



Ausgabe 2012

Balance

Das Wichtigste zum Thema Nachhaltigkeit in der Lufthansa Group



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

www.lufthansa.com/verantwortung

Bestellen Sie den Geschäftsbericht 2011 unter:

www.lufthansa.com/investor-relations

Die neue Boeing 747-8 Intercontinental

Die neue Boeing 747-8 Intercontinental ist die Weiterentwicklung eines der erfolgreichsten Verkehrsflugzeuge der Welt. Gemeinsam mit Lufthansa hat Boeing ein in Komfort sowie in allen Dimensionen der Klima- und Umweltverantwortung optimiertes Flugzeug entwickelt. Die völlig neu konstruierten Flügel, der Einsatz von gewichtsreduzierenden Werkstoffen und die neuartige Triebwerkstechnologie sorgen dafür, dass die Öko-Effizienz des Flugzeugs gegenüber seinem Vorgängermodell nochmals deutlich verbessert ist: verbrauchsärmer, emissionsärmer und deutlich leiser (siehe auch Seite 27).

In allen Klassen bietet die von den zahlreichen Jumbo-Enthusiasten als „Königin der Lüfte“ bezeichnete „Strich Acht“ ein besonderes Reiseerlebnis, speziell in der exklusiven First Class und der völlig neu gestalteten Business Class. Damit werden Umwelteffizienz und höchster Reisekomfort in Einklang gebracht. Lufthansa hat 20 dieser Flugzeuge bestellt.

Impressum

Herausgeber

Deutsche Lufthansa AG

Lufthansa Group Communications, FRA CI

Leitung: Klaus Walther

Redaktion und Konzeption

Media Relations Lufthansa Group, FRA CI/G

Leitung: Christoph Meier

Bernhard Jung

Claudia Walther

Textredaktion in Kooperation mit diversen

Fachabteilungen und dem Redaktionsbüro

Petra Menke

Gestaltung/Produktion

organic Marken-Kommunikation GmbH

Redaktionsschluss

18. Mai 2012

Fotonachweis

Jens Görlich/MO CGI (Titel, S. 5, 7, 35, 85)

SWISS (S. 12)

Brussels Airlines (S. 13)

Reto Hoffmann (S. 24)

AeroLogic (S. 29)

Fraport AG/Stefan Rebscher (S. 43)

Werner Hennies (S. 44)

Ulf Büschleb (S. 68 oben)

Dr. Günter Nowald (S. 91, 98, 99)

HelpAlliance (S. 93, 94, 95 unten)

Cargo Human Care (S. 96)

Gürzenich-Orchester (S. 100)

Sonstige: Bildarchiv Lufthansa Group

Papier

Inhalt: EnviroTop, Recyclingpapier aus 100% Altpapier,

hergestellt ohne Zusatz optischer Aufheller, ohne

Chlorbleiche; zertifiziert mit dem Umweltzeichen

„Der Blaue Engel“ – RAL-UZ 14.

Umschlag: LuxoSamtoffset

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher

Genehmigung des Herausgebers und mit dem Quel-

lennachweis „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 Nenn-

ung der jeweiligen weiblichen Form verzichtet haben.

Printed in the Federal Republic of Germany

ISSN 1612-0892

- 1 Aus dem Lufthansa Geschäftsbericht 2011
- 2 Angaben 2011 ohne bmi (siehe hierzu „Über diesen Bericht“, Seite 5); Vergleichszahlen 2010 um bmi bereinigt
- 3 Für das Berichtsjahr 2011 sind in *Balance* folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa Passage (inkl. Lufthansa Italia und Lufthansa Regional: Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Lufthansa Cargo, SWISS (inkl. Edelweiss Air), Austrian Airlines und Germanwings. Exklusive der Dienste von Dritten, da Lufthansa weder auf deren Performance noch auf das von ihnen eingesetzte Fluggerät Einfluss hat (siehe Tabelle „Anteile Dritter“, Seite 66).
- 4 Betrachtete Flugarten: alle Linien- und Charterflüge
- 5 Angaben ohne bmi
- 6 Siehe Tabelle „Treibstoffverbrauch“, Seite 66
- 7 Die Emissionswerte 2010 (außer CO₂) wurden aufgrund eines Berechnungsfehlers im Vorjahr korrigiert.
- 8 Erfasste Gesellschaften wie 3, jedoch inklusive Dienste von Dritten, da diese mit zum Ergebnis des Konzerns beitragen. Flugart wie 4, jedoch inklusive Ferryflüge, da diese einen Kostenfaktor darstellen.
- 9 *Balance*: Teilstrecken (operative Sicht); Geschäftsbericht: Wegstrecken (Kundensicht). Eine Wegstrecke kann mehrere Teilstrecken enthalten, zum Beispiel bei Zwischenstopps.
- 10 *Balance*: auf Basis aller an Bord befindlichen Passagiere; Geschäftsbericht: auf Basis aller Zahlgäste



Auf einen Blick

Wirtschaftskennzahlen^{1,2}

		2011	2010	Veränderung
Umsatzerlöse	Mio. €	28.734	26.459	+ 8,6 %
davon Verkehrserlöse	Mio. €	23.779	21.466	+ 10,8 %
Operatives Ergebnis	Mio. €	820	1.020	- 19,6 %
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	Mio. €	773	1.386	- 44,2 %
Konzernergebnis	Mio. €	- 13	1.131	
Bilanzsumme	Mio. €	28.081	29.320	- 4,2 %
Operativer Cashflow	Mio. €	2.356	2.992	- 21,3 %
Investitionen	Mio. €	2.566	2.273	+ 12,9 %
Eigenkapitalquote	Prozent	28,6	28,4	0,2 PP

Personalkennzahlen²

		2011	2010	Veränderung
Mitarbeiter (jeweils per 31.12.)		116.365	113.406	+ 2,6 %
davon in Deutschland		67.263	65.159	+ 3,1 %
davon im Ausland		49.102	48.247	+ 1,7 %
Personalaufwand ¹	Mio. €	6.678	6.491	+ 2,9 %
Umsatz/Mitarbeiter ¹	Tsd. €	249	233	+ 6,7 %
Personalaufwand/Umsatz ¹	Prozent	23,2	24,5	- 1,3 PP
Durchschnittsalter	Jahre	40,8	40,7	+ 0,1 J
Teilzeitquote absolut	Prozent	27,1	26,9	+ 0,2 PP
Teilzeitquote Männer	Prozent	13,3	13,6	- 0,3 PP
Teilzeitquote Frauen	Prozent	44,2	43,9	+ 0,3 PP
Anteil Frauen im Management	Prozent	13,6	13,1	+ 0,5 PP

Umweltkennzahlen^{3,4}

		2011 ⁵	2010	Veränderung
Ressourcenverbrauch				
Treibstoffverbrauch ⁶	Tonnen	9.023.671	8.459.255	+ 6,7 %
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Passagierbeförderung	l/100 pkm	4,18	4,20	- 0,4 %
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Frachttransport	g/tkm	231	231	+ 0,2 %
Emissionen ⁷				
Kohlendioxid-Emissionen	Tonnen	28.424.568	26.646.655	+ 6,7 %
Kohlendioxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	kg/100 pkm	10,53	10,58	- 0,4 %
Stickoxid-Emissionen	Tonnen	133.903	124.144	+ 7,9 %
Stickoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	49,4	48,8	+ 1,3 %
Kohlenmonoxid-Emissionen	Tonnen	20.152	19.066	+ 5,7 %
Kohlenmonoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	8,2	8,4	- 2,0 %
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe	Tonnen	2.252,8	2.100,4	+ 7,3 %
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	0,9	0,9	+ 0,2 %

Transportleistungskennzahlen

		Balance ^{3,4,5}	Veränderung z. Vj.	Geschäftsbericht ^{2,8}	Veränderung z. Vj.
Flüge ⁹		1.012.675	+ 3,1 %	1.050.728	+ 4,1 %
Fluggäste ¹⁰		98.122.199	+ 10,9 %	100.602.543	+ 8,5 %
Transportierte Fracht und Post	Tonnen	2.120.191	+ 4,8 %	2.120.191	+ 4,8 %
Angebotene Sitzkilometer, SKO	Mio. pkm	253.306	+ 10,8 %	258.263	+ 10,2 %
Angebotene Frachttonnenkilometer, FTKO	Mio. tkm	14.954	+ 5,4 %	16.260	+ 6,3 %
Angebotene Tonnenkilometer, TKO	Mio. tkm	40.052	+ 8,6 %	40.798	+ 8,3 %
Passagierkilometer, PKT ¹⁰	Mio. pkm	202.656	+ 8,3 %	200.376	+ 7,5 %
Frachttonnenkilometer (mit Fremdleistungen), FTKT	Mio. tkm	9.710	+ 3,2 %	10.861	+ 4,1 %
Tonnenkilometer, TKT	Mio. tkm	30.071	+ 6,5 %	29.906	+ 5,8 %





Liebe Leserin, lieber Leser,

das zurückliegende Jahr hat uns wieder viel abverlangt. Alle Geschäftsfelder im Lufthansa Konzern haben hart gearbeitet und sich im globalen Wettbewerb behauptet, aber außerordentliche Ereignisse wie die in Japan oder im arabischen Raum, die europäische Schuldenkrise, Treibstoffkosten auf Rekordhöhe, die deutsche Luftverkehrssteuer oder das Nachtflugverbot in Frankfurt haben unser Unternehmensergebnis im Jahr 2011 belastet. So haben wir zwar besser abgeschnitten als viele unserer Wettbewerber, aber die aktuellen Ergebnisse machen es sehr anspruchsvoll, auf Dauer die erheblichen und notwendigen Investitionen in Flugzeuge, Bord- und Bodenprodukte zu stemmen. Bis 2018 werden wir für unsere Flotte 168 hoch effiziente und geräuscharme Flugzeuge zu einem Listenpreis von 17 Milliarden Euro bekommen. Das Highlight im Jahr 2012 ist die neue Boeing 747-8, die 15 Prozent treibstoffeffizienter und 30 Prozent geräuschärmer ist als das Vorgängermodell.

Als eines der größten Unternehmen des Weltluftverkehrs haben wir Umweltvorsorge als vorrangiges Unternehmensziel definiert und trotz der schwierigen Rahmenbedingungen unsere ehrgeizigen Treibstoffeffizienzprogramme fortgeführt. Dadurch konnte der spezifische Treibstoffverbrauch der Lufthansa Konzernflotte auch

im Jahr 2011 abermals reduziert werden – auf 4,18 Liter pro Passagier und 100 Kilometer. Um unsere selbst gesteckten Klimaschutzziele zu erreichen, werden wir konsequent weiter optimieren. Im vergangenen Jahr haben wir die 6-monatige Erprobung von Biokraftstoff im regulären Flugbetrieb erfolgreich abgeschlossen. Nachdem sich dieser Kraftstoff als alltagstauglich erwiesen hat, konzentrieren wir uns nun auf Eignung, Verfügbarkeit, Nachhaltigkeit und Zertifizierung der Rohstoffe. Daneben unterstützen wir die Klimaforschung bereits mit unserem vierten Projekt und leisten dabei wichtige Beiträge in der Erforschung der Erdatmosphäre und zur Optimierung von Klimamodellen.

Wir werden auch zukünftig alles daran setzen, dass die Lufthansa Group in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht auf Kurs bleibt. Das können wir aber nur, wenn wir die dafür notwendigen Gewinne erwirtschaften. Auch vor diesem Hintergrund haben wir SCORE, unser neues Zukunftsprogramm zur Ergebnisverbesserung, verabschiedet. Alle Geschäftsfelder und Fluggesellschaften sowie alle administrativen Bereiche sind eingebunden. Alle werden ihren Beitrag leisten, damit sich das operative Ergebnis unseres Unternehmens gegenüber dem Jahr 2011 bis Ende 2014 nachhaltig um mindestens 1,5 Milliarden Euro verbessert. Wir müssen jetzt handeln, um auch künftig in innovative Produkte für unsere Kunden, in unsere Mitarbeiter und in die Umweltvorsorge investieren zu können.

Ich danke Ihnen für Ihr Interesse, wünsche eine spannende Lektüre und vielleicht auch einige neue Erkenntnisse beim Lesen dieses Nachhaltigkeitsberichts.

Christoph Franz

Vorsitzender des Vorstands
Deutsche Lufthansa AG

Inhalt

1	Impressum
2	Auf einen Blick
5	Über diesen Bericht
	Lufthansa Group
8	Zahlen, Daten, Fakten
10	Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe
14	Geschäftsfeld Logistik / Geschäftsfeld Technik
15	Geschäftsfeld IT Services / Geschäftsfeld Catering
16	Corporate Responsibility
22	Stakeholder-Dialog
26	Die Flotte der Lufthansa Group
34	Preise und Auszeichnungen
	Wirtschaftliche Nachhaltigkeit
36	Konzernstrategie
40	Führungs- und Unternehmensstruktur
40	Corporate Governance und Compliance
42	Corporate Sourcing
43	Infrastruktur
	Soziale Verantwortung
46	Diversity
54	Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik
57	Aus- und Weiterbildung
59	Arbeits- und Gesundheitsschutz
62	Fakten und Ausblick
	Klima- und Umweltverantwortung
64	Kerosin und Emissionen
67	Biokraftstoff in der Langzeiterprobung
70	Fuel Efficiency im Lufthansa Konzern
75	Air Traffic Management
76	Emissionshandel
79	Umweltmanagement
82	Energie- und Ressourcenmanagement
85	Lärmemissionen
89	Forschungsprojekte
	Corporate Citizenship
92	Soziales Engagement
98	Umweltförderung
100	Kulturelles Engagement / Bildung
103	Sportförderung
105	Glossar



Über diesen Bericht

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht *Balance* informiert Stakeholder und die interessierte Öffentlichkeit über die Ziele, Aktivitäten und Fortschritte der Lufthansa Group auf den Feldern Ökonomie, Soziales, Umwelt und Gesellschaft. Die Daten dieses Berichts beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2011.

Das Verständnis von Corporate Responsibility im Lufthansa Konzern basiert auf den folgenden fünf Säulen:

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

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

Datenabgrenzung

Der Berichterstattung zu Transportleistung, Kerosinverbrauch und Emissionen aus dem Flugbetrieb des Jahres 2011 liegt folgende Datenabgrenzung¹ zugrunde:

- Gesellschaften: Lufthansa Passage (inklusive Lufthansa Italia (bis Oktober 2011) und Lufthansa Regional mit Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Germanwings (seit Januar 2011), Lufthansa Cargo, Swiss International Air Lines (SWISS) inklusive Edelweiss Air (seit Januar 2011) und Austrian Airlines. 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

Berechnungsmethodik

Kerosin absolut

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

Emissionen absolut

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

Spezifische Verbräuche und Emissionen

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



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

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.

Vergleichbarkeit

Aufgrund der Portfolio-Veränderungen in den vergangenen Jahren ist die Vergleichbarkeit der im Bericht dargestellten Personal- und Umweltkennzahlen zu den Vorjahren nur eingeschränkt möglich. So hat Lufthansa die im Jahr 2010 noch voll konsolidierte British Midland (bmi) mit Vertrag vom 22. Dezember 2011 verkauft (siehe Seite 13), weshalb die Gesellschaft im Geschäftsbericht 2011 als aufgegebenen Geschäftsbereich ausgewiesen ist. Auch in den Umwelt- und Personalkennzahlen 2011 ist bmi daher nicht mehr enthalten. Dagegen sind in diesem Jahr erstmals Germanwings und die zu SWISS gehörende Edelweiss Air in den Kennzahlen berücksichtigt. Darüber hinaus sind die Leistungs- und Verbrauchsdaten von Lufthansa Italia in denen der Lufthansa Passage inkludiert. Grund hierfür ist, dass die im Jahr 2008 eingeführte Marke Lufthansa Italia nur noch bis Ende des Sommerflugplans (29. Oktober 2011) weitergeführt wurde. Zudem gibt es im Vergleich zum Geschäftsbericht 2011 unterschiedliche Betrachtungsweisen bei der Berücksichtigung der Passagierzahlen und den sich daraus ableitenden Kennzahlen (siehe Erläuterungen zur Tabelle „Auf einen Blick“, Seite 2).

Erscheinungsweise des Berichts

Balance, der Nachhaltigkeitsbericht des Lufthansa Konzerns, erscheint ein Mal jährlich in einer deutschen und in einer englischen Ausgabe. Die deutsche Ausgabe des Vorjahresberichts wurde am 19. Mai 2011 veröffentlicht, die englische Ausgabe folgte kurz darauf.

Zusatzinformationen im Internet

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

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

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



Lufthansa Group

Zahlen, Daten, Fakten

Geschäftsfelder

Corporate Responsibility

Stakeholder-Dialog







Konzernflotte

Preise und
Auszeichnungen



Lufthansa Group – Zahlen, Daten, Fakten

Auf einen Blick

	Unternehmenssitz	Köln
	Mitarbeiter	116.365
	Nationalitäten	141
	Konzernflotte	636
	Fluggäste	> 100,6 Millionen
	Fracht/Post	> 2,1 Millionen t

Nordatlantik

3.442 wöchentliche Frequenzen
zu 126 Zielen in 2 Ländern

Europa

9.819 wöchentliche Frequenzen zu
171 Zielen in 43 Ländern

Afrika

253 wöchentliche Frequenzen
zu 51 Zielen in 37 Ländern


Südamerika

359 wöchentliche Frequenzen
zu 32 Zielen in 10 Ländern




**Frequenzen und Anzahl Zielorte
Lufthansa und Verbund-Airlines**
Lufthansa inkl. Codeshare

Ein „ganz normaler“ Tag im Lufthansa Konzern


 Wir betreuen täglich mehr
als 1.000 Flugzeuge.

 Wir starten und landen
2.879 Mal täglich.

 Wir beantworten täglich rund
32.000 Anfragen im Service
Center Verbund.



 Wir befördern täglich mehr als
275.000 Fluggäste und mehr
als 5.800 Tonnen Fracht.

 Wir versorgen unsere Kunden
mit mehr als 1,3 Millionen
Flugmahlzeiten täglich.

Die Deutsche Lufthansa AG ist ein weltweit operierender Luftverkehrskonzern mit insgesamt über 400 Tochterunternehmen und Beteiligungsgesellschaften. Er ist in fünf Geschäftsfelder gegliedert, die die Bereiche Passagierbeförderung, Luftfracht und Dienstleistungen für Fluggesellschaften abdecken: Passage Airline Gruppe, Logistik, Technik, IT Services und Catering. www.lufthansa.com/konzern

Arbeitsplätze in aller Welt

Europa	90.667
Nord- und Mittelamerika	12.956
Südamerika	3.093
Asien/Pazifik	7.564
Afrika/Nahost	2.085

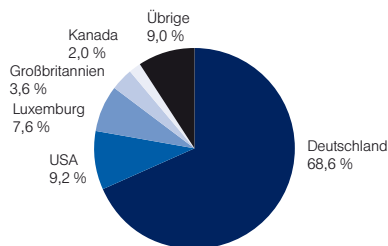
Nahost

165 wöchentliche Frequenzen zu 16 Zielen in 11 Ländern

Asien/Pazifik

786 wöchentliche Frequenzen zu 58 Zielen in 19 Ländern

Aktionärsstruktur nach Nationalitäten



Die Lufthansa Group und ihre fünf Geschäftsfelder



Passage Airline Gruppe

Die Fluggesellschaften des Konzerns gehören zu den führenden Airlines der Welt.



Logistik

Lufthansa Cargo – zählt zu den Marktführern im internationalen Luftfrachtverkehr.

Technik

Lufthansa Technik – ist weltweit führender Anbieter flugzeugtechnischer Dienstleistungen.

IT Services

Lufthansa Systems – weltweit führende Position in der Aviation-Industrie

Catering

LSG Sky Chefs – weltweit größter Anbieter von Dienstleistungen im Bereich Airline-Catering und Inflight-Management

* Beteiligungen siehe Seite 13 und 14

Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe

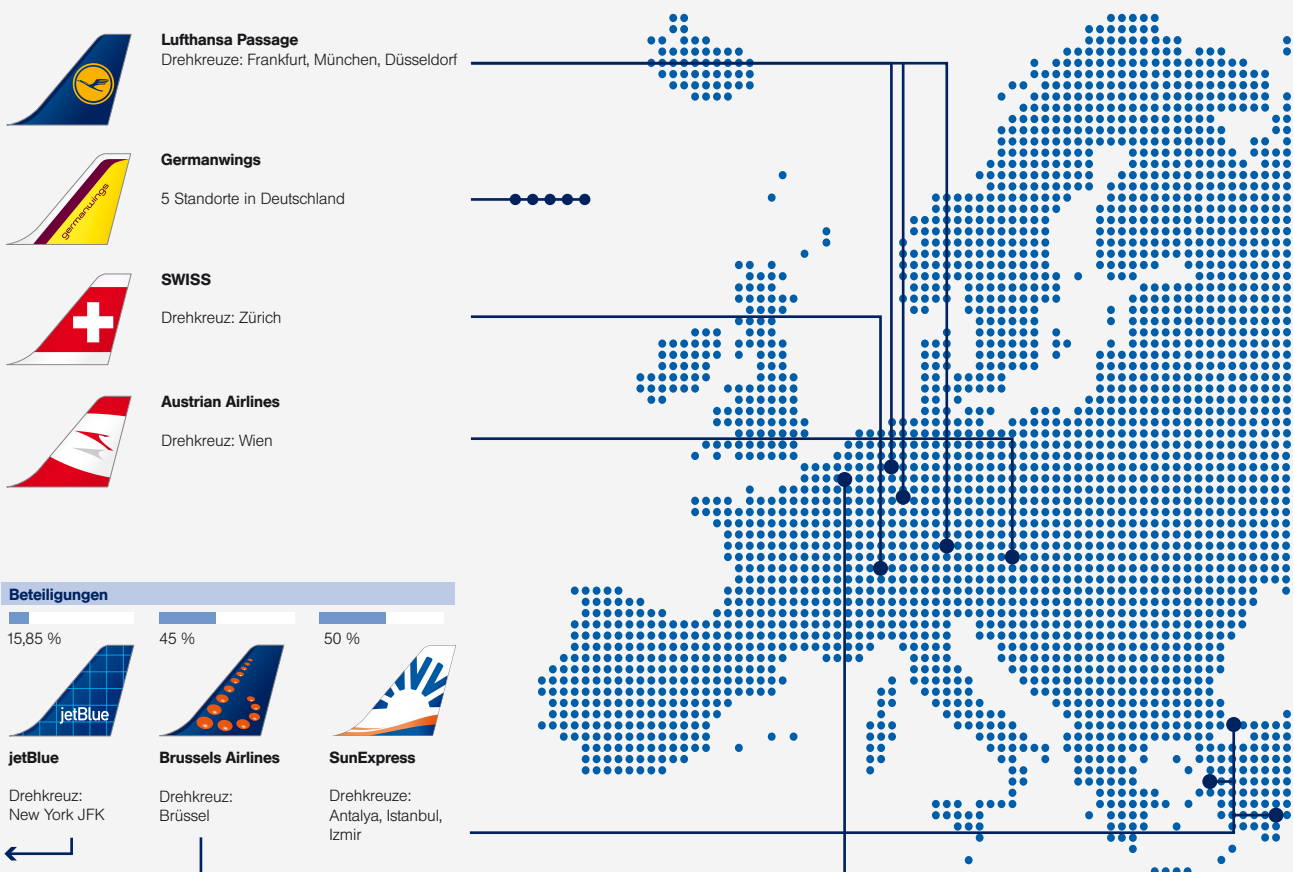
Im heutigen Airline- und Service-Verbund stellt die Passage Airline Gruppe als strategisches Geschäftsfeld den Mittelpunkt des Konzernportfolios dar. Sie umfasst Lufthansa Passage (inklusive Germanwings und Regionalgesellschaften), SWISS, Austrian Airlines sowie die Beteiligungen an Brussels Airlines, SunExpress und jetBlue Airways. In ihren jeweiligen Segmenten nehmen die Fluggesellschaften der Passage Airline Gruppe eine Spitzenstellung ein und positionieren sich als Qualitätsanbieter.

