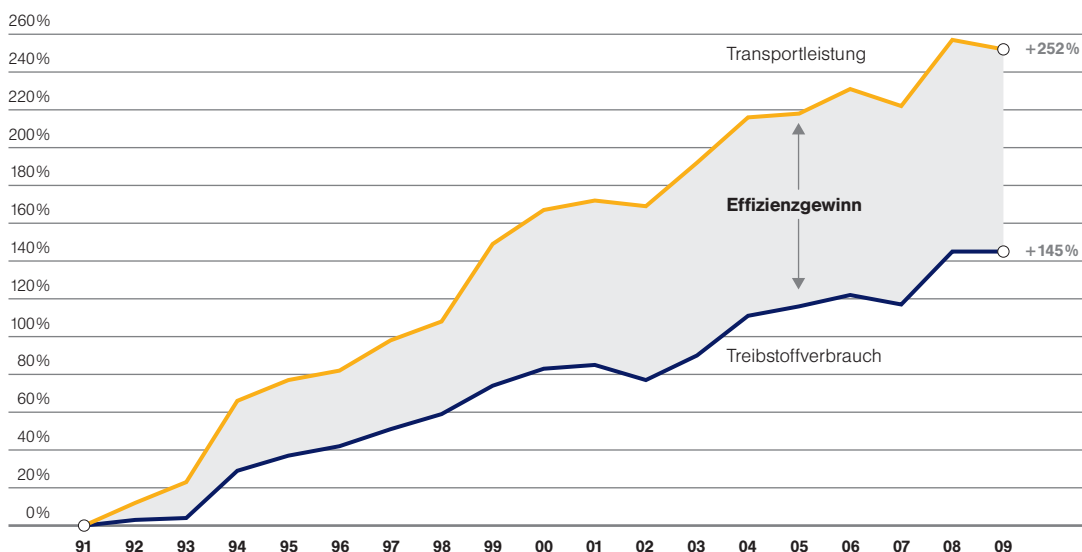
Spezifische Emissionen Frachttransport¹
Angaben in Kilogramm, Gramm/Tonnenkilometer



¹ Auf Basis von Frachttonnenkilometern transportiert (FTKT), sowohl auf Fracht- wie auch auf Passagiermaschinen.

Entkopplung von Transportleistung und Treibstoffverbrauch

Veränderung gegenüber 1991 in Prozent, Angaben für die Flotte des Lufthansa-Konzerns



einer leistungsstarken und effizienten Flughafeninfrastruktur geht – und damit auch auf Kosten der Nachhaltigkeit.

Fuel Dumps: Sicherheit steht an erster Stelle

Um die Sicherheit von Besatzung und Passagieren nicht zu gefährden, lassen sich Fuel Dumps in Ausnahmefällen nicht vermeiden. Sie kommen bei Lufthansa aufgrund der hohen technischen Wartungsstandards der Flugzeuge außerordentlich selten vor, doch keine Fluggesellschaft der Welt ist vor ihnen gefeit. Sind Piloten gezwungen, einen Flug aus technischen oder medizinischen Gründen vorzeitig abzubrechen, müssen sie die

Treibstofftanks so weit entleeren, bis das höchste zulässige Landegewicht des Flugzeugs erreicht ist. Fuel Dumps betreffen nur Langstreckenflüge, Kurz- und Mittelstreckenflugzeuge können auch voll beladen und betankt landen.

Fuel Dumps 2009		Veränderung gegenüber 2008
Ereignisse, gesamt	27	-4
Menge, gesamt	716 Tonnen	-26,6%
Medizinische Gründe	17	+5
Technische Gründe	9	-9
Andere Gründe	1	±0

Bei Treibstoffeffizienz auf dem Weg an die Spitze

Beim Sparen von Kerosin zählt für Lufthansa jeder Tropfen – und jedes Kilogramm. Denn jedes Kilogramm weniger an Bord verringert den Treibstoffverbrauch und damit auch die CO₂-Emissionen. Daher arbeitet Lufthansa stets daran, das Gewicht ihrer Flugzeuge zu reduzieren, beispiels-

weise durch den Einbau leichterer Sitze, den Einsatz leichterer Öfen in den Bordküchen oder die Einführung des „Electronic Flight Bag“, das einen wichtigen Schritt in Richtung papierloses Cockpit darstellt.

Doch das Kerosinsparen ist für den Luftfahrtkonzern nicht nur eine ökologische Notwendigkeit, sondern auch eine ökonomische – wie der Blick auf die Kostenseite zeigt: Treibstoff stellt aktuell mit rund 14,7 Prozent der betrieblichen Aufwendungen für den Lufthansa-Konzern einen wesentlichen Kostenfaktor dar. Hinzu kommt, dass der Ölpreis aufgrund vieler Einflussfaktoren stark schwankt und langfristig steigen wird, da der weltweit begehrte Rohstoff sich immer mehr verknappt.

Lufthansa hat daher im Herbst 2008 im Rahmen der Konzerninitiative „Upgrade to Industry Leadership“ das Projekt „Fuel Efficiency Leadership“ initiiert. An dem geschäftsfeldübergreifenden Projekt beteiligen sich sämtliche Konzernfluggesellschaften. Hinzu kommen Mitarbeiter aus zahlreichen anderen Bereichen, etwa der Umweltpolitik der Lufthansa Technik, der Flottenstrategie und dem Treibstoffeinkauf sowie Flugplanungsexperten und Piloten.

Ziel des Projekts ist es, den Treibstoffverbrauch nachhaltig zu reduzieren und den Lufthansa-Konzern in puncto spezifischer Kerosinverbrauch dauerhaft in eine Spitzenposition innerhalb der Branche zu bringen. Dazu hat das Projektteam einen strukturellen Rahmen geschaffen, Synergiepotenziale im Verbund ausgemacht und das



Regelmäßige „Fueldays“ bieten Gelegenheit zum Know-how-Transfer zwischen den Experten der einzelnen Bereiche und Gesellschaften des Konzerns.

Kompetenznetzwerk Treibstoff weiterentwickelt, in dem Experten aus dem gesamten Konzern zusammenarbeiten. „Anfangen von den Flugwegoptimierungssystemen bei der Lufthansa Systems über das Catering der LSG bis hin zur Triebwerkswäsche der Lufthansa Technik – viele Bereiche im Lufthansa-Konzern tragen dazu bei, den Treibstoffverbrauch weiter zu reduzieren“, erläutert Monika Wiederhold, Leiterin der Initiative.

Konzernweiter Wissensaustausch

Im Rahmen von „Fuel Efficiency Leadership“ erfolgt ein umfassender Know-how-Transfer zwischen den einzelnen Gesellschaften und die gemeinsame Entwicklung von weiteren Sparmaßnahmen. Im Jahr 2009 haben die Fachleute ein Steuerungssystem auf Basis von Kennzahlen (Key Performance Indicators, KPI) konzipiert, um die Sparaktivitäten zu analysieren und eine Vergleichbarkeit zwischen den einzelnen Konzerngesellschaften zu ermöglichen.

An drei „Fueldays“ hatten die Beteiligten Gelegenheit, ihr Fachwissen im Bereich Treibstoff persönlich auszutauschen. Zusätzlich konnten sie wichtige Details innerhalb themenspezifischer Workshops vertiefen. Rund 90 Treibstoffexperten nutzen seit 2009 zudem regelmäßig die interne Web-2.0-Plattform „eTeaming“, um sich mit den Fachkollegen abzustimmen. Die Kommunikationsplattform dient auch als zentraler Wissensspeicher.

Bei der Treibstoffeffizienz spielen vier Bereiche eine wichtige Rolle: Kerosin lässt sich vor allem durch ein geringeres Gewicht des Fluggeräts sparen, durch effektivere Prozesse am Boden, technische Verbesserungen sowie optimierte Flugver-

fahren und Luftraummanagement. „Wir arbeiten mit einer Vielzahl von Projekten innerhalb der Fluggesellschaften an allen vier Hebeln mit Hochdruck. Dies ist notwendig, um unser ehrgeiziges Ziel zu erreichen, den spezifischen CO₂-Ausstoß bis 2020 um 25 Prozent gegenüber 2006 zu reduzieren“, sagt Wiederhold. Zusätzlich dazu sind weitere Aktivitäten erforderlich, auf die Lufthansa nur einen indirekten Einfluss hat, allen voran der Single European Sky, der einheitliche europäische Luftraum.

Seit dem erfolgreichen Abschluss der Konzerninitiative „Upgrade to Industry Leadership“ zum 15. Februar 2010 wird das Projekt „Fuel Efficiency Leadership“ auf Konzernebene von der Konzernstrategie und der Abteilung Umweltkonzepte fortgeführt. Vornehmliche Aufgabe im Jahr 2010 ist es, die Kennzahlenmethodik zur Analyse der Kerosinsparmaßnahmen Schritt für Schritt zu implementieren. „Entscheidend ist dabei, dass die innerhalb der jeweiligen Fluggesellschaften begonnenen Kampagnen zum Einsparen von Kerosin weiter umgesetzt werden“, betont Dr. Karlheinz Haag, Leiter Umweltkonzepte Konzern. Beispielsweise verfolgen die Lufthansa Passage Airlines aktuell 56 neue Maßnahmen, um den Treibstoffverbrauch zu reduzieren. Dazu gehören unter anderem die exakte Vorabermittlung der jeweils schnellsten Flugroute samt präziser Treibstoffberechnungen sowie beispielsweise eine optimierte Frischwasserbetankung, die mehr als 8.000 Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr vermeidet.

Alternative Kraftstoffe erschließen

Lufthansa misst dem Thema alternative Treibstoffe eine hohe Bedeutung bei: Der Konzern hat sich zum Ziel gesetzt, dem herkömmlichen Kerosin bis zum Jahr 2020 einen synthetisch erzeugten Kraftstoffanteil aus nachwachsenden Rohstoffen von fünf bis zehn Prozent beizumischen. Doch bevor ein alternativer Treibstoff zum Einsatz kommen kann, muss sichergestellt sein, dass er sich für den Luftverkehr eignet und in ausreichenden Mengen verfügbar ist. Weitere Voraussetzung ist ein akzeptabler Preis. Lufthansa legt auch großen Wert darauf, dass der alternative Kraftstoff nicht in Konkurrenz zur Lebensmittelproduktion steht und ein nachgewiesener Nutzen für die Umwelt besteht.

Vom heutigen Stand aus gesehen ist ein synthetischer Kraftstoff aus Biomasse weiterhin die beste Alternative. „Mit alternativen Kraftstoffen lassen sich drei Ziele verfolgen: Sie sichern die Versorgung, schaffen Preisstabilität und tragen zum Klimaschutz bei. Synthetische Kraftstoffe aus Biomasse sind besonders attraktiv, da sie einen Beitrag zu allen drei Zielen gleichzeitig liefern“, erläutert Dr. Karlheinz Haag, Leiter Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa. Denn Treibstoffe, die aus pflanzlichen Rohstoffen gewonnen werden, verursachen bei der Verbrennung zwar auch CO₂-Emissionen, aber nur die Menge, die die Pflanzen zuvor für ihr Wachstum nutzten – es bleibt ein geschlossener ökologischer Kreislauf. Als Hoffnungsträger gelten Algen und sogenannte Energiegewächse wie Jatropha, die nicht als Nahrungs- oder Futtermittel verwendet werden. „Das Thema Algen ist langfristig ausgelegt und steht heute erst am Anfang der Entwicklung. In den nächsten zehn Jahren sind keine nennenswerten Mengen an Kraftstoff aus diesem Rohstoff zu erwarten“, sagt Dr. Andreas Waibel, Manager Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa.

Lufthansa weitet Aktivitäten aus

Im Jahr 2009 hat Lufthansa ihre Aktivitäten im Bereich alternative Kraftstoffe deutlich ausgeweitet. So ist sie der Sustainable Aviation Fuel Users Group beigetreten, in der Fluggesellschaften, Flugzeugproduzenten und Unternehmen für Raffinerietechnologie gemeinsam daran arbeiten, nachhaltige Treibstoffe für die Luftfahrtindustrie zu entwickeln. Zudem wurde die Mitgliedschaft in der EABA beantragt, der European Algae Biomass Association. Der branchenübergreifende Verband

„Verfügbarkeit und Wirtschaftlichkeit umweltfreundlicher Kraftstoffe sind wichtige Voraussetzungen für den Umstieg auf erneuerbare Energieträger im Luftverkehr.“

Joachim Buse
Leiter Projekt Aviation Biofuel bei Lufthansa



konzentriert sich darauf, die Energiegewinnung auf Basis von Biomasse aus Algen voranzutreiben. Unternehmensintern hat Lufthansa außerdem die Projektorganisation Aviation Biofuel ins Leben gerufen, an deren Spitze Joachim Buse steht. „Verfügbarkeit und Wirtschaftlichkeit umweltfreundlicher Kraftstoffe sind wichtige Voraussetzungen für den Umstieg auf erneuerbare Energieträger im Luftverkehr“, betont Buse. Das Projekt soll die frühzeitige Einflussnahme auf Rohstoffverfügbarkeit sowie Produktions- und Logistikprozesse alternativer Kraftstoffe sicherstellen, um langfristig in den sich bildenden Märkten die Interessen des Luftverkehrs wahrzunehmen und um die optimale Beschaffungsstrategie für Lufthansa zu entwickeln. Die neue Projektorganisation gehört zur Konzernstrategie; somit ist das Thema direkt dem Konzernvorstand unterstellt.

Sustainable Aviation Fuel Users Group

Die in der Sustainable Aviation Fuel Users Group (SAFUG) zusammengeschlossenen Fluggesellschaften, Flugzeugproduzenten und Unternehmen für Raffinerietechnologie haben sich zum Ziel gesetzt, die Entwicklung und Kommerzialisierung von nachhaltigen Treibstoffen für die Luftfahrtindustrie zu beschleunigen. Diese alternativen Kraftstoffe müssen mindestens so leistungsfähig sein wie Kerosin, jedoch einen geringeren CO₂-Ausstoß aufweisen und auf erneuerbaren Energiequellen basieren. Unterstützt wurde die Gründung der Gruppe im September 2008 von weltweit führenden Umweltorganisationen wie dem Natural Resources Defense Council und dem Roundtable for Sustainable Biofuels (RSB). Neben Lufthansa gehören unter anderem Fluggesellschaften wie Air France/KLM, British Airways, Japan Airlines und SAS der SAFUG an. Hinzu kommen Boeing und der Raffinerietechnologiespezialist UOP.

→ www.safug.org

European Algae Biomass Association

Die European Algae Biomass Association (EABA) fördert den Austausch und die Kooperation bei der Produktion und dem Einsatz von Biomasse aus Algen. Sie zielt darauf, Wissenschaft und Industrie zusammenzubringen, um Forschung, Technologien und industrielle Kapazitäten beim Thema Biomasse aus Algen voranzutreiben. Auch gilt es, die Interessen der Verbandsmitglieder gegenüber den Behörden in den einzelnen Staaten und Institutionen wie der EU zu vertreten. Zu den rund 70 EABA-Mitgliedern zählen Industrieunternehmen, Forschungszentren und Universitäten.

→ www.eaba-association.eu

Maßnahmen zur Verbesserung der Ökoeffizienz im Lufthansa-Konzern



1 Der Lufthansa-Airbus A380 befördert 40 Prozent mehr Passagiere als eine Boeing 747-400. Die hocheffizienten Triebwerke vom Typ Rolls-Royce Trent 900 führen nicht nur zu geringerem Treibstoffverbrauch, sondern auch zu niedrigeren Geräuschemissionen. Modernste Verbundwerkstoffe machen die A380 deutlich leichter. Weniger Gewicht bedeutet weniger Treibstoffverbrauch.

Im Jahr 2010 plant Lufthansa, die Zusammenarbeit in den internationalen Organisationen weiter auszubauen. Nur wenn Politik, Forschung, Flugzeughersteller, Kraftstoffproduzenten und Airlines an einem Strang ziehen, werden alternative Kraftstoffe für den Luftverkehr langfristig marktfähig.

Emissionshandel – besser global als regional

Die Europäische Union hat Anfang 2009 die Einbindung des Luftverkehrs in den EU-Emissionshandel beschlossen. Damit müssen Fluggesellschaften für alle in der EU startenden und

landenden Flüge ab dem 1. Januar 2012 entsprechende CO₂-Zertifikate vorlegen. Für die Umsetzung in ihrem Land sind jeweils die EU-Mitgliedstaaten verantwortlich. Von ihnen erhalten die Airlines ein zuvor festgelegtes Kontingent an Zertifikaten, deren Gesamtmenge im ersten Jahr 97 Prozent der durchschnittlichen Emissionen der Jahre 2004 bis 2006 entspricht. Für die Zeit von 2013 bis 2020 wird das Niveau auf 95 Prozent sinken. Ab 2012 müssen die Fluggesellschaften zudem jährlich 15 Prozent der zugeteilten Emissionsrechte von den jeweiligen Mitgliedstaaten ersteigern. Das System ist halboffen, das heißt, die Airlines dürfen zwar Zertifikate aus dem gesamten EU-Emissionshandel zukaufen, aber nicht in das



1 Flottenmodernisierung

Zwischen 2010 und 2016 gehen der Konzernflotte 146 moderne, effiziente und umweltschonende Flugzeuge zu. Allein im Jahr 2010 werden 46 Flugzeuge ausgeliefert, darunter vier Airbus A380 (vgl. hierzu auch Seite 24).

2 Gewichtsreduzierung

Umsetzung zahlreicher Maßnahmen zur Gewichts- und damit Treibstoffreduzierung:

- Optimierung der Kabinengestaltung, z.B. leichtere Sitze, Öfen und Bordtrolley,
- Gewichtsreduzierung bei Ladehilfsmitteln, z.B. Lightweight-Container,
- Optimierung der Frischwasser- und Kraftstoffbetankung.

3 Wartung/Triebwerkswäsche

Zum Beispiel Cyclean Engine Wash: innovative, von Lufthansa Technik entwickelte Triebwerkswäsche zur Effizienzsteigerung der Triebwerksleistung. Der Flugzeugmotor wird dank dieses Verfahrens thermisch geringer beansprucht. Aktuell Weiterentwicklung des Verfahrens (vgl. hierzu auch Seite 70).

4 Optimierung der Flugzeugauslastung

Zum Beispiel Anpassung des Fluggeräts an die konkrete Buchungslage, dadurch Verbesserung des spezifischen Treibstoffverbrauchs.

5 Optimierte Flugverfahren

Flugroutenoptimierung, Fliegen mit variablen Geschwindigkeiten.

6 Luftraummanagement und Infrastruktur

Bessere Nutzung der Lufträume und dem Bedarf angepasste Flughafeninfrastrukturen bieten erhebliche Treibstoffeinsparpotenziale.

7 Alternative Kraftstoffe

Bis zum Jahr 2020 wollen wir dem herkömmlichen Kerosin einen synthetisch erzeugten Kraftstoffanteil von bis zu 10 Prozent beimischen (vgl. hierzu auch Seite 53).

8 Lärmreduzierung

Zum Beispiel Einsatz modernen Fluggeräts mit besonders effizienten und geräuscharmen Triebwerken (vgl. hierzu auch Seite 63).

9 Klimaforschung

Als weltweit einzige Fluggesellschaft engagiert sich Lufthansa seit 17 Jahren kontinuierlich in mehreren Klimaforschungsprojekten, so z.B. in der Atmosphäregrundlagenforschung: Ausrüstung eines Lufthansa-Airbus A340-600 mit einer Messsonde und einem Messcontainer (vgl. hierzu auch Seite 66 ff.).

Gesamtsystem verkaufen; dies ist nur innerhalb ihres Sektors, dem Luftverkehr, erlaubt.

Alle Fluggesellschaften des Lufthansa-Konzerns haben fristgerecht zum 31. August 2009 ihre Monitoringkonzepte bei den zuständigen nationalen Behörden eingereicht. Diese Pläne sind die Voraussetzung für die Zuteilung kostenfreier Zertifikate. Dagegen hat die EU-Kommission mehrfach selbst gesetzte Fristen zur Veröffentlichung von weiteren Detailregelungen nicht einhalten können oder nur unvollständige Entwürfe vorgelegt. Darüber hinaus hat es kaum ein EU-Mitgliedstaat geschafft, die EU-Richtlinie wie vorgesehen bis zum 2. Februar 2010 in nationales Recht umzu-

wandeln. In Deutschland wird ein entsprechender Entwurf voraussichtlich erst in der zweiten Jahreshälfte 2010 vorliegen. Die dadurch bedingten Unsicherheiten erschweren den betroffenen Airlines eine verlässliche Zukunftsplanung und erhöhen somit den Aufwand für die Umsetzung auch bei Lufthansa.