Alle Unternehmen der Passage Airline Gruppe haben das Ziel, profitabel zu wachsen. Dies schafft die Voraussetzungen für Investitionen in moderne Flotten, finanzielle Stabilität in einer volatilen Branche und sichere Arbeitsplätze mit attraktiven Entwicklungsperspektiven. Zugleich werden die Gesellschaften durch nachhaltiges

Wirtschaften ihrer Verantwortung für den Erhalt natürlicher Ressourcen gerecht. Die fortschreitende Harmonisierung von Produkten und Prozessen ermöglicht den Fluggästen nahtloses Reisen innerhalb des Konzern-Streckennetzes und damit einen signifikanten Mehrwert.

Insgesamt entschieden sich im Jahr 2011 mehr als 100,6 Millionen Personen für einen Flug mit den Airlines des Konzerns. Hinsichtlich der Anzahl beförderter Passagiere ist dies ein neuer Unternehmensrekord. Im Sommerflugplan 2012 bedienen die Fluggesellschaften Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines und Brussels Airlines über ihre Drehkreuze Frankfurt, München, Düsseldorf, Zürich, Wien und Brüssel zusammen 283 Ziele in 105 Ländern auf vier Kontinenten und ergänzen gegenseitig ihr jeweils eigenes Angebot durch zahlreiche Codeshare-Flüge.

Die Fluggesellschaften der Passage Airline Gruppe und ihre Drehkreuze





Lufthansa Passage

Im Jahr 2011 reisten 65,5 Millionen Passagiere mit den Airlines der Lufthansa Passage. Mit einem modernen und qualitativ hochwertigen Angebot, einem einzigartigen Lounge-Konzept und innovativen Services rund um das Fliegen, wie zum Beispiel das Vielfliegerprogramm Miles & More, das Lufthansa Star Chef Programm und Mobile Services, genießen die Airlines der Lufthansa Passage als Vollsortimenter weltweit höchste Anerkennung und Renommee. Die Hauptdrehkreuze der Lufthansa Passage befinden sich in Frankfurt und München. Hinzu kommen ein lokales Drehkreuz in Düsseldorf und europaweite Direktverkehre.

Im März 2012 hat Lufthansa Passage eine neue Marken-Kampagne präsentiert. Der frische Auftritt soll im Zusammenspiel mit dem neuen Claim „Nonstop you“ die führende Rolle von Lufthansa im Geschäftsreisesegment festigen und deutlicher als bisher auch die Privatreisenden ansprechen. Insbesondere in diesem Bereich wird die Marktkommunikation künftig spürbare Akzente setzen und die zahlreichen Produktinnovationen und Angebotsverbesserungen wirkungsvoll präsentieren.

Im Jahr 2012 schlägt Lufthansa Passage ein neues Kapitel in der Bedienung Berlins auf: Neben einem Flottenwachstum vor Ort von neun auf 15 Flugzeuge wird das Streckennetz von bisher acht auf 39 Destinationen ausgebaut.

www.lufthansa.com



Zur Lufthansa Regional gehören:

 **Lufthansa CityLine**

 **Air Dolomiti**

 **eurowings**

 **Contact Air**

Augsburg Airways



Im Jahr 2012 erweitert Lufthansa Passage das Angebot von und nach Berlin erheblich.



Germanwings

Germanwings ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG und eine der erfolgreichsten Fluggesellschaften im Low-Cost-Segment. Sitz des im Jahr 2002 gegründeten Unternehmens ist Köln, Heimatbasis der Flughafen Köln/Bonn. Germanwings fliegt mit modernen Flugzeugen vom Typ Airbus A319 von ihren fünf Standorten Köln/Bonn, Stuttgart, Berlin, Hannover und Dortmund zu über 90 Zielen auf dem europäischen Kontinent sowie nach Israel und Nordafrika. Germanwings und die Konzernmutter Lufthansa arbeiten in Zukunft auch im Vertrieb noch enger zusammen: Seit dem 20. Januar 2011 ist das sogenannte Interlining zwischen den beiden Airlines möglich. Damit kann zum Beispiel bei der Buchung im Reisebüro oder bei einer Lufthansa Verkaufsstelle ein Lufthansa Hinflug mit einem Germanwings Rückflug in einer Buchung kombiniert werden. www.germanwings.com



Mit einem neuen Werbeauftritt schärft SWISS ihr Markenprofil und stärkt ihre Positionierung als Airline der Schweiz.



SWISS

Swiss International Air Lines ist Teil der zivilen Luftfahrttradition der Schweiz und nationale Fluggesellschaft des Landes. Die Airline ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG. Hauptsitz der Aktiengesellschaft ist Basel. Von ihrem Drehkreuz Zürich sowie den Flughäfen Basel, Genf und Lugano verbindet SWISS die Schweiz mit der Welt. Seit April 2006 ist die Fluggesellschaft Mitglied der Star Alliance. Kunden, die mit SWISS fliegen, kommen in den Genuss von höchster Produkt- und Servicequalität. Ihre überschaubare Größe ermöglicht es SWISS, nah an ihren Gästen zu sein und sie individuell zu betreuen. Durch ihre modernen Produkte positioniert sich SWISS in der Economy wie auch in der Business und First Class als Qualitäts-Airline und Premium-Marke. Seit Sommer 2011 ist die gesamte Langstreckenflotte mit einer modernen Business Class aus-



Austrian Airlines

Austrian Airlines sind eine dynamische, qualitätsorientierte Unternehmensgruppe, die die Marken Austrian, Lauda Air und Austrian arrows umfasst. Seit dem 3. September 2009 gehört sie zum Lufthansa Konzern. In ihrem Heimatmarkt Österreich repräsentieren Austrian Airlines einen wesentlichen Teil des nationalen Luftverkehrsmarktes. Der Netzwerk-Carrier, der als umsatzstärkste Fluggesellschaft die Rolle des Marktführers einnimmt, hat sich unter anderem auf die Wachstumsregion Zentral- und Osteuropa spezialisiert und offeriert dort 44 Reiseziele. Der zweite Schwerpunkt liegt auf dem Nahen Osten. In beiden Regionen bieten Austrian Airlines ein sehr dichtes Streckennetz. Zentrale Drehscheibe für alle Verbindungen zwischen West und Ost ist der Heimatflughafen Wien. Dort betreiben Austrian Airlines mit mehr als 100 Reisezielen das größte Streckennetz Europas, das aus einer Drehscheibe heraus angeboten wird. Fluggäste der Traditionsfluggesellschaft profitieren von einem herausragenden Service und der sprichwörtlichen österreichischen Gastfreundschaft.

www.austrian.com



STAR ALLIANCE™



Star Alliance

Lufthansa ist Gründungsmitglied der Star Alliance – des weltweit führenden Luftfahrtbündnisses. Aktuell gehören der im Jahr 1997 gestarteten Allianz 25 Fluggesellschaften an. Insgesamt bieten sie derzeit über 20.500 tägliche Flugverbindungen an und bedienen 1.293 Ziele in 190 Ländern.

www.star-alliance.com





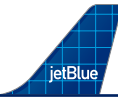
Brussels Airlines (45 % Beteiligung)

Brussels Airlines ist Belgiens größte Fluggesellschaft. An ihrer Muttergesellschaft, der in Brüssel ansässigen Holding-Gesellschaft SN Airholding, hält Lufthansa seit Juni 2009 45 Prozent der Anteile. Seit dem Jahr 2011 kann Lufthansa eine Erwerbsoption auf die restlichen 55 Prozent ausüben. Im Dezember 2009 ist Brussels Airlines der Star Alliance beigetreten. Brussels Airlines ist aus der SN Brussels Airlines hervorgegangen, der im Jahr 2002 gegründeten Nachfolgegesellschaft der belgischen Nationalfluglinie Sabena. Vom Hub Brüssel bedient die Fluggesellschaft die wichtigsten europäischen Hauptstädte und Regionen. Einen weiteren Schwerpunkt im Streckennetz von Brussels Airlines bilden Flüge nach Afrika.

www.brusselsairlines.com



Brussels Airlines: Mit Flügen zu 49 Zielen in Europa und 21 Zielen in Afrika bietet die Fluggesellschaft ein hervorragendes Netzwerk für Reisen nach, von und über Brüssel.



jetBlue Airways (15,85 % Beteiligung)

jetBlue Airways ist eine US-amerikanische Passagierfluggesellschaft mit Sitz in New York. Sie wurde 1998 gegründet und hat im Jahr 2000 den operativen Betrieb aufgenommen. Lufthansa hält 15,85 Prozent der Anteile an jetBlue und ist damit die erste europäische Airline, die in bedeutendem Umfang an einer US-amerikanischen Fluggesellschaft beteiligt ist. Heimatbasis von jetBlue ist der New Yorker Flughafen John F. Kennedy (JFK). Von dort sowie ab Boston, Fort Lauderdale, Los Angeles/Long Beach und Orlando wickelt jetBlue einen Großteil ihrer Flugdienste zu US-amerikanischen Zielen, in die Karibik und nach Lateinamerika ab. www.jetblue.com



SunExpress (50 % Beteiligung)

SunExpress ist ein Gemeinschaftsunternehmen von Lufthansa und Turkish Airlines und hat sich seit der Gründung im Jahr 1989 mit großer Dynamik entwickelt: Die Airline mit Sitz in Antalya an der türkischen Südküste zählt heute mit wöchentlich über 1.000 Flügen zu den marktführenden Fluggesellschaften im Verkehr zwischen Deutschland und der Türkei. Sie betreibt eine Flotte von 28 Flugzeugen vom Typ Boeing 737-800 und beschäftigt insgesamt über 1.800 Mitarbeiter. Neben dem Verkehr zu den drei Drehscheiben Antalya, Izmir und Istanbul verfügt SunExpress über eine Vielzahl von Nonstop-Verbindungen aus Deutschland zu rund einem Dutzend türkischer Städte und bietet außerdem eine Vielzahl inner-türkischer Direktflüge an. Im Jahr 2011 gründete die Fluggesellschaft die SunExpress Deutschland GmbH mit Sitz im Rhein-Main-Gebiet. Das Tochterunternehmen fliegt Ziele am Roten Meer und am Nil an, womit sich SunExpress zusätzlich zur Türkei auch als Ägyptenspezialist etablieren möchte. Die Gesellschaft erzielte im Berichtsjahr einen Passagierrekord von 7,7 Millionen Fluggästen und gab 2012 ein neues Engagement im Bereich des Wet-Lease-Geschäfts bekannt. Das neue Geschäftsfeld soll vor allem dazu dienen, saison schwache Zeiten im europäischen Verkehr durch den Einsatz von Fluggerät auf der südlichen Erdhalbkugel auszugleichen.

www.sunexpress.com

bmi

Die Deutsche Lufthansa AG hat den Verkauf von British Midland Ltd. (bmi) an die International Airlines Group (IAG) erfolgreich abgeschlossen. Der Vollzug des Verkaufs erfolgte mit Ablauf des 19. April 2012. Lufthansa und IAG hatten sich am 4. November 2011 grundsätzlich über einen Verkauf von bmi an IAG geeinigt, bevor beide Unternehmen am 22. Dezember 2011 einen rechtlich bindenden Kaufvertrag unterzeichneten. Dessen Gültigkeit stand insbesondere unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Freigabe der Transaktion durch die Europäische Kommission, die diese am 30. März 2012 erteilten. Die Transaktion eröffnet bmi eine Zukunftsperspektive und stärkt gleichzeitig die zukünftige Ertragskraft des Lufthansa Konzerns. www.flybmi.com

Geschäftsfeld Logistik / Lufthansa Cargo AG

Die Lufthansa Cargo AG ist im Lufthansa Konzern der Dienstleister für das Logistikgeschäft. Sie zählt zu den Marktführern im internationalen Luftfracht-



verkehr und verfügt über ein weltweites Netzwerk, kürzeste Transportzeiten und hohe Qualitätsstandards in vielen, zum Teil hoch spezialisierten Produktbereichen. Der Schwerpunkt von Lufthansa Cargo liegt im Airport-to-Airport-Luftfrachtgeschäft. Der Logistikspezialist betreibt 18 eigene Frachtflugzeuge vom Typ MD-11F und unterhält verschiedene Beteiligungen wie etwa an den Frachtfluggesellschaften AeroLogic (50-Prozent-Beteiligung) und Jade Cargo International (25-Prozent-Beteiligung). Lufthansa Cargo bietet ein umfassendes Streckennetz zu über 300 Zielorten in rund 100 Ländern, das

durch Kooperationen mit anderen Frachtfluggesellschaften und luftfrachtnahen Partnerunternehmen ergänzt wird, darunter SWISS WorldCargo und Air China Cargo. Kunden profitieren von höchsten Qualitätsstandards, kurzen Transportzeiten und maßgeschneiderten Logistiklösungen. Das Produktportfolio von Lufthansa Cargo umfasst sowohl Standard- als auch Expressfracht sowie als wesentlichen Eckpfeiler Spezialfracht. Dazu zählen lebende Tiere, Wertfracht, Post, Gefahrgut und die Beförderung temperatursensibler Güter. Hauptumschlagplatz ist der Flughafen Frankfurt. Weitere wichtige Drehkreuze sind München und Wien. Mit den Konzerngesellschaften SWISS und Brussels Airlines besteht eine enge Zusammenarbeit. Mit der Strategie „Lufthansa Cargo 2020“ hat die Frachtairline die Eckpfeiler für das profitable Wachstum in den kommenden Jahren festgelegt. Ziel ist es, auch weiterhin am wachsenden Luftfrachtmarkt zu partizipieren, Prozesse zu vereinfachen und zu optimieren sowie Stückkostenvorteile zu erzielen. Um das geplante Wachstum abzubilden, hat Lufthansa Cargo im Jahr 2011 fünf neue Frachtflugzeuge vom Typ B 777F bestellt, die zwischen 2013 und 2015 ausgeliefert werden. Sitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main.

www.lufthansa-cargo.com

Geschäftsfeld Technik / Lufthansa Technik AG

Die Lufthansa Technik AG ist der weltweit führende Anbieter von flugzeugtechnischen Dienstleistungen. Schwerpunkt der Tätigkeit ist die herstellerunabhän-



gige Wartung und Überholung von Verkehrsflugzeugen sowie die Reparatur von Triebwerken, elektrischen Geräten und Komponenten (Maintenance, Repair and Overhaul, MRO). Lufthansa Technik betreut mehr als 770 Kunden weltweit, darunter vor allem Fluggesellschaften und VIP-Jet-Betreiber, aber auch Flugzeug-Leasinggesellschaften. Innerhalb des Lufthansa Konzerns verantwortet Lufthansa Technik Sicherheit, Zuverlässigkeit und Werterhalt der Flotte. Lufthansa Technik gliedert sich in die Produktdivi-

sionen Wartung, Flugzeugüberholung, Triebwerke, Geräte, Fahrwerke sowie die Erstausrüstung und Wartung von VIP-Flugzeugen. Zu dem Technikverbund gehören weltweit 32 technische Instandhaltungsbetriebe. Das Unternehmen ist direkt und indirekt an 56 Gesellschaften beteiligt. Für den Instandhaltungsbetrieb ist Hamburg mit der Flugzeugüberholung, der Erstausrüstung von VIP-Flugzeugen, der Triebwerks- und Geräteinstandhaltung, dem Logistikzentrum sowie dem Entwicklungs- und Herstellerbetrieb der wichtigste Standort von Lufthansa Technik. Die größten Wartungsstationen sind in Frankfurt und München, weitere Stationen befinden sich an allen größeren deutschen Flughäfen und an 50 weiteren Standorten weltweit. Der MRO-Dienstleister baut seine Marktpräsenz in Deutschland derzeit durch die Errichtung eines neuen Wartungshangars am künftigen Flughafen Berlin Brandenburg weiter aus. In Asien unterhält Lufthansa Technik Wartungseinrichtungen in vier Ländern, wie etwa Lufthansa Technik Philippines, Lufthansa Technik Shenzhen, Lufthansa Technik Services India und Ameco Beijing. Hauptsitz der Lufthansa Technik AG ist Hamburg.

www.lufthansa-technik.com



Geschäftsfeld IT Services / Lufthansa Systems AG

Lufthansa Systems bietet Beratungs- und IT-Dienstleistungen für ausgewählte Branchen und hat eine weltweit führende Position in der Aviation-Industrie. Mit ihrem umfassenden Portfolio deckt Lufthansa Systems das gesamte Spektrum der IT-Dienstleistungen ab. Das Angebot reicht von der Beratung über die Entwicklung und Implementierung maßgeschneiderter Branchenlösungen bis zum Betrieb in den eigenen Rechenzentren. Die Experten von Lufthansa Systems verbinden in ihrer Arbeit langjährige Projekterfahrung mit umfassendem Technologie-Know-how, profunden Branchenkenntnissen und Erfahrung in der Analyse anspruchsvoller Geschäftsprozesse. Aufgrund der hohen Komplexität von IT-Projekten kommt dem Projektmanagement eine Schlüsselrolle bei der termin- und kostengerechten Umsetzung zu. Als zertifizierter SAP-Partner übernimmt Lufthansa Systems alle Leistungen von der Konzeption und Anpassung über die Implementierung und Konsolidierung bis zur Wartung von SAP-Systemen. Mit den Produkten und Services von Lufthansa Systems gelingt es Unterneh-

men nachhaltig, ihre Effizienz zu erhöhen, Kosten zu reduzieren und die Erlöse zu steigern. Weltweit vertrauen mehr als 200 Fluggesellschaften, aber



auch Unternehmen aus den Branchen Transport und Logistik, Industrie, Medien und Verlage, Energie sowie aus dem Gesundheitswesen auf die Expertise von Lufthansa Systems. Sitz des Unternehmens ist Kelsterbach bei Frankfurt am Main. Darüber hinaus hat Lufthansa Systems weitere Niederlassungen in Deutschland sowie Auslandsstandorte in 16 Ländern. www.LHsystems.com

Geschäftsfeld Catering / LSG Sky Chefs

LSG Sky Chefs ist der weltweit größte Anbieter von Airline-Catering und dem Management aller Prozesse rund um den Bordservice. Zur Gruppe gehören 148 Unternehmen mit 200 Standorten in 52 Ländern. Im Jahr 2011 produzierte die 100-prozentige Lufthansa Tochtergesellschaft 490 Millionen Flugmahlzeiten für mehr als 300 Airlines weltweit – darunter nahezu alle internationalen sowie zahlreiche nationale und regionale Fluggesellschaften, Netzwerk-Carrier, Chartersgesellschaften und Low-Cost-Airlines. Die Konzernmuttergesellschaft, die LSG Lufthansa Service Holding AG, hat ihren Sitz in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main. Im Bereich Airline Catering bietet LSG Sky Chefs ein Komplettsortiment, das von auf Bestellung produzierten Premium-Mahlzeiten bis hin zu kostengünstigen Snacks reicht. Aufgrund ihrer weitreichenden Erfahrungen hat die Gruppe bewährte Methoden entwickelt, die sicherstellen, dass Kunden stets erstklassige Qualität erhalten. Weitere Leistungsmerkmale sind kulinarische Exzellenz und Innovation, eine authentische regionale Küche aus dem

internationalen Netzwerk sowie ein innovatives und ansprechendes Menüdesign. Darüber hinaus bietet das Unternehmen eine breite Palette an Inflight-



Produkten und -Services in höchster Qualität und Zuverlässigkeit. Außerdem hat die Gruppe begonnen, angrenzende Märkte wie Zug- und Schulcatering zu erschließen sowie Catering im Gesundheitswesen und Einzelhandel. www.lsgskychefs.com

Corporate Responsibility

Nachhaltigkeit und Verantwortung

Corporate Responsibility, das heißt nachhaltiges und verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln, ist seit Jahren fest in der Unternehmenskultur und den strategischen Leitlinien des Konzerns verankert. Sie ist ein wichtiges Element, um die Zukunftsfähigkeit des Konzerns zu sichern. Die Lufthansa Group achtet darauf, nachhaltig zu wirtschaften und wertschaffend zu wachsen. Gleichzeitig legt sie großen Wert darauf, die Klima- und Umweltvorsorge beständig zu verbessern, verantwortungsbewusst und fair mit den Mitarbeitern umzugehen und sich zum Wohle der Gesellschaft zu engagieren.

Fünf Dimensionen von Corporate Responsibility

Um Corporate Responsibility in all ihren Dimensionen zu erfassen und greifbar zu machen, hat Lufthansa ein Modell entwickelt, das die folgenden Themenfelder umfasst: Wirtschaftliche Nachhaltigkeit, Soziale Verantwortung, Klima- und Umweltverantwortung, Corporate Governance und Compliance sowie Corporate Citizenship (siehe nebenstehende Grafik). Dabei stellt das nachhaltige Wirtschaften eine wesentliche Voraussetzung für verantwortungsvolles Handeln dar. Das bedeutet jedoch nicht, dass die übrigen vier Dimensionen der unternehmerischen Verantwortung nachrangig zu betrachten sind, wie Sadiq Gillani, Leiter Konzernstrategie der Deutschen Lufthansa AG, betont (siehe Interview Seite 19). Denn auch diese Handlungsfelder haben großen Einfluss auf die wirtschaftliche Nachhaltigkeit und damit die Zukunftsfähigkeit der Lufthansa Group.

Corporate Responsibility Council gibt den Rahmen vor

In seiner Eigenschaft als Leiter Konzernstrategie steuert Sadiq Gillani darüber hinaus das interdisziplinäre und bereichsübergreifende Corporate Responsibility Council (CRC). Dieses auf der oberen Managementebene angesiedelte Gre-

mium gibt den grundlegenden Rahmen für die Steuerung und Kontrolle der nachhaltigkeitsbezogenen Prozesse im Lufthansa Konzern vor. Neben dem Leiter Konzernstrategie gehören dem CRC die Leiter der Konzernabteilungen Politik, Umweltkonzepte, Personalpolitik, Recht, Kommunikation, Investor Relations und Controlling an. Zudem zieht das Gremium die Konzernabteilung Corporate Sourcing beratend hinzu. So ist sichergestellt, dass das Thema Nachhaltigkeit auch in der Lieferkette eine angemessene Berücksichtigung findet. Die vom CRC beschlossenen Aktivitäten und Projekte werden im Anschluss von den Fachabteilungen umgesetzt.

Der Kommunikation mit der internen und externen Öffentlichkeit kommt dabei eine wichtige Funktion zu. Seit 1994 informiert *Balance* sämtliche Anspruchsgruppen des Konzerns offen und konstruktiv über das Thema Corporate Responsibility. Längst erfasst *Balance*, vor 18 Jahren als reiner Umweltbericht gestartet, alle wichtigen Aspekte der Nachhaltigkeit einschließlich Konzerngesellschaften und Verbund-Airlines.

Highlights 2012

Einen Überblick über die erfolgreichen Corporate Responsibility-Aktivitäten der Lufthansa Group im Berichtsjahr geben die Seiten 20 und 21. Das Spektrum reicht vom Startschuss für das neue Klimaforschungsprojekt IAGOS über die Langzeiterprobung von Biokerosin, das Engagement für weniger Lärm bis hin zu Hilfsflügen von Lufthansa Cargo.



„Attraktive Produkte und Angebote sind natürlich die Grundvoraussetzung für Markterfolge. Aber verantwortungsvolles Handeln im gesamtgesellschaftlichen Kontext und der Dialog hierüber mit den verschiedenen Anspruchsgruppen sind ebenso unverzichtbar. Das Corporate Responsibility Council gibt dem Konzern hierzu klare Orientierung.“

Astrid Messmer Rodriguez
Leiterin Geschäftsfeldstrategie und Koordinatorin Corporate Responsibility Council, Deutsche Lufthansa AG



Die fünf Dimensionen von Corporate Responsibility der Lufthansa Group

Klima- und Umweltverantwortung

Die Lufthansa Group ist sich ihrer Verantwortung für Klima und Umwelt bewusst. Wir mindern die spezifischen CO₂-Emissionen, implementieren Umweltmanagementsysteme und bauen diese aus. Darüber hinaus erhöhen wir kontinuierlich die Ressourcen- und Energieeffizienz und nehmen aktiv an Lärm- und Klimaforschungsprojekten teil. Unsere Umwelt- und Klimaschutzziele orientieren sich an der Vier-Säulen-Strategie des Luftverkehrs.

Soziale Verantwortung

Die Lufthansa Group respektiert die Menschenrechte und legt hohe moralische Maßstäbe an ihr Handeln an. Unsere Unternehmenskultur ist geprägt von fairem Umgang mit den Mitarbeitern und Vielfalt in der Belegschaft. Die Sicherheit und Gesundheit der Beschäftigten genießen höchste Priorität. Ein breites Weiterbildungsangebot und die Möglichkeit, Beruf und Privatleben zu vereinbaren, sind integrale Elemente unserer sozialen Verantwortung.

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Die Lufthansa Group setzt auf langfristige Steigerung des Unternehmenswerts durch nachhaltiges Wirtschaften. Im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen unsere Kunden und ihr Mobilitätsbedarf. In dem Bestreben, uns kontinuierlich zu verbessern und weiterzuentwickeln, setzen wir auf langfristige Wertschöpfung, eine umsichtige Steuerung von Chancen und Risiken, ein konsequentes Management unserer Lieferketten und einen konstruktiven Dialog mit unseren Anspruchsgruppen.

Corporate Governance und Compliance

Für die Lufthansa Group sind eine gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung und -kontrolle sowie die Einhaltung von Gesetzen und Regeln selbstverständlich – und sie erwartet dies auch von ihren Lieferanten. Offenheit und Klarheit in der Kommunikation schaffen die Voraussetzung, um das Vertrauen von Investoren, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit zu bewahren und auszubauen.

Corporate Citizenship

Die Lufthansa Group nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung auf vielfältige Weise wahr und unterstützt zahlreiche Projekte in den Bereichen Soziales, Kultur, Bildung, Umweltförderung und Sport. Darüber hinaus engagieren sich auch die Mitarbeiter des Konzerns ehrenamtlich in ihrer Freizeit für soziale Zwecke – unter anderem über die HelpAlliance oder Cargo Human Care.



Auszeichnung für verantwortungsbewusste Unternehmensführung

Externe Experten und Agenturen haben auch im Jahr 2011 wieder die Tätigkeiten des Lufthansa Konzerns nach Gesichtspunkten des verantwortlichen Handelns beurteilt. Dabei schaffte es das Luftfahrtunternehmen, in mehreren Nachhaltigkeitsindizes erneut vertreten zu sein, zum Beispiel FTSE4Good, ASPI (Advanced Sustainable Performance Indices) und ESI (Ethibel Sustainability Index). Auch im Corporate Rating der Agentur oekom erreichte Lufthansa 2011 den „Prime Status“, mit dem besonders nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmen ausgezeichnet werden. Beim Carbon Disclosure Project (CDP) gelang es dem Konzern, eine deutlich bessere Beurteilung im Vergleich zum Vorjahr zu erzielen.

Indes hat es Lufthansa unter abermals verschärften Bedingungen nicht geschafft, die Mitgliedschaft im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) wieder zu erhalten. Im Bereich operationelle Ökoeffizienz, dessen primärer Fokus auf Emissionen, Treibstoff-, Energie- und Wasserverbrauch liegt, sahen die Analysten weiteres Optimierungspotenzial. Deutlich verbessert waren hingegen die Beurteilungen in den Bereichen wirtschaftliche Effizienz sowie Risiko- und Krisenmanagement. Das Lufthansa Management geht gewissenhaft mit den Ergebnissen der Befragungen und Ratings um und leitet aus diesen notwendigen Handlungsbedarf für das Unternehmen ab. Lufthansa bekennt sich darüber hinaus zu den Grundsätzen des UN Global Compact und unterstützt dessen Tätigkeiten.



Die zehn Prinzipien des UN Global Compact

Der UN Global Compact ist eine weltweite Initiative, die im Jahr 2000 von Kofi Annan, dem damaligen UN-Generalsekretär, 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. Die Deutsche Lufthansa AG ist seit 2002 Mitglied.

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



Interview mit Sadiq Gillani

Leiter Konzernstrategie der Deutschen Lufthansa AG



Herr Gillani, welchen Stellenwert hat das Thema Corporate Responsibility für die Lufthansa Group?

Für uns ist Corporate Responsibility eine wesentliche Einflussgröße in der Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Lufthansa Group in einem extrem kompetitiven Marktumfeld. Wir fühlen uns dem Prinzip der nachhaltigen Entwicklung verpflichtet und nehmen unsere ökologische, gesellschaftliche und soziale Verantwortung wahr. Diesen Anspruch dokumentieren wir auch in unserem Mission Statement.

Können Sie konkrete Beispiele nennen?

Durch unseren zukunftsorientierten Ansatz der wertorientierten Unternehmenssteuerung haben wir die wirtschaftliche Nachhaltigkeit fest im Blick. Dies versetzt uns erst in die Lage, Klima- und Umweltverantwortung proaktiv wahrzunehmen. Ein Beispiel: Unser Invest in eine moderne, effizientere und leisere Flotte haben wir auch im Jahr 2011 fortgeführt. Hier gehen Ökonomie und Ökologie Hand in Hand. Doch neue, ökoefizientere Flugzeuge kosten Geld. Leisten können wir uns diese nur dank unseres nachhaltig stabilen finanziellen Fundaments. Darüber hinaus zeigt unser großes Engagement im Bereich Biokerosin eindrucksvoll, dass wir uns dafür einsetzen, die Entwicklung von nachhaltig erzeugten, alternativen Kraftstoffen für den Luftverkehr zu beschleunigen.

In welchen Bereichen gibt es Nachholbedarf?

Wir müssen auf die Herausforderungen des sich ständig verändernden Wettbewerbsumfelds noch schneller und noch flexibler reagieren und alles daransetzen, als Lufthansa Group die wirtschaftliche Nachhaltigkeit auch weiterhin zu sichern. Dabei unterstützt uns das Zukunftsprogramm SCORE zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. Denn nur mit finanzieller Stärke kann die Lufthansa Group nachhaltig investieren und wachsen.

Beschränkt sich das Zukunftsprogramm SCORE auf die Steigerung der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit? Sind die anderen Säulen der Corporate Responsibility nachrangig?

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil unserer Strategie und eine Grundvoraussetzung für nachhaltige Unternehmensführung, die auch soziale und ökologische Verantwortung beinhaltet. SCORE leistet damit letztlich einen Beitrag zur Finanzierung verantwortungsvoller Corporate Responsibility. Es steht nicht in Konkurrenz dazu. Ich bin überzeugt, dass wir mit unseren hochqualifizierten und motivierten Mitarbeitern auch diese Herausforderung meistern werden. Allein die Bedeutung der Mitarbeiter zur Erreichung unseres Ziels macht deutlich, dass wir die anderen Dimensionen der unternehmerischen Verantwortung nicht nachrangig betrachten können, da sie insgesamt alle letztendlich auch einen Einfluss auf die wirtschaftliche Nachhaltigkeit und damit auf die Zukunftsfähigkeit der Lufthansa Group haben.

Corporate Responsibility – Highlights



3. Januar 2011

Personelle Verstärkung am Bord und am Boden

Lufthansa kündigt Einstellung von 4.000 neuen Mitarbeitern für die operativen Bereiche in Deutschland an.



24. Februar 2011

Engagement für weniger Lärm

Lufthansa beginnt Ausstattung ihrer in Frankfurt stationierten B 737 Flotte mit neuen Schalldämpfern. Siehe Seite 85 ff.



1. März 2011

Cargo Climate Care Conference

Lufthansa Cargo veranstaltet in Frankfurt die zweite Cargo Climate Care Conference und verleiht den gleichnamigen Umweltpreis.

23. März 2011

Lufthansa Cargo Hilfsflug nach Japan

Nach dem verheerenden Erdbeben in Japan transportiert Lufthansa Cargo kostenlos 70 Tonnen Hilfsgüter nach Tokio. Siehe Seite 92



19. April 2011

Austrian Airlines beenden Umrüstung ihrer B 767 Flotte mit Winglets

Mit den neuen Winglets spart die Fluggesellschaft Treibstoff und damit Emissionen ein.



13. Mai 2011

27. Lufthansa Festival of Baroque Music in London

Das traditionsreiche Festival hat in zwölf Konzerten Publikum und Presse begeistert. Siehe Seite 100

19. Mai 2011

Balance 2011 erscheint

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



7. Juli 2011

Startschuss für neues Klimaforschungsprojekt IAGOS

Gemeinsam mit dem Forschungszentrum Jülich startet Lufthansa ein weiteres Forschungsprojekt zur Langzeitbeobachtung der Erdatmosphäre. Siehe Seite 89



11. Juli 2011

Neue Leichtgewicht-Container

Lufthansa und Lufthansa Cargo führen bis 2015 Ladecontainer aus leichten Verbundwerkstoffen ein, was Kerosin und damit Emissionen einspart. Siehe Seite 73

19. Mai 2011

Neue Service-Trolleys reduzieren Treibstoffverbrauch

Lufthansa kündigt an, ihre Bord-Trolleys bis 2014 durch die Leichtbau-Variante „Quantum Light Weight Trolley“ zu ersetzen.



6. Oktober 2011

Erste Expertenrunde für Humanitäre Logistik in Frankfurt

Lufthansa Cargo organisiert Expertenrunde, um die Bedürfnisse internationaler Hilfsorganisationen besser zu verstehen. Siehe Seite 92

25. September 2011

Jubiläumsrundflüge für einen guten Zweck

Zum 100. Geburtstag des Flughafens Hamburg absolviert Lufthansa zwei Rundflüge mit einer A380 und spendet den Verkaufserlös in Höhe von 50.000 Euro an zwei wohltätige Organisationen. Siehe Seite 95

17. Oktober 2011

Mehr Frauen in Führungspositionen

Die Lufthansa Group setzt sich das Ziel, bis 2020 den Anteil von Frauen in Führungspositionen um 30 Prozent zu erhöhen. Siehe Seite 46 ff.

21. November 2011

SWISS WorldCargo setzt auf Leichtgewicht-Container

Bis 2015 ersetzt die Frachtdivision der SWISS ihre Aluminium-Container durch eine Lightweight-Version.

21. bis 23. November 2011

Finale des Hochschulwettbewerbs „Lufthansa Case Challenge“

Lufthansa und die EBS Business School veranstalten einen internationalen Wettbewerb zum Thema Nachhaltigkeit. Siehe Seite 25

17. August 2011
Hilfsflug von Lufthansa Cargo nach Ostafrika

Lufthansa Cargo transportiert 90 Tonnen Hilfsgüter nach Nairobi/Kenia. Siehe Seite 92

29. August 2011
Start des Pilotprojekts für induktives Laden von Elektro-Pkw am Flughafen Frankfurt

Lufthansa Technik setzt am Flughafen Frankfurt ein Elektroauto zur Erprobung der Elektromobilität ein und testet die berührungslose Ladetechnologie. Siehe Seite 82

15. Juli 2011
Start der Langzeiterprobung von Biokraftstoff

Lufthansa setzt erstmals Biokraftstoff im täglichen Flugbetrieb zwischen Hamburg und Frankfurt ein. Siehe Seite 67 ff.

1. September 2011
„Kleines Geld für große Hilfe“: Auch Brussels Airlines sammelt für die HelpAlliance

Ab sofort beteiligt sich auch Brussels Airlines auf ihren Langstreckenflügen an der Restgeldsammlung für die Mitarbeiter-Hilfsorganisation HelpAlliance.

1. September 2011
Lufthansa Group erhält Auszeichnung für ihr Nachhaltigkeits-Engagement

Lufthansa gewinnt den Condé Nast Traveler World Savers Award 2011 in der Kategorie „Doing it all“.

Dezember 2011
LZ Catering erhält Ökoprofit-Zertifikat

LZ Catering hat erfolgreich am Ökoprofit-Projekt Hamburg teilgenommen. Siehe Seite 81

16. September 2011
Lufthansa Biofuel-Engagement ausgezeichnet

Beim Clean Tech Media Award 2011 gewinnt Lufthansa einen Sonderpreis für ihr Biokraftstoff-Projekt burnFAIR. Siehe Seite 68

Dezember 2011
Lufthansa Cargo erhält Rezertifizierung des Umweltmanagements

Das Umweltmanagementsystem von Lufthansa Cargo wird an allen deutschen Stationen nach ISO 14001 rezertifiziert. Siehe Seite 80

Dezember 2011
Testlauf mit elektrischem Rollantrieb für Flugzeuge am Boden (eTaxi)

Lufthansa Technik installiert erstmals Elektromotoren im Hauptfahrwerk eines Verkehrsflugzeugs, um die Eignung dieses umweltfreundlichen Bodenantriebs zu erproben. Siehe Seite 82

12. Januar 2012
Erster Transatlantik-Linienflug in die USA mit Biokraftstoff

Erstmals fliegt eine mit rund 40 Tonnen Bio-kerosingemisch betankte Lufthansa Boeing 747-400 von Frankfurt nach Washington D.C.

22. November 2011
Verleihung des von Lufthansa gestifteten UNEP/CMS Thesis Award

Der mit 10.000 Euro dotierte Dissertationspreis wurde zum dritten Mal an Nachwuchswissenschaftler verliehen. Siehe Seite 99

2. Februar 2012
Lufthansa verlängert Sporthilfe-Partnerschaft

Lufthansa bleibt für weitere vier Jahre Nationaler Förderer der Deutschen Sporthilfe. Siehe Seite 103

6. Februar 2012
Präsentation des Projekts „FührungskräfteLandschaft 2020“

„FK 2020“ bildet die Basis, auf der die Lufthansa Group die Vielfalt in den Führungsetagen erhöhen will. Siehe Seite 46 ff.

Stakeholder-Dialog

Offener Austausch schafft Vertrauen

Unternehmerisches Handeln steht unter dem Vorbehalt gesellschaftlicher Akzeptanz. Das gilt auch für die Lufthansa Group, deren Geschäftstätigkeit die Interessen zahlreicher Anspruchsgruppen berührt – etwa von Kunden und Mitarbeitern, Investoren, Analysten, Gesetzgebern, Nachbarn und Gemeinden sowie Forschung und Lehre.

Der Luftfahrtkonzern sucht aktiv den Austausch mit seinen Stakeholdern und bezieht deren Erfahrungen, Wünsche und Erwartungen in sein strategisches Handeln ein. Nachfolgend ausgewählte Beispiele aus dem Jahr 2011:

Biofuel-Langzeittest des Unternehmens realisiert (siehe „Biokraftstoff in der Langzeiterprobung – auf dem Weg zum Luftverkehr der Zukunft“, Seite 67 ff.).

Airline-Forum von Lufthansa Systems

Unter dem Motto „Think easy“ trafen sich 350 Vertreter von rund 90 Fluggesellschaften zum „Airline-Forum“ vom 13. bis 15. September 2011 im Lufthansa Training & Conference Center in Seeheim. Die globale Netzwerk- und Innovationsplattform von Lufthansa Systems bot einen Überblick über aktuelle Trends und Neuheiten im Bereich der Informationstechnologie für Fluggesellschaften. Der Fokus der zahlreichen Vorträge, Produktpräsentationen und Workshops lag auf modernen IT-Lösungen, die Unternehmen in die Lage versetzen, ihre Prozesse zu vereinfachen und die Kosten zu senken.

Lufthansa Technik: 14. Kundenkonferenz und Kundenzufriedenheitsstudie

Um „Innovationen und Kundenbetreuung“ indes drehte sich alles bei der 14. Kundenkonferenz (Customer Community Conference) von Lufthansa Technik in Hamburg, an der im Jahr 2011 rund 80 Kundenvertreter aus aller Welt teilnahmen. Acht Referenten präsentierten Neuigkeiten aus dem Unternehmen – etwa die erfolgreiche Langzeiterprobung von Biokraftstoff bei Lufthansa oder die Herausforderungen und Lösungsansätze bei der technischen Betreuung von Flugzeugen der neuesten Generation.

Darüber hinaus hat Lufthansa Technik 300 Vertreter von 160 Airlines nach ihrer Zufriedenheit mit den Services des Unternehmens befragt. Bei der im Jahr 2011 realisierten Kundenzufriedenheitsstudie erhielt der Wartungsspezialist Bestnoten für sein breites Produktportfolio, das weltweite Netzwerk und die Fachkompetenz seiner Mitarbeiter. Ansatzpunkte für Optimierungen sahen die Kunden unter anderem im Bereich Flexibilität von Geschäftsprozessen.



Passagiere / Kunden

Internationale Passagierbefragungen

Seit 2001 misst Lufthansa kontinuierlich die Passagierzufriedenheit. Zusätzlich zu Erkenntnissen darüber, mit welchen Leistungsbestandteilen die Fluggäste sehr zufrieden sind, lassen sich mit dem eingesetzten Instrumentarium auch Ansatzpunkte ableiten, wie ihre Bedürfnisse künftig noch besser erfüllt werden können. Die ermittelten Zufriedenheitsurteile gehen zudem in den sogenannten Customer Profile Index ein. Dieser dokumentiert, wie die Qualitätswahrnehmung der Passagiere beziehungsweise verschiedener Passagiersegmente ist.