Ein auf die EU begrenzter Emissionshandel im Luftverkehr führt nicht zuletzt zu Wettbewerbsverzerrungen, die die europäischen Airlines systematisch benachteiligen. So fallen beispielsweise für Flugverbindungen von den USA nach Asien Abgaben infolge des Emissionshandels an, wenn die Route über eines der europäischen

€ EU-Emissionszertifikate müssen ab 1. Januar 2012 auf diesen Strecken erworben werden.

Kalkulation auf folgender Basis: Flugzeugmuster A340-600, Sitzladefaktor 88 Prozent.

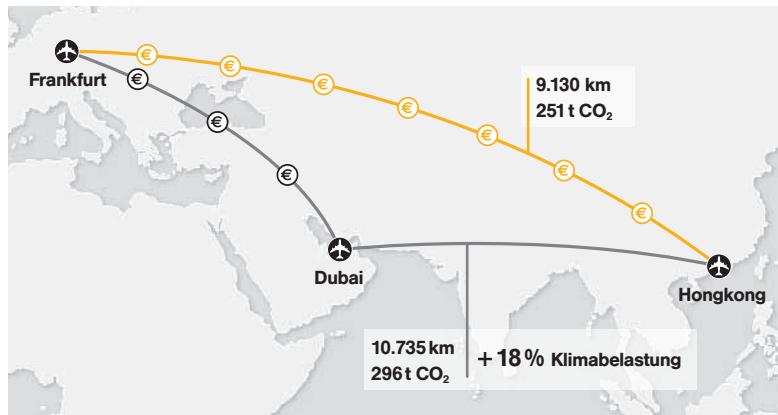
Drehkreuze führt, nicht jedoch, wenn sie über die Flughäfen außerhalb Europas gewählt wird. Lufthansa hofft daher, dass die Bundesregierung sich am Koalitionsvertrag vom Herbst 2009 orientiert, der besagt: „Bei der Einführung des Emissionshandels für den Luftverkehr wollen wir Wettbewerbsneutralität sicherstellen.“

Ein Beispiel: Bei einem Nonstop-Flug von Frankfurt nach Hongkong muss Lufthansa künftig für die gesamte Strecke Zertifikate kaufen, während eine von dort über Dubai nach Hongkong fliegende Golf-Airline nur die Teilstrecke Frankfurt–Dubai abdecken muss. Neben dem Wettbewerbsnachteil droht auf diese Weise ein klimapolitischer Fehlanreiz, denn solche Umsteigeflüge sind häufig länger als Direktverbindungen (siehe Abbildung). Einerseits steigen Treibstoffverbrauch und CO₂-Emissionen. Andererseits verringern einseitige finanzielle Zusatzbelastungen das Kapital, das für wichtige Investitionen in verbrauchsarmes Fluggerät benötigt wird.

Um diese Nachteile auszugleichen, ist die Schaffung eines weltweiten Systems zur Emissionsminderung notwendig; denn der Klimawandel ist ein globales Problem, dem nur mit globalen Lösungen begegnet werden kann. Doch nach der UN-Klimakonferenz in Kopenhagen im Dezember 2009 ist diese Variante, die alle Staaten und Fluggesellschaften in einen Emissionshandel einbezieht, vorerst nicht erkennbar.

Einen Ausweg aus diesem Dilemma eröffnet das von der International Air Transport Association (IATA) entwickelte und von der gesamten globalen Luftverkehrsindustrie unterstützte Konzept eines weltweiten sektoralen Ansatzes zur Emissionsminderung. Dieser Entwurf stellt sicher, dass alle in einem Markt aktiven Fluggesellschaften gleich behandelt und die ambitionierten Ziele der Luftverkehrsindustrie erreicht werden (siehe dazu Beitrag „Luffahrt nimmt Kurs auf CO₂-neutrales Wachstum“ auf Seite 46). Keine andere Branche hat bislang solch einen umfassenden und globalen Ansatz vorgelegt.

Ein wichtiger Punkt in diesem Konzept ist es, dass die Erlöse aus einem Emissionshandel vorrangig dazu dienen, weitere Klimaschutzmaßnahmen im



Luftverkehr zu erforschen und zu entwickeln. Diese zweckorientierte Mittelverwendung zur Verbesserung von Technologien, der Infrastruktur und der Entwicklung von nachhaltigen alternativen Treibstoffen hilft auch, die von der Luftverkehrsbranche erarbeitete Vier-Säulen-Strategie zum Schutz des Klimas umzusetzen.

Programm zur CO₂-Kompensation erweitert

Lufthansa und SWISS bieten ihren Kunden seit Herbst 2009 erweiterte Programme zu freiwilliger CO₂-Kompensation: Dadurch können Fluggäste ihre individuellen, durch einen Flug verursachten CO₂-Emissionen auch mit Prämienmeilen des Vielfliegerprogramms Miles & More ausgleichen. Darüber hinaus haben Lufthansa-Passagiere seit Anfang 2010 die Möglichkeit, ihren freiwilligen CO₂-Ausgleich steuerlich abzusetzen. Dazu stellt die renommierte schweizerische Non-Profit-Stiftung „myclimate – The Climate Protection Partnership“ für Privatpersonen aus Deutschland steuerlich anerkannte Spendenbescheinigungen aus. Lufthansa und SWISS arbeiten beim Angebot der freiwilligen Klimaschutzspende eng mit myclimate zusammen.

Bereits seit September 2007 ermöglichen es die beiden Airlines ihren Passagieren, beim Buchen eines Flugs über → www.lufthansa.com und → www.swiss.com aktiv zum Klimaschutz beizutragen. Im Anschluss an die Buchung kann jeder Fluggast über einen Emissionsrechner seinen tatsächlichen CO₂-Ausstoß für die jeweilige Strecke ermitteln und entsprechend ausgleichen. Die Partnerschaft mit myclimate stellt sicher, dass der gespendete Betrag stets direkt in Klimaschutzprojekte fließt, die höchste Standards erfüllen und neben der CO₂-Reduktion auch einen positiven Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten. Weitere Informationen finden Sie auf der Internetseite.



Die neue Lufthansa-Konzerngesellschaft Austrian Airlines arbeitet bei der Kompensation von CO₂-Emissionen mit der Klimaschutzinitiative Climate Austria zusammen. Das Prinzip ist das gleiche wie bei den anderen beiden Konzerngesellschaften: Die Passagiere können bereits beim Kauf des Flugtickets über einen eigens entwickelten CO₂-Rechner auf der Internetseite → www.aua.com den durch ihre Flugreise erzeugten CO₂-Ausstoß bemessen und auf freiwilliger Basis ausgleichen. Seit Winter 2008 sind zudem am Flughafen Wien drei sogenannte Climate Corner aufgestellt, an deren Terminals sich Fluggäste nicht nur über Climate Austria und den Klimaschutz informieren, sondern auch ihre Flugreise kompensieren können. Climate Austria fördert sowohl nationale als auch internationale Klimaschutzprojekte zur CO₂-Reduktion, die geprüften Standards entsprechen. Weitere Informationen über diese Initiative finden Sie auf der Internetseite → www.climateaustria.at

auswirkungen entlang der Beschaffungskette. Den Weg in die Zukunft weist das aktuelle strategische Umweltprogramm, dessen Perspektiven bis zum Jahr 2020 reichen. Zu den Zielen zählt unter anderem, Verkehrswachstum und Anstieg der Emissionen weiter zu entkoppeln und den spezifischen CO₂-Ausstoß bis 2020 um 25 Prozent gegenüber dem Stand 2006 zu reduzieren. Darüber hinaus strebt Lufthansa an, das Umweltmanagement auf Konzernebene und in den Gesellschaften systematisch weiter auszubauen und zu stärken.

Unterschiedliche Anforderungen an das Umweltmanagement

Als Konzern mit mehr als 400 Tochterunternehmen und Beteiligungsgesellschaften weltweit legt Lufthansa beim Ausbau des Umweltmanagements besonderen Wert auf einen geschäftsfeldspezifischen und dezentralen Ansatz. Denn die verschiedenen Geschäftsfelder von Catering über Technik bis hin zu fliegenden Gesellschaften haben ganz unterschiedliche Anforderungen an ein Umweltmanagement. So steht bei den Fluggesellschaften die Reduzierung des Kerosinverbrauchs an erster Stelle, während sich LSG Sky Chefs beispielsweise vornehmlich darauf konzentriert, den Strom- und Wasserverbrauch zu senken.

Alle größeren Gesellschaften und Geschäftsfelder des Lufthansa-Konzernverbundes verfügen über eine Umweltaufteilung oder mindestens einen Umweltbeauftragten. Insgesamt gibt es im Konzern aktuell rund 35 Umweltansprechpartner.

Der Konzernvorstand übernimmt die Gesamtverantwortung, dass Lufthansa ihre im Jahr 1996 unternehmensweit verabschiedeten Umweltleitlinien einhält, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. Ihm direkt unterstellt ist der Leiter Umweltkonzepte Konzern, der mit seiner Abteilung die konzernübergreifenden umweltbezogenen Ziele, Strategien und Maßnahmen koordiniert. Die entsprechenden Prozesse setzen die Geschäftsfelder und Gesellschaften eigenverantwortlich um. Sämtliche Umweltansprechpartner treffen sich zweimal im Jahr zum Umweltforum, um aktuelle Themen zu diskutieren sowie Maßnahmen und Abläufe abzustimmen. Darüber hinaus gibt es auf der internen Web-2.0-Plattform „eTeaming“ das Kompetenznetzwerk „Umweltforum“, über das alle Umweltexperten des Konzerns Kontakt halten, Projekte koordinieren und ihr Wissen kontinuierlich austauschen.

Umweltmanagement

Lufthansa baut Umweltmanagement weiter aus

Seit Jahrzehnten genießen Nachhaltigkeit und Umweltvorsorge bei Lufthansa einen hohen Stellenwert. Das Umweltmanagement ist ein wichtiges Mittel, um die Umweltauswirkungen zu überwachen und zu steuern. Zudem lassen sich oft gleichzeitig die Umweltperformance verbessern und die Effizienz im Konzern steigern, also ökologische und ökonomische Vorteile miteinander verknüpfen. Bestes Beispiel dafür ist das Sparen von Kerosin angesichts steigender Ölpreise.

In den vergangenen Jahren haben die Umweltexperten des Konzerns zur Erreichung der Lufthansa-Umweltziele mehr als 130 Maßnahmen umgesetzt (eine Übersicht über Ziele und Maßnahmen ist im Internet abrufbar).

→ www.lufthansa.com/verantwortung

Dazu gehören unter anderem der Einbau leichter Sitze in die Flugzeuge, die Einführung neuer An- und Abflugverfahren, optimierte Flugroutenführungen als auch Jobtickets für den öffentlichen Nahverkehr an großen Lufthansa-Standorten sowie die Reduzierung der Umwelt-



Das Umweltforum:
Plattform für die
Umweltexperten des
Lufthansa-Konzerns.

Konzerngesellschaften erfolgreich rezertifiziert

Das Umweltmanagementsystem von **Lufthansa CityLine** ist seit 1999 nach der international anerkannten Umweltnorm ISO 14001 und der europäischen Öko-Audit-Verordnung EMAS zertifiziert. Im Juli 2009 erhielt die Fluggesellschaft die Rezertifizierung nach ISO 14001 sowie die Revalidierung nach EMAS. Zugleich veröffentlichte Lufthansa CityLine ihren vierten Umweltbericht, der im Internet unter → www.lufthansacityline.com abrufbar ist.

Die neue Lufthansa-Tochtergesellschaft **Austrian Airlines** hat sich zum Ziel gesetzt, die eigenen Umweltleistungen kontinuierlich zu verbessern. Seit 2006 nimmt die österreichische Fluggesellschaft am Ökobusinessplan Wien teil, dem Umwelt-Service-Paket der Stadt Wien. Zudem verfügt das Unternehmen mit dem Ökoprotfit-Programm über die wesentlichsten Teilaspekte eines Umweltmanagementsystems. Ökoprotfit, das ökologische Projekt für integrierte Umwelttechnik, ist ein Kooperationsprojekt zwischen österreichischen Kommunen und der lokalen Wirtschaft, um Betriebskosten zu senken bei gleichzeitiger Schonung der natürlichen Ressourcen. Langfristig plant Austrian Airlines die Einführung eines Umweltmanagementsystems auf Basis von EMAS oder ISO 14001.

Bei **SWISS** ist das Umweltmanagement auf der Managementebene angesiedelt. Nachhaltigkeit ist einer der 15 strategischen Bausteine der Fluggesellschaft und seit Jahren Teil der Unternehmenskultur. Ende 2009 bildete SWISS eine Umweltprojektgruppe aus allen Unternehmensbereichen, die an das Umwelt-Board berichteten. Das Team hat bereits mehr als 30 Projekte zur Schonung der Umwelt definiert, die in den kommenden Jahren umgesetzt werden sollen.

Die Fluggesellschaft **SunExpress**, an der Lufthansa mit 50 Prozent beteiligt ist, wurde im Jahr 2009 ebenfalls erfolgreich nach ISO 14001 rezertifiziert.

Lufthansa Technik hat im ersten Halbjahr 2009 mittelfristige strategische Umweltziele verabschiedet. Diese umfassen unter anderem den Plan, den CO₂-Ausstoß der Bereiche Infrastruktur und Produktion bis zum Jahr 2012 gegenüber dem Stand 2006 um 30 Prozent zu reduzieren. „Insgesamt wollen wir unsere internen Prozesse ökologisch-ökonomisch optimieren und entsprechend sinnvolle Projekte realisieren“, erläutert Ralf Wunderlich, Leiter Umweltmanagement bei Lufthansa Technik in Hamburg. Dazu zählen der Ausbau des Energiemanagements, die Prüfung alternativer Energieversorgungsmöglichkeiten und die Einführung von ersten Elektroautomobilen im Fuhrpark der Lufthansa Technik. Weiteres großes Ziel ist es, den Kundennutzen noch weiter zu verbessern. „Wir arbeiten verstärkt daran, neue Produkte und Verfahren zu entwickeln, mit denen die Airlines Kerosin sparen können“, berichtet Wunderlich.

Als erstes Unternehmen der MRO-Branche (Maintenance, Repair and Overhaul) verfügt Lufthansa Technik über ein integriertes, prozessorientiertes und zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem, das die Bereiche Luftrecht, Qualität, Umwelt, internationale Standards und Arbeitsschutz umfasst. Seit dem Jahr 2009 konzentriert sich das Unternehmen auf die Zertifizierung nach der Umweltmanagementnorm ISO 14001 und führt die bislang ebenfalls übliche Testierung nach EMAS nicht mehr fort. „EMAS ist ein europäisches System und außerhalb der EU nicht so bekannt wie ISO 14001. Unsere Kunden sind internationale Airlines, und die fordern ISO 14001 und nicht EMAS. Auch haben wir keine internen Vorteile durch die doppelte Zertifizierung“, begründet Wunderlich diesen Schritt. Im November 2009 wurde Lufthansa Technik erneut nach ISO 14001, der Arbeitsschutz-Spezifikation OHSAS 18001 und der qualitätsbezogenen Norm EN 9110 rezertifiziert.

Innerhalb des Unternehmensverbundes verfügt bereits eine Reihe von europäischen Beteiligungsgesellschaften über zertifizierte Umweltmanagementsysteme. Im November 2009 erhielt der Lufthansa-Technik-Standort Sofia erstmals die Zertifizierung nach ISO 14001 und OHSAS 18001. „Diese Zertifizierung im Verbund werden wir weiter fortführen. Für 2010 ist die Testierung des Stand-

orts Budapest nach ISO und OHSAS geplant“, kündigte der Leiter Umweltmanagement an. „International einheitliche Umwelt- und Qualitätsstandards sind längst ein festes Element der Kundenbindung. Zudem haben unsere Konzerngesellschaften durch einheitliche Umweltschutzregeln die Chance, voneinander zu lernen und bewährte Prozesse einzuführen.“

Lufthansa Cargo besitzt seit dem Jahr 2008 ebenfalls ein ISO-14001-zertifiziertes Umweltmanagementsystem. Im November 2009 wurde dieses am Standort Frankfurt bestätigt und die Zertifizierung erfolgreich auf den Standort Leipzig ausgeweitet. Der Zertifizierungs-Audit-Bericht 2008 war der erste seiner Art für das Unternehmen und enthielt daher verschiedene Verbesserungs- und Beobachtungspunkte, die Lufthansa Cargo im Folgejahr alle umsetzen konnte. So waren die externen Gutachter von der optimierten Dokumentation im Zusammenhang mit den umweltrelevanten Anlagen oder dem neu entwickelten Abfallkonzept überzeugt. Zu den Beobachtungspunkten gehörte unter anderem, Auszubildende über den Umweltschutz zu informieren. Die wertvollen Anregungen der Prüfer wurden berücksichtigt und führten dazu, das Thema Umwelt noch stärker im Unternehmen zu verankern.

Der Überwachungs-Audit-Bericht 2009 enthielt keine Verbesserungspunkte mehr, lediglich wenige Beobachtungspunkte wie beispielsweise die Empfehlung, Informationen über das Umweltmanagementsystem stärker auf Stationsebene zu kommunizieren. „Diese Punkte stellen für uns keine Hürde dar. Wir werden sie im Jahr 2010 realisieren. Die Gutachter bestätigen mit dem Bericht, dass sie sehr zufrieden mit dem etablierten Umweltmanagementsystem an den Standorten Frankfurt und Leipzig sind“, sagt Harald Zielinski, bei der Lufthansa Cargo AG verantwortlich für Sicherheit und Umweltschutz.

LSG Sky Chefs hat ein Umweltmanagement etabliert, mit dem das Unternehmen die zentralen Produktions- und Umweltparameter Energie- und Wasserverbrauch nicht nur weltweit überwachen und vergleichen, sondern auch kontinuierlich verbessern kann.

Lufthansa Global Tele Sales, die seit September 2000 fester Bestandteil im Service-Center-Verband des Konzerns ist, entschied im November 2009, ein Umweltmanagementsystem zu implementieren. Ziel ist, das Umweltmanagementsystem im Juni 2010 nach EMAS validieren zu lassen.

LSG Sky Chefs: 31 Länder – ein Umweltmanagement

Im Dezember 2007 hat die hundertprozentige Lufthansa-Tochtergesellschaft LSG Sky Chefs ein weltweites Umweltmanagement eingeführt, das in den Jahren 2008 und 2009 weiter ausgebaut wurde. Es leistet nicht nur einen Beitrag zur Ressourcenschonung und Kostensenkung, sondern trägt auch den Bedürfnissen der Kunden Rechnung: „Wir bekommen bei jeder Ausschreibung ähnliche Fragen gestellt: Hat LSG Sky Chefs ein Umweltprogramm? Wie sehen die Umweltziele aus? Gibt es einen Umweltbericht?“, erläutert Walter Vreden, Senior Manager Resources & Environment der LSG Sky Chefs. „Heute können wir jede Frage klar beantworten und so auch unsere Wettbewerbsposition verbessern.“

Das Umweltmanagement der LSG Sky Chefs ist auf der Vorstandsebene angesiedelt. Der Vorstand legt für jede der sechs Unternehmensregionen Ziel-Kennzahlen für den spezifischen Energie- und Wasserverbrauch der kommenden drei Jahre fest. Diese sehen vor, den Energieverbrauch (pro m²) und den Wasserverbrauch (pro Mahlzeit) im Vergleich zu den regionalen Kennzahlen des Jahres 2008 bis 2010 um ein Prozent, bis 2012 um insgesamt sechs Prozent zu reduzieren. Am Umweltberichtswesen der LSG Sky Chefs nahmen im Jahr 2009 insgesamt 125 Betriebe in 31 Ländern teil. Auf welchem Weg die sechs Unternehmensregionen Deutschland, Europa, Nordamerika, Lateinamerika, Asien/Pazifik und Aufstrebende Märkte das Ziel erreichen, können sie selbst bestimmen. Dies richtet sich im Wesentlichen nach den Möglichkeiten und spezifischen Umweltproblemen der jeweiligen Region.

Die regionalen Umweltmanager koordinieren sämtliche Maßnahmen zur Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs und melden umweltrelevante Kennzahlen in einheitlicher Form via Internet an die Zentrale in Deutschland. Zudem dokumentieren sie ihre effektivsten Methoden und Verfahren zur Ressourcenschonung in einer zentralen „Best Practice“-Datenbank, damit auch andere Regionen von ihren Erfahrungen profitieren.

Sollte LSG Sky Chefs sich eines Tages entscheiden, ihr globales Umweltmanagement zertifizieren zu lassen, ist das Unternehmen gut vorbereitet. Der Grund: Es erfüllt bereits einige Elemente, die auch zertifizierte Unternehmen aufweisen. Im Laufe des Jahres 2010 kommt ein weiteres hinzu – wenn der erste eigene Umweltbericht des Unternehmens erscheint.