In Kooperation mit namhaften Marktforschungsinstituten führt Lufthansa auf internationaler Ebene darüber hinaus regelmäßig Studien zur Markenpositionierung von Lufthansa durch. Im Jahr 2011 hat das Unternehmen zusätzlich eine Online-Befragung unter Lufthansa Miles & More Kunden zum



Internationaler Innovationswettbewerb von Lufthansa Cargo

Lufthansa Cargo ist überzeugt, dass sich die Investition in Innovationen mit Umweltbezug auszahlt. Folgerichtig hat der Logistikdienstleister bei seinem ersten internationalen Innovationswettbewerb „Open Innovation Challenge“ die Kategorie „Green Solutions“ berücksichtigt und seine Stakeholder um entsprechende Ideen gebeten (siehe „Umweltmanagement“, Seite 80). Außerdem hat Lufthansa Cargo am 1. März 2011 in Frankfurt die „2. Cargo Climate Care Conference“ veranstaltet, um innovative Lösungen zur nachhaltigen Verbesserung der Klimabilanz der Logistikindustrie zu diskutieren. An der ausgebuchten Veranstaltung nahmen mehr als 200 Vertreter aus der Logistik- und Luftfahrtbranche teil (siehe *Balance* 2011 ab Seite 25).

Logistikspezialist eröffnet neues Besucherzentrum in Frankfurt

Des Weiteren hat der Frachtdienstleister am Tor 25 des Flughafens Frankfurt ein neues Besucherzentrum eröffnet: Das „Lufthansa Cargo Visitor Center“ präsentiert sich in einem hochwertigen, modernen Ambiente und bietet Platz für bis zu 50 Personen. Infografiken, Schaukästen und Vitrinen gewähren Einblick in die Welt der Luftfracht sowie in die Geschichte und Gegenwart des Unternehmens. Karl Ulrich Garnadt, Vorsitzender des Vorstands von Lufthansa Cargo, hat das Gebäude, das auch für interne Veranstaltungen genutzt wird, am 18. Mai 2011 feierlich eröffnet.

Lufthansa Besucherdienst organisiert Themenrundgänge

An den Standorten Frankfurt und Hamburg bietet der Lufthansa Besucherdienst die Möglichkeit, sich umfassend über die Lufthansa Group zu informieren und auszutauschen. Das Angebot richtet sich speziell an deutsche und internationale Topkunden unterschiedlicher Branchen sowie an Studenten, Hochschulabsolventen, Flughafenanrainer und Vertreter von Verbänden und Forschungseinrichtungen. Im Jahr 2011 nutzten in Frankfurt 7.800 Interessierte das Dialogangebot in Form von Rundgängen zu unterschiedlichen Themen. Eine der Hauptattraktionen war neben den Nachhaltigkeitsthemen der Airbus A380. Auch anlässlich der Flugzeugnabensgebungen in Wien und Zürich nutzten Interessenten rege die Möglichkeit, sich mithilfe des Expertenteams mit dem neuen Lufthansa Flaggenschiff vertraut zu machen. Während in Frankfurt 650 geführte Rundgänge stattfanden, waren es in Hamburg 633 Führungen mit 13.000 Interes-

sierten. Des Weiteren organisierte Lufthansa zu Beginn des Jahres 2012 einen Wettbewerb unter Topkunden, um dem Besucherdienst eine neue, den Serviceleistungen angemessenere Bezeichnung zu geben. Die Wahl fiel auf „Discover Lufthansa“. Der Name wird sich künftig auf sämtlichen Publikationen sowie in der E-Mail-Anschrift der Einrichtung wiederfinden. Besucherdienste betreiben auch die Verbund-Airlines SWISS und Austrian Airlines an den Drehkreuzen Zürich beziehungsweise Wien.

Investoren / Analysten

Lufthansa Vorstände stehen Anlegern Rede und Antwort

Die Lufthansa Vorstände stellten sich auch im Jahr 2011 den Fragen von Investoren und Analysten. Als Plattform für diesen direkten Austausch mit dem Management dient der jährliche „Investor Day“, der zuletzt am 21. September 2011 in Zürich stattfand. Die Veranstaltung bietet umfassende Hintergrundinformationen etwa zur strategischen Ausrichtung des Konzerns und zur Entwicklung der Geschäftsbereiche. Darüber hinaus erhielten die Kapitalmarktteilnehmer Einblick in das Passagiergeschäft, in das Zusammenspiel der Hubs sowie in die Aufstellung und Entwicklung des Frachtgeschäfts.

Mit dem Ziel, institutionelle Anleger zeitnah, ausführlich und sachlich zu informieren, hielten der Vorstand und die Abteilung Investor Relations zusätzlich zu den Quartalskonferenzen 39 Roadshows und 11 Investorenkonferenzen ab, die durch mehr als 300 Einzel- und Gruppengespräche ergänzt wurden. Außerdem veröffentlicht der Kon-



Der Online-Auftritt www.lufthansa.com/investor-relations bietet Zugang zu zahlreichen Präsentationen, Kennzahlen und Finanzpublikationen der Lufthansa Group.

zern neben dem Geschäftsbericht und den drei Zwischenberichten die „Investor Info“, die monatlich die Verkehrszahlen der fliegenden Gesellschaften und weitere Neuigkeiten aus dem Konzern enthält. Privataktionärsforen und die Publikation „Aktionärsinfo“ komplettieren die Dialogangebote für den Kapitalmarkt.

Mitarbeiter

Dialogveranstaltungen und dezentrale Town Meetings

Die Lufthansa Group organisiert regelmäßig Dialogveranstaltungen, um mehr über die Erwartungen, Wünsche und Bedürfnisse speziell der Mitarbeiter mit Kundenkontakt zu erfahren. Dezentrale Town Meetings an vielen Standorten bilden die Plattform für den Austausch zwischen Mitgliedern des Vorstands und den Beschäftigten. So präsentierte beispielsweise Christoph Franz, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Lufthansa AG, am 28. November 2011 den Mitarbeitern von SWISS und Austrian Airlines in diesem Rahmen die neue Lufthansa Group Strategie.

„Produkt & Marketing Village 2011“ für Mitarbeiter der Lufthansa Passage

Als aktive Produktgestalter und Markenbotschafter haben Lufthansa Mitarbeiter großen Einfluss auf die Art und Weise, wie Passagiere ihre Reise mit den Airlines der Lufthansa Passage erleben. In dem Bestreben, Passagiere in Fans zu verwandeln, fand im Berichtsjahr das zweitägige „Produkt & Marketing Village 2011“ statt. Die Mitarbeiterveranstaltung ermöglichte rund 450 Beschäftigten der Bereiche Produkt und Marketing, die vielfältige Lufthansa Produkt- und Servicewelt

mit allen Sinnen zu erfassen. Gelegenheit dazu boten zahlreiche interaktive Themenstände, die die Lufthansa Lounge-Welten ebenso erlebbar machten wie beispielsweise die neuen First-Class-Sitze an Bord der Boeing 747-400.

Überdies nutzt die Unternehmensleitung verschiedene interne Print- und Onlinemedien für die Kommunikation mit den Beschäftigten des Konzerns – allen voran die Mitarbeiterzeitung Lufthansa, aber auch das Magazin Lufthansa Passage für Boden-, Kabinen- und Cockpitpersonal sowie das Intranet mit der Plattform eTeaming.

Mitarbeiterbefragungen liefern wichtige Stimmungsbilder

Lufthansa bedient sich seit vielen Jahren des Instruments der Mitarbeiterbefragung, um die Zufriedenheit der Beschäftigten etwa mit ihrer Tätigkeit, dem Arbeitsumfeld, Weiterbildungsangeboten, der Kommunikation mit Vorgesetzten oder der Unternehmensführung zu ermitteln. Im Jahr 2011 fand das sogenannte Employee Feedback Management (EFM) bereits zum siebten Mal statt – und ging mit einer Rekordbeteiligung zu Ende. Überdies hatten im Rahmen der Initiative „Great Place to Work®“ die Beschäftigten von Lufthansa Technik, Lufthansa Technik Logistik, Lufthansa Technik Maintenance International und Lufthansa LEOS Gelegenheit, leitenden Angestellten eine Rückmeldung zu deren Führungsverhalten zu geben (siehe Infokasten Seite 56).

Regierung, Gesetzgeber, Politik, Behörden

Lufthansa pflegt einen intensiven und kontinuierlichen Austausch mit Vertretern des Bundes und der Landesregierungen. Auch auf internationaler Ebene bezieht der Konzern Stellung zu rechtlichen und regulatorischen Vorgaben und stellt sein Praxiswissen zur Verfügung.

Nachbarn / Gemeinden

Vertrauen zu fördern und Verständnis zu schaffen – das steht im Mittelpunkt des Dialogs von Lufthansa mit Bürgermeistern und Behörden der Umlandgemeinden. Hierbei geht es neben den wirtschaftlichen Perspektiven, die der Luftfahrtkonzern beispielsweise am Standort Frankfurt bietet, auch um Sorgen hinsichtlich der Aspekte Lärmschutz und Lebensqualität. In der Absicht,



Zahlreiche SWISS-Mitarbeiter nahmen am 28. November 2011 am Town Meeting in Zürich teil.



einen nachhaltigen Interessenausgleich zu erzielen, steht der Konzern auch an anderen großen Unternehmensstandorten in kontinuierlichem Austausch mit Bürgermeistern und Vertretern der Umlandgemeinden.



Kundgebung „Ja zu FRA!“ auf dem Frankfurter Römerberg

Lufthansa legt Wert darauf, die Debatte über den Ausbau des Flughafens Frankfurt so ausgewogen wie möglich zu gestalten. Um eine sachliche und differenzierte Diskussion über die Vor- und Nachteile der Erweiterung des Heimatdrehkreuzes von Lufthansa zu fördern, hat das Luftfahrtunternehmen zu Beginn des Jahres 2012 gemeinsam mit Fraport und Condor die Initiative „Ja zu FRA!“ ins Leben gerufen und am 1. März zu einer Kundgebung auf dem Frankfurter Römer eingeladen. Als eines der weltweit führenden Passagier- und Frachtdrehkreuze bietet der Flughafen Frankfurt bereits heute Arbeitsplätze für rund 71.000 Menschen in circa 500 Unternehmen (siehe Seite 43).

Forschung / Lehre

Als Beitrag zur Förderung des gesellschaftlichen Fortschritts übernimmt Lufthansa seit Jahren eine aktive Rolle in zahlreichen Forschungsprojekten. Die Zusammenarbeit mit renommierten wissenschaftlichen Einrichtungen und Forschungsinstitutionen ist eng, wobei Fragen des Klimaschutzes, der Verringerung von Lärm- und Abgasemissionen sowie die Erprobung alternativer Kraftstoffe im Zentrum der Aktivitäten stehen. Zudem tauscht sich der Luftfahrtkonzern regelmäßig mit anderen Fluggesellschaften aus. Darüber hinaus fiel im Juli 2011 der Startschuss für das neue Klimaforschungsprojekt IAGOS. Ziel der Langzeitbeobachtung von Lufthansa und dem Forschungszentrum Jülich ist es, die Erdatmosphäre mit einem Lufthansa Airbus A340-300 weltweit auf atmosphärische Spurenstoffe, Aerosole und Wolkenteilchen zu untersuchen (siehe Text „Im Aufbau: weltweite Messinfrastruktur für die Klimaforschung“, Seite 89 f.). Lufthansa hat im Jahr 2011 außerdem einen knapp sechsmonatigen



Christoph Franz, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Lufthansa AG (2. v. l.), sowie die Vorstandsvorsitzenden von Condor, Lufthansa Cargo und Fraport erläuterten am 1. März 2012 umfassend die Bedeutung des Frankfurter Flughafens für die Region Rhein-Main und darüber hinaus für die gesamte deutsche Volkswirtschaft.

Einsatz von Biokerosin im regulären Flugbetrieb erfolgreich abgeschlossen (siehe „Biokraftstoff in der Langzeiterprobung – auf dem Weg zum Luftverkehr der Zukunft“, Seite 67 ff.) und darüber hinaus gemeinsam mit Partnern das neue Lärmprojekt MODAL auf den Weg gebracht. Es wird einen entscheidenden Beitrag zum Normungsprozess für die geplante DIN 45689 „Ermittlung von Fluggeräuschemissionen an Flughäfen“ leisten (siehe „Viel Engagement für weniger Lärm“, Seite 85 ff.).

Internationaler Wettbewerb „Lufthansa Case Challenge“

Ein wichtiger Baustein im Stakeholder-Dialog der Lufthansa Group ist die Kooperation mit Universitäten. So veranstaltete der Konzern beispielsweise gemeinsam mit dem Aviation Management Institute der EBS European Business School im Jahr 2011 zum zweiten Mal den „Lufthansa Case Challenge“: An dem akademischen Wettbewerb für Bachelor- und Masterstudenten aus aller Welt nahmen 189 Teams aus mehr als 25 Ländern teil. Der Wettbewerb, der diesmal im Zeichen des Themas Nachhaltigkeit stand, zielt darauf ab, Impulse aus der Hochschullandschaft für Fragestellungen aus der Praxis zu gewinnen. Die sechs Gruppen mit den innovativsten Konzepten schafften den Sprung ins Finale und erhielten Gelegenheit, ihre Entwürfe einer Jury aus Lufthansa Top-Managern und EBS-Experten vorzustellen.



Die Flotte der Lufthansa Group

Nachhaltig geplant: 168 neue Flugzeuge bis 2018

Die Lufthansa Group setzt auf eine moderne und effiziente Flotte. Dies bedingt kontinuierliche Investitionen sowohl in die Optimierung der Bestandsflotte als auch in neues Fluggerät. Beim Kauf neuer Flugzeuge legt der Konzern hohe Maßstäbe zugrunde: Neben dem Passagierkomfort sind niedrige Verbrauchs- und Lärmwerte besonders wichtige Faktoren.

Zum 31. Dezember 2011 hatte die Flotte der Lufthansa Group einen Bestand von 636 Flugzeugen. Hierzu gehören die Flugzeuge von Lufthansa Passage, SWISS, Austrian Airlines, den Regionalpartnern Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings sowie von Germanwings und Lufthansa Cargo. Bis 2018 wird der Konzern 168 neue Flugzeuge im Bestellvolumen von rund 17 Milliarden Euro (Listenpreise) erhalten. „Für uns stellen die neuen Flugzeuge eine Investition in die Zukunft dar. Wir modernisieren und erweitern nicht nur die Konzernflotte, sondern richten sie auch optimal auf die künftigen Bedarfe aus“, erläutert Nico Buchholz, Leiter Konzernflotten-Management der Deutschen Lufthansa AG.

Die Geräuschemissionen der bestellten Flugzeuge liegen deutlich unter denen der vergleichbaren Vorgängermodelle: So reduzieren der Airbus A380, die Boeing 747-8 Intercontinental, die CSeries von Bombardier oder der Airbus A320neo den Lärmpegel beziehungsweise den Lärmteppich um zweistellige Prozentwerte. Mit diesem Zugang an modernsten Flugzeugen kann die Lufthansa Group weiter wachsen und gleichzeitig wirtschaftlicher und umweltfreundlicher fliegen. Signifikante Investitionsvolumina, die auf dem technologischen Fortschritt basieren, erlauben dem Konzern eine gezielt nachhaltige Planung. Die Flottenmodernisierung im Überblick:



„Für uns stellen die neuen Flugzeuge eine Investition in die Zukunft dar. Wir modernisieren und erweitern nicht nur die Konzernflotte, sondern richten sie auch optimal auf die künftigen Bedarfe aus.“

Nico Buchholz
Leiter Konzernflotten-Management
Deutsche Lufthansa AG

Lufthansa Passage

Indienststellung Boeing 747-8

Lufthansa Passage wird durch den Einsatz der neuen Boeing 747-8 Intercontinental weitere Erfolge in Sachen Treibstoffeffizienz erzielen. Zugleich handelt es sich um ein sehr ökonomisches Flugzeug hinsichtlich der Kombination aus Kapazität, Reichweite und Betriebskosten. Lufthansa hat 20 Boeing 747-8 bestellt, die von Frühjahr 2012 bis Mitte 2015 ausgeliefert werden und die Konzernflotte zwischen der A380 und der A340-600 perfekt ergänzen: In Lufthansa Konfiguration finden 362 Passagiere Platz. Und als Mitglied der 747-Familie lässt sie sich leicht in die bestehende Infrastruktur an mehr als 200 Flughäfen weltweit integrieren.

Insbesondere unter Nachhaltigkeitsaspekten und in puncto Umwelteffizienz erreicht die Boeing 747-8 neue Dimensionen. Unter anderem sorgen die neu konzipierten Tragflächen mit hochmodernem Profil und den geschwungenen Tragflächenenden, den sogenannten Raked Wingtips, für aerodynamische Vorteile. Ebenfalls neu entwickelt sind die Motoren des Typs GEnx-2B67, die weniger Treibstoff verbrauchen und auch einen geringeren Emissionsausstoß und eine verminderte Geräusentwicklung erlauben: Die Boeing 747-8 ist rund 15 Prozent treibstoffeffizienter als die 747-400 und stößt entsprechend weniger Emissionen aus. Ihr Lärmteppich ist außerdem um 30 Prozent kleiner als der ihrer Vorgängerin. Die 747-8 liegt um 15,6 Dezibel unter dem strengen Kapitel-4-Lärmgrenzwert der internationalen Zivilluftfahrtorganisation ICAO, der seit 2006 für neue Flugzeuge gilt.

Mit 76,3 Meter Gesamtlänge ist die Boeing 747-8 nicht nur das längste Passagierflugzeug der Welt, sondern auch eines der modernsten. So hat der Hersteller für den Bau des Flugzeugs neue Aluminium-Legierungen und Verbundstoffe eingesetzt, die leichter und haltbarer sind als bislang verwendete Materialien. Auch im Flugzeug selbst



Lufthansa Boeing 747-8 Intercontinental: Größer, leiser, umweltfreundlicher

Neu entwickelter Flügel mit aerodynamischen Vorteilen

Lufthansa ist „Launching Customer“ und hat 20 Flugzeuge bestellt.

15 % treibstoffeffizienter als die B 747-400

Neue Aluminium-Legierung

Raked Wingtips statt Winglets

Länge	Tankkapazität
76,3 m	242.000 Liter
Spannweite	Reisegeschwindigkeit
68,7 m	Mach 0,85
Höhe	Max. Startgewicht
19,4 m	442 Tonnen
Tragfläche	
554 m ²	

30 % kleinerer Lärmteppich im Vergleich zur B 747-400

Neu entwickelte Motoren (GENx-2B67): verbrauchsärmer, emissionsärmer und leiser als alle bisherigen Motoren

finden sich zahlreiche Innovationen, zum Beispiel aus der 787 Dreamliner-Kabine. Die nach oben geschwungene Architektur der Kabine vermittelt den Fluggästen ein angenehmeres Raumgefühl, mehr Komfort und bietet zusätzlichen Platz für Handgepäck. So setzt Lufthansa mit der erstmals in der Boeing 747-8 zum Einsatz kommenden neuen Business Class wieder einen hohen Maßstab. www.lufthansa.com/747

37 Flugzeugbestellungen im Jahr 2011

Für Lufthansa Passage hat der Konzern im Jahr 2011 insgesamt 37 Flugzeuge bestellt: im März 25 Airbus A320neo und fünf Airbus A321neo sowie im September zwei Airbus A380, einen Airbus A330-300 und vier Airbus A320. „Bis neue Flugzeugtechnologien zuverlässig verfügbar sind, dient die moderate Erweiterung der Lufthansa Passage Flotte vor allem der Absicherung des kurzfristigen Bedarfes bei Modernisierung und Konsolidierung der Europaflotte. Unser Anspruch ist es, stets eine moderne Flotte einzusetzen, was Treibstoffeffizienz, Betriebskosten, Lärm und Emissionen betrifft“, erläutert Nico Buchholz. „Gleichzeitig sichert die Ergänzungs-

bestellung von Airbus A380 und A330 unsere mittelfristige Langstreckenentwicklung. In Verbindung mit den bereits geordneten Flugzeugen, die in den nächsten Jahren zur Flotte hinzukommen, haben wir mehr Möglichkeiten, gezielt und flexibel auf Nachfrageschwankungen oder Marktveränderungen reagieren zu können.“ Im Laufe des Jahres 2011 hat Lufthansa Passage drei weitere Airbus A380 erhalten und damit nun bereits acht Flugzeuge dieses Typs im Einsatz. Für das Jahr 2012 sind zwei weitere Auslieferungen geplant.

A320neo und A321neo ab 2015 im Einsatz

Die A320neo und A321neo gehen ab 2015 der Flotte zu und werden im Kontinentalverkehr eingesetzt. Diese Flugzeuge zeichnen sich vor allem durch eine bessere Aerodynamik und neue Triebwerke aus und verbrauchen bis zu 15 Prozent weniger Treibstoff als heutige vergleichbare Modelle wie die A320. Darüber hinaus werden die Lärmmessungen bei der Flugzeugzulassung voraussichtlich deutlich niedrigere Werte zeigen im Vergleich zu ihren Vorgängermodellen, was noch einmal einen Fortschritt hinsichtlich der Lärmreduzierung darstellt.



Die von Lufthansa bestellten Flugzeuge vom Typ A320neo verbrauchen dank besserer Aerodynamik und neuer Triebwerke bis zu 15 Prozent weniger Treibstoff als das bisherige A320-Modell.

Bei der A320neo kommen standardmäßig strömungsoptimierte Tragflächenenden, sogenannte Sharklets, zum Einsatz. Diese Flügelenden sind gut 2,50 Meter hoch und ersetzen die bislang verbauten Wingtips. Airbus verspricht bis zu fünf Prozent Treibstoffeinsparung durch die Sharklets. Zudem können die mit den neuen Tragflügelspitzen ausgestatteten Flugzeuge steiler steigen und reduzieren damit auch den Lärm am Boden. „Die A320neo-Bestellung reflektiert unseren Anspruch auf technisch und wirtschaftlich nachhaltige Lösungen. Im Rahmen der Modernisierung unserer Flotte werden diese Flugzeuge 12 bis 15 Prozent weniger Kraftstoff verbrauchen als unsere jetzigen A320 und mit einem signifikant reduzierten Lärmteppich als gute Nachbarn auftreten. Durch eine gemeinsame Überzeugungsarbeit gegenüber den Herstellern werden wir diese Flugzeuge als eine

der ersten Airlines ab 2015 erhalten“, fasst Nico Buchholz zusammen.

Lufthansa Regional

Fünf weitere Embraer 195 für den Regionalverkehr

Lufthansa hat im März 2011 für Lufthansa Regional fünf weitere Embraer 195 bestellt. Die modernen, wirtschaftlichen und treibstoffeffizienten Flugzeuge des brasilianischen Herstellers werden ab 2012 an den Konzern ausgeliefert. Wie umweltschonend die Embraer 195 ist, zeigt der für Regionalflugzeuge extrem niedrige Verbrauch von je nach Streckenlänge und Auslastung maximal 3,9 Liter Kerosin pro 100 Passagierkilometer. Entsprechend niedrig sind somit auch die Emissionswerte dieses Flugzeugtyps. Darüber hinaus zeichnet sich die Embraer 195 durch eine geringe Lärmbelastung aus. Neben Lufthansa CityLine setzen auch die Regionalpartner Augsburg Airways und Air Dolomiti diesen Flugzeugtyp ein.

Festbestellungen Lufthansa Group, Auslieferungszeitraum 2012 bis 2018

Stand 31.12.2011

Flottenbestellungen	Auslieferungszeitraum
Langstreckenflotte	
9 Airbus A380	2012 bis 2015
20 Boeing 747-8	2012 bis 2015
5 Boeing 777F	2013 bis 2015 (LH Cargo)
4 Airbus A330	2012 bis 2014
5 Airbus A330	2012 bis 2013 (SWISS)
Kurzstreckenflotte	
69 Airbus A320-Familie (inkl. neo)	2012 bis 2018
8 Airbus A320-Familie	2012 bis 2014 (Germanwings)
5 Airbus A320-Familie	2012 bis 2014 (SWISS)
Regionalflotte	
30 Bombardier CSeries	2014 bis 2016 (SWISS)
13 Embraer EMB190-Familie	2012 bis 2013

SWISS

Zehnte A330-300 nimmt Flugbetrieb auf

SWISS hat im Januar 2011 den zehnten Airbus A330-300 in Betrieb genommen und damit die erste Serie der Integration dieses modernen Flugzeugtyps in die Flotte abgeschlossen. Zudem erhielt die Tochtergesellschaft Edelweiss Air eine weitere A330-300 im Februar 2011. Die neuen Flugzeuge ersetzen seit April 2009 Schritt für Schritt den Bestand an älteren Modellen vom Typ Airbus A330-200. Ab 2012 wird SWISS fünf weitere A330-300 in die Langstreckenflotte eingliedern und somit künftig 15 Flugzeuge dieses Typs



betreiben. Die äußerst effizienten Trent-700-Triebwerke von Rolls-Royce reduzieren den Treibstoffverbrauch pro Passagier um rund 13 Prozent gegenüber dem Vorgängermodell.

Darüber hinaus gehen SWISS ab 2014 insgesamt 30 Flugzeuge der C-Serie von Bombardier zu, die die bislang üblichen Regionalflugzeuge vom Typ Avro RJ100 ersetzen werden. Auf diese Weise ist die Fluggesellschaft in der Lage, den Treibstoffverbrauch gegenüber der Avro-Flotte um mehr als ein Viertel zu senken. Der CO₂-Ausstoß reduziert sich zugleich um rund 90.000 Tonnen pro Jahr. Weiterer Pluspunkt: Ein Flugzeug der C-Serie ist um 10 bis 15 Dezibel leiser als eine Avro RJ100.



Die Frachtfluggesellschaft AeroLogic, an der Lufthansa Cargo 50 Prozent der Anteile hält, fliegt mit modernen Frachtflugzeugen vom Typ Boeing 777F. Ab 2013 wird auch Lufthansa Cargo diesen Flugzeugtyp einsetzen.

Lufthansa Cargo

Fünf Boeing 777F verstärken die Flotte

Im Jahr 2011 hat Lufthansa Cargo fünf neue B 777-Frachtflugzeuge bestellt, die zwischen 2013 und 2015 ausgeliefert werden. Die Boeing 777F gilt als das modernste Frachtflugzeug ihrer Größe und bietet dem Hersteller zufolge auf den Langstreckenmärkten eine höhere Effizienz und mehr Kapazität als jeder andere Frachter mit zwei Triebwerken. Der 777-Frachter nutzt die fortschrittlichen Eigenschaften der Boeing-Familie, unter anderem das Tragflächendesign mit den Raked

Wingtips. Auch entspricht er den QC2-Lärmstandards und erhält daher maximalen Zugang zu Flughäfen mit strengen Lärmgrenzwerten.

Konzernflotte		(Veränderung gegenüber 2010)			
Stand 31.12.2011					
	Bestand¹	Alter¹	in Operation²	Alter²	
Lufthansa Passage	355 (+ 13)	11,4 (- 0,1)	275 (+ 1)	13,2 (- 0,2)	
Lufthansa CityLine	41 (- 15)	9,6 (- 0,3)	57 (± 0)	6,3 (+ 0,6)	
Air Dolomiti	6 (- 2)	10,2 (+ 0,4)	16 (- 1)	8,0 (+ 0,7)	
Augsburg Airways	0 (± 0)	0,0 (± 0)	14 (- 1)	6,6 (+ 0,7)	
Contact Air	0 (± 0)	0,0 (± 0)	8 (± 0)	17,9 (+ 1,0)	
Eurowings	5 (- 8)	9,5 (- 0,1)	23 (- 5)	1,7 (- 3,0)	
Germanwings	30 (± 0)	6,4 (+ 1,0)	30 (± 0)	6,4 (+ 1,0)	
SWISS (inklusive Edelweiss Air)	93 (+ 3)	11,4 (+ 0,5)	86 (± 0)	11,4 (+ 0,5)	
Austrian Airlines	88 (- 6)	12,5 (+ 0,9)	81 (+ 1)	12,6 (+ 1,0)	
Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe³	618 (- 15)		590 (- 5)		
Lufthansa Cargo	18 (± 0)	13,7 (+ 1,0)	18 (± 0)	13,7 (+ 1,0)	
Geschäftsfeld Logistik	18		18		
Konzern	636 (- 15)	11,3 (+ 0,4)	608 (- 5)	11,2 (+ 0,4)	

¹ Im Bestand des Konzerns befindliches Gerät
² Im Dienst des Konzerns befindliches Gerät
³ Angaben ohne bmi

Die operative Flotte der Lufthansa Group

Lufthansa Passage

inklusive Lufthansa Regional
und Germanwings



LH: 30 Flugzeuge, 140 Sitze, 2.000 km Reichweite

Boeing 737-300



LH: 22 Flugzeuge, 120 Sitze, 1.950 km Reichweite

Boeing 737-500



LH: 25 Flugzeuge, 138 Sitze, 3.260 km Reichweite

Airbus A319-100



LH: 42 Flugzeuge, 168 Sitze, 3.020 km Reichweite

Airbus A320-200



LH: 53 Flugzeuge, 200 Sitze, 2.900/4.350 km Reichweite

Airbus A321-100/200



LH: 15 Flugzeuge, 221 Sitze, 10.000 km Reichweite

Airbus A330-300



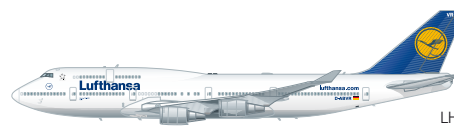
LH: 26 Flugzeuge, 266¹ Sitze, 11.100 km Reichweite

Airbus A340-300



LH: 24 Flugzeuge, 306 Sitze, 12.200 km Reichweite

Airbus A340-600



LH: 30 Flugzeuge, 352¹ Sitze, 12.500 km Reichweite

Boeing 747-400



LH: 8 Flugzeuge, 526 Sitze, 12.000 km Reichweite

Airbus A380-800

Legende

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

Reichweitenangaben generell bei maximaler Passagierzahl respektive Zuladung

Anzahl der Flugzeuge in Operation zum 31.12.2011

¹ max. Sitze, abweichende Versionen im Einsatz



Lufthansa Regional



EN: 11 Flugzeuge, 68 Sitze, 900 km Reichweite

ATR72-200



CL: 5 Flugzeuge, 93 Sitze, 2.280 km Reichweite

Avro RJ85



CL: 20 Flugzeuge, 70 Sitze, 2.310 km Reichweite

CRJ700



CL: 12 Flugzeuge, 86 Sitze, 2.440 km Reichweite
EW: 23 Flugzeuge, 86 Sitze, 2.440 km Reichweite

CRJ900



IQ: 9 Flugzeuge, 70 Sitze, 1.200 km Reichweite

DHC 8-400



C3: 8 Flugzeuge, 100 Sitze, 2.000 km Reichweite

Fokker 100



CL: 9 Flugzeuge, 100 Sitze, 3.390 km Reichweite

Embraer 190



CL: 11 Flugzeuge, 116 Sitze, 2.590 km Reichweite
EN: 5 Flugzeuge, 116 Sitze, 2.590 km Reichweite
IQ: 5 Flugzeuge, 116 Sitze, 2.590 km Reichweite

Embraer 195



4U: 30 Flugzeuge, 150¹ Sitze, 3.500 km Reichweite

Airbus A319-100

Germanwings

SWISS
inklusive Edelweiss Air



LX: 20 Flugzeuge, 97 Sitze, 3.000 km Reichweite

Avro RJ100



LX: 7 Flugzeuge, 138¹ Sitze, 3.000 km Reichweite

Airbus A319-100



LX: 22 Flugzeuge, 168¹ Sitze, 3.650 km Reichweite

Airbus A320-200



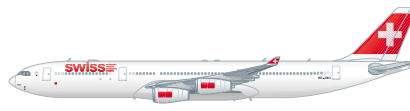
LX: 7 Flugzeuge, 200¹ Sitze, 3.200 km Reichweite

Airbus A321-100/200



LX: 10 Flugzeuge, 236 Sitze, 8.400 km Reichweite

Airbus A330-300



LX: 15 Flugzeuge, 219 Sitze, 10.500 km Reichweite

Airbus A340-300

Edelweiss Air



WK: 3 Flugzeuge, 168¹ Sitze, 4.950 km Reichweite

Airbus A320-200



WK: 1 Flugzeug, 285 Sitze, 11.500 km Reichweite

Airbus A330-200



WK: 1 Flugzeug, 332 Sitze, 10.000 km Reichweite

Airbus A330-300



Austrian Airlines



OS: 14 Flugzeuge, 76 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: 2 Flugzeuge, 121 Sitze, 2.220 km Reichweite

Boeing 737-600



OS: 2 Flugzeuge, 138 Sitze, 4.440 km Reichweite

Boeing 737-700



OS: 7 Flugzeuge, 184 Sitze, 4.680 km Reichweite

Boeing 737-800



OS: 7 Flugzeuge, 138 Sitze, 4.500 km Reichweite

Airbus A319-100



OS: 9 Flugzeuge, 174¹ Sitze, 4.300 km Reichweite

Airbus A320-200



OS: 3 Flugzeuge, 200 Sitze, 2.360 km Reichweite

Airbus A321-100



OS: 3 Flugzeuge, 200 Sitze, 3.500 km Reichweite

Airbus A321-200



OS: 6 Flugzeuge, 240¹ Sitze, 9.800 km Reichweite

Boeing 767-300



OS: 4 Flugzeuge, 309¹ Sitze, 11.500 km Reichweite

Boeing 777-200



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

Boeing MD-11F

Lufthansa Cargo



Preise und Auszeichnungen

Die Lufthansa Group erhielt im Jahr 2011 erneut zahlreiche Preise und Auszeichnungen, die das vielfältige Engagement des Luftfahrtkonzerns und seiner Gesellschaften würdigen. Nachfolgend eine Auswahl:

Lufthansa

- „Beste Transatlantische Airline“ bei den World Airlines Awards Skytrax 2011
- „Europe's Leading Airline“ bei den World Travel Awards 2011
- Auszeichnung als „Beste Business Class im Deutschland- und Europaverkehr“ und „Beste Airline-Website für Geschäftsreisende“ durch die Leser des Geschäftsreisemagazins Business Traveller Deutschland
- Beste Fluggesellschaft in der Kategorie „Langstrecken Gateway“ bei den Travel Star Awards der Schweizer Fachzeitung Travel Inside
- „Fast Travel Award“ 2011 des Luftverkehrsverbands IATA
- Condé Nast Traveler World Savers Award 2011 in der Kategorie „Doing it All“ für das Engagement des Konzerns in den Bereichen Nachhaltigkeit und Umweltverantwortung
- Auszeichnung in der Kategorie „Sustainability: Environmental Innovation“ beim Travel + Leisure Global Vision Award 2011
- Sonderpreis für das Lufthansa Biokraftstoff-Projekt burnFAIR beim Clean Tech Media Award 2011
- „Service Champion“ in der Kategorie Fluggesellschaften bei Deutschlands größtem Service-Ranking
- Mehrfache Spitzenbewertungen für Lufthansa Miles & More bei den Frequent Traveler Awards 2011
- Manager Magazin bescheinigt Lufthansa zum wiederholten Mal ein erstklassiges Image und kürt sie zum Branchensieger 2011 in der Kategorie „Transport & Logistik“
- Doppelte Auszeichnung für die Lufthansa School of Business durch die European Foundation for Management Development (EFMD) im Jahr 2011 für „Partnership in Design, Development & Delivery“ und für ihren Beitrag zur Organisationsentwicklung im Rahmen der Partnerschaft mit der Lancaster University Management School und der McGill University
- Auszeichnung des Bord-Internetzugangs Lufthansa FlyNet® als „Produkt des Jahres 2011“ durch Deutschlands führende Computerzeitschrift CHIP
- Lifestyle-Magazin Mate ehrt Lufthansa mit dem Travel Award 2012 für zielgruppengerechtes Produktangebot und passende Ansprache

Verbund-Airlines und Konzerngesellschaften

- Auszeichnung für SWISS als „Europe's Leading Airline Business Class“ bei den World Travel Awards 2011
- SWISS wird erneut beste Airline auf Kurz- und Mittelstrecken bei den Travel Star Awards der Schweizer Fachzeitung Travel Inside, gefolgt von Lufthansa und Austrian Airlines.
- Ehrung für SWISS als „Beste Fluggesellschaft Westeuropas“ bei den World Airlines Awards Skytrax 2011, gefolgt von Lufthansa und Austrian Airlines
- Wiederholte Auszeichnung für Edelweiss Air mit dem Golden Star Travel Award als beste Fluggesellschaft auf Kurz- und Mittelstrecken in der Kategorie „Regional- und Leisure-Airlines“ 2011
- Austrian Airlines gewinnt jeweils den 1. Platz in den Kategorien „Bestes Business Class Catering“ und „Staff Service Excellence Europe“ bei den World Airline Awards Skytrax 2011
- Auszeichnung von Austrian Airlines mit dem „Crystal Cabin Award 2011“ für den Europasitz
- Auszeichnung von Lufthansa Cargo als „Carrier of the Year“ und „Best Carrier to Europe“ der Canadian International Freight Forwarders Association (CIFFA)
- Wahl von Lufthansa Cargo zum „Besten internationalen Frachtcarrier“ durch den Verband der Luftfrachtspediteure (Airforwarders Association, AfA)
- Auszeichnung von Lufthansa Cargo in der Kategorie „Easy to deal with“ beim Hellmann Worldwide Logistics Global Carrier Award 2011
- Auszeichnung von Lufthansa Cargo als „Weltweit beste Frachtfluggesellschaft“ und „Beste Europäische Frachtairline“ bei den Cargo Airline of the Year Awards
- Lufthansa Technik gewinnt „Crystal Cabin Award 2011“ in der Kategorie „Material und Technische Komponenten“ für das Fluchtwegmarkierungssystem Guideline ColourFit
- Auszeichnung von Lufthansa Systems als „Unternehmen mit Zukunft“ 2011 in der Kategorie „Große Unternehmen“ und Würdigung in der Kategorie „Gesellschaftliche Verantwortung“ durch polnische Unternehmensverbände hinsichtlich des Entwicklungsstandorts Danzig
- Auszeichnung von LSG Sky Chefs mit dem renommierten Designpreis „Observateur du design 2012“ für die Business Class Mahlzeitbox „Metropolitan“



Wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Konzernstrategie

Führungs- und Unternehmensstruktur

Corporate Governance und Compliance

Corporate Sourcing

Infrastruktur



Konzernstrategie

Die Lufthansa Group – auch zukünftig das Airline Powerhouse

Im vergangenen Jahrzehnt ist die Lufthansa Group zum weltweit führenden Luftfahrtkonzern aufgestiegen. Neben der aktiven Teilhabe am Konsolidierungsprozess der europäischen Luftfahrtbranche verstärkte das Unternehmen darüber hinaus seine internationale Marktposition durch den kontinuierlichen Ausbau der Star Alliance, dem weltweit erfolgreichsten Airline-Verbund.

Im Jahr 2011 hat die Lufthansa Group ihre Konzernstrategie und ihr Unternehmensleitbild weiterentwickelt. Angesichts der sich rasant verändernden Markt- und Wettbewerbsbedingungen ist dies ein notwendiger Schritt auf dem Weg, die Position der Lufthansa Group als Airline Powerhouse und Europas Nummer eins auszubauen und zu stärken.

Für die Lufthansa Group und die gesamte Airline-Branche gehören besondere Herausforderungen fast zum Alltag: Naturkatastrophen, politische Krisen, militärische Konflikte, Finanz- und Wirtschaftskrisen und Seuchen, all das führt

jeweils rasch zu Nachfrageschwankungen. Dazu kommen ordnungspolitische Änderungen, wie zum Beispiel die deutsche Luftverkehrssteuer. Die Geschäftsfelder des Konzerns müssen sich immer wieder auf neue Marktbedingungen einstellen. Auch künftig wird die Lufthansa Group in einem volatilen Markt und im Spannungsfeld zahlreicher internationaler Entwicklungen agieren.

Neue Strategie sichert die Zukunft des Konzerns

Die Lufthansa Group hat das ausdrückliche Ziel, ihr Wachstum wertschaffend zu gestalten und die Zukunft des Konzerns weiterhin mittels eines starken Finanzprofils nachhaltig zu sichern. Solide finanzielle Verhältnisse schaffen erst die Handlungsfreiheit, um die Entwicklung des Konzerns unter strategischen Gesichtspunkten zu gestalten und sich nicht kurzfristigen Sachzwängen beugen zu müssen.

Vor diesem Hintergrund hat Lufthansa einen neuen strategischen Handlungsrahmen erarbeitet, der es der Gruppe nicht nur ermöglicht, sich auf die stets verändernden Rahmenbedingungen einzustellen, sondern auch aktiv das Branchenumfeld mitzugestalten – unabhängig von der aktuellen Marktposition. „So wie sich unsere Branche verändert und sich unsere Industrie weiterentwickelt, muss sich auch Lufthansa mit ihrer Strategie anpassen. Die Lufthansa Group muss unsere Branche mitgestalten und die treibende europäische Kraft für den Luftverkehr bleiben“, betont Sadiq Gillani, Leiter Konzernstrategie der Deutschen Lufthansa AG.

Zu den wichtigsten Zielen der neuen Strategie zählt, die Position der Lufthansa Group als Europas Airline Powerhouse weiter zu stärken und nachhaltig eine höhere operative Marge zu erzielen. Um diese Vorgaben zu erreichen, stehen fünf Kernmaßnahmen im Mittelpunkt:

Mission Statement

Im Jahr 2011 hat die Lufthansa Group ihr Unternehmensleitbild weiterentwickelt. Das neue Mission Statement repräsentiert die Essenz der Konzernstrategie. Es fungiert als Zielvorgabe und bietet darüber hinaus intern und extern Orientierung.

- Wir sind Europas Airline Powerhouse – mit unserem globalen Angebot verbinden wir Europa mit der Welt und die Welt über Europa.
- Der Kunde steht für uns im Mittelpunkt: Wir bieten zuverlässige Dienstleistungen für Passagiere und Luftfracht. Die enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern stärkt uns in einem volatilen Marktumfeld.
- Als weltweit führender Luftfahrtkonzern sind wir globaler Marktführer in ausgewählten Aviation-Service-Segmenten.
- Unsere hoch motivierten und engagierten Mitarbeiter stehen für höchste Qualität. Unsere Unternehmenskultur und ihr Wertbild sind geprägt durch unternehmerisches Denken und Zusammenarbeit in einer Atmosphäre von Offenheit, Vertrauen und Vielfalt.
- Profitables Wachstum und ein gesundes Finanzprofil sind die Grundlagen für zukunftsgerichtete Investitionen in unsere Geschäftsfelder, Flotten, Produkte und Mitarbeiter.
- Wir fühlen uns dem Prinzip der nachhaltigen Entwicklung verpflichtet und nehmen unsere ökologische, gesellschaftliche und soziale Verantwortung wahr.



1. Neuausrichtung des Portfolios

Um sein Portfolio zu fokussieren, zieht sich der Lufthansa Konzern aus verlustbringenden Geschäftsbereichen zurück, wie dies zum Beispiel bereits bei Lufthansa Italia und bmi geschehen ist. Zudem erwägt das Unternehmen, sich möglicherweise von nicht-strategischen Beteiligungen zu trennen, aber gleichzeitig auch ausgewählte Airline-Akquisitionen zu prüfen.

2. Verbesserte Effizienz in der Organisation

Die Effizienz in der Organisation soll weiter kontinuierlich gesteigert werden, und zwar durch eine verbesserte Koordination innerhalb der Gruppe und das Heben von Synergiepotenzialen – bei gleichzeitiger Wahrung der unternehmerischen Verantwortung der Geschäftsfelder. Wichtige Rollen spielen in diesem Zusammenhang die Flexibilität und Mobilität der Mitarbeiter sowie das Thema Vielfalt. Mit dem Projekt „Führungskräfte-landschaft 2020“ („FK 2020“) hat der Konzern bereits begonnen, sein Management auf allen Ebenen stärker zu diversifizieren (siehe „Schlüsselfaktor für den Unternehmenserfolg: Vielfalt im Management“, Seite 46 ff.).