Umgang mit Abfall an Bord und am Boden

Da der Umgang mit Abfällen und Wertstoffen überall durch nationale Gesetze und örtliche Vorschriften geregelt ist, formuliert LSG Sky Chefs keine Abfallziele mehr. Gleichwohl ist das Unternehmen bemüht, die gesetzlichen Vorgaben zu übertreffen und das Aufkommen von Speiseresten, Flaschen, Dosen, Tetrapaks sowie Zeitungen und Zeitschriften so gering wie möglich zu halten. So achtet der Airline-Caterer konsequent darauf, dass beschaffte und bevorratete Mengen dem tatsächlichen Bedarf entsprechen. Außerdem führt das Unternehmen – wann immer möglich – Materialien konsequent der stofflichen Wiederverwertung zu.

Energie- und Ressourcenmanagement

Jede Kilowattstunde zählt: Energiemanagement bei Lufthansa

Lufthansa arbeitet seit vielen Jahren intensiv daran, den Energieverbrauch zu reduzieren. Für die Zukunft hat sich das Unternehmen weitere ambitionierte Ziele gesetzt und diese im Jahr 2008 in einem neuen strategischen Umweltprogramm verankert. Die Eckpunkte sehen unter anderem vor, bei Planung, Bau und Sanierung von Gebäuden der Deutschen Lufthansa AG neueste energiesparende und ressourcenschonende Aspekte zu berücksichtigen. Dies bedeutet nicht nur, bei bestehenden Objekten kontinuierlich nach Einsparpotenzialen zu suchen und diese auszuschöpfen. Der Konzern ist auch bestrebt, Neubauten nach den Grundsätzen des ökologischen Bauens zu errichten und ressourcenschonend zu betreiben. Ein weiteres Ziel des Unternehmens ist es, die Mitarbeiter für einen noch sparsameren Umgang mit Energie zu gewinnen. Als Plattform für den Austausch der Infrastrukturverantwortlichen des Konzerns dient das jährliche Energieforum.

Green Building: das Lufthansa Aviation Center in Frankfurt

In den vergangenen Jahren hat Lufthansa eine Reihe von Neubauprojekten realisiert, die ihre Vorreiterrolle auf dem Gebiet des energieeffizienten Bauens unterstreichen. Hierzu zählt beispielsweise das im Juli 2006 bezogene Verwaltungsgebäude Lufthansa Aviation Center (LAC) in Frankfurt. Die Grundlage hierfür bildet ein Mix aus thermoaktiven Sichtbetondecken, einer hochwärmedämmten Außenfassade und einer ausgeklügelten Verschattungsautomatik. Da das LAC die Vorgaben der Energieeinsparverordnung (EnEV) von 2007 um 58 Prozent im Heizbereich unterbietet, hat die EU-Kommission Lufthansa im Februar 2009 zum Partner des europäischen „GreenBuilding“-Programms ernannt.

Zukunftsweisend: die Geothermieanlage in Seeheim

Zukunftsweisende Technologien rechnen sich nicht nur ökologisch, sondern auch wirtschaftlich. Das beweist das im Februar 2009 neu eröffnete

Lufthansa Aviation Center am Flughafen Frankfurt am Main.



„Lufthansa Training & Conference Center“ (LTCC) in Seeheim. Energetisches Herzstück des LTCC ist eine Geothermieanlage mit 63 Erdsonden. Daran angeschlossen sind zwei neu entwickelte Wärmepumpen, die gleichzeitig Heiz- und Kühlenergie zur Verfügung stellen können. Diese nehmen die in den Sonden gespeicherte Umweltwärme auf und pumpen diese unter Zufuhr von Strom auf das höhere Temperaturniveau der Heizungsanlage. Im Jahreszyklus funktioniert der Lastfall „Kühlen“ ebenfalls mit der Temperaturdifferenz des Bodens zur Außenluft. Die Energiebilanz der Anlage spricht für sich: Mit nur 25 Prozent Fremdenergie erzeugt sie 100 Prozent Heizleistung. Weitere positive Nebeneffekte sind ein deutlich reduzierter CO₂-Ausstoß und jährliche Einsparungen im fünfstelligen Eurobereich.

Gründlich: Energie-Monitoring optimiert Anlagenbetrieb

Mit dem Ziel, die Effizienz des kombinierten Systems aus Geothermieanlage und Wärmepumpe nachzuweisen, hat Lufthansa im März 2009 mit „i-volution“ der Technologiesparte des Bilfinger-Berger-Konzerns das Projekt „Effiziente Energienutzung in Seeheim“ aufgesetzt. Ein Lehrstuhl der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen (RWTH Aachen) führt bis Ende 2011 ein umfangreiches Energie-Monitoring durch. Begleitet wird das Monitoring durch den Lufthansa-Fachbereich Neubauprojekte und das Fachplanungsbüro „Enco“, die bereits die Planungsphase und bauliche Umsetzung des LTCC begleiteten. Die Experten gehen unter anderem der Frage nach, in welchem Maße die Witterung das thermische Verhalten des Erdsondenfeldes beeinflusst. Darüber hinaus beobachten sie kon-



tinuierlich das Betriebsverhalten von Geothermieanlage und Wärmepumpen, um das System so anzupassen und zu optimieren, dass es dem tatsächlichen Energiebedarf des Gebäudes entspricht. Außerdem ermitteln sie den Gas-, Strom- und Wasserverbrauch pro Gast und entwickeln über diese Betrachtungen Kennzahlen als Basis für Leistungsvergleiche mit Simulationen.

Konsequenz: zehn Millionen Kilowattstunden Ökostrom jährlich

Umweltkriterien spielten auch beim Neubau der Lufthansa-Hauptverwaltung in Köln eine wichtige Rolle, die im November 2007 in Betrieb genommen wurde. Um den Energieverbrauch des Gebäudes möglichst gering zu halten, verfügt es über ein thermoaktives Bauteilsystem, eine mechanische Belüftung und eine Wärmerückgewinnungsanlage; aussagekräftige Energieverbrauchsdaten liegen derzeit noch nicht vor. Zudem hat Lufthansa im Jahr 2008 eine Vereinbarung mit einem Energieversorgungsunternehmen unterzeichnet, die vorsieht, sowohl die Hauptverwaltung in Köln als auch das Schulungszentrum in Seeheim von 2009 bis 2011 mit Strom aus regenerativen Quellen zu versorgen. Während dieser Zeit bezieht der Konzern für beide Liegenschaften insgesamt rund zehn Millionen Kilowattstunden Ökostrom pro Jahr.

Energetisches Gebäudemanagement bei Lufthansa CityLine

Lufthansa CityLine, 100-prozentige Konzerngesellschaft der Deutschen Lufthansa AG, betreibt seit dem Umzug ihrer Verwaltung in ein anderes Bürogebäude auf dem Gelände des Flughafens Köln/Bonn im Jahr 2009 ein energetisches



Gebäudemanagement. So hat die Regionallfluggesellschaft im Rahmen des Umbaus zahlreiche Schritte unternommen, um den Energieverbrauch des Verwaltungsgebäudes zu optimieren. Hierzu zählt beispielsweise die Möglichkeit, die Anlage zum Heizen, Kühlen und Lüften der ständig besetzten Verkehrszentrale unabhängig von den übrigen Räumlichkeiten zu betreiben. Ein zentraler Wärmetauscher ermöglicht zudem, die Zu- und Abluft ganzjährig zu kontrollieren und so spürbar Energie einzusparen. Damit nicht genug: Im Jahr 2010 will Lufthansa CityLine Möglichkeiten des Einsatzes moderner, sparsamer Beleuchtungskonzepte prüfen und umsetzen.

Ressourcenschonende Techniken und Materialien

Von ökologischen Interessen geleitet war auch die Renovierung der Lufthansa-Niederlassung in East Meadow, New York, im Jahr 2009. Hierfür hat das Unternehmen auf eine Fülle umweltfreundlicher Techniken und Materialien zurückgegriffen – darunter eine auf modernsten Standards basierende Beleuchtung, die deutlich geringere Verbrauchswerte aufweist, und der Verzicht auf Lichtschalter zugunsten von Bewegungsmeldern; darüber hinaus wurden ausschließlich umweltfreundliche Wandfarben und recycelbare Teppichböden verwendet.

Eine saubere Lösung hat auch AMECO Beijing gewählt, ein Joint Venture von Lufthansa Technik und Air China. Im November 2009 hat das größte Flugzeug-Instandhaltungsunternehmen in Peking ein erdgasbetriebenes umweltfreundliches Heizwerk in Betrieb genommen. Ziel der neuen Anlage ist es, die Wärmeausnutzung um zehn Prozent

Lufthansa Training & Conference Center in Seeheim.



Stetig höherer Anteil an nachhaltigen Papierprodukten

Verantwortungsvoll mit natürlichen Ressourcen umgehen – dieser Anspruch ist fest im Lufthansa-Leitbild verankert und gilt auch für den Wertstoff Papier. Um dessen Verbrauch kontinuierlich zu senken, fördert der Konzern seit Jahren die konsequente Nutzung papierarmer Kommunikationsmittel. Außerdem engagiert sich Lufthansa in der Initiative Pro Recyclingpapier, die sie im Jahr 2000 mit gegründet hat. Die Mitgliedsunternehmen der branchenübergreifenden Wirtschaftsallianz setzen sich dafür ein, die Akzeptanz von Recyclingpapier zu erhöhen, und profitieren dabei nicht nur vom Erfahrungsaustausch untereinander, sondern auch von Umwelt- und Kostenvorteilen, die mit seiner Verwendung einhergehen.



→ www.papiernetz.de

zu erhöhen und zugleich den CO₂-Ausstoß um 50 Prozent zu reduzieren. Unterstützung erhielt das Projekt von der chinesischen Regierung.

Lehrreich: Energiespartipps für Mitarbeiter

Darüber hinaus ist es Lufthansa ein Anliegen, die Mitarbeiter aller Konzerngesellschaften künftig noch stärker für ein energiesparendes Verhalten zu sensibilisieren. So informiert der Konzern beispielsweise kontinuierlich über Energiespartipps für den Büroalltag – nicht nur im Intranet sowie in internen Broschüren und Publikationen, sondern auch im Rahmen von Aktionswochen wie etwa „Energiecheck@LHT“ bei Lufthansa Technik, deren Fokus auf den Themen „richtiges“ Heizen und abschaltbare Steckerleisten lag. Außerdem achtet das Unternehmen darauf, nur energieeffiziente Büro-, Betriebs- und Leuchtmittel zu kaufen und zu nutzen.

Interaktiv: der Austausch im Energieforum

Mit dem Ziel, den Infrastrukturverantwortlichen des Konzerns eine regelmäßige Plattform für den Meinungs- und Erfahrungsaustausch zu geben, hat die Abteilung Facility Management bereits im Jahr 2004 das Energieforum eingerichtet. Die konzernübergreifende eintägige Veranstaltung, die durch Fachvorträge externer Referenten bereichert wird, fand zuletzt im November 2009 statt und stand im Zeichen des Themenkomplexes „Energieeffizienz. Umweltschutz. Nachhaltigkeit“.

Bei Lufthansa beträgt der Anteil von Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch im Durchschnitt rund 85 Prozent. Frischfaserpapier kommt nur noch in Ausnahmefällen zum Einsatz, etwa beim Konzern-Geschäftspapier. Hier wird, ebenso wie für den Lufthansa-Geschäftsbericht, ein 100 Prozent FSC-zertifiziertes Produkt verwendet. Das FSC-Siegel – die Abkürzung steht für Forest Stewardship Council – garantiert die gleichberechtigte Berücksichtigung von sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Aspekten bei der Nutzung von Wäldern.

Eine ökologische Dividende verspricht auch die Umstellung auf Recyclingpapier mit dem „Blauen Engel“-Zertifikat: So werden seit Anfang 2008 die externen Publikationen „Lufthansa Magazin“ und „Lufthansa Exclusive“ auf Recyclingpapier gedruckt, das nach dem ältesten und anspruchsvollsten deutschen Umweltsiegel für besonders umweltfreundliche Produkte zertifiziert ist. Für den vorliegenden Bericht gilt dies bereits seit dem Jahr 2005.

Lärmemissionen

Immer leiser durch die Luft

Den Fluglärm zu reduzieren und die Anwohner im Flughafenumfeld zu entlasten, ist Lufthansa ein wichtiges Anliegen. So unterschreiten alle Flugzeuge des Lufthansa-Konzerns bis auf drei Ausnahmen das wichtige „minus 10 EPNdB“-Kriterium (Effective Perceived Noise dB) des strengen Kapitel-4-Lärmstandards der internationalen Zivilluftfahrtorganisation ICAO (siehe Grafik auf Seite 65). Weitere hörbare Erfolge für die Flughafenrainer bringen die Milliardeninvestitionen in neue Flugzeuge mit sich: Der Airbus A380 und die Boeing 747-8 Intercontinental verursachen rund 30 Prozent kleinere Lärmkonturen als ihre Vorgänger. Diese deutliche Verbesserung wird vor allem durch die großen Fortschritte in der Triebwerkstechnologie erzielt. Das Trent-900-Triebwerk der A380 ist beispielsweise besonders leise, weil der direkt vor dem Fan sitzende Schalldämpfer neuerdings in einem Stück gefertigt ist. Bei der B 747-8 Intercontinental sorgen darüber hinaus die gezahnten Düsenaustrittskanten des neuen GEnx-2B67-Triebwerks für eine merkliche Lärmreduzierung (siehe Seite 64).

Des Weiteren ist die Reduzierung von Lärm Teil der Pilotenausbildung: Lufthansa schult ihre Flugzeugführer gezielt für geräuscharme Starts und Landungen. Wenn weltweit Flughäfen entsprechende Verfahren anbieten, wenden die Lufthansa-Piloten diese an. Insbesondere in Frankfurt und München praktizieren sie das sogenannte kontinuierliche Sinkflugverfahren (CDA) für hörbar weniger Geräuschemissionen. Auch arbeitet das Luftfahrtunternehmen am Standort Frankfurt mit Experten aus der Luftverkehrswirtschaft, der hessischen Landesregierung und den Kommunen im Forum Flughafen und Region zusammen. Ziel ist es, weitere aktive Schallschutzmaßnahmen wie beispielsweise lärmreduzierte Flugverfahren zu entwickeln (siehe nebenstehenden Beitrag).

Seit 1999 ist Lufthansa außerdem im Forschungsverbund Leiser Verkehr aktiv. Die vom Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) initiierte Initiative setzt auf die interdisziplinäre Zusammenarbeit von Industrie, Forschung und Verkehrsträgern und untersucht spezifische Fragestellungen aus den Bereichen Straßen-, Schienen- und Fluglärm. So haben die Partner im Arbeitskreis Fluglärm von

2003 bis 2008 verschiedene Forschungsprojekte konzipiert und durchgeführt, die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert wurden. Die Untersuchung von einzelnen Schallquellen und Flugverfahren bei unterschiedlichen Fluggeschwindigkeiten, Triebwerksleistungen und Fahrwerkspositionen liefert entscheidende Erkenntnisse für weitere Erfolge im Kampf gegen Lärm.

Aktive Schallschutzmaßnahmen genau abschätzen

Ein wichtiger Aspekt in der Forschung sind Fluglärmsimulationsprogramme. Sie helfen, die Wirkung von Lärminderungsmaßnahmen an der



Aktiver Schallschutz am Frankfurter Flughafen – das Forum Flughafen und Region

Das Forum Flughafen und Region ist eine wichtige Plattform für den Dialog zwischen Luftverkehrswirtschaft und Flughafenrainern: Es soll sowohl interessierte Bürger informieren als auch Maßnahmen zum aktiven Schallschutz erarbeiten. Die hessische Landesregierung hat Lufthansa im Herbst 2008 in das Forum berufen. „Seit Beginn der Gespräche über den Ausbau des Frankfurter Flughafens haben wir uns aktiv in die Diskussion eingebracht und stehen kontinuierlich mit allen Akteuren und Beteiligten im Dialog“, betont Dr. Karl-Rudolf Rupprecht, Leiter Hubmanagement Frankfurt bei Lufthansa.

Das Luftfahrtunternehmen ist im Forum Flughafen und Region in verschiedenen Gremien und Arbeitsgruppen aktiv. Der Schwerpunkt liegt auf der Mitarbeit im „Expertengremium aktiver Schallschutz“, das aus Vertretern der Luftverkehrswirtschaft, der Anrainerkommunen und des Landes Hessen sowie unabhängigen Experten besteht. Ziel der Gruppe ist es, durch ein Bündel von intelligenten Maßnahmen Lärmertlastungen zu erreichen und so die Zahl der von Fluglärm betroffenen Menschen zu senken. Zwei Beispiele: Ein späteres Eindrehen der Flugzeuge auf die Endanfluglinie soll es ermöglichen, bei nächtlichen Landungen weniger dicht bewohnte Gebiete zu überfliegen. Und beim kontinuierlichen Sinkflug können die Piloten die Schallemissionen der Flugzeuge verringern, indem sie die Triebwerksleistung reduzieren. Das Expertengremium plant auch, die mithilfe des gesamten Maßnahmenpakets erreichbare Lärmertlastung durch einen neu entwickelten Fluglärmindex transparent darzustellen.

Mit ihrem Know-how hat Lufthansa entscheidend zur Erarbeitung der lärmertlastenden Maßnahmen beigetragen. Da alle An- und Abflugverfahren den strengen Sicherheitsanforderungen im Luftverkehr genügen müssen, sind insbesondere Lufthansa-Piloten maßgeblich an der Entwicklung, Bewertung und Erprobung solcher Flugverfahren beteiligt. Dazu gehören Sicherheitsbewertungen oder Tests in den Flugsimulatoren von Lufthansa Flight Training.

Darüber hinaus hat Lufthansa jahrelang gemeinsam mit Partnern wie dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) die Entstehung von Fluglärm erforscht. In aufwendigen Überflugmessungen und Lärmmessungen im Triebwerksprüfstand haben die Experten Möglichkeiten untersucht, wie sich die Entstehung des Lärms eindämmen lässt. „Auf den Erkenntnissen dieser langjährigen Grundlagenforschung können wir nun bei der Arbeit des Forums Flughafen und Region aufbauen“, sagt Rupprecht.



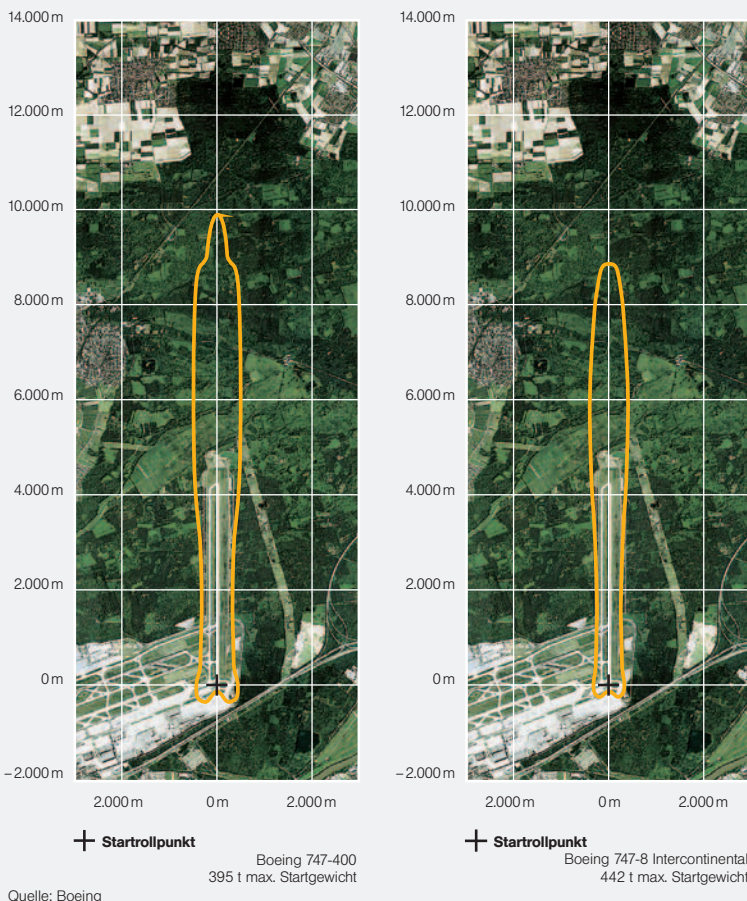
Die gezahnten Düsenaustrittskanten des GEnx-2B67-Triebwerks der Boeing 747-8 Intercontinental bewirken eine deutliche Reduzierung des Strahlärms.

Flottenmodernisierung bringt hörbare Erfolge

Der Lärmteppich einer startenden Boeing 747-8 Intercontinental wird trotz eines rund 10 Prozent höheren maximalen Startgewichts im Vergleich zur Boeing 747-400 rund 30 Prozent kleiner ausfallen. Lufthansa hat 20 Flugzeuge des Typs Boeing 747-8 Intercontinental bestellt.

Dargestellt sind die 85-dB-Maximalpegel-Konturen für einen Abflug mit LH-Standardabflugverfahren (modATA) und mit ausgewiesenem Startgewicht.

Innerhalb der jeweiligen Flächen wird ein Maximalschallpegel von 85 dB(A) erreicht oder überschritten. Zum Vergleich: Ein Maximalschallpegel von 85 dB(A) wird etwa durch einen im Stadtverkehr im Abstand von fünf Metern vorbeifahrenden Lkw erzeugt.



Schallquelle oder beim Flugverfahren am Boden (Immission) genauer zu bewerten. Die bislang vorhandenen Methoden sind dazu nur sehr eingeschränkt und nicht ausreichend präzise in der Lage. „Die Programme müssen weiterentwickelt werden, damit die Wirkung von aktiven Schallschutzmaßnahmen auf die Immissionssituation detaillierter untersucht und bewertet werden kann“, sagt Dr. Gerd Saueressig, Referent Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa. Dazu bedarf es genauerer Modelle der einzelnen Schallquellen am Flugzeug. Durch gezielte Messungen mit aufwendigen Mikrofonsystemen sind die Fachleute in der Lage, Geräuschquellen im Flug zu verfolgen und zu vermessen. Die so gewonnenen Daten über Quellstärken und Richtcharakteristiken fließen später in die Schallquellenmodelle ein.

Lufthansa hat in der Vergangenheit durch die zahlreichen gemeinsamen Überflugmessungen mit dem DLR wichtige Daten zur Entwicklung des Fluglärmsimulationsprogramms SIMUL für den Airbus A320 beigesteuert. Wichtiger nächster Schritt wäre die Ausdehnung dieses Simulationsprogramms auf andere Flugzeuge, vor allem auf Großraumflugzeuge, zum Beispiel die Boeing 747-400. Die dafür notwendigen Messdaten wurden im Rahmen des Forschungs- und Entwicklungsprojekts FREQUENZ ermittelt und sind bereits vorhanden (vgl. *Balance*, Ausgabe 2009, Beitrag „Forschen für leiseres Fliegen“, ab Seite 73). Allerdings fehlt derzeit noch ein Nachfolgeprojekt, in dem die Daten ausgewertet und das Fluglärmsimulationsprogramm weiterentwickelt werden können. Parallel zur Modellierung der Schallquellen hat die Datenauswertung ein weiteres Ziel: zu entschlüsseln, wie Geräusche an den zuvor identifizierten Schallquellen entstehen. Denn nur so können Experten später gezielt Gegenmaßnahmen erarbeiten.

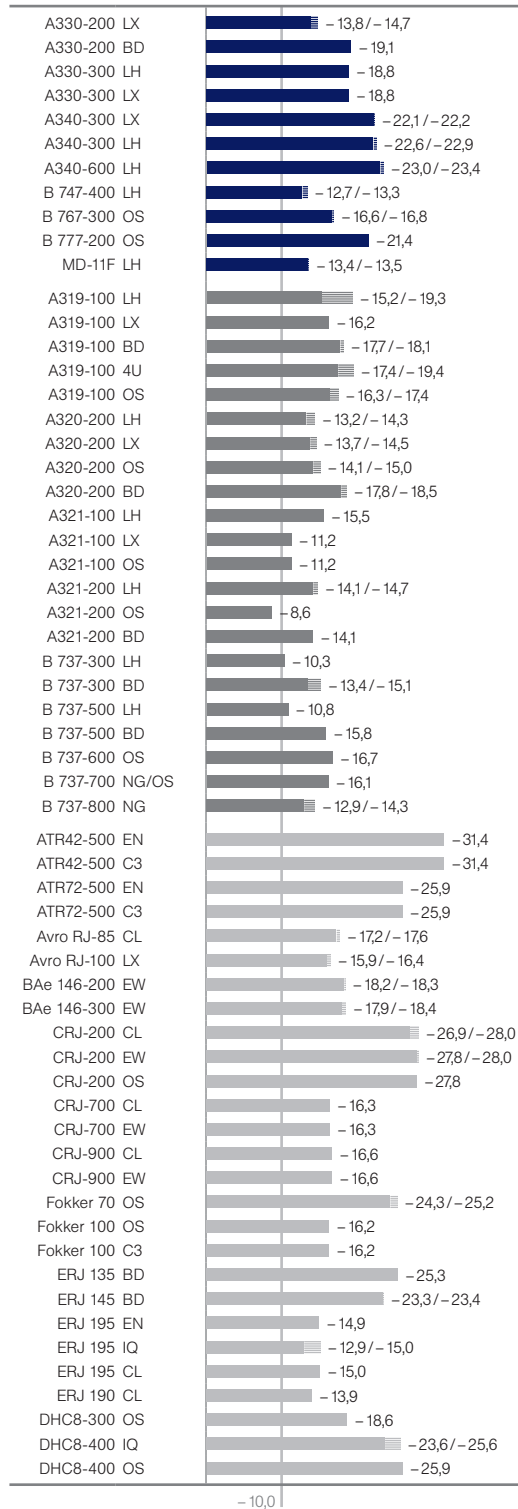
Den Lärm noch exakter berechnen

Zudem sollten künftige Lärmberechnungsprogramme in der Lage sein, verschiedene Flugzeugtypen und lärmreduzierende Modifikationen zu berücksichtigen, zum Beispiel eine Fahrwerksverkleidung. Auch sollten sie Änderungen im An- und Abflugverfahren mit einbeziehen. Dazu sind die vorhandenen Berechnungsprogramme und -methoden noch nicht in der Lage. Der Grund: Die Fluglärmberechnung nach dem Fluglärmgesetz (sogenannte AzB-Methode) ist auf behördliche Zwecke ausgerichtet. Für vergleichende Untersuchungen von Maßnahmen, wie sie Experten

Unterschreitung des ICAO-Kapitel-3-Lärmgrenzwertes*

Lufthansa-Konzernflotte (aktive Flotte per 31.12.2009)

Angaben in EPNdB



Gruppierung der Flugzeugmuster nach MTOW:
 ■ unter 50 t ■ 50 bis 150 t ■ über 150 t

Diese Unterteilung entspricht i. d. R. der Gruppierung nach Interkont-/Kont-/Regionalflygezeugen.

* neuer ICAO-Kapitel-4-Grenzwert, der seit 2006 für neue Flugzeuge gilt: -10,0 EPNdB bzgl. Kapitel 3

und die beteiligte Öffentlichkeit an verschiedenen Flughafenstandorten diskutieren, sind sie jedoch nur sehr bedingt geeignet. Technische Verbesserungen an einzelnen Flugzeugtypen oder Änderungen im Flugverfahren können daher nachträglich nicht oder nur unter hohem Aufwand eingearbeitet und zum Teil nur ungenau berücksichtigt werden.

Vor diesem Hintergrund ist es aus Sicht von Lufthansa notwendig, SIMUL, das hochauflösende DLR-Fluglärmsimulationstool für Einzelflüge, weiterzuentwickeln. Es gilt, die Teilschallquellenmodelle zu verfeinern, die die Effekte von Änderungen am Triebwerk und der aerodynamischen Konfiguration modellieren können. Zugleich ist es von grundlegender Bedeutung, die Datenbasis des hochwertigen Fluglärmsimulationstools zumindest auf die wichtigsten lärmsignifikanten Flugzeugmuster zu erweitern. Ein entscheidender Schritt wäre die Integration der Daten aus den bereits erwähnten Überflugmessungen an der Boeing 747-400 in SIMUL. Mit diesem erweiterten Simulationstool könnten Experten künftig die einzelnen Schallimmissionen der beiden wichtigsten Flugzeuggruppen (A320/B 737 und B 747) genauer analysieren, die die Lärmkonturen an den deutschen Flughäfen vornehmlich bestimmen.

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 transparenteren Darstellung wurde eine verfeinerte Auswertemethodik entwickelt, in der erstmals die individuellen Lärmzeugnisdaten aller Konzernflugzeuge einfließen. Unterschiedliche Ausführungen des Flugzeugs und seiner Triebwerke je nach Baujahr werden so besser berücksichtigt. Während in der Vergangenheit einem konservativen Ansatz folgend nur die Werte der Teillflotte mit der niedrigsten kumulierten Marge zur Beschreibung einer Flugzeugflotte berichtet wurden, werden nun auf Basis der neuen Auswertung für viele Flotten Wertebereiche von der niedrigsten bis zur höchsten kumulierten Marge angegeben. Darüber hinaus wurden zahlreiche Flugzeuge nach dem neuen anspruchsvolleren ICAO-Kapitel-4-Standard rezertifiziert. In den neuen Lärmzeugnissen werden auch zwischenzeitliche Veränderungen am Flugzeug oder Triebwerk berücksichtigt, die in einigen Fällen zu veränderten Lärmern und kumulierten Margen führen.

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

Zudem ist es erforderlich, die genaueren Betrachtungen der Einzelflugereignisse mit verbesserten Berechnungen von Flughafenverkehrsszenarien zu verknüpfen. Auf diesem Weg ließe sich die Wirkung von Maßnahmen zur Lärmreduzierung an Flughäfen verlässlicher beurteilen und bewerten. Allerdings können die derzeit vorhandenen Flughafenverkehrsszenarien die Ergebnisse der Einzelanalysen nicht in ausreichendem Maße berücksichtigen. Daher sollte auch dort die Lärmbeurteilung (zum Beispiel die AzB-Methode gemäß Fluglärmschutzgesetz) verfeinert und flexibler werden. Das DLR hat zusammen mit weiteren Partnern bereits eine von Lufthansa unterstützte Initiative gestartet, um ein entsprechendes Programm als DIN-Standard zu etablieren.

Neuer Schub für die Lärmforschung notwendig

Die bisher nicht abschließend mögliche Auswertung der Messdaten zur Boeing 747-400 ist ein Beispiel dafür, dass in Deutschland weiterhin Handlungsbedarf bei den Themen Fluglärmsimulation, Flugverfahren und Fluglärmbeurteilung besteht, der sich aber derzeit nicht erfüllen lässt. „Seit Ende des Verbundforschungsprojekts LANAB 2007 gibt es in Deutschland keine systematische Förderung von Forschungsaktivitäten im Bereich Fluglärmforschung, da im Hinblick auf den Klimawandel andere Problemstellungen im Vordergrund stehen“, erläutert Saueressig.

Doch um den Fluglärm nachhaltig zu begrenzen, braucht es genauere Analysewerkzeuge zur Beurteilung von Flugverfahren und Hinweise aus der Lärmwirkungsforschung. Das ist die Voraussetzung, damit die Experten in der technischen Fluglärmforschung zielgerichtet vorgehen können. Auch müssen die Simulationswerkzeuge weiterentwickelt werden – sowohl für Einzelflüge als auch für Flughafenverkehrsszenarien. Denn nur so lassen sich Lärminderungsmaßnahmen genau bewerten. Zusammengefasst bedeutet dies, dass ein neuer Schub für die Lärmforschung in Deutschland nötig ist, um die anstehenden Fragestellungen adäquat lösen zu können.

Forschung bei Lufthansa

Klarheit für den Klimaschutz

Als weltweit einzige Fluggesellschaft engagiert sich Lufthansa seit 17 Jahren kontinuierlich in verschiedenen Klimaforschungsprojekten. Denn nur gezielte Forschung ermöglicht es, die Auswirkungen des Luftverkehrs auf unsere Umwelt objektiv beurteilen zu können. Das Luftfahrtunternehmen unterstützt daher verschiedene wissen-

„Wir engagieren uns seit 17 Jahren in der Atmosphärenforschung – mit sichtbaren Erfolgen in der Wettervorhersage und der Validierung von Klimamodellen.“

Dr. Andreas Waibel
Manager Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa



schaftliche Projekte, deren Ergebnisse die Basis für die Umweltvorsorge des Konzerns bilden. In der Klimaforschung arbeitet Lufthansa deutschland- und europaweit mit renommierten wissenschaftlichen Instituten zusammen.

Sulfur I und Sulfur II

Im Rahmen der Sulfur-Experimente I und II flog in den Jahren 1996 und 1998 eine B 737-300 der Lufthansa dem Forschungsflugzeug Falcon des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) voran. Die Boeing war mit zwei unterschiedlichen Kerosinsorten betankt, die einen höheren beziehungsweise niedrigeren Schwefelgehalt aufwiesen. Das Messflugzeug nahm den Abgasstrahl des Lufthansa-Flugzeugs auf, um die Auswirkung des Schwefels im Treibstoff auf die Kondensstreifenbildung zu untersuchen. Anhand der Datenauswertung konnten die Forscher zeigen, dass bei der Verbrennung von höherschwefeligem Treibstoff die Kondensstreifen geringfügig früher auftraten und sich tiefer verfärbten. Das Sulfur-Forschungsprogramm wurde mit Unterstützung der Bundesregierung vom Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) 1996 gestartet und endete im Jahr 1997. Schwefel ist in Kerosin in sehr geringen Mengen (typisch 0,03 Prozent) enthalten. Aus drei Prozent dieses Schwefels entsteht Schwefelsäure, die sich als eine Wolke vieler kleiner Tröpfchen (einige Nanometer groß) im

Nachlauf messen lässt. Die Tröpfchen könnten als Kondensationskerne wirken und so die Bewölkung ändern. Insgesamt zeigte sich jedoch, dass Schwefel im Treibstoff das Klima und die Ozonverteilung weitaus weniger beeinflusst als vorher vermutet.

Contrail

Die Contrail-Experimente im Jahr 1999 dienten dazu, den Einfluss von neuen und alten Triebwerken auf die Bildung von Kondensstreifen zu untersuchen. Dazu flogen ein Airbus A340-300 der Lufthansa und eine Boeing 707 der Deutschen Luftwaffe im Formationsflug – dicht gefolgt vom DLR-Forschungsflugzeug Falcon. Während des langsamen, gemeinsamen Aufstiegs von warmen in kalte Luftmassen wurde die unterschiedliche Bildung von Kondensstreifen beobachtet, die bei der A340-300 schon 100 Meter tiefer einsetzte. Moderne Triebwerke geben aufgrund ihrer höheren Wirkungsgrade weniger Verbrennungswärme in das Abgas. Dadurch ist das Abgas aber kühler, was zur Folge hat, dass ein modernes Triebwerk früher Kondensstreifen verursacht als ein älteres Triebwerk. Wegen des geringeren Treibstoffverbrauchs ist ein modernes Triebwerk dennoch klimafreundlicher.

Concert

Die Concert-Experimente im Jahr 2008 dienten dazu, den Einfluss der Größe eines Flugzeugs auf die physikalischen Eigenschaften von Kondensstreifen zu untersuchen, die wiederum den Strahlungshaushalt der Atmosphäre beeinflussen. Durch unterschiedlich große Spannweiten sind Differenzen hinsichtlich der Entstehung und Durchmischung von Kondensstreifen denkbar. Die Messungen haben gezeigt, dass die Ausmaße der Kondensstreifen tatsächlich stark vom Flugzeug abhängen. Je größer und schwerer das Flugzeug ist, umso breiter werden auch die Kondensstreifen. Des Weiteren können verschiedene Triebwerke zu unterschiedlichen Rußemissionen führen. Die Rußpartikel aber bestimmen die Zahl und Größe der Eispartikel im Kondensstreifen. Je weniger Eispartikel sich bilden, umso größer werden sie. Die größeren Eispartikel fallen schneller. Weniger Ruß bedeutet daher kurzlebige Kondensstreifen.

MOZAIC

Im EU-Forschungsprojekt MOZAIC (Measurement of ozone, water vapor, carbon monoxide and nitrogen oxides aboard Airbus in-service aircraft) wirkt Lufthansa seit 1993 an der Langzeitbeobachtung der Atmosphäre mit. In dem Projekt arbeiten Wissenschaftler aus Deutschland und Frankreich Hand in Hand mit europäischen Luftfahrtgesellschaften und Flugzeugherstellern: Sie entwickelten Messinstrumente, die nun seit mehr als 15 Jahren beständig auf Flugzeugen des Typs Airbus A340-300 mitfliegen und somit eine quasi globale Beobachtung der Atmosphäre zwischen null und zwölf Kilometern Höhe ermöglichen. Im Jahr 2009 waren dazu zwei Lufthansa-Flugzeuge täglich im Einsatz. Die am Rumpf eingebauten Sensoren erheben Daten über den Ozon-, Wasserdampf-, Kohlenmonoxid- und Stickoxidgehalt der Atmosphäre, die als Basis für die Präzisierung globaler Klimamodelle dienen. Seit Beginn des Langzeitprojekts wurden über 32.000 Messflüge absolviert. Auf Basis der dadurch erhobenen Daten konnten Wissenschaftler die globalen Klimamodelle validieren und verbessern. Des Weiteren haben die MOZAIC-Beobachtungen zu einem besseren Verständnis der Wolkenbildung geführt – und zu exakteren Wettermodellen und Wettervorhersagen. Insgesamt basieren mehr als 150 wissenschaftliche Veröffentlichungen auf den MOZAIC-Ergebnissen, und über 120 Forschergruppen weltweit arbeiten mit dem MOZAIC-Datenpool. Dabei gab es eine Reihe von überraschenden Erkenntnissen, die Wetter- und Klimamodelle bislang nicht oder nur unvollständig vorhersagen konnten. Dazu gehört beispielsweise die Übersättigung der oberen Troposphäre mit Wasserdampf, die entscheidend für das Verständnis der Bildung von Kondensstreifen und Zirren ist. Weiterer Aspekt sind die häufig beobachteten extremen Konzentrationen von Ozonvorläufern (Kohlenmonoxid und Stickoxiden) in der oberen Troposphäre, die durch Waldbrände und Gewitter verursacht werden. Die neueste Auswertung der MOZAIC-Daten erschien im Januar 2010 in dem renommierten Wissenschaftsmagazin „Nature“ und zeigt eindrucksvoll, dass die Ozonbelastungen über den USA entscheidend durch Vorläufersubstanzen beeinflusst werden, die im asiatischen Raum emittiert werden. Dies konterkariert die lokalen Bemühungen der USA, die Ozonkonzentration zu verringern.

→ <http://mozaic.aero.obs-mip.fr/web>

AMDAR

Im Projekt AMDAR (Aircraft Meteorological Data Relay) unterstützt Lufthansa die World Meteorological Organization (WMO) und den Deutschen Wetterdienst. Rund 295 Lufthansa-Flugzeuge erfassen während des gesamten Fluges nach bestimmten Optimierungskriterien Lufttemperatur, Windgeschwindigkeit und -richtung für die Wetterdienste. Seit Dezember 2006 messen einige Flugzeuge auch die Luftfeuchtigkeit in der Atmosphäre; je mehr Daten dazu vorliegen, umso präziser können die Meteorologen das Wetter vorhersagen. Die Wetterbeobachtungen stehen weltweit allen nationalen meteorologischen Diensten zur Verfügung und fließen direkt in die Berechnung der Wetter- und Unwettervorhersagen ein. Davon profitiert auch die Luftfahrt selbst. Denn mit akkuraten Wetterkenntnissen lassen sich treibstoffsparende Flugrouten berechnen, und zudem können Piloten Schlechtwetterzonen gezielter umfliegen.