3. Ausbau und Stabilisierung von Marktführerschaften

Die Lufthansa Group ist in vielen Segmenten Marktführer und strebt an, diese Position durch Wachstum mit dem Markt zu stabilisieren und gezielt auszubauen. In den anderen Bereichen plant der Konzern, die Marktführerschaft zu erreichen. Dabei setzt das Management auf organisches Wachstum, um strategische Märkte wie Asien, Südamerika und Afrika zu entwickeln, aber auch auf Joint Ventures in den verschiedenen Geschäftsfeldern.

4. Ergebnisverbesserung

Darüber hinaus verstärkt der Konzern seine Ergebnis steigernden Maßnahmen. Auf das Ergebnissicherungsprogramm Climb 2011 der Lufthansa Passage (2009 bis 2011) folgt 2012 das Zukunftsprogramm SCORE (siehe Seite 38). Das Programm hat drei wesentliche Bausteine: Projekte in den Gesellschaften und Konzernfunktionen, gemeinsame Projekte der Airlines und Projekte über den gesamten Konzern. Neben Maßnahmen zur Ergebnissteigerung zielt das Zukunftsprogramm auf eine deutliche Vertiefung der Zusammenarbeit zwischen den Airlines und Servicegesellschaften und eine Straffung der Strukturen.



Megatrends stellen die Luftfahrt vor Herausforderungen

Die Luftfahrtindustrie steht in den nächsten Jahren vor großen Herausforderungen durch verschiedenste externe Einflussfaktoren. Den Handlungsrahmen geben die weltweiten Megatrends vor, zu denen neben der zunehmenden internationalen Arbeitsteilung und Globalisierung auch das Bevölkerungswachstum, der steigende Mobilitätsbedarf und die Entstehung megaurbaner Räume zählen.

Der UN zufolge werden im Jahr 2050 bereits 9,2 Milliarden Menschen auf der Erde leben. Das Bevölkerungswachstum findet nur noch in den Entwicklungsländern statt. Damit einher geht der Trend zu immer mehr und immer größeren Megastädten. So ziehen bereits heute 39 Metropolen mehr als 90 Prozent des Luftverkehrs (Starts, Landungen, Zwischenstopps) auf sich – ihre Zahl wird bis 2030 voraussichtlich auf 87 steigen. Bis dahin werden sich auch 12 von 20 Flughäfen für sehr große Flugzeuge in Asien befinden.

Im Einklang mit dem Wachstum der Weltbevölkerung und der Zunahme arbeitsteiliger Gesellschaften wird auch die Nachfrage nach Mobilität weiter steigen – und damit auch der Bedarf an Rohstoffen. Demgegenüber stehen jedoch eine Verknappung der Ressourcen und ein dadurch langfristig steigender Ölpreis. Auf höhere Kosten muss sich Lufthansa aber nicht nur aufgrund stetig anziehender Treibstoffpreise einstellen, sondern auch infolge neuer Steuern, wie etwa der deutschen Luftverkehrssteuer, und oligopolistischer Lieferantenstrukturen, zum Beispiel bei den Abfertigungsgesellschaften an vielen deutschen Flughäfen.

Zugleich führt die Expansion der Golf-Airlines und der Low-Cost-Carrier zu einer kontinuierlichen Erhöhung des Wettbewerbsdrucks auf die etablierten Anbieter. Unabhängig davon beeinflussen politische Umbruchsituationen und auch Naturkatastrophen wie zuletzt im März 2011 in Japan immer wieder die Abläufe in der Luftfahrt und fordern von den Fluggesellschaften ein hohes Maß an Flexibilität.

Des Weiteren wachsen die finanziellen Zusatzbelastungen für den Luftverkehr und die Lufthansa Group durch den wettbewerbsverzerrenden EU-Emissionshandel (siehe „Emissionshandel – gemeinsame globale Lösung gesucht“, Seite 76 ff.). Die schwache Konjunktur in Verbindung mit den steigenden Abgaben wird den Fluglinien in Europa nach Einschätzung der IATA einen Verlust von insgesamt 600 Millionen US-Dollar im Jahr 2012 bringen.

5. Gezielte Investitionen

Zielgerichtete Investitionen in die Konzernflotte, in das Bordprodukt und in die Infrastruktur an den Drehkreuzen dienen ebenfalls dazu, die Wettbewerbsfähigkeit der Lufthansa Group zu erhöhen. Investitionen in Projekte wie „Pure Sky“, das die Aktivitäten der Gruppe im Bereich Bio-Kraftstoff bündelt, belegen zudem das nachhaltige Bekenntnis zu Corporate Responsibility. Der Umfang der Investitionen orientiert sich dabei an der Finanzierungskraft des Konzerns, um das Investment Grade Rating, die positive Einstufung der Unternehmensbonität, langfristig zu sichern.

Steuerung der fliegenden Gesellschaften weiter optimieren

Mit einem Anteil am Konzernumsatz von 75 Prozent im Jahr 2011 sind die fliegenden Gesellschaften der Motor der Lufthansa Group. Der Konzern plant, ihre Koordination und Steuerung weiter zu optimieren. Das Wachstum verlagert sich zunehmend in die Schwellenländer und eröffnet damit neue Märkte von Europa aus. Im Fokus stehen für die Lufthansa Group die Weiterentwicklung des Langstreckennetzes, die Stärkung der Partnerschaften innerhalb der Star Alliance, der Ausbau von Joint Venture-Kooperationen in der nordatlantischen Region und die Entwicklung von neuen Airline Joint Ventures in Asien, wie zum Beispiel Japan+ mit dem japanischen Star Alliance Partner ANA, das im Jahr 2011 gegründet wurde.

Lufthansa Passage hat zum 1. April 2011 ihre Strukturen dem veränderten Wettbewerbsumfeld angepasst, um den Herausforderungen des Marktes mit einer neuen Organisation zu begegnen, die noch näher am Kunden und am Markt ist. Gleichzeitig sollen interne Entscheidungs- und Managementprozesse vereinfacht werden. In diesem Zusammenhang verstärkte Lufthansa Passage die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Konzerntochter Germanwings. Das Ziel ist hier, den Kundennutzen durch eine höhere Flexibilität und die Steigerung der Wirtschaftlichkeit der dezentralen Verkehre in Europa zu erhöhen. Dazu gehört auch die Berlin-Strategie des Luftfahrtunternehmens: Mit der Stationierung einer modernen Airbus-Flotte, dem signifikanten Ausbau des Flugplanangebots, der Schaffung von mehreren Hundert zusätzlichen Arbeitsplätzen und Investitionen über 60 Millionen Euro baut die Lufthansa Group im Jahr 2012 ihre Präsenz in der Hauptstadtregion weiter kräftig aus.

Logistik, Technik, IT Services, Catering

Als eines der bedeutendsten Dienstleister für das Logistikgeschäft wird die Lufthansa Cargo AG künftig einen noch stärkeren Fokus auf effizientere Prozesse, Qualitätsführerschaft und IT-Standardisierung legen. Die Lufthansa Technik AG konzentriert sich indes darauf, organisches Wachstum im bestehenden Portfolio zu generieren. Im Zentrum stehen das präzise Erkennen und Bedienen der Kundenerwartung, aber auch interne Themen wie Lean-Prozesse oder „Great Place to Work®“. Ein weiterer Punkt der strategischen Ausrichtung ist die stärkere Präsenz in Wachstumsmärkten.

Lufthansa Systems setzt das Restrukturierungsprogramm „Jetzt!“ um. Bei LSG Sky Chefs, dem weltweit größten Anbieter von Airline Catering, stehen Zukunftsstrategien zum profitablen Wachstum im Fokus. Dazu wird das Unternehmen nicht nur in neue Märkte und Dienstleistungen investieren, sondern richtet beispielsweise seine Aktivitäten in Deutschland seit dem 1. Juli 2011 noch differenzierter auf lokale Marktbedingungen aus. Unter anderem wird dazu der unternehmerische Handlungsspielraum der einzelnen Standorte vergrößert.



Zukunftsprogramm SCORE

Grundvoraussetzungen für eine zukunftsfähige Entwicklung der Lufthansa Group sind nachhaltiges Wirtschaften und profitables Wachstum. Diese beiden Faktoren schaffen die Basis für Investitionen in eine moderne Flotte, innovative Produkte für die Kunden, die Qualifizierung von Mitarbeitern, das gesellschaftliche Engagement und die Aktivitäten zur Umweltvorsorge. Um die geplanten Investitionen finanzieren zu können, benötigt der Konzern deutlich höhere Gewinne, die das Unternehmen mit dem im Februar 2012 vor rund 1.000 Führungskräften vorgestellten Zukunftsprogramm „SCORE – Change for Success“ erreichen will: Es hat zum Ziel, das operative Ergebnis gegenüber dem Jahr 2011 bis Ende 2014 nachhaltig um mindestens 1,5 Milliarden Euro zu steigern. Ab 2015 werden die Einsparungen voll ergebniswirksam.

SCORE setzt sich aus den Anfangsbuchstaben der englischen Bezeichnung der Handlungsfelder zusammen, auf die sich das Kon-





Das am 6. Februar 2012 vor rund 1.000 Führungskräften durch den Vorstand vorgestellte Zukunftsprogramm SCORE hat zum Ziel, das operative Ergebnis gegenüber dem Jahr 2011 bis Ende 2014 nachhaltig um mindestens 1,5 Milliarden Euro zu steigern.

zernprogramm konzentriert: Synergien (Synergies), Kosten (Costs), Organisation (Organization), Erlöse (Revenue) und Durchführung/Umsetzung (Execution). Gleichzeitig bedeutet der Begriff im Englischen so viel wie „etwas erreichen“ beziehungsweise „punkten“.

Das neue Zukunftsprogramm SCORE schließt alle Geschäftsfelder und Fluggesellschaften ein und besteht aus drei wesentlichen Bausteinen: Projekte in den Gesellschaften, gemeinsame Projekte der Airlines und den Gesamtkonzern betreffende Projekte. „Der Schwerpunkt von SCORE liegt auf Maßnahmen zur Steigerung der Profitabilität durch Synergieeffekte, Kostensenkungen, strukturelle Veränderungen und nachhaltige Erlössteigerungen“, erläutert SCORE-Programmlinier Josef Bogdanski. Darüber hinaus zielt das Konzept darauf ab, die Zusammenarbeit zwischen den Airlines und den Servicegesellschaften deutlich zu vertiefen und die Strukturen zu straffen. Zum Beispiel sollen Aufgaben gebündelt werden, um bislang ungenutzte Synergien zum Wohl der Gruppe zu aktivieren. „Zunächst steht im Fokus, den Nachbarschaftsverkehr zu optimieren, Synergien beim gemeinsamen Einkauf zu realisieren und die Kosten in den administrativen Bereichen zu reduzieren“, so Bogdanski. Weitere Projekte auf Geschäftsfeld- und Konzernebene werden derzeit aufgesetzt.

Konzernstrategie als Richtschnur

Gleichwohl ist die übergeordnete neue Konzernstrategie nicht in Stein gemeißelt, sondern eine Richtschnur, die angepasst, weiterentwickelt und von Management und Mitarbeitern mit Leben gefüllt werden soll. Daher geht Lufthansa vielfältige Wege, um den Beschäftigten die neue Strategie und die Notwendigkeit des Zukunftspro-

gramms SCORE zu vermitteln. Das Spektrum reicht von der Berichterstattung in den internen Konzernmedien über umfassende Informationen im Intranet bis hin zu zahlreichen internen Veranstaltungen wie den Town Meetings mit dem Top-Management.

Die Lufthansa Group wird auch in Zukunft von der Vielfalt der Geschäftsfelder profitieren, die im Verbund stabilisierend auf die Ertragsentwicklung wirken. Diese Geschäftsfeldstruktur bildet weiterhin die Basis für eine Unternehmensentwicklung mit profitablen und nachhaltigem Wachstum.

Operativer Gewinn in schwierigem Marktumfeld

Die Lufthansa Group hat im Geschäftsjahr 2011 in einem äußerst schwierigen und turbulenten Marktumfeld den Umsatz um 8,6 Prozent gesteigert und einen operativen Gewinn von 820 Millionen Euro erwirtschaftet. Aufgrund hoher Treibstoffkosten, regulatorischer Eingriffe wie der Luftverkehrssteuer und Belastungen infolge des Verkaufs der British Midland Ltd. (bmi) fiel das Konzernergebnis jedoch negativ aus. In Ausnahme von der Dividendenpolitik haben sich Vorstand und Aufsichtsrat dennoch dazu entschlossen, die Aktionäre am operativen Erfolg zu beteiligen, und eine Dividende in Höhe von 25 Cent pro Aktie ausgezahlt. „Das Vertrauen in die Lufthansa Aktie und in die positive Entwicklung unseres Unternehmens lohnt sich“, sagte Christoph Franz, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG. Weitere Informationen zur Lufthansa Aktie finden Sie im Lufthansa Geschäftsbericht 2011 auf Seite 22 ff. oder im Online-Geschäftsbericht unter www.lufthansa.com/investor-relations



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 es strategisch aus und sorgt dafür, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Der Aufsichtsrat bestellt, berät und überwacht den Vorstand.

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

Aktionärsstruktur

Die Lufthansa Aktie wird seit 1966 an den deutschen Wertpapierbörsen gehandelt. Sie ist im Deutschen Aktienindex DAX vertreten und gehört zum Prime Standard der Deutschen Börse. Lufthansa erfüllt die damit verbundenen hohen internationalen Transparenzanforderungen. Das Grundkapital der Lufthansa ist in 457,9 Millionen vinkulierte Namensaktien eingeteilt, die von rund 352.000 Aktionären

gehalten werden. Die Aktien der Lufthansa haben sich nach den Standards der Deutschen Börse zum Jahresende 2011 zu 100 Prozent in Streubesitz befunden. 38,5 Prozent des Grundkapitals lagen in Händen von Privataktionären, 61,5 Prozent wurden von institutionellen Investoren gehalten. Der Anteil deutscher Aktionäre betrug 68,6 Prozent (siehe Grafik Seite 9). Um die internationalen Luftverkehrsrechte und die Luftverkehrsbetriebsgenehmigung aufrechtzuerhalten, muss Lufthansa jederzeit nachweisen können, sich mehrheitlich in deutscher Hand zu befinden.

Corporate Governance und Compliance

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.

Der Konzern legt zudem größten Wert auf eine offene und klare Unternehmenskommunikation, um den stetig steigenden Informationsansprüchen von Aktionären, Mitarbeitern, Kunden und Öffentlichkeit zu entsprechen und ihr Vertrauen in den Konzern zu bewahren und zu stärken. Lufthansa entspricht im Wesentlichen den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Die begründete Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex findet sich im Geschäftsbericht 2011 auf Seite 28. Ein umfassendes Compliance Programm, wie nachfolgend dargestellt, sichert das rechtmäßige Verhalten hinsichtlich gesetzlicher Ge- und Verbote.

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 separaten Verhaltenskodex (Code of Conduct) verzichtet. Besonderes Augenmerk liegt auf der Sicherstellung einer Unternehmenskultur, die Regelkonformität gewährleistet, 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 Gesetzen trainieren und in der täglichen Arbeit Rat gebend unterstützen.

Aufgrund der Bedeutung dieses Themas hat Lufthansa am 1. Oktober 2007 ein Compliance Office in der zentralen Rechtsabteilung, die dem Ressort des Vorstandsvorsitzenden zugeordnet ist, eingerichtet. Es ist für die Implementierung, Weiterentwicklung und Kommunikation des Lufthansa Compliance Programms zuständig und steht als zentraler Ansprechpartner für Compliance relevante Fragen zur Verfügung. Außerdem wurden in den Konzerngesellschaften Compliance Beauftragte ernannt, die die konzernweite Beachtung und effektive Umsetzung des Compliance Programms sicherstellen. Das Compliance Office koordiniert die Aufklärung Compliance relevanter Sachverhalte und ist in diesem Zusammenhang Ansprechpartner für Kartell- und Ermittlungsbehörden. Dabei kooperiert Lufthansa uneingeschränkt mit den



Behörden. 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 Außenauftritt von Lufthansa zu gewährleisten. Lufthansa ist nicht bereit, etwaige Gesetzesverstöße ihrer Mitarbeiter hinzunehmen. Schuldhaftige Rechtsverletzungen führen zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen und können eine persönliche Haftung begründen.

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

Competition Compliance

Das Modul Competition Compliance macht die Beschäftigten mit den einschlägigen Vorschriften des Kartellrechts vertraut, um kartellrechtliche Risiken für Lufthansa zu minimieren beziehungsweise auszuschließen. Die Competition Compliance Richtlinie zeigt im Rahmen der geschäftlichen Kontakte zu Dritten eine Handlungsstrategie, aber auch gleichzeitig einen verbindlichen Handlungsrahmen auf, um einen einheitlichen und rechtskonformen Außenauftritt der Deutschen Lufthansa zu gewährleisten. Mittels eines Webbased-Trainings (eLearning) werden alle Mitarbeiter, die mit kartellrechtlich relevanten Sachverhalten in Berührung kommen, über die grundlegenden Bestimmungen des europäischen und nationalen Kartellrechts geschult. Dabei werden kartellrechtliche Schwerpunkte herausgestellt, die in der Praxis besondere Bedeutung aufweisen.

Kapitalmarkt Compliance

Das Modul Kapitalmarkt Compliance verschafft einen Überblick über die geltenden kapitalmarktrechtlichen Vorschriften, zum Beispiel zum Insiderrecht oder zur Adhoc-Publizität. Ziel ist es, sowohl den Lufthansa Konzern als auch die Mitarbeiter vor Rechtsverstößen zu bewahren. Auch im Rahmen der Kapitalmarkt Compliance werden die betroffenen Mitarbeiter und Organe mittels eines Webbased-Trainings geschult. Dabei erhalten sie einen vertieften Einblick in die Vorschriften des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG). Die einzelnen Vorschriften werden praxisnah erläutert und mit vielen Beispielen verknüpft.

Integrity Compliance

Mit dem Modul Integrity Compliance dokumentiert Lufthansa ihre Einstellung zu rechtskon-

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

Die Integrity Compliance Richtlinie gibt Hilfestellungen im Umgang mit Einladungen, Geschenken und anderen Zuwendungen. Darüber hinaus zeigt sie Handlungsspielräume auf und sensibilisiert für potenzielle Interessenkonflikte. Mithilfe des obligatorischen Webbased-Trainings werden die Mitarbeiter gezielt in Compliance konformem Verhalten geschult. Das Training vermittelt einen umfassenden Überblick über die geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen, Ursachen und Sachverhalte der Wirtschaftskriminalität. Anhand von praxisnahen und geschäftsfeldspezifischen Beispielen werden den Mitarbeitern mögliche Compliancerisiken nahegebracht. Kontrollfragen am Ende der Lerneinheiten ermöglichen den Mitarbeitern, das Erlernte zu überprüfen.

Corporate Compliance

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

Compliance Schulungen

Automatisierte IT-Prozesse stellen sicher, dass die Mitarbeiter und Organe der Lufthansa die für sie jeweils relevanten eLearning-Kurse ein Mal jährlich durchlaufen. Die Mitarbeiter der Tochtergesellschaften können ebenfalls auf die eLearning-Kurse zugreifen. Ergänzend zu den eLearning-Kursen führt das Compliance Office regelmäßig Präsenzschulungen durch. Compliance Schulungen sind integraler Bestandteil von Führungsseminaren, Managementkursen und anderen Lufthansa internen Fortbildungen sowie Tagungen.

Ombudssystem

Integraler Bestandteil des Compliance Programms bei Lufthansa ist auch das weltweit implementierte und bewährte Ombudssystem. Dieses wurde zum 1. Dezember 2007 eingeführt und dient sowohl als zusätzliche Präven-

tivmaßnahme gegen Wirtschaftskriminalität als auch dem 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 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 explizit verlangt. Eine Offenbarung

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

Monitoring und Reporting

Vierteljährlich treffen sich alle Compliance Beauftragten des Lufthansa Konzerns mit dem Ziel, über aktuelle Neuerungen im Compliance Umfeld zu informieren und deren Umsetzung anzustoßen. Zusätzlich wird aufgrund aktueller Anforderungen im Rahmen des Bilanzmodernisierungsgesetzes im Rahmen von Self-Audits und Revisionsprüfungen die entsprechende Umsetzung eines effektiven Compliance Programms überprüft. Der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrates wird zwei Mal jährlich über aktuelle Entwicklungen im Konzern im Zusammenhang mit Compliance Fragen sowie den aktuellen Stand der Umsetzung des Compliance Programms im Konzern nebst Schulungsquoten im Rahmen eines Compliance Berichts informiert.

Corporate Sourcing

Das Anfang 2009 gestartete Projekt „Procurement Leadership“ hat Lufthansa Ende 2011 erfolgreich abgeschlossen. Zwei Themen standen dabei im Vordergrund: die Professionalisierung und Standardisierung der konzernweiten Beschaffungsprozesse sowie der Aufbau eines strategischen Warengruppenmanagements, durch das die Einkaufsbereiche bis 2011 nachhaltig rund 300 Millionen Euro zum operativen Ergebnis beitragen sollten.

Um die Ergebnisse weiterhin nachhaltig abzusichern und zu vertiefen, wurde der Konzerneinkauf direkt unter dem Vorstand für Finanzen und Aviation Services als eine neue Organisationseinheit aufgebaut. Diese setzt die Arbeit an Grundlagenthemen fort und plant zudem, bis 2015 den Aufbau einer konzernweiten Einkaufs-IT weitgehend abzuschließen. Ziel ist unter anderem, das Lieferantenmanagement durch einheitliche Prozesse auf Applikationsseite zu unterstützen. Integraler Bestandteil ist dabei das Thema Corporate Responsibility (CR) entlang der Lieferantenkette. Zwar fordert Lufthansa von ihren Lieferanten bereits die Einhaltung verbindlicher CR-Kriterien und hat diese konzernweit in ihren Verträgen

und internen Richtlinien verankert. Doch wird in Zukunft auch die Bewertung und Auditierung von Lieferanten aus einer umfassenden Corporate-Responsibility-Sicht stärker in den Vordergrund rücken. Lufthansa orientiert sich dabei weiterhin 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.