→ <http://amdar.wmo.int>

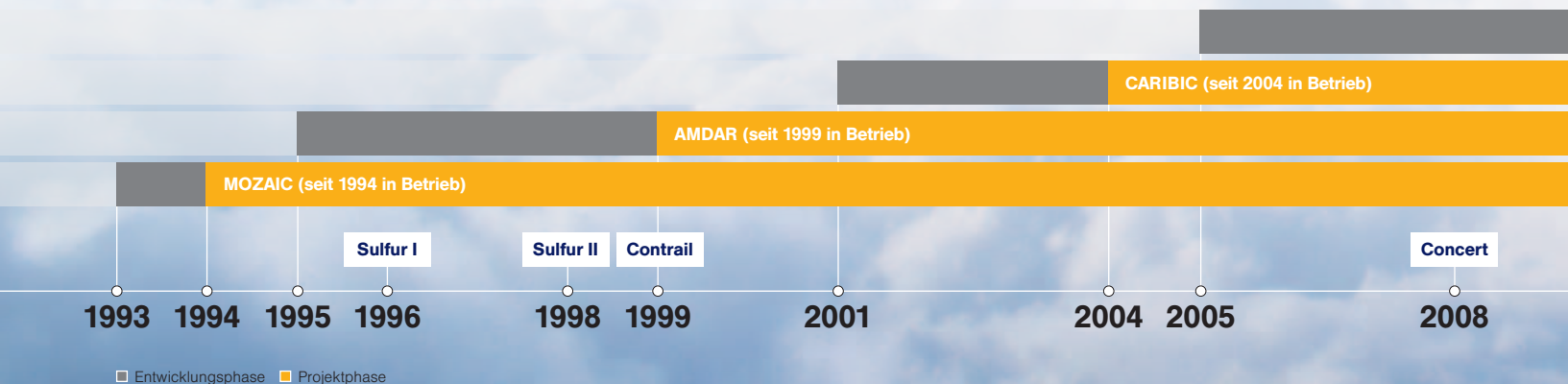
CARIBIC

Im Rahmen des EU-Forschungsprojekts CARIBIC (Civil Aircraft for the Regular Investigation of the atmosphere Based on an Instrument Container) engagiert sich Lufthansa bereits seit vielen Jahren in der Atmosphärengrundlagenforschung. An dem langfristigen Gemeinschaftsprojekt sind das Max-Planck-Institut für Chemie (Max-Planck-Gesell-

schaft), das Institut für Troposphärenforschung (Leibniz-Gemeinschaft), das Institut für Meteorologie und Klimaforschung und das DLR (beide Helmholtz-Gemeinschaft) sowie zwei weitere Partner in Deutschland und sechs Partner in fünf europäischen Ländern beteiligt. Ziel ist die Untersuchung der komplexen chemischen und physikalischen Abläufe der Atmosphäre – und damit unseres Wetters und Klimageschehens. Dieses weltweit einzigartige Messcontainerprojekt nutzt seit Dezember 2004 den Lufthansa-Airbus A340-600 „Leverkusen“ auf interkontinentalen Strecken ab Frankfurt. Einmal im Monat transportiert das Flugzeug im Frachtraum ein 1,6 Tonnen schweres voll automatisiertes Messlabor, das über das Lufteinlasssystem Daten über verschiedenste Spurenstoffe und Treibhausgase sowie über die Konzentration und Größenverteilung von Aerosolen misst. Außerdem erfasst das fliegende Observatorium Wolkenbilder mittels einer integrierten Kamera.

Einen Forschungsschwerpunkt bildet das Verständnis der Kreisläufe von Treibhausgasen zwischen deren Reservoirien – den Ozeanen, den Landmassen und der Biomasse. Zwischen diesen Speichern werden jährlich riesige Stoffmengen ausgetauscht. Diese Stoffkreisläufe, und besonders die Quantifizierung einzelner Aufnahme- und Abgabeprozesse, werfen nach wie vor viele Fragen auf. Die CARIBIC-Messungen haben es

Seit fast zwei Jahrzehnten engagiert sich Lufthansa aktiv in verschiedenen Klimaforschungsprojekten



ermöglicht, ein Puzzleteil beizusteuern. So konnten die Forscher die Aufnahme von CO₂ durch die Vegetation während der Monsunperiode im süd-asiatischen Raum auf 50 Millionen Tonnen CO₂ monatlich quantifizieren. Bei Methan gehen die Experten von 1,5 Millionen Tonnen aus, bei Distickstoffoxid (Lachgas) sind es 70.000 Tonnen.

→ www.caribic-atmospheric.com

IAGOS

Das Projekt IAGOS (Integration of routine Aircraft measurements into a Global Observing System) ist eine Weiterentwicklung des Projekts MOZAIC. Ziel dieses Folgeprojekts ist es, die langfristigen operativen und finanziellen Voraussetzungen zu schaffen, um die im Rahmen von MOZAIC erfolgreich begonnenen Messreihen langfristig im globalen Maßstab fortzuführen. In einer fünfjährigen Entwicklungsphase von 2005 bis 2009 haben die Partner aus Forschung und Industrie dafür ein neues Instrumentenpaket entwickelt, das leichter, robuster und nahezu wartungsfrei ist. Seit Dezember 2009 wird die neue Messtechnik an Bord eines Lufthansa-Airbus A340-300 getestet. Lufthansa verfolgt mit ihren Partnern das Ziel, gemeinsam eine weltweite Messinfrastruktur zu schaffen, um die Erdatmosphäre mithilfe der zivilen Luftfahrt global beobachten zu können. Dazu erfassen die Messgeräte während des Fluges routinemäßig atmosphärische Spurenstoffe und



in Zukunft auch Aerosole und Wolkenteilchen – weltweit und auf breiter Basis. Die durch IAGOS gewonnenen Daten sind von zentraler Bedeutung für die Klimaforschung und die numerische Wettervorhersage.

→ www.iagos.org

→ www.fz-juelich.de/icg/icg-2/iagos

Darüber hinaus arbeitet Lufthansa aktiv in weiteren Forschungsprojekten mit, die unter anderem dazu dienen, den Fluglärm zu begrenzen und die Triebwerksleistung zu verbessern. Dazu zählen das EU-Forschungsprojekt TBCplus, das EU-Netzwerk AERONET, der Forschungsverbund „Leiser Verkehr“ mit seinen Projekten LEXMOS, NASGeT, FREQUENZ und LAnAb sowie die EU-Forschungsprojekte ERAT und SEFA.

Neuestes Klimaforschungsprojekt IAGOS, seit November 2009 installiert auf einem Lufthansa-Airbus A340-300.

IAGOS (seit Ende 2009 in Betrieb)

2010

2014

2020



Cyclean Engine Wash:
Mit wenig Aufwand und in recht kurzer Zeit kann der Mechanismus zur Triebwerkswäsche montiert und so das Triebwerk von Verunreinigungen befreit werden.

Lufthansa Technik verstärkt Forschung und Entwicklung

Lufthansa Technik hat im April 2009 die Abteilung Technologieprojekte gegründet, um ihre vielfältigen Aktivitäten im Bereich Forschung und Entwicklung (F&E) zu bündeln und zu verstärken. Die neue Organisation koordiniert sämtliche Forschungsprojekte im Unternehmen, die von Behörden und Ministerien gefördert werden. Zudem ist sie Ansprechpartnerin für Unternehmen, Universitäten und Forschungseinrichtungen. „Aktuell betreuen wir rund 25 Projekte, in die in der Regel mindestens ein Hochschulinstitut mit eingebunden ist“, berichtet Dr. Franz-Josef Kirschfink, der Leiter der Abteilung Technologieprojekte. Das Spektrum der Forschungsprojekte ist breit gefächert, wie die folgenden Beispiele zeigen:

Im Rahmen des Projekts CO₂-Trockeneis arbeitet Lufthansa Technik daran, Cyclean Engine Wash, ihr effizientes Verfahren zur Reinigung von Flugzeugturbinen (vgl. dazu *Balance*, Ausgabe 2009, Seite 60), weiterzuentwickeln. Der Einsatz von Trockeneis soll künftig die Unabhängigkeit von der Umgebungstemperatur und eine noch bessere Reinigung der Turbinen ermöglichen – und somit den Kerosinverbrauch senken.

Das Projekt LOTUSARP hat zum Ziel, den Kerosinverbrauch und die Abgase durch eine Optimierung der Verdichterkenngrößen zu reduzieren. Um dies zu erreichen, entwickeln die Experten bei

Lufthansa Technik eine 3-D-Strömungssimulation, die sämtliche Einflüsse berücksichtigt. So lässt sich stets die bestmögliche Kombination potenzieller Maßnahmen aus Reparatur und Veredelung an Verdichterbauteilen ermitteln.

Im Projekt Digital Cabin Model stellt Lufthansa Technik die komplette Kabine in einem VR-Modell (Virtual Reality) dar. Dies eröffnet den Experten die Möglichkeit, ein Bauteil digital auf seine Passgenauigkeit zu überprüfen, bevor es gefertigt wird. So lassen sich wiederholte Fertigungsschritte beziehungsweise Neubauten vermeiden und die Realisierungszeit drastisch verkürzen.

Im Projekt CompoSEAT entwickelt Lufthansa Technik ein modulares VIP- und First-Class-Sitzkonzept unter Verwendung von Hochleistungsfaserverbundstoffen, was das Gewicht der Sitze erheblich vermindert. Dieses Konzept soll später auch auf die Sitze in der Business und der Economy Class übertragbar sein.

Darüber hinaus engagiert sich Lufthansa Technik in der Brennstoffzellenforschung und unterstützt das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) bei zwei wichtigen Projekten: Im Rahmen von ANTARES testen die Experten des DLR die Einsatzmöglichkeiten von Brennstoffzellen unter realen Bedingungen. Mithilfe einer Brennstoffzelle startete, flog und landete am 7. Juli 2009 in Hamburg erstmals ein bemannter Motorsegler aus eigener Kraft. Weitere Erprobungsflüge sollen vom Gelände der Lufthansa Technik aus folgen. Und im Projekt ELBASYS unterstützt Lufthansa Technik das DLR beim Einsatz einer Brennstoffzelle an Bord eines Airbus A320, unter anderem für die Energieversorgung während des Fluges.

Zusammen mit der Stadt Hamburg und Airbus hat Lufthansa Technik im Juli in Hamburg zudem das Zentrum für angewandte Luftfahrtforschung (ZAL) gegründet. Ein Schwerpunkt der Einrichtung ist die Brennstoffzellenforschung für Flugzeuge.

Der Lufthansa-Konzern

Soziale Verantwortung

Umwelt

Gesellschaftliches Engagement

Glossar

Gesellschaftliches Engagement

Umweltförderung

Bildung

Biodiversität

Cargo Human Care

Rainforestation Farming

Corporate Citizenship

Artenschutz

Living Lakes

HelpAlliance

Miles to Help

Airline des Sports

Lufthansa Festival of Baroque Music

Corporate Citizenship

Nachhaltig handeln für Mensch, Umwelt und Kultur

Auch im Jahr 2009 hat Lufthansa wieder eine Vielzahl von Projekten unterstützt und damit ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrgenommen. Als aktiver Teil des Gemeinwesens engagiert sich der Konzern auf den Feldern Kultur, Soziales, Bildung, Sport und Umweltförderung. Damit das Engagement die gewünschte Wirkung entfaltet, bündelt das Unternehmen seine Kräfte in ausgewählten Projekten, die eine umfassende betriebswirtschaftliche Kontrolle erlauben.

Kultur

Jubiläum: 25 Jahre Lufthansa Festival of Baroque Music in London – „Indispensable Festival“

1984, London, Piccadilly. Lufthansa unterhält ein repräsentatives Stadtbüro ganz in der Nähe von Piccadilly Circus. Direkt gegenüber ein architektonisches Meisterwerk von Sir Christopher Wren, die barocke Kirche St. James von 1684. „Director

of Music“ dort ist ein junger Cembalist und Dirigent: Ivor Bolton, verheiratet mit Tess Knighton, einer promovierten Musikwissenschaftlerin aus Cambridge.

Auf Anregung des Pfarrers, Reverend Reeves, versucht die Gemeinde die umliegenden Geschäfte und Firmenvertretungen für Konzerte in der wunderbaren und akustisch sehr guten Kirche zu begeistern. Kein einfaches Unterfangen, aber Lufthansa geht darauf ein, weil sie eine gute Gelegenheit sieht, beste Kunden zu einem kulturellen Ereignis der besonderen Art einzuladen. Mit der Expertise von Ivor Bolton und Tess Knighton



Lufthansa Festival of Baroque Music 2009: Ivor Bolton dirigierte das Concerto Köln mit dem Balthasar-Neumann-Chor in Händels Oratorium Athalia. In der Titelrolle die Koloratur-Sopranistin Simone Kermes.

gelang aus dem Stand ein überzeugender Anfang mit einer kleinen Serie von Konzerten barocker Musik in historischer Aufführungspraxis. Der Grundstein für das Lufthansa Festival of Baroque Music war damit gelegt.

Im Mai 2009 feierte das Festival den 25. Jahrestag seiner Gründung. Vieles hat sich seither verändert: Das Lufthansa-Büro hat einen neuen Standort bezogen, Reverend Reeves lebt längst im verdienten Ruhestand, die künstlerische Leitung ging von Tess Knighton zunächst an Kate Bolton, dann an Lindsay Kemp über. St. John's Smith Square und Westminster Abbey sind mittlerweile die Spielstätten und das Festival umfasst jährlich 10 bis 12 Konzerte. Gleich geblieben sind Ivor Bolton als musikalischer Direktor, die konsequente Verpflichtung auf die historische Aufführungspraxis und die Auswahl herausragender Interpreten. So begeistern jedes Jahr im Mai die besten ihres Fachs das überaus anspruchsvolle Londoner Publikum, darunter immer auch Statuskunden der Lufthansa. Aber nicht nur die Konzertbesucher gehören zu der Festivalgemeinde, weltweit erreicht das Festival über die Übertragungen der BBC auf Kanal Radio 3 an die 800.000 Hörer. Diese Medienpartnerschaft ist ebenso wertvoll wie die seit einigen Jahren bestehende Partnerschaft mit dem Geschäftspartner Rolls-Royce plc. Sie stellt auf sehr überzeugende Art und Weise ein Joint Corporate Citizenship dar, da sich hier zwei der höchsten Qualität verpflichtete Unternehmen in einem adäquaten kulturellen Engagement hervorragend ergänzen.

Das Jubiläumsprogramm: Unter dem Motto „1659–1759: Hundred Years of English Genius“ standen Henry Purcell und Georg Friedrich Händel im Mittelpunkt des Festivals. Die künstlerisch glorreiche Zeit zwischen Henry Purcells Geburtsjahr (1659) und Georg Friedrich Händels Todesjahr (1759) wurde musikalisch ausgeleuchtet. Fazit: auch im Jubiläumsjahr ein begeistertes Publikum, die Presse durchweg ebenso angetan. Und wenn The Daily Telegraph das Lufthansa Festival of Baroque Music als „indispensable“ beschreibt, dann erfüllt uns das mit Freude. Lufthansa versteht sich als Premium Carrier und liebt den Wettbewerb. Wenn wir diesen auch in der anspruchsvollen Musikmetropole London bestehen können, dann bestätigt das die Akzeptanz unserer qualitativen Ausrichtung.

Das 26. Lufthansa Festival of Baroque Music 2010 nimmt den 400. Jahrestag der Entstehung von Monteverdis Marienvesper zum Anlass, die Pionierleistungen der italienischen Komponisten des 17. Jahrhunderts für die Entwicklung der abendländischen Musik ins Bewusstsein zu rücken. Das Motto lautet „Fountain of the Baroque“, mit dabei: La Venexiana, Paolo Pandolfo, das Gabrieli Consort, das European Union Baroque Orchestra und einige Newcomer wie z. B. Baroque Fever aus Dänemark.

→ www.lufthansafestival.org.uk

Lufthansa-Neujahrskonzert: festliche Atmosphäre im Berliner Konzerthaus

Bereits zum dreizehnten Mal hat Lufthansa, dieses Jahr am 18. Januar 2010, zum traditionellen Neujahrskonzert in Berlin geladen. Rund 1.200 Gäste, darunter Prominenz aus Wirtschaft, Politik, Diplo-



matie und Kultur, Unternehmens- und Verbandschefs, Führungskräfte aus der Luftfahrtindustrie sowie Lufthansa-Statuskunden, waren der Einladung des Unternehmens gefolgt. Das im Konzerthaus am Gendarmenmarkt virtuos aufspielende RIAS Jugendorchester begeisterte mit Werken von Wagner, Rachmaninoff und Sibelius.

Soziales

Die HelpAlliance im Jubiläumsjahr: mehr Spenden, mehr Unterstützung, mehr Ideen



Am 22. September 2009 feierte die HelpAlliance ihr zehnjähriges Bestehen. Etwa 450 Konzernmitarbeiter, Förderer und Freunde trafen sich zu einer Jubiläumsfeier im Lufthansa Training & Conference Center in Seeheim, um gemeinsam auf ein Jahrzehnt erfolgreicher karitativer Arbeit zurückzublicken. Sabine Weber, Gattin des Aufsichtsratsvorsitzenden Jürgen Weber und langjährige Schirmherrin des Vereins, nutzte den Abend für einen Generationenwechsel und übergab die Stafette ihrer Schirmherrschaft an Bettina Lauer, Ehefrau des Konzernvorstands für Verbund-Airlines und Konzern-Personalpolitik, Stefan Lauer.

Konzern baut Unterstützung aus

Lufthansa steht der HelpAlliance seit ihrer Gründung im Jahr 1999 fest zur Seite. Der Konzern fördert das Engagement der Mitarbeiterorganisation unter anderem durch die Vollzeitfreistellung von zwei Mitarbeitern – darunter die 1. Vorsitzende Rita Diop – und die Teilfreistellung einer Kollegin aus dem Flugbetrieb. Außerdem stellt er am Frankfurter Flughafen unentgeltlich Büroräume einschließlich Kommunikationsinfrastruktur sowie



On-Board-Collection-Programm „Kleines Geld für große Hilfe“

Zwar war das Spendenaufkommen aus dem On-Board-Collection-Programm „Kleines Geld für große Hilfe“ auch im Jahr 2009 weiter rückläufig, doch konnte der massive Abwärtstrend gestoppt werden. Das positive Signal ist eine Folge vor allem der zahlreichen HelpAlliance-Aktivitäten im Jubiläumsjahr. Beim „On-Board-Collection-Programm“ können Lufthansa- und Condor-Kunden, die von Langstreckenflügen Münzen und Scheine in ausländischer Währung zurückbringen, diese seit Mai 2001 für einen guten Zweck spenden. Hierzu dienen kleine verschließbare Tüten in der Sitztasche, die das Bordpersonal entgegennimmt und der HelpAlliance zuführt. Eine weitere Möglichkeit bieten Spendensäulen in den Mitarbeiterbereichen und Lufthansa-Lounges an den deutschen Flughäfen sowie in den öffentlichen Bereichen der Drehkreuze Frankfurt und München.

Transportkapazitäten zur Verfügung. Die internen und externen Lufthansa-Medien unterstützen die Außendarstellung und Berichterstattung des Vereins durch redaktionelle Beiträge. Im Jubiläumsjahr hat Lufthansa ihre Zuwendung abermals ausgebaut: So sponserte der Konzern unter anderem eine ganzseitige Anzeige im Europaflugplan der Lufthansa, versah Werbeflächen am Boden und in der Luft unentgeltlich mit dem HelpAlliance-Logo und finanzierte eine Pressereise nach Indien, wo sich Journalisten eine Woche lang vor Ort über das HelpAlliance-Projekt Patenschaftskreis Indien e.V. informieren konnten. Und in Thailand nahm Rita Diop von Thierry Antinori, Mitglied des Passagievorstands der Deutschen Lufthansa AG und verantwortlich für Marketing und Vertrieb, einen Scheck über 20.000 Euro entgegen, der einem Waisenhaus in Pattaya und damit einem langfristigen HelpAlliance-Projekt zugutekommt.

Informationsangebot ausgeweitet

Im Jubiläumsjahr hat die HelpAlliance ihre kommunikativen Aktivitäten deutlich intensiviert. Ein wichtiger Baustein war die Ausweitung des Informationsangebotes im Intra- und im Internet, zudem erhielt die Website ein frisches Design und ein neues technisches Fundament. Um Lufthanseseuten Gelegenheit zu geben, sich direkt bei den Projektleitern über die von ihnen vor Ort betreuten Projekte zu informieren, fand im November eine Aktionswoche im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt statt. Zudem fiel im März der Startschuss für ein zehnteiliges HelpAlliance-Quiz im Intranet und in der Mitarbeiterzeitung Lufthansa. Ziel war es, den Bekanntheitsgrad der HelpAlliance im Konzern weiter zu erhöhen.

Spendenzuwachs trotz Wirtschaftskrise

Die breite Aufmerksamkeit, die der HelpAlliance im Jubiläumsjahr zuteilwurde, hat ihre Wirkung nicht verfehlt: „Obwohl das Jahr 2009 unter dem Eindruck der Wirtschaftskrise stand, konnten wir das Spendenvolumen im Vergleich zum Vorjahr

On-Board-Collection-Programm

Entwicklung des Spendenaufkommens

2001	207.175 €
2002	203.692 €
2003	216.539 €
2004	238.023 €
2005	294.870 €
2006	279.575 €
2007	260.939 €
2008	230.433 €
2009	224.053 €

Start der Beteiligung von Condor: Oktober 2003

Alle in diesem Beitrag für das Jahr 2009 genannten Zahlen sind vorläufig, da die finalen Zahlen bei Redaktionsschluss noch nicht vorlagen.





Township-Projekt
iThemba School Capricorn:
Kinder im Vorschulalter
freuen sich über die
Eröffnung ihres neuen
Schulgebäudes.

um gut 100.000 Euro auf insgesamt 735.000 Euro steigern“, berichtet Rita Diop. Positiv entwickelte sich auch die Zahl der Fördermitglieder: So entschieden sich allein im Jahr 2009 rund 200 Personen für eine Fördermitgliedschaft – doppelt so viele wie im Jahr zuvor.

Schwerpunktprojekte im Jubiläumsjahr

Besonderes Augenmerk lag im Jubiläumsjahr auf einem Township-Projekt in der südafrikanischen Metropole Kapstadt. Auf dem brachliegenden Gelände der iThemba School Capricorn konnte die HelpAlliance den Bau eines Vorschulgebäudes in Fertigbauweise mit drei Klassenzimmern, Küche, Büro und Spielplatz finanzieren. Fünfzig Jungen und Mädchen bis sechs Jahre lernen dort seit Januar 2010 unter anderem Englisch und verbessern so ihre Chancen auf Bildung und gesellschaftliche Teilhabe. Den Grundstein legte eine Spende der Sparte Fußball des Lufthansa-Sportvereins in Köln, der ein projektgebundener Spendenaufruf über Miles to Help folgte – mit überwältigender Resonanz: „Ursprünglich waren die Meilen nur für die Finanzierung des Mobiliars gedacht. Dank der großzügig gestifteten Prämienmeilen von Lufthansa-Kunden konnten wir jedoch die Errichtung eines kompletten Gebäudes bezahlen“, bekräftigt die Vorsitzende. Miles to Help bietet Teilnehmern des Vielfliegerprogramms Miles & More Gelegenheit, ihre Prämienmeilen für gemeinnützige Zwecke zu spenden.

Im Kurzprofil – die HelpAlliance

Die Hilfsorganisation „HelpAlliance e.V. – Mitarbeiter engagieren sich“ wurde im September 1999 von sozial engagierten Mitarbeitern aus allen Teilen des Lufthansa-Konzerns gegründet. Am 31. Dezember 2009 gehörten dem Verein 13 ordentliche Mitglieder und 1.346 Fördermitglieder an; überdies existiert ein weltweites Netzwerk aus freiwilligen internen und externen Helfern. Die Mitglieder kommen aus allen Unternehmensbereichen und setzen sich weltweit ehrenamtlich und persönlich für Existenzgründungen, Straßenkinderprojekte, Ausbildungseinrichtungen sowie Waisen- und Buschkrankenhäuser ein. Seit ihrer Gründung hat die humanitäre Gemeinschaftsinitiative mehr als 60 Projekte erfolgreich unterstützt. Der Schwerpunkt liegt auf den Bereichen Bildung, Gesundheit und Ernährung und folgt konsequent dem Leitmotiv „Hilfe zur Selbsthilfe“. Die Projekte unterteilen sich in langfristige HelpAlliance-Projekte, kurzfristige ereignisbezogene Förderprojekte und Katastrophenhilfe. Die Einsatzgebiete liegen mehrheitlich auf der südlichen Halbkugel, vor allem in Afrika, Asien und Südamerika.

→ www.help-alliance.com

Ein weiterer Schwerpunkt des Jahres 2009 lag im Bereich Katastrophenhilfe. So engagierte sich die HelpAlliance unter anderem im mittelamerikanischen El Salvador, wo der Tropensturm „Ira“ im November schwere Verwüstungen anrichtete, denen mehr als 120 Menschen zum Opfer fielen. Humanitäre Soforthilfe leistete die Hilfsorganisation auch auf den Philippinen. Dort hatte der Tropensturm „Ketsana“ im September für die schwersten Überschwemmungen seit über 40 Jahren gesorgt, knapp 280 Menschenleben gefordert und eine halbe Million Menschen obdachlos gemacht. Außerdem sucht die HelpAlliance gegenwärtig nach passenden Partnern in Indonesien, um nach einer Serie von starken Erdbeben im Herbst 2009 auch dort nachhaltig Hilfe leisten zu können.

Nicht mehr wegzudenken: der Ideenpool

Zu einer unverzichtbaren Fundraising-Säule hat sich der Ideenpool entwickelt – der dritten neben dem On-Board-Collection-Programm „Kleines Geld für große Hilfe“ (vgl. Textbox auf Seite 74) und Miles to Help. Mehrere zehntausend Euro erlösten kreative Lufthanseseiten zugunsten der HelpAlliance allein im Berichtsjahr, indem sie Flohmärkte organisierten, Kuchen backten oder bei Abteilungstreffen für das Anliegen der Mitarbeiterorganisation warben. Dass so viel Einsatz auch auf andere Konzerngesellschaften abstrahlt, bewies im April 2009 das Kabinenpersonal von Eurowings mit seiner Spende für ein Projekt in Brasilien, das sich für unter- und mangelernährte Kinder stark macht.

Cargo Human Care weitet Engagement aus

In vielen Ländern Afrikas ist die medizinische Grundversorgung der Bevölkerung noch immer die Ausnahme – auch in Kenia. Um kranken Menschen in der Hauptstadt Nairobi dennoch schnell und unbürokratisch zu helfen, haben Mitarbeiter von Lufthansa Cargo gemeinsam mit deutschen Ärzten im Jahr 2004 Cargo Human Care e.V. (CHC) ins Leben gerufen. Im Zentrum des Hilfsprojektes stehen zwei Einrichtungen: das Medical Center im SOS-Kinderdorf in Buru Buru



und das Mother's Mercy Home (MMH) in Kianjogu nördlich von Nairobi. Die Unternehmensleitung von Lufthansa Cargo fördert das humanitäre Projekt von Beginn an (vgl. Textbox auf dieser Seite).

Drei weitere Spezialsprechstunden

Im Februar 2009 hat CHC eine medizinische Station im Neubau des Waisenhauses auf dem Gelände des Mother's Mercy Home eingeweiht, die zum 1. April ihren Betrieb aufgenommen hat. Acht fest angestellte Mitarbeiter betreuen dort seither die Kranken in zwei Behandlungsräumen und mithilfe einer eigenen Apotheke. Unterstützung erhielten sie im Jahr 2009 von 32 deutschen Medizinerinnen – darunter Gynäkologinnen, Hals-Nasen-Ohren-Ärztinnen, Zahnärztinnen, Kinderärztinnen, Augenärztinnen und Allgemeinmedizinerinnen. Durch einen im April 2009 geschlossenen Vertrag mit dem nahe gelegenen Nazareth Hospital können

Im Kurzprofil – Cargo Human Care e.V.

Die Idee zur Gründung von Cargo Human Care (CHC) geht auf Fokko Doyen zurück, Flottenchef MD11-F bei Lufthansa Cargo und erster Vorsitzender von CHC. Nachdem er zufällig das Aids-Waisenhaus Mother's Mercy Home am Rande Nairobis entdeckt hatte, beschloss er zu helfen. Cargo Human Care ist als gemeinnützige Hilfsorganisation anerkannt und finanziert sich ausschließlich über Spenden. Dem CHC-Vorstand gehören neben Fokko Doyen sieben weitere Mitglieder an. Ende 2009 zählte der Verein 215 Mitglieder. Lufthansa Cargo unterstützt CHC seit dessen Gründung im Jahr 2004 mit kostenlosen Flugtickets für die Mediziner. Diese fliegen dreimal im Monat für jeweils drei Tage nach Afrika, um vor allem akute, aber auch chronische Erkrankungen ehrenamtlich zu therapieren. Darüber hinaus sorgt das Unternehmen für ausreichende Transportkapazitäten an Bord seiner MD-11-Frachtflugzeuge. Auf diese Weise ist gewährleistet, dass medizinische Instrumente und andere dringend benötigte Hilfsgüter auf dem schnellsten Weg ihr Ziel erreichen. Des Weiteren übernimmt die 100-prozentige Lufthansa-Tochtergesellschaft die Kosten für einen Mitarbeiter im Freiwilligen Sozialen Jahr (FSJ): Dieser koordiniert nicht nur die Öffentlichkeitsarbeit von Cargo Human Care, sondern kümmert sich auch um zahlreiche administrative Aufgaben und hält dem Vorstand so den Rücken frei.

→ www.cargohumancare.de

auch schwerer erkrankte Patienten stationär behandelt und operiert werden. Im Berichtsjahr hat CHC das Tätigkeitsspektrum des Medical Center um drei Spezialsprechstunden erweitert: Seither bietet es nicht nur geburtshilfliche Vorsorgeuntersuchungen und Impfungen an, sondern unterstützt Ratsuchende auch in allen Fragen rund um das Thema Familienplanung.

Bereits in Planung: ein Anbau für das Medical Center

„Das Medical Center im Mother's Mercy Home hat sich zu einer wichtigen Anlaufstelle für viele arme und kranke Nairobi-er entwickelt“, zieht Fokko Doyen, Flottenchef MD-11F bei Lufthansa Cargo und Gründer von Cargo Human Care, eine erste Bilanz. „Wir behandeln jeden Monat 800 bis 1.000 Menschen, für die eine medizinische Grundversorgung bisher unerschwinglich war.“ 7.473 Patienten waren es von April bis November 2009 insgesamt, davon 4.975 Frauen und 2.498 Männer; überdies wurden 287 Personen zur stationären Weiterbehandlung ins Nazareth Hospital überwiesen.

Aufgrund des starken Andrangs hat das Medical Center nur wenige Monate nach seiner Eröffnung die Kapazitätsgrenze erreicht. Cargo Human Care plant daher, im Laufe des Jahres 2010 einen Anbau zu errichten. Dieser soll mehr Platz für die Apotheke schaffen und zugleich für weitere und vor allem geräumigere Behandlungszimmer sorgen.

Hilfe für Straßenkinder in Ghana

Ein Zeichen der Solidarität mit den Menschen in Afrika setzt Cargo Human Care seit dem Jahr 2009 auch im westafrikanischen Ghana. Dort hat die humanitäre Hilfsorganisation den Bau eines vom Verein Nima e.V. getragenen Straßen- und Waisenkindershauses finanziell unterstützt: Seit Oktober 2009 bietet das „One Love Children's Home“ 20 Kindern, die bisher auf sich allein gestellt auf der Straße lebten, ein neues Zuhause – liebevoll umsorgt von vier Betreuerinnen. Der Gesundheitszustand der Mädchen und Jungen, die regelmäßige Mahlzeiten erhalten und je nach Alter eine Kita bzw. Schule besuchen, hat sich nach nur wenigen Monaten deutlich verbessert. Insgesamt ist der Gebäudekomplex für 24 Kinder ausgelegt.

Jedem Kind ein Zuhause: SWISS stärkt SOS-Kinderdörfer

Armut, bewaffnete Konflikte, Gewalt und Missbrauch treffen Kinder besonders hart. Seit Jahren schon engagieren sich Unternehmensführung, Mitarbeiter und Kunden der SWISS deshalb für die SOS-Kinderdörfer. Das unabhängige internationale Kinderhilfswerk gibt weltweit verlassenen Kindern ein neues Zuhause und stärkt armen Familien den Rücken. So spendeten allein die Fluggäste der seit 1. Juli 2007 zum Lufthansa-Konzern gehörenden Airline jährlich rund 200.000 Schweizer Franken zugunsten der Entwicklungshilfeorganisation. Außerdem ermöglichte die Spendenbereitschaft der Passagiere den Bau des „SWISS-House“ in Dar es Salaam, des 13. Familienhauses dieses SOS-Kinderdorfes in Tansania. Für den Lebensunterhalt der dort untergebrachten Waisenkinder sorgt die „Stiftung Kinderhilfe des SWISS-Personals“, die sich über die freiwilligen Beiträge von Mitarbeitern des Unternehmens finanziert. Diese sammeln im Rahmen von Tombolas auf Mitarbeiterfesten zudem regelmäßig zugunsten der SOS-Kinderdörfer und bringen sich in vielen Ländern auf privater Basis in kleinere Projekte ein. Unterstützung erhalten die SOS-Kinderdörfer auch über Miles to Help, das Teilnehmern des Vielfliegerprogramms Miles & More die Möglichkeit gibt, ihr Meilenguthaben für gemeinnützige Zwecke einzusetzen.

→ www.sos-kinderdoerfer.de

Bildung

„Erlebnis Wissen“: Lufthansa-Lern-DVD findet weltweit Anklang

Mithilfe der interaktiven Lern-DVD „Erlebnis Wissen“ erkunden Schüler der Klassen 8 bis 10 seit Mai 2008 die faszinierende Welt der Luftfahrt. Lufthansa hat die schulische Bildungsinitiative, die sich an den Lehrplänen für die Fächer Biologie, Physik, Chemie, Erdkunde, Arbeitslehre sowie Politik und Wirtschaft orientiert, gemeinsam mit dem Hessischen Kultusministerium entwickelt. Die Nachfrage nach den multimedialen Unterrichtsmaterialien war auch im Jahr 2009 ungebrochen. „Knapp zwei Jahre nach Einführung der DVD erreichen uns noch immer täglich neue Anfragen.



Lufthansa-Lern-DVD
„Erlebnis Wissen“

Und immer häufiger stammen sie aus der ganzen Welt“, berichtet Sabine Heß, Referentin Public Relations bei Lufthansa. Der Grund: Das innovative Bildungsangebot eröffnet nicht nur deutschen Schülern spannende Einblicke in die Wissenswelt des Luftverkehrs, sondern leistet auch gute Dienste beim Erlernen des Deutschen als Fremdsprache. Lufthansa hat die Lern-DVD daher weltweit allen Goethe-Instituten kostenlos zur Verfügung gestellt. So bereichert sie nun bisweilen den Deutschunterricht und ist zudem in den Bibliotheken der Institute zu finden.

→ www.lufthansa.com/erlebnis-wissen

Stimmiges Bildungskonzept: **business@school**

In den meisten schulischen Lehrplänen kommt die Vermittlung ökonomischer Zusammenhänge zu kurz. Um dieses Manko zu beheben und bei Schülern der Klassen 10 bis 13 die Begeisterung für Wirtschaftsthemen zu wecken, hat die Unternehmensberatung Boston Consulting Group im Jahr 1998 business@school gegründet. Lufthansa unterstützt die Bildungsinitiative, an der jährlich mehr als 70 Schulen mit gymnasialer Oberstufe in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Singapur, Italien und Norwegen teilnehmen, seit dem Jahr 2002.



Im Schuljahr 2009/2010 haben sich 36 Lufthansa-Mitarbeiter bereit erklärt, eine Schulpatenschaft zu übernehmen und an vier bis sechs Tagen ihr Büro gegen ein Klassenzimmer einzutauschen. In dieser Zeit vermitteln sie ehrenamtlich wertvolle Kompetenzen wie Teamarbeit oder Zeitmanagement und geben zudem eigene berufliche Erfahrungen weiter. Überdies unterstützen sie die Gymnasiasten bei der Entwicklung einer eigenen Geschäftsidee. Die besten Ideen werden bei Regionalentscheidungen und einer europäischen Abschlussveranstaltung vorgestellt und von einer Jury aus namhaften Wirtschaftsvertretern ausgezeichnet.

Im abgelaufenen Projektjahr 2008/2009 beteiligten sich auch Führungskräfte der Lufthansa Passage als Juroren. Zudem sponserte der Konzern attraktive Preise wie etwa die Teilnahme am Training „Mit Erfolg ins Berufsleben starten“, das Lufthansa eigens für die Finalisten der hessischen Endauscheidungen konzipiert hat. Das Siegerteam kam in den Genuss eines ganztägigen Blickes hinter die Lufthansa-Kulissen am Flughafen München.
→ www.business-at-school.de

Chancengerechtigkeit macht Schule: „Teach First Deutschland“

Seit 2008 unterstützt Lufthansa die gemeinnützige Initiative „Teach First Deutschland“ und ist damit das erste DAX-30-Unternehmen gewesen, das sich für die Initiative einsetzt. Teach First will bessere Bildungschancen für alle Kinder und Jugendlichen mit schlechten Startbedingungen schaffen. Indem zusätzliche, kompetente Fachkräfte (Fellows) für zwei Jahre an Schulen in sozialen

Brennpunkten tätig werden, unterstützt Teach First Deutschland die Schulen und fördert so die Schüler.

Seit Schulbeginn 2009/2010 ist der erste Fellow-Jahrgang an Schulen in Berlin, Hamburg und Nordrhein-Westfalen aktiv. Rund 70 persönlich und fachlich herausragende Hochschulabsolventen sind dort im Einsatz. Die Lufthansa School of Business unterstützt das Engagement mit kostenfreien Seminaren für die Fellows. Zudem haben die Mitarbeiter von Teach First und die Fellows die Möglichkeit, das 360-Grad-Feedback-Tool der Lufthansa zu nutzen.

→ www.teachfirst.de

Starthilfe ins Berufsleben: das Hamburger Hauptschulmodell

Hauptschulabsolventen finden häufig nur schwer einen Ausbildungsplatz. Um ihnen die Suche zu erleichtern und eine Zukunftsperspektive zu geben, beteiligt sich Lufthansa Technical Training – eine 100-prozentige Tochtergesellschaft von Lufthansa Technik – seit dem Jahr 2005 am Hamburger Hauptschulmodell. Michael Otto, Vorsitzender der Otto-Group, und Bernd Wrede, Vorstandsmitglied der Hapag-Lloyd AG, haben die Wirtschaftsinitiative im Jahr 2000 initiiert. Ziel ist es, Jugendliche, die nach der 9. Klasse die Schule verlassen, in eine ihren Fähigkeiten und Interessen entsprechende betriebliche Ausbildung zu vermitteln. Dem Hamburger Hauptschulmodell liegt ein dreistufiges Konzept zugrunde, bei dem Schulen, Arbeitsagenturen und Partnerunternehmen eng zusammenarbeiten.

Im Rahmen der Initiative werden die Jugendlichen zunächst für sechs Monate in der Ausbildungswerkstatt von Lufthansa Technik betreut. In dieser Zeit besuchen sie einen Tag pro Woche die Berufsschule. Im Anschluss folgt ein dreimonatiges Betriebspraktikum; erst danach entscheidet sich, ob sie in ein Ausbildungsverhältnis übernommen werden. Bisher haben sich 75 große Unternehmen, zahlreiche kleine Betriebe sowie knapp hundert Haupt- und Gesamtschulen der Initiative angeschlossen. Der Erfolg gibt dem Hamburger Hauptschulmodell recht: Seit seinem Start im Jahr 2001 hat sich die Quote der Schüler, die unmittelbar nach ihrem Hauptschulabschluss einen Ausbildungsplatz gefunden haben, von 6,7 Prozent auf 18,8 Prozent (Stand: Februar 2009) verdreifacht.

→ www.arbeitsstiftung.de



Im Beisein von DOSB-Präsident Thomas Bach verabschiedet Thierry Antinori, Passagevorstand Marketing und Vertrieb, Sportler der deutschen Olympiamannschaft vor ihrem Flug nach Vancouver.

Sport

Lufthansa – „Airline des Sports“

Ohne die finanzielle Unterstützung von Staat und Wirtschaft ist Spitzensport häufig nicht möglich. Lufthansa tritt daher seit Jahren als Partner des Sports auf und unterstützt unter anderem seit 2007 die Stiftung Deutsche Sporthilfe als erster „Nationaler Förderer“. Ergänzend zu diesem Engagement hat Lufthansa im Programm der Nachwuchseliteförderung der Stiftung Deutsche Sporthilfe im Jahr 2008 ihre Patenschaften von bisher fünf auf nunmehr zehn aufgestockt. Mit Blick auf die Olympischen Winterspiele 2010 in Vancouver begleitete Lufthansa damit unter anderem auch drei Nachwuchssportler aus den Disziplinen Nordische Kombination, Ski alpin und Biathlon auf ihrem Weg an die sportliche Spitze. Alle drei Sportler konnten ihre Teilnahme mit dem Gewinn einer Medaille krönen. Das Patenschaftsprogramm ergänzt die Grundförderung der Sporthilfe und ermöglicht so eine intensive Vorbereitung auf die Olympischen Spiele und weitere internationale Wettkämpfe. Darüber hinaus unterstützt Lufthansa regelmäßig die Veranstaltungen der Deutschen Sporthilfe wie beispielsweise die „Goldene Sportpyramide“, den „Ball des Sports“, das „Fest der Begegnung“ und das „Elite-Forum“ in Liebenberg. Die im Januar 2010 gestartete Kampagne der Sporthilfe mit dem Slogan „Dein Name für Deutschland“ erfährt ebenso eine breite Unterstützung, um bei Mitarbeitern, Fluggästen und Kunden der Lufthansa zusätzliche Mittel für den Spitzensport zu generieren.