Infrastruktur

Investitionen sichern die Mobilität von morgen

Mobilität ist eine der unverzichtbaren Grundlagen unserer heutigen Lebenswelt. Sie bringt die Menschen zusammen, ist der Motor wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen – und schafft individuellen Wohlstand. Das Wachstum der Weltbevölkerung, die steigende Zahl megaurbaner Räume und die sich intensivierende Globalisierung führen zu einer immer höheren Nachfrage nach Mobilität.

Vor diesem Hintergrund prognostiziert der Flugzeughersteller Airbus, dass sich die Zahl der Passagierflugzeuge bis 2030 ebenso verdoppeln wird (von 15.000 auf 31.000) wie die Zahl der Passagiere, die im Schnitt um 4,8 Prozent pro Jahr wachsen soll. Das Luftfrachtvolumen soll im selben Zeitraum sogar um 5,1 Prozent pro Jahr zunehmen. Um dieses steigende Mobilitätsbedürfnis zu sichern, braucht es eine bedarfsgerechte und angemessene Infrastruktur. Die Lufthansa Group ist bereits seit vielen Jahren bestrebt, den Transport von Personen und Gütern so nachhaltig wie möglich zu gestalten, beispielsweise durch den Einsatz treibstoffeffizienter und lärmärmer Flugzeuge. Aber auch am Boden trägt der Luftfahrtkonzern seinen Teil dazu bei, die Infrastruktur mit Bedacht und Augenmaß auf die Herausforderungen der Zukunft auszurichten. Der Nachfrage angepasste Flughafeninfrastrukturen sind ein wichtiger Baustein in der bewährten Vier-Säulen-Strategie der Luftfahrtbranche für den Klimaschutz (siehe Grafik Seite 71).

Flughafen Frankfurt

Lufthansa hat allein in den vergangenen fünf Jahren rund eine Milliarde Euro am Standort Frankfurt investiert. Mit rund 71.000 Mitarbeitern in etwa 500 Unternehmen ist der Frankfurter Flughafen nicht nur die größte lokale Arbeitsstätte Deutsch-

lands, sondern auch eine wichtige Lebensader der Republik. Die exportorientierte deutsche Wirtschaft und die gesamte deutsche Logistikindustrie profitieren von der zentralen Lage eines der weltweit führenden Passagier- und Frachtdrehkreuze. Zugleich ist Frankfurt der Heimatflughafen der Deutschen Lufthansa AG, die mit 37.000 Beschäftigten als Hessens größter Arbeitgeber gilt. Insbesondere die am 21. Oktober 2011 eröffnete Landebahn Nordwest und neue Terminals sind die Grundlage für weiteres Wirtschaftswachstum und zahlreiche zusätzliche Arbeitsplätze. So vergrößert die neue Landebahn die Kapazität des Flughafens um 50 Prozent. Zudem steht im Sommer 2012 die Inbetriebnahme des neuen Flugsteigs A-Plus an, den Lufthansa exklusiv nutzt und der die Passagierkapazität der Airline um sechs Millionen Fluggäste im Jahr erhöhen wird.

Auf der anderen Seite wird das starre, vom Bundesverwaltungsgericht Leipzig Anfang April 2012 bestätigte Nachtflugverbot zwischen 23:00 Uhr und 5:00 Uhr am Frankfurter Flughafen die wirtschaftliche Entwicklung dieses bedeutenden deutschen Export- und Logistikstandortes spürbar beeinträchtigen. Denn in einem immer schärferen weltweiten Wettbewerb sind Lufthansa und insbesondere die Tochtergesellschaft Lufthansa



Die neue Nordwest-Landebahn des Frankfurter Flughafens



Am 23. April 2012 wurde am Flughafen München der Grundstein für das neue Satellitengebäude gelegt. Durch den Neubau gewinnen Lufthansa und ihre Partner-Airlines zusätzliche Abfertigungskapazitäten und werden so dem steigenden Passagieraufkommen gerecht.

Cargo auf wettbewerbsfähige Betriebszeiten an dem Drehkreuz angewiesen. „Speziell auf den Nordatlantikstrecken ist der nächtliche Abflug für unsere Kunden unverzichtbar. Die Abwanderung von eiligen Expressprodukten auf andere Drehscheiben in Europa wird sich fortsetzen“, erklärt Karl Ulrich Garnadt, Vorstandsvorsitzender der Lufthansa Cargo AG. „Eine Verlagerung auf andere Flughäfen ist für uns nicht möglich, da mehr als die Hälfte der Frachtgüter an Bord von Passagiermaschinen über Frankfurt transportiert wird.“

Flughafen München

Am Flughafen München werden die Flughafen München GmbH (FMG) und Lufthansa bis 2015 gemeinsam ein neues Satellitengebäude für das Terminal 2 bauen, das im Jahr 2011 mit 26,5 Millionen Fluggästen erstmals seine Kapazitätsgrenze von 25 Millionen überschritten hat. Durch den Neubau gewinnen Lufthansa und ihre Partner-Airlines zusätzliche Abfertigungskapazitäten für elf Millionen Fluggäste und werden so dem steigenden Passagieraufkommen gerecht.

Zugleich wird der Satellit neue Maßstäbe bei den Themen Nachhaltigkeit und Energieeffizienz setzen, indem er den CO₂-Ausstoß im Kennwertvergleich gegenüber den beiden bestehenden Terminals um 40 Prozent reduziert. Um dies zu erreichen, speichert beispielsweise eine begehbare Klimafassade mit Kältespeichermedium im Sommer durch die natürliche Abkühlung während der Nacht Kälte und gibt sie tagsüber wieder ab. Ferner kommt für die Klimatisierung moderne Quelllufttechnik zum Einsatz. Und im Gebäudeinneren trennt eine Glasfront den Bereich, in der der Ebenenwechsel für die Passagiere stattfindet, von den eigentlichen Terminalflächen. Der so ent-

stehende isolierte Raum dient als Klimapuffer für den Neubau.

Flughafen Berlin Brandenburg

Im Zusammenhang mit der Eröffnung des neuen Flughafens Berlin Brandenburg „Willy Brandt“ (die Eröffnung wurde von Juni 2012 auf März 2013 verschoben) baut der Lufthansa Konzern seine Präsenz in der Hauptstadtregion deutlich aus, und zwar mit der Stationierung einer modernen Airbus-Flotte, einem massiv erweiterten Flugplan, der Schaffung von mehreren Hundert zusätzlichen Arbeitsplätzen und Investitionen von mehr als 60 Millionen Euro. Lufthansa Technik investiert zum Beispiel 16 Millionen Euro in neue Büro- und Hallenflächen für die Wartung von Kurz- und Mittelstreckenflugzeugen. Der Wartungshangar bietet künftig Platz für bis zu fünf Standardumpfflugzeuge beziehungsweise ein Großraumflugzeug bis zur Größe eines Airbus A340 (siehe „Lufthansa Technik baut Wartungshalle am neuen Hauptstadtflughafen in Berlin“, Seite 83).



Soziale Verantwortung

Diversity

Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik

Aus- und Weiterbildung

Arbeits- und Gesundheitsschutz

Fakten und Ausblick



Diversity

Schlüsselfaktor für den Unternehmenserfolg: Vielfalt im Management

International agierende Konzerne bewegen sich zunehmend im Spannungsfeld weltweiter Megatrends: Globalisierung, steigender Kosten- und Wettbewerbsdruck sowie immer vielfältigere Kundenprofile und -wünsche verlangen nach deutlich mehr Flexibilität, Leistungsfähigkeit und Effizienz. Der demografische Wandel und der insbesondere in Deutschland drohende Mangel an Fach- und Führungskräften setzen Unternehmen zusätzlich unter Druck.

Die zunehmende Komplexität wird sich auch auf die Lufthansa Group auswirken. Damit sie diese Herausforderungen erfolgreich bewältigen kann, ist es von zentraler Bedeutung, die Führungskräfte-landschaft des Konzerns stärker zu diversifizieren. Denn ein breiter aufgestelltes Management-Team, das über vielfältige Kompetenzen und Erfahrungen verfügt, erleichtert es dem Unternehmen, den heterogenen Markt- und Kundenanforderungen gerecht zu werden. Zudem sichert eine diversifizierte Führungskräfteebene nicht nur die

auszuweiten. FK 2020 ist integraler Bestandteil der Strategie der Lufthansa Group und wird einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit leisten. Im Zentrum des geschäftsfeldübergreifenden Projekts stehen die Diversity-Dimensionen Alter (all ages), Geschlecht (gender balance), kulturelle Prägung (mixed cultures) sowie Kompetenzen und Erfahrungen (different skills). Ihre Auswahl trägt der bislang eher monokulturellen Prägung der Führungskräfte Rechnung, die durch FK 2020 schrittweise heterogener werden soll.



„Unser Ziel ist, Barrieren jeglicher Art nachhaltig abzubauen und ein attraktives Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Frauen und Männer gleichermaßen über alle Hierarchieebenen die Zukunft des Unternehmens gestalten und entwickeln.“

Stefan Lauer
Vorstand Verbund-Airlines und
Konzernpersonalpolitik, Deutsche Lufthansa AG

Für Lufthansa ist eine Vielfalt an Kompetenzen und Erfahrungen im Management eine zentrale Ressource, um auch in Zukunft die Unternehmensziele zu erreichen. Dabei spielen unterschiedliche internationale, fachliche und kulturelle Hintergründe eine immer wichtigere Rolle. Mithilfe des Projekts Führungskräfte-landschaft 2020 kann dieses Potenzial ebenso nachhaltig wie strukturiert erschlossen und der Vielfalt auf Kunden- und Mitarbeiterseite eine ebenso vielfältige Führungskräfteebene gegenübergestellt werden.

langfristige Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit des Luftfahrtkonzerns. Sie ermöglicht ihm auch, in einem komplexen Umfeld jederzeit flexibel zu agieren und Kundenbedürfnisse schneller zu erkennen, besser zu verstehen und in bestmögliche Produkte und Services zu übersetzen – das A und O für ein Dienstleistungsunternehmen.

Um das Potenzial eines systematischen Diversity Managements auszuschöpfen und die Lufthansa Group auf gegenwärtige und zukünftige Entwicklungen vorzubereiten, hat der Vorstand im Jahr 2011 das Projekt „Führungskräfte-landschaft 2020“ („FK 2020“) initiiert. Ziel ist es, in der gesamten Lufthansa Group mehr Flexibilität und Vielfalt auf allen Management-Ebenen zu realisieren und unter den Nachwuchsführungskräften

Größere Altersverteilung sichert Management-Ressourcen

Um dem drohenden Fach- und Führungskräftemangel entgegenzuwirken, strebt die Lufthansa Group eine höhere Varianz bei der Altersverteilung im Management an. Der Grund: 60 Prozent der Lufthansa Führungskräfte sind derzeit älter als 46 Jahre, das Durchschnittsalter der Leitungsebenen liegt bei 48 Jahren. Die Management-Verantwortung liegt damit überwiegend in den Händen einer Altersgruppe. Mittelfristig führen diese homogenen Altersstrukturen zu einem Mangel an qualifiziertem Führungskräfte-nachwuchs: 2019 wird ein spürbarer Teil des heutigen Managements den Konzern gleichzeitig verlassen. Der Wissenstransfer auf nachkommende Management-Generationen muss deshalb frühzeitig vorbereitet und strukturell verankert werden. FK 2020 wird hier einen wesentlichen Beitrag



leisten und die Altersspanne der Lufthansa Führungskräfte-Landschaft öffnen. „Eine höhere Altersvarianz sichert unseren Managementnachwuchs, bringt mehr Perspektiven durch unterschiedliche Erfahrungshintergründe und ermöglicht uns eine effektivere Steuerung des Wissens- und Erfahrungstransfers im höheren Management“, erklärt Michael Böttcher, Leiter des Projekts FK 2020.

Potenziale von weiblichen Führungskräften besser nutzen

In der Lufthansa Group lag der Frauenanteil unter den Führungskräften im Jahr 2011 bei 13,6 Prozent, der Anteil weiblicher Vorgesetzter mit Personalverantwortung belief sich auf 35,5 Prozent. Damit ist ein entscheidender Pool für die Management-Rekrutierung des Konzerns bis heute zu wenig angesprochen und genutzt, denn mehr Frauen in Führungspositionen bereichern und stärken die Lufthansa Führungskräfte-Landschaft. FK 2020 soll den Frauenanteil im höheren Management deshalb bis 2020 um rund 30 Prozent steigern. „Unser Ziel ist, Barrieren jeglicher Art nachhaltig abzubauen und ein attraktives Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Frauen und Männer gleichermaßen über alle Hierarchieebenen die Zukunft des Unternehmens gestalten und entwickeln“, betont Stefan Lauer, Vorstand Verbund-Airlines und Konzernpersonalpolitik der Deutschen Lufthansa AG

Internationale Erfahrung der Führungskräfte fördern

Weltoffenheit und ein respektvoller Umgang untereinander und mit den Kunden sind für ein international tätiges Luftverkehrsunternehmen wie die Lufthansa Group eine Selbstverständlichkeit. Mit Blick auf die fortschreitende Globalisierung und Vernetzung der Märkte braucht Lufthansa dennoch ein Management-Team, das die unterschiedlichen Anforderungen von Märkten kennt und ihnen souverän begegnen kann. Das erfordert einen immer stärkeren Internationalisierungsgrad – nicht nur bei den Mitarbeitern, sondern auch aufseiten der Führungskräfte. Gegenwärtig stellen Mitarbeiter ohne deutschen Pass allerdings nur 14 Prozent der Führungskräfte des Konzerns. Jede fünfte Führungsposition ist außerhalb Deutschlands angesiedelt, doch auch diese sind zu 61 Prozent mit Deutschen besetzt. Um den Internationalisierungsgrad von Führungskräften und Nachwuchsführungskräften zu steigern, sollen mithilfe von FK 2020 hoch qualifizierte Kandidaten mit Auslandserfahrung künftig leichter identifiziert, gefördert und auf die Zusammenarbeit mit nicht-deutschen Management-Kollegen vorbereitet werden.



Präsentation des Projektes „FK 2020“ im Rahmen der Führungskräfte-Konferenz am 6. Februar 2012 in Frankfurt.

Mehr Flexibilität und Gestaltungsraum bei Management-Karrieren

Mit Blick auf die Herausforderungen des dynamischen Geschäftsumfelds von Lufthansa gewinnen flexiblere Karrieremodelle und alternative Laufbahnen zunehmend an Bedeutung. Neben beruflichen Auszeiten, zum Beispiel in Form von Sabbatjahren, zählt hierzu auch die Möglichkeit, die Verantwortung für eine Leitungsposition auf zwei Führungskräfte zu übertragen. Denn, so Stefan Lauer: „Auch Führung ist teilbar“. Um die Zahl der Führungs-Tandems anzuheben, plant Lufthansa, deren Bildung durch entsprechende Maßnahmen konzernweit zu erleichtern. Führung in Teilzeit ermöglicht männlichen wie weiblichen Führungskräften, Karriereziele mit familiären Verpflichtungen und persönlichen Interessen in Einklang zu bringen.

Und auch aus Unternehmenssicht gibt es gute Gründe für flexiblere Arbeitsmodelle im höheren Management – etwa eine höhere Arbeitsmotivation und Produktivität sowie eine stärkere Identifi-



„Eine höhere Altersvarianz sichert unseren Management-Nachwuchs, bringt mehr Perspektiven durch unterschiedliche Erfahrungshintergründe und ermöglicht uns eine effektivere Steuerung des Wissens- und Erfahrungstransfers im höheren Management.“

Michael Böttcher,
Projektleiter FK 2020, Deutsche Lufthansa AG

Management Diversity

Struktur des Projektes FK 2020 mit seinen vier Diversity-Dimensionen Alter (all ages), kulturelle Prägung (mixed cultures), Kompetenzen und Erfahrung (different skills) und Geschlecht (gender balance)

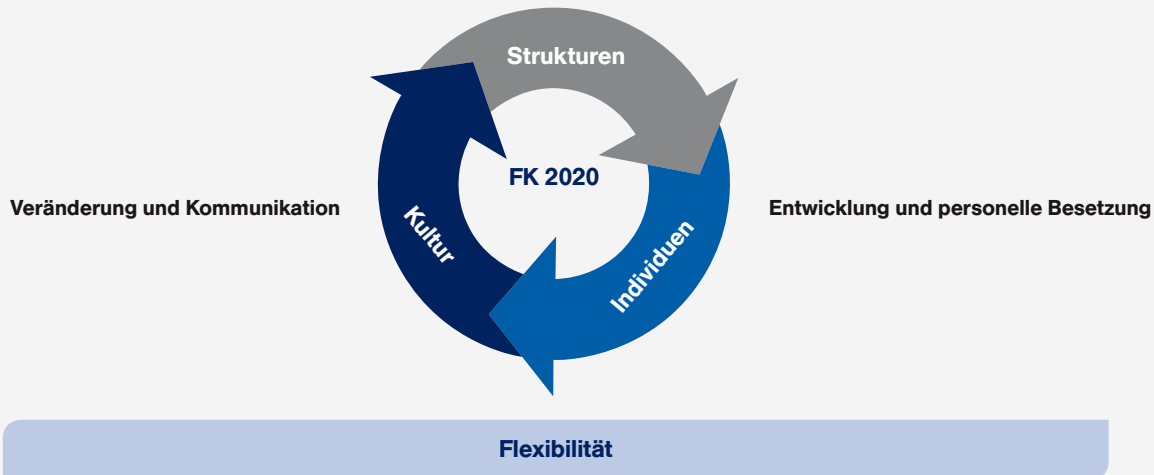
Alter

Kulturelle Prägung

Kompetenzen/Erfahrung

Geschlecht

Richtlinien und Instrumente/Prozesse



fikation mit dem Arbeitgeber und dessen Zielen. Eine Flexibilisierung von Karrieren bedeutet auch ein breiteres Handlungsspektrum für den Konzern. So schafft unter anderem das Überwinden der reinen Linienorganisation beziehungsweise deren Ergänzung um Projekt- und Expertenkarrieren Spielraum, um sich schnell und standortunabhängig in schlagkräftigen Teams zu organisieren. Zudem verfügen Führungskräfte, die unterschiedliche berufliche Stationen absolviert haben, über einen größeren Erfahrungsschatz.

Strukturelle Veränderungen gemeinsam gestalten

Das für das Projekt Führungskräfte-Landschaft 2020 verantwortliche Kernteam setzt sich aus vier Mitarbeitern zusammen, die in engem Austausch mit den Personalabteilungen der Konzerngesellschaften stehen. Des Weiteren verfügt FK 2020 über ein beratendes Gremium. Ihm gehören Führungskräfte aus allen Gesellschaften und Leitungsebenen an, die parallel als Multiplikatoren fungieren. „In der jetzigen Projektphase bewerten wir vor allem Faktoren wie Wirksamkeit und Kosten ausgewählter Maßnahmen und Instrumente“, erklärt Projektleiter Böttcher. „Sobald

dieser ‚Diversity-Check‘ im zweiten Quartal 2012 abgeschlossen ist, entscheiden wir, welche Maßnahmen wir konkret umsetzen werden.“

Die Weichen sind neu gestellt

Ob Dienstleistungen sich am Markt durchsetzen, hängt ganz wesentlich von der Eignung, Motivation, Qualifikation und Flexibilität der Menschen ab, die sie erbringen. Damit die veränderten und optimierten Prozesse und Instrumente von FK 2020 tatsächlich zu einem wachsenden Management-Diversity-Grad in der Lufthansa Group führen, ist ein begleitendes Change-Management-Konzept integraler Bestandteil des Projekts. Seine Aufgabe ist es, die Führungskräfte auf die anstehenden Veränderungen einzustimmen, ihnen Befürchtungen zu nehmen und sie zu engagierten Unterstützern des Wandels zu machen – zum Wohle des gesamten Unternehmens und seiner Mitarbeiter. Mit FK 2020 hat die Lufthansa Group die Weichen für die Zukunftsfähigkeit des Weltkonzerns neu gestellt.



Diversity-Aktivitäten 2011 – Mehrwert durch Vielfalt

In der Lufthansa Group leisten tagtäglich Menschen aus 141 Nationen ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg. Sie entstammen unterschiedlichsten Kulturen und Ethnien, gehören verschiedenen Altersstufen an und bringen eine enorme Bandbreite an Sichtweisen und Kompetenzen ein. Diese personelle Vielfalt ist entscheidend, damit das Unternehmen seine gute Position im Wettbewerb langfristig sichern kann.

Denn genau wie andere international tätige Unternehmen unterliegt auch Lufthansa weltweiten Megatrends wie Globalisierung, demografische Veränderungen, Fach- und Führungskräfte-mangel und hoch dynamische Märkte, um nur einige zu nennen.

Die Lufthansa Group setzt seit vielen Jahren auf ein systematisches Diversity-Management, um für die komplexen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts passende Lösungen zu finden. Damit verbunden ist eine von Offenheit geprägte Sichtweise, die die Vielfalt der Mitarbeiter anerkennt, wertschätzt und als strategische Ressource in den Dienst des Unternehmens und seiner Belegschaft stellt.

Auf einen Blick:

Von 116.365 Mitarbeitern sind ...
... 44,6 % Frauen, die
... 35,5 % der Vorgesetzten mit Personalverantwortung,
... 13,6 % der Führungskräfte und
... 5,2 % aller Piloten stellen.

... 57,8 % in Deutschland beschäftigt.

Weltweit sind im Lufthansa Konzern 141 Nationalitäten vertreten. Das Durchschnittsalter liegt bei 40,8 Jahren.

Stand 31.12.2011

Diese ist seit vielen Jahren Teil des unternehmerischen Selbstverständnisses und hat bereits 2001 zur Gründung der im Bereich Konzern-Personalpolitik angesiedelten Organisationseinheit „Change Management und Diversity“ geführt.