Neben dem gesellschaftlichen Engagement für die Deutsche Sporthilfe engagiert sich Lufthansa seit

vielen Jahren für den olympischen und paralympischen Sport. So wurden 2008 die Verträge mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) und dem Deutschen Behindertensportverband (DBS) verlängert und die Nationalmannschaften zu den Winterspielen 2010 in Vancouver begleitet. Seit Januar 2010 ist Lufthansa zudem Nationaler Förderer der Bewerbungsgesellschaft für die Olympischen Winterspiele 2018 in München.

Als „Airline des Sports“ unterstützt Lufthansa Verbände, Vereine und Mannschaften bei ihren Reisen zu internationalen Sportevents und beteiligt sich an ausgewählten Welt- und Europameisterschaften in Deutschland. Die Facetten des Lufthansa-Sportengagements sind in der Broschüre „Lufthansa – Airline des Sports“ zusammengefasst.

→ www.lufthansa.com/verantwortung

Darüber hinaus hat Lufthansa für Sportfans alles Wissenswerte rund um Sportereignisse im Internet aufbereitet.

→ www.lufthansa.com/fanflug

Umweltförderung

Mit über zehn nationalen und internationalen Naturschutz- und Umweltverbänden kooperiert Lufthansa in zahlreichen Projekten, die den Erhalt der biologischen Vielfalt zum Ziel haben. Im Vordergrund stehen dabei Aktivitäten zum Artenschutz, insbesondere grenzüberschreitende Maßnahmen für wandernde Tierarten und ihre gefährdeten Lebensräume.

Tee, der Arbeitsplätze schafft

Im Westen Chinas ist ein Kraut gegen den Opiumanbau gewachsen: der Teebaum. *Camellia sinensis*, wie das bis zu 20 Meter hohe Kameliengewächs botanisch heißt, steht im Mittelpunkt eines Projekts, das die Stiftung NatureLife-International mithilfe der Lufthansa-Umweltförderung seit dem Jahr 2007 unterstützt. Ziel ist es, im Westen Chinas im Grenzbereich zu Laos und Myanmar ein nachhaltiges Landnutzungssystem zu etablieren, um die Folgen jahrelanger Übernutzung abzumildern.



Traditionelle Pflückerin:
Aus den Bulang-Bergen
stammt der Tee, auf den
alle Grün- und Schwarz-
teesorten zurückgehen.

Dort sind nach Jahrzehnten des Gummibaumanbaus in Monokulturen und des mittlerweile verbotenen Schlafmohnanbaus viele Primärregenwälder verschwunden und damit auch die meisten der alten Teebäume.

Die Bulang-Berge: Wiege aller Schwarzteesorten

Im Rahmen des Projekts engagiert sich NatureLife-International vor allem für das Tian Zi Biodiversity Research and Development Centre in den Bulang-Bergen. Gemeinsam mit der Bulang Heritage Foundation setzt es sich dafür ein, zunächst ein sechs Quadratkilometer großes Areal zu renaturieren, in dem Reste ursprünglicher Teewälder erhalten sind. Die ethnische Minderheit der Bulang pflegt die teilweise mehr als 100 Jahre alten Bäume, die verstreut in Resten ehemaliger Eichen- und Lorbeerwälder in über 1.500 Metern Höhe gedeihen und auf die alle heutigen Schwarz- und Grünteesorten zurückgehen. Laut Überlieferung waren die Bulang die ersten, die vor mehr als 3.000 Jahren aus den frisch gepflückten Camellia-Blättern einen wohl-schmeckenden Tee brühten.

Erprobte Methode: Rainforestation Farming

Im Rahmen der Wiederaufforstung werden die vorhandenen Restwälder nun ergänzt und in artenreiche Sekundärwälder verwandelt, von denen jedes Hektar binnen zehn Jahren zwischen 250 und 300 Tonnen Kohlendioxid bindet. Die Renaturierung des Areals geschieht auf Basis des sogenannten Rainforestation Farming. Im Rahmen eines von NatureLife-International, der Universität Hohenheim und der Visayas State University koordinierten Modellprojektes wurde die Methode mit Unterstützung von Lufthansa auf der philippinischen Insel Leyte entwickelt. Das Besondere daran: Rainforestation Farming kombiniert die Elemente einer ökologischen Landwirtschaft ohne Dünge- und Pflanzenschutzmittel mit denen

des naturnahen Waldbaus. „Wenn alles klappt, können wir auf diese Weise in den kommenden Jahren weitere rund tausend Quadratkilometer Fläche in ein artenreiches Naturparadies verwandeln“, freut sich Claus-Peter Hutter, Präsident von NatureLife-International.

Traditionen bewahren, Arbeitsplätze schaffen

Das Projekt leistet aber nicht nur einen substanziellen Beitrag zum Natur-, Arten- und Klimaschutz sowie zum Erhalt der biologischen Vielfalt. Es bewahrt auch kulturelle Bräuche und schafft Arbeitsplätze, die der ländlichen Bevölkerung eine wirtschaftliche Perspektive bieten. So bauen die Menschen der Region heute mehr als 100 verschiedene Baum- und Straucharten an – darunter zahlreiche Gewürze wie Zimt und Ingwer, Medizinpflanzen als auch die Goldorchidee. Die Blüten und Blätter dieser botanischen Rarität stammen zu 100 Prozent aus zertifizierter Wildsammlung und neu angelegten Zuchten und sollen künftig auch Teeliebhaber in südostasiatischen Nachbarländern sowie in Deutschland und Frankreich erfreuen. Die Erwartungen an das Projekt in den Bulang-Bergen sind hoch: „Schon in wenigen Jahren soll der Erlös aus der Wiederaufforstung das Zehn- bis Zwölfwache dessen betragen, was die Bewohner dieser Region einst mit dem Anbau von Opium erzielt haben“, sagt Minguo Li vom Tian Zi Biodiversity Research and Development Centre.

Konzepte für nachhaltige Großveranstaltungen

Die Umweltstiftung NatureLife-International entwickelt zudem Konzepte zur Etablierung von Nachhaltigkeit bei Großevents. Lufthansa fördert diese speziell auf jüngere Zielgruppen zugeschnittenen Aktivitäten.

Ziel ist es, den Organisatoren großer Veranstaltungen konkrete Vorschläge zu unterbreiten, wie sie ihren Energieverbrauch und damit ihre CO₂-Emissionen spürbar senken können – zum Beispiel durch nachhaltige Verpflegungskonzepte, eine CO₂-neutrale Energieversorgung und Konzepte für eine ökologisch verträgliche Anreise der Besucher. Bereits im Sommer 2008 hat NatureLife-International mit Unterstützung von Lufthansa einen Kurzfilm für den Einsatz auf Großveranstaltungen produziert. Dieser will mit einer modernen Bildsprache auf den globalen Klimawandel aufmerksam machen. Im Jahr 2009 wurde der Trailer auf zahlreichen Konzerten und Festivals in Süddeutschland präsentiert.

→ www.naturelife-international.org

Viele Partner, ein Ziel: Kranichschutz bei Lufthansa

Die fortschreitende Zerstörung ihrer natürlichen Lebensräume hat elf der weltweit 15 Kranicharten an den Rand des Aussterbens gebracht. Als Fluggesellschaft, die den „Vogel des Glücks“ im Wappen trägt, ist Lufthansa der Schutz der Kraniche ein Herzensanliegen. Seit mehr als 30 Jahren setzt sich die Lufthansa-Umweltförderung für den dauerhaften Erhalt ihrer Brut-, Rast- und Sammel-

„Im Zentrum unserer Umweltförderung stehen Maßnahmen zum Erhalt der biologischen Vielfalt. Diesen messen wir insbesondere 2010, im internationalen Jahr der Biodiversität, eine noch größere Bedeutung bei.“

Lutz Laemmerhold
Leiter Public Relations bei Lufthansa



plätze ein. Da der Schutz wandernder Tierarten wie des Kranichs grenzüberschreitender Konzepte bedarf, arbeitet das Unternehmen eng mit nationalen und internationalen Natur- und Artenschutzorganisationen zusammen.



**Kranichschutz
Deutschland**

Im Zentrum des Engagements steht die Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland, die Lufthansa im Jahr 1991 gemeinsam mit dem Naturschutzbund Deutschland (NABU) und der Umweltstiftung WWF Deutschland gegründet hat. Unterstützung erhält vor allem das Kranich-Informationszentrum in Groß Mohrdorf (siehe Portrait des Zentrums auf Seite 82), das jährlich mehr als 15.000 Menschen als Ausgangspunkt für spektakuläre Kranichbeobachtungen dient.

Neues Domizil für das Kranich-Informationszentrum

Um dem steigenden Besucheransturm auch in Zukunft gewachsen zu sein, plant die Organisation die Verlegung des Kranich-Informationszentrums in deutlich größere Räumlichkeiten: Neues Domizil wird eine 900 Quadratmeter große ehemalige Klosterscheune im nur vier Kilometer entfernten Günz, die mithilfe von EU-Fördergeldern in den kommenden Jahren aufwendig restauriert werden soll. Außerdem ist eine Beobachtungsplattform für bis zu 100 Personen vorgesehen. Beide Maßnahmen zusammen verstehen sich als Ersatz für das ursprünglich geplante „Europäische Kranichzen-

trum“, das angesichts der wirtschaftlichen Entwicklung aus Kostengründen gestoppt wurde.

Lufthansa hat die Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland auch im Jahr 2009 beim Kranich-Monitoring in Äthiopien unterstützt. Im Rahmen der mehrwöchigen Untersuchung – der zweiten nach 2007 – haben die Forscher am Lake Tana einen bis dato unbekanntes Schlafplatz entdeckt, den mehr als 10.000 Kraniche nutzen. Für den Schutz des international wichtigen Feuchtgebietes sind diese Nachweise von größter Bedeutung.

Wanderausstellung „Zauber der Kraniche“ zieht weiter Kreise

Darüber hinaus hat sich Lufthansa für das Zustandekommen der Wanderausstellung „Zauber der Kraniche“ engagiert, die im Jahr 2005 erstmals im Frankfurter Naturmuseum Senckenberg zu sehen war. Herzstück der einzigartigen Schau sind großformatige Aufnahmen sämtlicher Kranicharten der Fotografen Carl-Albrecht von Treuenfels und Sture Traneving sowie Zeugnisse von Spuren, die der majestätische Großvogel in Kunst, Kultur und Mythen hinterlassen hat. Im Jahr 2009 gastierte die Wanderausstellung in Dresden, im Jahr 2010 hat sie ihre Pforten im Naturmuseum der Stadt Augsburg geöffnet.

→ www.kraniche.de

Lufthansa und EuroNatur setzen sich gegen Jagd auf Zugvögel ein

Im Jahr 2009 fand bereits zum 16. Mal der EuroNatur-Fotowettbewerb „Naturschätze Europas“ statt. Veranstaltet hat ihn die gemeinnützige Stiftung EuroNatur zusammen mit Lufthansa, der Zeitschrift natur+kosmos und dem Naturfilmfestival „NaturVision“. Die zwölf schönsten Impressionen europäischer Flora, Fauna und Landschaften fanden Eingang in den EuroNatur-Wandkalender 2010. Der Erlös aus dessen Verkauf fließt in die Naturschutzprojekte der Stiftung. Ein Schwerpunkt des Jahres 2009 bildete die Kampagne „Tatort Adria – Vogeljagd auf dem Balkan“, die Lufthansa kommunikativ und logistisch unterstützt hat. Denn entlang des Küstenstreifens zwischen Slowenien und Albanien machen Vogeljäger Jagd auf Zugvögel, wodurch jedes Jahr Millionen Tiere zu Tode kommen. Ziel der Kampagne ist daher, Öffentlichkeit herzustellen und internationalen Druck auf die

Ein Graukranich mit seinem Küken am Nest in einem nord-deutschen Erlenbruch.



Staaten entlang der Adria-Zugroute auszuüben. Der Grund: Nur wenn diese sicher ist und die Vögel intakte Rastplätze vorfinden, haben die aufwendigen Schutzmaßnahmen in den Brutgebieten langfristig Erfolg. Die Adria-Zugroute führt quer über den Balkan und die Adria bis nach Afrika und wurde erst vor wenigen Jahren entdeckt. Außerdem liegt sie auf dem Gebiet des Balkan Green Belt, eines grenzüberschreitenden Projekts von EuroNatur, das unter anderem vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) gefördert wird. Um über den Fortschritt der Kampagne zu berichten, hatten EuroNatur und Lufthansa im Jahr 2009 zudem Journalisten zu einer Informationsreise nach Albanien eingeladen.

→ www.euronatur.org

→ www.greenbalkans.org

→ www.bfn.de

Rückendeckung für tierische Globetrotter: die Bonner Konvention

Auf dem Weg in ihre Überwinterungs- und Fortpflanzungsgebiete überwinden wandernde Tierarten Jahr für Jahr Länder, Kontinente und Weltmeere. Schätzungsweise acht- bis zehntausend dieser Spezies gibt es weltweit, darunter Kraniche, Antilopen und Meeressäuger. Seit 1979 setzt sich die Bonner Konvention über wandernde wild lebende Tierarten (Convention on the Conservation of Migratory Species of Wild Animals, CMS) dafür ein, die Rast- und Futterplätze entlang ihrer Wander- bzw. Zugrouten nachhaltig zu schützen.

Lufthansa stiftet erneut Forschungspreis

Um das Anliegen der Bonner Konvention zu unterstützen, hat Lufthansa im Jahr 2004 gemeinsam mit dem Magazin National Geographic Deutschland einen internationalen Dissertationspreis gestiftet. Ziel der alle drei Jahre vergebenen Auszeichnung ist es, tiefere Einblicke in Biologie und Verhalten nomadischer Tierarten zu gewinnen und durch geeignete Schutzmaßnahmen ihr Überleben zu sichern. Im April 2010 hat die Bonner Konvention den „UNEP/CMS Thesis Award“ zum dritten Mal ausgeschrieben; verliehen wird er im November 2011. Der mit 10.000 Euro dotierte Forschungspreis ehrt Nachwuchswissenschaftler, die sich in besonderer Weise um den Schutz wandernder Tierarten verdient gemacht haben.

Über die Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland hinaus fördert Lufthansa die Kranichschutzprojekte weiterer Natur- und Artenschutzorganisationen. Dies sind:

EURONATUR



EuroNatur Stiftung

Projektländer: Spanien und Israel

→ www.euronatur.org

Society for the Protection of Nature in Israel (SPNI)

Projektland: Israel

→ www.birds.org.il

NatureLife-International

Projektland: Südafrika

→ www.naturelife-international.org

International Crane Foundation

Projektland: USA, weltweit

→ www.savingcranes.org

South African Crane Working Group

Projektland: Südafrika

→ www.ewt.org.za

Das „Kranich-Informationszentrum“ im Portrait

Das Kranich-Informationszentrum wurde im Jahr 1996 in Groß Mohrdorf in der Rügen-Bock-Region Mecklenburg-Vorpommerns gegründet, wo es noch heute beheimatet ist. Bis zu 70.000 Kraniche legen hier Jahr für Jahr einen mehrwöchigen Zwischenstopp auf dem Weg in ihre Winterquartiere in Frankreich, Spanien, Portugal und Nordwestafrika ein. Die von der Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland getragene und von Lufthansa unterstützte Einrichtung ist ganzjährig geöffnet und bietet auf 140 Quadratmetern eine kostenlose Dauerausstellung über Leben und Biologie der majestätischen Großvögel – darunter informative Schautafeln, audiovisuelle Medien und Tierpräparate. Überdies erhalten die Besucher Informationen über optimale Beobachtungsplätze und das aktuelle Zuggeschehen. Veranstaltungen wie die „Woche des Kranichs“, die jedes Jahr im September stattfindet, ergänzen das Angebot für Vogelfreunde. Leiter des Kranich-Informationszentrums ist Dr. Günter Nowald, dem ein Team von drei Festangestellten, drei saisonal beschäftigten Rangern und 15 ehrenamtlichen Mitarbeitern zur Seite steht. Gemeinsam mit der Leitungsgruppe und dem Fachvorstand von Kranichschutz Deutschland sowie weiteren etwa 300 freiwilligen Helfern koordinieren sie nationale und internationale Schutzmaßnahmen. Zu den Standardprojekten gehören die Wiedervernässung von entwässerten Brutplätzen, „Ablenkungsfütterungen“ zur Vermeidung landwirtschaftlicher Schäden oder das Aufstellen und Unterhalten von Informationstafeln in Rastgebieten. Außerdem führt das Zentrum wissenschaftliche Kranich-Monitorings und eine jährliche Kranichtagung durch und betreibt umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit. Vom 14. bis 17. Oktober 2010 findet in Stralsund die vom Kranich-Informationszentrum organisierte VII. European Crane Conference statt.

→ www.kraniche.de

„Friends of CMS“ stehen für Gorillas ein

Die Rote Liste gefährdeter Arten der Weltnaturschutzunion (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources, IUCN) weist drei der vier Gorilla-Unterarten als „vom Aussterben bedroht“ aus. Um dies abzuwenden, haben die Vereinten Nationen das Jahr 2009 zum „UN-Jahr des Gorillas“ ausgerufen. Als Gründungsmitglied des Freundeskreises „Friends of CMS“, dem Vertreter aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kultur angehören, förderte Lufthansa einen Partnerschaftsvertrag zwischen der Zoologischen Gesellschaft Frankfurt und dem UNEP/CMS-Sekretariat der Vereinten Nationen. Die anlässlich der UN-Artenschutzkonferenz im Dezember 2008 in Rom geschlossene Vereinbarung zielte darauf ab, im UN-Jahr des Gorillas die Kräfte beider Organisationen zum Wohle bedrohter Tierarten zu bündeln.



Darüber hinaus hat Lufthansa das internationale wissenschaftliche Gorilla-Symposium „Sanfte Riesen in Not“ gesponsert. Mehr als 200 Experten und Regierungsvertreter aus 20 Ländern diskutierten am 9. und 10. Juni 2009 in Frankfurt am Main über Lösungsansätze für den Schutz der Menschenaffen und ihrer Lebensräume. In der „Frankfurter Erklärung“ riefen die Teilnehmer des Symposiums dazu auf, sich aktiv gegen die Zerstörung der Regenwälder, Wilderei und unkontrollierten Rohstoffabbau einzusetzen.

→ www.cms.int

→ www.friendsofcms.de

Lufthansa fördert globalen Expertenaustausch

Erfolgreicher Natur- und Artenschutz setzt einen grenzüberschreitenden Expertenaustausch voraus. Lufthansa unterstützt daher seit dem Jahr 2007



den fachlichen Dialog der Zoologischen Gesellschaft Frankfurt (ZGF) mit Natur- und Artenschutzorganisationen im In- und Ausland. Ein wichtiger Baustein ist die Förderung des Wissenstransfers zwischen Entwicklungs- und

Schwellenländern, den das Luftfahrtunternehmen durch Beförderungsleistungen ermöglicht. Die Zoologische Gesellschaft Frankfurt ist eine international tätige Naturschutzorganisation, deren Arbeitsschwerpunkt in Ostafrika liegt; ihre Aktivitäten gehen zurück auf Bernhard Grzimek – Veterinär, Verhaltensforscher und langjähriger Präsident der ZGF.

→ www.zgf.de

Netzwerk zum Schutz von Seen: Lufthansa unterstützt Living Lakes

Sauberes Wasser ist keine Selbstverständlichkeit: Nach Schätzungen der Vereinten Nationen verfügen weltweit mehr als 1,4 Milliarden Menschen über zu wenig oder unreines Trinkwasser. Um die ökologisch wertvollsten Süßgewässer der Erde als Trinkwasserspeicher sowie als Lebensraum für bedrohte Tiere und Pflanzen zu bewahren, hat die Umweltstiftung Global Nature Fund (GNF) im Jahr 1998 das internationale Seennetzwerk Living Lakes gegründet. Ende 2009 gehörten ihm 65 Seen



und Feuchtgebiete auf fünf Kontinenten an, darunter der Bodensee, der Viktoriasee in Afrika und der Biwa-See, der größte See Japans. Lufthansa unterstützt die Initiative seit ihren Anfängen finanziell, logistisch und kommunikativ. Außerdem fördert sie den Erfahrungsaustausch zwischen den Partnerorganisationen des Netzwerks sowie deren Naturschutzprojekte vor Ort.