Dennoch ist die Lufthansa Group darauf bedacht, ihr Diversity-Management stets an sich wandelnde externe Rahmenbedingungen anzupassen und weiterzuentwickeln. Hierzu gehört unter anderem, die traditionell hohe strukturelle Vielfalt in der Belegschaft auf den Bereich der Führungskräfte zu übertragen (siehe „Schlüsselfaktor für den Unternehmenserfolg: Vielfalt im Management“, Seite 46 ff.).

„Wertschöpfung durch Wertschätzung“

Ob Unternehmen innovative Ideen und Produkte hervorbringen, hängt wesentlich davon ab, ob Mitarbeiter die Vielfalt ihrer Kompetenzen, Denkweisen und Einstellungen entfalten können. Dabei hilft die konzernweite Diversity-Strategie der Lufthansa Group, die auf dem Prinzip „Wertschöpfung durch Wertschätzung“ basiert. Im Mittelpunkt steht das Bestreben, einen angemessenen Ausgleich zwischen den ökonomischen Interessen des Konzerns und den individuellen und sozialen Anliegen der Mitarbeiter zu schaffen. Besonderes Augenmerk gilt den Diversity-Dimensionen Chancengleichheit und Frauenförderung, Work-Life-Balance, Miteinander der Generationen, Behinderung und kulturelle Vielfalt, wobei der Schwerpunkt je nach Geschäftsfeld und Gesellschaft variieren kann.

Frauen in Führungspositionen

Im Konzern ist der Anteil von Frauen in Führungspositionen von 13,1 Prozent im Jahr 2010 auf 13,6 Prozent im Berichtsjahr gestiegen. Für den Rückgang der Zahl von Frauen mit Personalverantwortung, das heißt Funktionen unterhalb der Leitungsebenen, sind Konsolidierungseffekte verantwortlich: Der Wert verringerte sich von 36,8 Prozent im Jahr 2010 auf 35,5 Prozent im Berichtsjahr (siehe Seite 52). Absolut betrachtet ist die Zahl der Frauen mit Personalverantwortung von 4.518 im Jahr 2010 auf 4.843 im Jahr 2011 gestiegen.

Chancengleichheit

Seit 1. Mai 2011 hat Lufthansa eine neue Beauftragte für Chancengleichheit (siehe Interview Seite 51). Ihre Aufgabe ist es, Konzepte zu erarbeiten und Maßnahmen vorzuschlagen, die die beruflichen Chancen von Frauen verbessern und es Männern und Frauen ermöglichen, Beruf und Familie leichter zu vereinbaren. Zu diesem Zweck steht sie in ständigem Dialog mit Führungskräften, Personalabteilungen, Beschäftigten und Mitarbeitervertretungen.



Ingeborg Kelderman ist bei Lufthansa Cargo die erste Kapitänin auf der MD-11F.

Immer mehr Frauen im Cockpit

Pilotinnen sind bei Lufthansa bereits seit 25 Jahren ein alltäglicher Anblick – zunächst als Co-Pilotinnen, seit 1. Januar 2000 auch als Kapitäninnen. Mit Ingeborg Kelderman hat im Jahr 2011 bei Lufthansa Cargo erstmals eine Frau auf dem Kapitänssitz einer MD-11F Platz genommen. „Ich hoffe, dass die Zahl weiblicher Kapitäne in den kommenden Jahren noch kräftig ansteigt“, sagt Fokko Doyen, Flottenchef MD-11F der Lufthansa Cargo AG. Das Unternehmen beschäftigte zum 31. Dezember 2011 436 Piloten, davon 19 Frauen. Bei Lufthansa Passage und den anderen Lufthansa Gesellschaften mit Flugbetrieb waren es insgesamt 8.807 Piloten, darunter 458 Frauen.

Cross-Company-Mentoring

Am 28. September 2011 fiel in Frankfurt der Startschuss für das 13. Cross-Company-Mentoring. Das im Jahr 1998 von Lufthansa initiierte Programm hat zum Ziel, Frauen bei der Stärkung ihrer Führungsqualitäten zu unterstützen, nächste

Karriereschritte zu planen und berufliche Netzwerke auszubauen. Das unternehmensübergreifende Programm ermöglicht die zeitlich befristete Bildung von Tandems, die sich jeweils aus einer Mitarbeiterin mit Personalverantwortung des einen Unternehmens und einem Mentor oder einer Mentorin einer höheren Hierarchiestufe eines anderen Unternehmens zusammensetzen. Neben Lufthansa, die aktuell mit sieben Tandems vertreten ist, beteiligen sich unter anderem die Deutsche Bank, Bosch und Merck. Die Initiative zählt sich aus: 42 Prozent der Lufthansa Absolventinnen bekleiden eine Führungsposition im Konzern. Ein weiteres Instrument, um den Frauenanteil an Vorgesetzten mit Personalverantwortung zu erhöhen, ist die gezielte Identifizierung von geeigneten Talenten unter Teamleiterinnen, Referentinnen sowie im operativen Bereich.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist längst keine Privatsache mehr. Lufthansa unterstützt Mütter und Väter seit vielen Jahren mit Angeboten zur Betreuung ihres Nachwuchses. Im Jahr 2011 hat das Unternehmen beschlossen, die Zahl der Krippenplätze auszubauen; bis 2012 konnte diese bereits verdoppelt werden. Ebenfalls erfreulich: Im Konzern etabliert sich die Zahl der Männer, die Elternzeit nehmen, um sich vorübergehend um ihren Nachwuchs zu kümmern.

Auch bei der Pflege ihrer Angehörigen stehen Lufthansaer nicht alleine da: Im Rahmen von „Elder Care“ erhalten sie Hilfe durch den externen Dienstleister „pme Familienservice“. Eine Vielzahl von Arbeitszeitmodellen, die seit 2011 auch eine Vertrauensarbeitszeit nach dem Prinzip der Selbstdisposition vorsehen, leistet ein Übriges, um Karriere und Privatleben besser in Einklang zu bringen.



Vater in Elternzeit – eine empfehlenswerte Erfahrung

„Ich habe zwei Kinder und beide Male Elternzeit genommen – eine Erfahrung, die ich anderen Vätern sehr empfehlen kann. Die Monate zu Hause waren zwar nicht immer einfach, aber sie haben die Bindung zwischen meinen Kindern und mir ungemein gefördert. Außerdem konnte meine Frau auf diese Weise nach zwölf Monaten Elternzeit wieder in Vollzeit an ihren Arbeitsplatz zurückkehren, obwohl wir zu dem Zeitpunkt noch auf einen Kitaplatz gewartet haben. Positiv war auch, dass sowohl Vorgesetzte als auch Kollegen meine Entscheidung mitgetragen haben. Das war keine Selbstverständlichkeit, zumal seinerzeit viel zu tun war und jeder Mitarbeiter dringend gebraucht wurde.“

Marcus Hellmann
Rissprüfer Felgen und Bremsenteile bei Lufthansa Technik in Frankfurt



Am Standort Hamburg profitieren Mitarbeiter von Lufthansa Technik seit Anfang 2012 von einem arbeitsplatznahen Betreuungsangebot: Die Kita „Kinderpropeller“ bietet eine Betreuung für insgesamt 90 Kinder – mit und ohne Behinderung – im Alter von bis zu sechs Jahren. Ihre Gründung geht unter anderem auf das Engagement des von Lufthansa Technik Mitarbeitern initiierten Fördervereins TechnoKids e.V. sowie auf eine Spende der Unternehmensleitung zurück.

Kulturelle Vielfalt

In regelmäßigen Abständen lädt der „Kultur-Raum“ Purser und Flugbegleiter dazu ein, ihre interkulturellen Kompetenzen auf den neuesten Stand zu bringen. Im Fokus der mehrtägigen Weiterbildungsveranstaltungen steht jeweils die Kultur von einem der Lufthansa Kernmärkte Indien, Japan, China und Korea. Die Trainings fördern das Verständnis für nationale Besonderheiten, vermitteln zudem Wissen über Religion und dienen der Konfliktvermeidung.

Miteinander der Generationen

Lufthansa hat sich früh mit dem demografischen Wandel befasst, der sich in den einzelnen Geschäftsfeldern und Konzerngesellschaften unterschiedlich stark auswirkt – wobei Alter und Leistungsfähigkeit stets individuell zu betrachten sind. So weisen etwa die Belegschaften von Lufthansa Cargo und Lufthansa Technik ein hohes Durchschnittsalter auf; zudem arbeiten dort relativ viele Mitarbeiter körperlich, wodurch sie höheren Belastungen ausgesetzt sind als beispielsweise Kollegen an einem Büroarbeitsplatz. Sicher ist, dass Durchschnittsalter und Lebensarbeitszeit künftig weiter steigen werden. Im Jahr 2011 erfolgte bei Lufthansa Cargo eine Altersstrukturanalyse, die zugleich eine Prognose für die kommenden Jahre erlaubt. „Wir müssen uns jetzt Gedanken darüber machen, wie wir zukünftig eine ausgeglichene Altersstruktur sicherstellen und gleichzeitig dafür sorgen, dass die Erfahrung, das Wissen und das Know-how ausscheidender Mitarbeiter dem Unternehmen erhalten bleiben“, betont Claus Wachenheim, Leiter Human Resources bei Lufthansa Cargo.

Eine strategische Personalplanung soll sicherstellen, dass auch künftig kein Mangel an geeigneten Kandidaten für Schlüsselpositionen besteht. Zudem tragen ein breit angelegtes betriebliches Gesundheitsmanagement, lebenslanges Lernen, die Förderung von Vielfalt und eine fortschreitende Flexibilisierung der Arbeitszeiten dazu bei, die Herausforderungen des demografischen



Drei Fragen an die neue Beauftragte für Chancengleichheit

Juliane Grauer ist seit 1. Mai 2011 neue Beauftragte für Chancengleichheit der Deutschen Lufthansa AG. Zuvor war die Diplom-Psychologin in verschiedenen Gesellschaften und Bereichen des Lufthansa Konzerns tätig – unter anderem als Beraterin bei Lufthansa Consulting, als Trainerin an der Lufthansa School of Business, im Personalmanagement und als Referentin zum Thema „JobChange“ im Stabsbereich Grundsatzfragen Konzern-Personalpolitik.

Welche Aufgaben hat die Beauftragte für Chancengleichheit?

Als Beauftragte für Chancengleichheit erarbeite ich Konzepte und Maßnahmen, die die berufliche Chancengleichheit von Frauen und Männern im Unternehmen verbessern. Zu den zentralen Elementen meiner Arbeit zählt, das Bewusstsein für die Thematik zu schärfen und Vorurteile abzubauen. Momentan nehme ich diese Aufgabe ausschließlich in Deutschland wahr, denn die Verantwortlichen in den Gesellschaften außerhalb Deutschlands kennen die regulativen und kulturellen Gegebenheiten vor Ort natürlich viel besser und haben teilweise ihre eigenen Ansprechpartner für das Thema. Wir stehen allerdings in engem Austausch miteinander.

Was reizt Sie an Ihrer neuen Tätigkeit und wo liegen aktuell Ihre Arbeitsschwerpunkte?

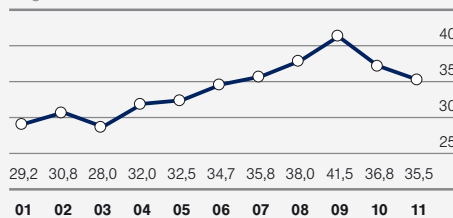
Meine Aufgabe stellt tatsächlich eine echte Herausforderung dar. Zum einen auch wegen der Erwartungen vonseiten der Politik, mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen, zum anderen aufgrund der Selbstverpflichtung der Lufthansa Group, den Frauenanteil unter den Führungskräften bis 2020 um 30 Prozent zu erhöhen. Vor allem die Zahl der Frauen in Management-Positionen zu steigern gelingt uns nur, wenn wir unter anderem die Angebote für die frühkindliche Betreuung verbessern, sodass hoch qualifizierte Frauen sich nicht länger zwischen Karriere und Familie entscheiden müssen. Daran arbeiten wir, indem wir beispielsweise über die pme Familienservice GmbH und die Medical Airport Services GmbH Beratungs- und Betreuungsangebote bereitstellen sowie darüber hinaus im Rahmen des finanziell Machbaren Krippenplätze bei Dienstleistern dazukaufen. Das Thema wird uns mit Sicherheit auch in den nächsten Jahren noch intensiv beschäftigen.

Auf welchen Feldern ist Chancengleichheit bei Lufthansa bereits verwirklicht, und wo sehen Sie noch Handlungsbedarf?

Mit 44,6 Prozent weist die Lufthansa Group konzernweit einen hohen Frauenanteil auf. In den Dienstleistungsberufen dominieren die Frauen sogar, in den technischen könnten es dagegen mehr sein. Im Bereich der Flexibilisierung von Arbeitszeiten sind wir ebenfalls sehr gut aufgestellt. Wir machen allerdings häufig die Erfahrung, dass diese Option noch längst nicht von allen genutzt wird. Da müssen wir noch einiges an Überzeugungsarbeit leisten. Last but not least wollen wir traditionelle Rollenbilder abbauen, damit die wachsende Anzahl Männer, die sich unabhängig von ihrer Position stärker in der Familienarbeit engagieren möchte, hierzu die Möglichkeit und die notwendige Unterstützung erhält.

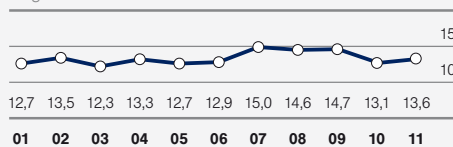
Frauenanteil an den Vorgesetzten mit Personalverantwortung im Lufthansa Konzern^{1,2}

Angaben in Prozent



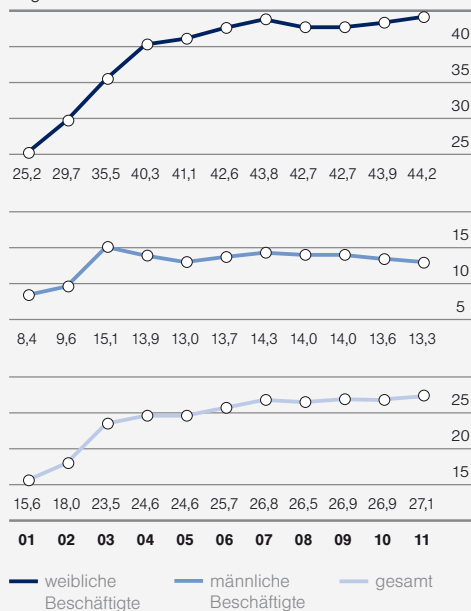
Frauenanteil an den Führungskräften im Lufthansa Konzern^{1,2}

Angaben in Prozent



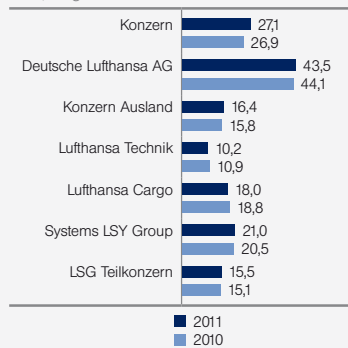
Teilzeitbeschäftigung im Lufthansa Konzern²

Angaben in Prozent



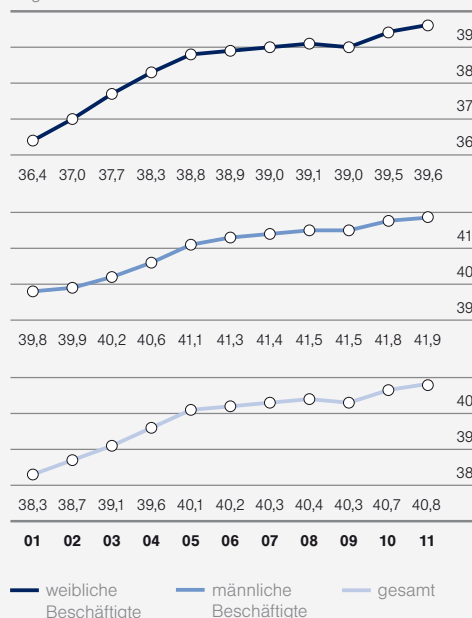
Teilzeitarbeit nach Gesellschaften²

2011, Angaben in Prozent



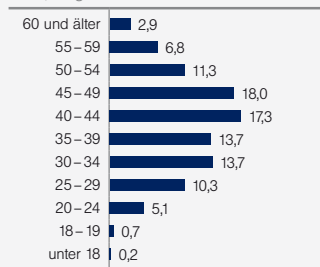
Durchschnittsalter im Lufthansa Konzern^{2,3}

Angaben in Jahren



Altersstruktur im Lufthansa Konzern³

2011, Angaben in Prozent



- Konzern Konsolidierungskreis ohne LSG Ausland, SWISS Aviation Training, Edelweiss Air AG, SWISS European Airlines, LH Italia S.p.A., SWISS Aviation Software, Traviaustria, Lauda Air Luftfahrt GmbH, LH Malta Holding Ltd., LH Malta Aircraft Leasing Ltd., Shannon Aerospace Ltd., LH Technik Malta Ltd., LH Technik Airmotive Ireland Ltd., LH Technik Switzerland GmbH, LH Technik Budapest Repülőgépek, Hawker Pacific Aerospace Inc. (US), LH Technik Landing Gear Services UK Ltd., BizJet Int. Sales & Support Inc., AirLiance Materials LLC, LH Technik North America Holding Corp., LH Systems Americas Inc., AirPlus Air Travel Card Vertriebsges. mbH, LH Flight Training Berlin GmbH, AirPlus International Ltd., AirPlus International S.r.l., AirPlus Payment Management Co. Ltd., AirPlus International AG, AirPlus International Inc., LH Malta Finance Ltd., British Midland Airways Ltd.
- 2011 ohne bmi; Vergleichszahl 2010 um bmi bereinigt
- Konzern Konsolidierungskreis ohne teilweise LSG Ausland, LH Italia S.p.A., LH Malta Holding Ltd., LH Malta Aircraft Leasing Ltd., LH Technik Philippines Inc., Shannon Aerospace Ltd., LH Technik Malta Ltd., LH Technik Airmotive Ltd., LH Technik Budapest Repülőgépek, Hawker Pacific Aerospace Inc. (US), BizJet International Sales & Support Inc., AirLiance Materials LLC, LH Technik North America Holding Corp., LH Malta Finance Ltd., British Midland Airways Ltd., LH Technik Landing Gear Services UK Ltd. (vorm. Hawker Pacific Aerospace Ltd., UK)

Stand 31.12.2011



Wandels zu meistern und die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter zu sichern. Auch auf Konzernebene genießt das Thema Demografie-Management höchste Priorität: Schwerpunktthemen des internen Expertenkreises, der regelmäßig tagt, waren im Jahr 2011 die Integration der Verbund-Airlines sowie Fragen der Einsetzbarkeit von Mitarbeitern mit Leistungsveränderungen.

Menschen mit Behinderung

Der Lufthansa Konzern beschäftigt in Deutschland etwa 2.200 Menschen mit Behinderung. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Ihre Integration ist ein zentrales personalpolitisches Ziel und in der Diversity-Strategie verankert. Im Berichtsjahr lag der Anteil der Mitarbeiter mit Behinderung in Deutschland konzernübergreifend bei 3,4 Prozent (Vorjahr: 3,5 Prozent). In den Einzelgesellschaften schwankt ihr Anteil zwischen null und 22,5 Prozent (LSG Stuttgart). Insbesondere die Fluggesellschaften sind mit einer größeren Herausforderung konfrontiert, die 5-Prozent-Quote zu erreichen. Beim Bordpersonal gibt es nur selten Fälle, bei denen eine Behinderung die Flugtauglichkeit ermöglicht. Das Unternehmen konzentriert sich auf die optimale Förderung vorhandener Stärken und Kompetenzen und stellt angepasste Arbeitsplätze zur Verfügung.

Lufthansa hat im Jahr 2011 zahlreiche Dialogveranstaltungen aufgelegt, um auf die spezifischen Herausforderungen von Kollegen mit Behinderung aufmerksam zu machen. Überdies fand im März 2012 im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt der erste Inklusionstag „Top im Job – trotz Handicap“ statt. Zahlreiche Organisationen, die sich mit dem Thema Behinderung befassen – unter anderem die Bundesagentur für Arbeit, das Zentrum für selbstbestimmtes Leben behinderter Menschen oder der Diabetes-Verband –, waren mit Informationsständen vertreten und standen für Gespräche und gezielte Fragen zur Verfügung. Stefan Lauer, Vorstand Verbund-Airlines und Konzernpersonalpolitik der Deutschen Lufthansa AG, unterstützte die Veranstaltung ausdrücklich.

Diversity als Weiterbildungsthema

An der Lufthansa School of Business steht den Mitarbeitern des Konzerns ein breit gefächertes Weiterbildungsangebot zum Thema Diversity zur Verfügung, dessen Nutzung freiwillig ist. Hierzu zählen unter anderem eintägige Präsenzveranstaltungen mit Fachvorträgen, Lehrgesprächen sowie Einzel- und Kleingruppenübungen, um das erlernte Wissen zu vertiefen. Weitere

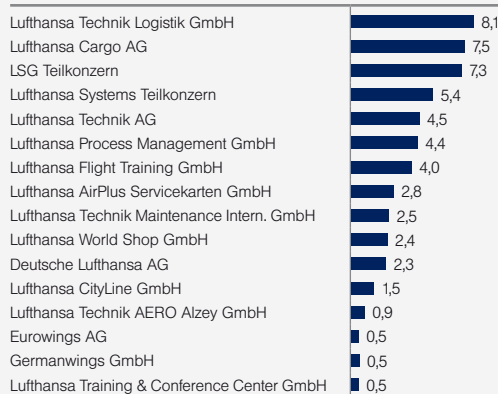


Andreas F. Schneider, brandstage tv, Kabarettist Rainer Schmidt, Dr. Martin Schmitt, Leiter Konzern-Personalpolitik der Deutschen Lufthansa AG, und Prof. Dr. Jürgen Graf, Leiter LH Medical Care, (von links) im Dialog während des Inklusionstages

Themenschwerpunkte sind beispielsweise die sechs