Lufthansa-Kunden spenden Prämienmeilen an „Trees for Life“

Eines dieser Projekte ist „Trees for Life“ in Südafrika, das der Living-Lakes-Partner Wildlands Trust im Jahr 2004 aufgelegt hat. Ziel ist die Wiederaufforstung einheimischer Baumarten in ländlichen Gebieten, um die Biodiversität zu erhöhen und den dort lebenden Menschen eine Einkommensquelle zu erschließen. „Trees for Life“ richtet sich vorwiegend an arbeitslose Jugendliche, Waisenkinder und alleinerziehende Eltern, die zu sogenannten Baum-Unternehmern, den „Tree-preneurs“, ausgebildet werden und öffentliche Plätze wie Schulen oder Krankenhäuser begrünen. Die Ausbildung der Baum-Unternehmer findet dezentral in den verschiedenen Projektregionen statt und vermittelt neben Kompostierungs- oder Bewässerungstechniken auch grundlegende ökologische Zusammenhänge. Für jeden erfolgreich aufgezogenen Setzling erhalten die Tree-preneurs einen Bonus, den sie gegen Lebensmittel, Hygieneartikel oder andere für den Lebensunterhalt notwendige Waren eintauschen können.

Die im November 2006 von Miles & More eingeleitete Initiative Miles to Help ermöglicht Teilneh-



„Trees for Life“ eröffnet Baum-Unternehmern eine wirtschaftliche Perspektive.

mern des Lufthansa-Vielfliegerprogramms, ihre Prämienmeilen unter anderem für das „Trees for Life“-Projekt zu spenden. Seit Beginn von Miles to Help konnten die Baum-Unternehmer so allein in der Projektregion KwaJobe 32.000 Bäume pflanzen. In der Gemeinde Buffelsdraai im Großraum Durban tragen mehr als 200 Baum-Unternehmer dazu bei, die Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika klimaneutral zu gestalten: Bis Juli 2010 werden sie auf 150 Hektar ehemaliger Waldfläche 82.000 Bäume kultivieren.

→ www.miles-and-more.com/milestohelp

Living-Lakes-Konferenz in Mexiko

Lufthansa war zentraler Förderer der 13. Living-Lakes-Konferenz im März 2010 in Mexiko. Im Mittelpunkt des internationalen, alle zwei Jahre stattfindenden Forums standen Lösungsansätze für ein angepasstes Management von Seen und Feuchtgebieten gemäß dem 1971 geschlossenen „Übereinkommen über Feuchtgebiete, insbesondere als Lebensräume für Wat- und Wasservögel, von internationaler Bedeutung“, der sogenannten Ramsar-Konvention, sowie weiterer Abkommen. Lufthansa unterstützt den Expertenaustausch unter anderem als Logistikpartner.

→ www.globalnature.org

Artgerechte und sichere Tierbeförderung

Lufthansa Cargo transportiert lebende Fracht nur dann, wenn sie den Bestimmungen der „Live Animal Regulations“ des internationalen Dachverbandes der Luftverkehrsgesellschaften IATA genügt und zudem in Einklang mit dem Washingtoner Artenschutzübereinkommen (CITES, Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Flora and Fauna) steht. Jedem der jährlich mehr als 20.000 Tierbeförderungsaufträge geht daher eine strikte Prüfung voraus. Tiere ohne offiziellen Herkunftsnachweis dürfen ebenso wenig mitfliegen wie in der Wildnis gefangene Tiere. Gleiches gilt für vom Aussterben bedrohte Arten, deren Handel nach Anhang 1 von CITES untersagt ist; eine Ausnahme bilden lediglich Transporte von Zoo zu Zoo.

Zudem entspricht die neue Tierstation „Frankfurt Animal Lounge“, die Lufthansa Cargo im Februar 2008 in Betrieb genommen hat, den strengen hygienischen und veterinärmedizinischen Richtlinien der EU, womit die Frachtfluggesellschaft einmal mehr ihren Qualitätsanspruch und ihre Innovationskraft unter Beweis stellt. Auf knapp 4.000 Quadratmeter Fläche finden sich dort seither alle für einen artgerechten Tiertransport erforderlichen Abteilungen unmittelbar beieinander.

Glossar

ACARE Advisory Council for Aeronautics Research in Europe – Rat für Luft- und Raumfahrtforschung in Europa. ACARE besteht seit 2001 und setzt sich u.a. aus Vertretern der EU-Mitgliedstaaten, EU-Kommission, von Eurocontrol, der EU-Luft- und -Raumfahrtindustrie und -forschung zusammen. Ziel ist es, die strategische Forschungsagenda für die Luft- und Raumfahrt (SRA – engl. strategic research agenda) zu erarbeiten und umzusetzen.
→ www.acare4europe.org

AEA Association of European Airlines. Europäischer Airline-Verband.
→ www.aea.be

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

ASPI Advanced Sustainable Performance Indices. Lufthansa ist Bestandteil des im Jahr 2001 aufgelegten ASPI Index. Der Index zeichnet die finanzielle Performance der nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten 120 besten Unternehmen des Dow Jones EURO STOXX ab. Voraussetzung für die Aufnahme in den ASPI Index ist die systematische Integration der langfristigen Interessen der Anspruchsgruppen im Rahmen der Unternehmenspolitik, -strategie und -aktivitäten. Der Index wird von der Agentur Vigeo in Kooperation mit Stoxx Ltd. betrieben.
→ www.vigeo.com

Atmosphäre Lufthülle der Erde. Sie ist in verschiedene Stockwerke aufgeteilt, die durch deutlich unterschiedliche vertikale Temperaturschichtungen voneinander abgegrenzt sind. Für den Luftverkehr sind die beiden untersten Schichten von Bedeutung, die Troposphäre und die darüber liegende Stratosphäre. Die Obergrenze der Troposphäre schwankt je nach Jahreszeit und geografischer Breite. Sie liegt am Äquator bei 16 bis 18 Kilometern Höhe und an den Polen bei 8 bis 12 Kilometern. An der Tropopause, dem Übergang zur Stratosphäre, beträgt die Temperatur nur noch etwa –60 Grad Celsius. In der Stratosphäre steigt sie wieder. In der Stratosphäre in etwa 25 bis 30 Kilometern Höhe befindet sich auch die sogenannte Ozonschicht. Die Reiseflughöhe heutiger Verkehrsflugzeuge liegt zwischen 8 und 13 Kilometern. Die Emissionen aus dem Luftverkehr tragen nach heutigen Erkenntnissen nicht zum Abbau der Ozonschicht bei.

B.A.U.M. Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. B.A.U.M. wurde 1984 als erste überparteiliche Umweltinitiative der Wirtschaft gegründet und ist mit rund 450 Mitgliedern heute europaweit die größte ihrer Art. Lufthansa gehört dem Arbeitskreis seit 1997 an.
→ www.baumev.de

BDI Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
→ www.bdi-online.de

BDLI Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie e.V.
→ www.bdl.de

Cabin Service Manual Arbeitsanweisungen und Arbeitsrollen rund um den Arbeitsplatz Kabine.

CDA Kontinuierlicher Sinkanflug (Continuous Descent Approach). Anflugverfahren, das sowohl den Treibstoffverbrauch mindert sowie die Lärmemissionen 20 bis 40 km vor der Landeschwelle (Frankfurt) reduziert. Am Flughafen Rhein-Main kann es aus Kapazitätsgründen nur nachts angewendet werden.

Change Management „Management von Veränderungsprozessen“; Change Management umfasst alle Maßnahmen, mit denen Unternehmen Veränderungen einleiten oder sich an diese anpassen. Je intensiver Mitarbeiter über Veränderungsprozesse informiert und in diese eingebunden werden, desto erfolgreicher verlaufen sie.

CO siehe „Kohlenmonoxid“

CO₂ siehe „Kohlendioxid“

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 University Unternehmenseigene Bildungsinstitution für Fach- und Führungskräfte, vgl. Lufthansa School of Business (LHSB).

Customer Profile Index (CPI) Die Lufthansa Passage Airlines führen in Zusammenarbeit mit renommierten Instituten kontinuierlich weltweite Befragungen durch und erheben 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.

Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE) Das DNWE ist ein gemeinnütziger Verein, dem Lufthansa seit Januar 1998 angehört. Gegenwärtig hat es 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

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 Schallinten-

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

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

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

Dow Jones Sustainability World Index Der weltweit führende Nachhaltigkeitsindex listet jene zehn Prozent Unternehmen jeder Branche, deren nachhaltige Unternehmensführung vorbildlich ist. Lufthansa wurde im Jahr 2009 erneut aufgenommen.

econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. Ein Zusammenschluss global tätiger Unternehmen und Organisationen der deutschen Wirtschaft, die das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung in ihre Unternehmensstrategie integriert haben. Lufthansa ist Gründungsmitglied dieses seit dem Jahr 2000 bestehenden branchenübergreifenden Netzwerks.
→ www.econsense.de

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

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

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

FTSE4Good Der Index wurde 2001 von der Financial Times und der Londoner Börse eingeführt. Im FTSE4Good sind nur Unternehmen gelistet, die auf den Feldern Menschenrechte, Sozialstandards und Umweltschutz Überdurchschnittliches leisten. Lufthansa ist seit 2001 vertreten.
→ www.ftse4good.com

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

Global Compact Globales Netzwerk, in dem die Vereinten Nationen mit privaten Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen zusammenarbeiten, um Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung voranzutreiben. Lufthansa ist seit 2002 Mitglied.
→ www.unglobalcompact.org

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.

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 Deutschland 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

IFRIC Das International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) ist eine Gruppe im Rahmen der International Accounting Standards Committee Foundation (IASC). Das IFRIC wurde im Dezember 2001 im Zuge der Neuorganisation des IASC als Nachfolger des Standing Interpretations Committee gegründet. Die Gruppe umfasst zwölf Mitglieder. Aufgabe des IFRIC ist es, für IFRS- und IAS-Rechnungslegungsstandards Auslegungen zu veröffentlichen, in den Fällen, wo sich zeigt, dass der Standard unterschiedlich oder falsch interpretiert werden kann bzw. neue Sachverhalte in den bisherigen Standards nicht ausreichend gewürdigt wurden.
→ www.iasb.org

IFRS International Financial Reporting Standards.

ILO-Normen Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation, zu denen das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, von Diskriminierungen sowie das Gebot der Vereinigungsfreiheit für Mitarbeiter u.a.m. 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

IPCC Intergovernmental Panel on Climate Change. Das zwischenstaatliche UN-Expertengremium für Klimaveränderungen wurde 1988 von der World Meteorological Organization (WMO) und dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) ins Leben gerufen. Neueste weltweite wissenschaftliche, technische und sozioökonomische Informationen, relevant für die Klimaveränderung, werden zum Verständnis des Klimawandels analysiert und verarbeitet.
→ www.ipcc.ch

ISO 14001 Internationales Umweltmanagementsystem. Die Unternehmen erhalten hiermit ein wirkungsvolles Instrument, mit dem sie bei firmenpolitischen Entscheidungen Umweltaspekte berücksichtigen und bei allen täglichen Aufgaben die Umweltsituation laufend verbessern können.
→ www.iso.org

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

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

Kohlendioxid (CO₂) Gas, das bei der Verbrennung und Zersetzung von kohlenstoffhaltigen Substanzen wie z.B. Pflanzen entsteht. Überdies ist es ein Produkt der Atmung bei Mensch und Tier. Das Treibhausgas CO₂ verbleibt rund 100 Jahre in der Atmosphäre. Den Anstieg der CO₂-Konzentration in den letzten hundert Jahren führen Wissenschaftler unter anderem auf die Verbrennung von fossilen Energieträgern (Kohle, Öl, Gas) durch den Menschen zurück. Je Tonne Treibstoff entstehen 3,15 Tonnen CO₂. Derzeit sind rund zwei Prozent der vom Menschen verursachten CO₂-Emissionen auf den weltweiten Luftverkehr zurückzuführen (Quelle: IPCC/WRI 2007).

Kohlenmonoxid (CO) Verbindung aus einem Kohlenstoff- und einem Sauerstoffatom, die bei unvollständiger 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.

Kyoto-Protokoll Schreibt verbindliche Ziele für die Verringerung des Ausstoßes von Treibhausgasen fest. Es wurde 1997 als Zusatzprotokoll zur Ausgestaltung der Klimarahmenkonvention (UNFCCC) der Vereinten Nationen beschlossen und trat im Februar 2005 in Kraft.

Lufthansa School of Business (LHSB) 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.

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

M.O.B.I.L.I.S. Ein internes Gewichtsreduktionsprogramm für Mitarbeiter, die entweder einen Body-Mass-Index zwischen 25 und 30 (M.O.B.I.L.I.S. light) oder jenseits von 30 haben.

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

MTOW Maximum Take Off Weight, maximales Startgewicht eines Flugzeugs.

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

NO_x siehe „Stickoxide“

OHSAS 18001 Occupational Health and Safety Assessment Series. Arbeitsschutz-Management-System, 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.

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.

Single European Sky (SES) Einheitlicher europäischer Luftraum. Die Initiative der Europäischen Union will Verkehrsströme optimieren, Fluglotsenlizenzen vereinheitlichen, Technik harmonisieren und so die Sicherheit, Kapazität und Pünktlichkeit im wachsenden Flugverkehr erhalten.

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

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

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

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

Stakeholder Gruppen oder Einzelpersonen, die ihre Ansprüche an ein Unternehmen (z. B. das Erreichen von Unternehmenszielen) formulieren und diese selbst oder durch Interessenvertreter verfolgen, z. B. Aktionäre, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten u. a.

Stickoxide (NO_x) Verbindungen zwischen Stickstoff- und Sauerstoffatomen. NO_x ist definiert als die Summe von NO und NO₂. Natürliche Quellen sind Blitze und Mikroben im Erdboden. Stickoxide entstehen auch bei Verbrennungsprozessen unter hohen Drücken und Temperaturen. Diese beiden Parameter wurden bei modernen Triebwerken erhöht, um den Treibstoffverbrauch sowie die Emissionen an Kohlenmonoxid und unverbrannten Kohlenwasserstoffen spürbar zu verringern. Durch neuartige

Brennkammern könnten in Zukunft auch die NO_x-Emissionen um bis zu 85 Prozent verringert werden. Je nach Flugzeugtyp und Einsatzspektrum schwankt der Wert zwischen 6 und 20 Kilogramm. Der Anteil des Luftverkehrs an vom Menschen verursachten NO_x-Emissionen beträgt 2 bis 3 Prozent. Nach Modellrechnungen haben Stickoxide die Ozonkonzentration in Reiseflughöhe um wenige Prozent ansteigen lassen.

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

Transparency International Antikorruptionsorganisation, der Lufthansa seit 1999 angehört.
→ www.transparency.de

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

UHC siehe „Unverbrannte Kohlenwasserstoffe“

UNEP Umweltprogramm der Vereinten Nationen.
→ www.unep.org

UN Global Compact siehe Global Compact

Unverbrannte Kohlenwasserstoffe (UHC)

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

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

Wasserdampf ist noch vor Kohlendioxid das wichtigste Treibhausgas. Ohne den natürlich vorkommenden Wasserdampf wäre es an der Erdoberfläche rund 22 °C kälter. Damit ist der Wasserdampf für zwei Drittel des natürlichen Treibhauseffekts (33°C) verantwortlich. Pro Kilogramm Kerosin entstehen 1,24 Kilogramm Wasserdampf. Befürchtungen, der gegenwärtige Luftverkehr erhöhe den Wasserdampfgehalt der Stratosphäre und verändere so das Klima, haben einer wissenschaftlichen Überprüfung nicht standgehalten. Das Deutsche

Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) kam zu dem Ergebnis, dass bei der heutigen Flugwegführung/-höhe selbst die 100-fache Menge des heute vom Luftverkehr freigesetzten Wasserdampfes noch kein nachweisbares Klimasignal erzeugt.

Work-Life-Balance Bezeichnet den Ausgleich zwischen Beruf und Privatleben.

WRI World Resources Institute wurde als Non-Profit-Organisation im Jahr 1982 gegründet. Diese unabhängige Umwelt-Denkfabrik mit Sitz in Washington D.C. beschäftigt sich mit Themen rund um globale Erwärmung, unterschiedliche Ökosysteme, Regierungssysteme und -strukturen, erneuerbare Energien und dem Gebrauch von Ressourcen. Die Arbeit des WRI geht über die wissenschaftliche Forschung hinaus und versucht pragmatische Lösungsansätze zu finden, um die Umwelt zu schützen, eine nachhaltige Entwicklung zu forcieren und die allgemeine Lebenssituation der Menschen zu verbessern.
→ www.wri.org

Impressum

Herausgeber

Deutsche Lufthansa AG
Konzernkommunikation, FRA CI
Leitung: Klaus Walther

Objektverantwortung

Public Relations, FRA CI/B
E-Mail: public-relations@dlh.de

Konzeption, Text und Redaktion

Public Relations, FRA CI/B,
in Kooperation mit diversen Fachbereichen
und dem Redaktionsbüro Petra Menke

Gestaltung/Produktion

Dennerlein Branding und Design
F&L Plus GmbH

Redaktionsschluss

30. März 2010

Fotonachweis

Titelfoto: e³m, P. Masclet, Airbus
(Bildbearbeitung: Lufthansa)
Airbus (S. 45)
Jens Allendorf (S. 75)
Boeing (S. 64)
Cargo Human Care, Jens Görlich (S. 76)
Flughafen München GmbH (S. 8)
Global Nature Fund (S. 84)
HelpAlliance, Rolf Wenzel (S. 74)
NatureLife-International (S. 71, 80)
Carl-Albrecht von Treuenfels (S. 82)
Sonstige: Lufthansa-Bildarchiv

Papier

Inhalt: EnviroTop, Recyclingpapier aus 100% Altpapier,
hergestellt ohne Zusatz optischer Aufheller, ohne Chlorbleiche;
zertifiziert mit dem Umweltzeichen RAL UZ14 „Blauer Engel“.
Umschlag: LuxoSamtoffset, FSC-zertifiziert.

Druckverfahren

Balance wurde im Computer-to-Plate-Druckverfahren hergestellt.

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

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

Printed in the Federal Republic of Germany
ISSN 1612-0892

Ansprechpartner

Umwelt

Umweltkonzepte Konzern

Dr. Karlheinz Haag

Leiter Umweltkonzepte Konzern
Telefon: +49 (0) 69/696-949 74
karlheinz.haag@dlh.de

Jan-Ole Jacobs

Umweltmanagement
Telefon: +49 (0) 30/8875-30 20
ole.jacobs@dlh.de

Dr. Gerd Saueressig

Lärmforschung
Telefon: +49 (0) 69/696-908 90
gerd.saueressig@dlh.de

Dr. Andreas Waibel

Emissionen/Klima
Telefon: +49 (0) 69/696-938 16
andreas.waibel@dlh.de

Jürgen Briese

Höhenstrahlung
Telefon: +49 (0) 69/696-939 64
juergen.briese@dlh.de

Konzernkommunikation

Stefanie Stotz

Teamleiterin Konzern- und Finanzkommunikation
Telefon: +49 (0) 69/696-510 14
stefanie.stotz@dlh.de

Dr. Peter Schneckenleitner

Pressesprecher Politik, Umwelt und Nachhaltigkeit
Telefon: +49 (0) 69/696-949 69
peter.schneckenleitner@dlh.de

Umweltförderung

Lutz Laemmerhold

Leiter Public Relations
Telefon: +49 (0) 69/696-633 51
lutz.laemmerhold@dlh.de

Personal/Soziales

Konzern-Personalpolitik

Dr. Martin Schmitt

Bereichsleiter Konzern-Personalpolitik
Telefon: +49 (0) 69/696-623 28
martin.schmitt@dlh.de

Monika Rühl

Leiterin Change Management und Diversity
Telefon: +49 (0) 69/696-283 00
monika.ruehl@dlh.de

Arbeitssicherheit

Dr. Michael Hammerschmidt

Telefon: +49 (0) 40/5070-27 50
michael.hammerschmidt@dlh.de

Bernd Schröder

Telefon: +49 (0) 40/5070-20 95
bernd.schroeder@dlh.de

HelpAlliance e. V.

Rita Diop

1. Vorsitzende
Telefon: +49 (0) 69/696-478 72
rita.diop@dlh.de

Cargo Human Care e. V.

Fokko Doyen

1. Vorsitzender
fokko.doyen@dlh.de

Investor Relations

Frank Hülsmann

Leiter Investor Relations
Telefon: +49 (0) 69/696-280 01
investor.relations@dlh.de

Jobst Honig

Investor Relations Manager
Telefon: +49 (0) 69/696-280 11
jobst.honig@dlh.de

Lufthansa-Konzerngesellschaften

Ansprechpartner aus den Lufthansa-Konzerngesellschaften finden Sie unter:

→ www.lufthansa.com/verantwortung

Deutsche Lufthansa AG
Konzernkommunikation
60546 Frankfurt am Main
Deutschland

Balance ist ein rechtlich geschützter Titel.

© April 2010 – www.lufthansa.com/verantwortung

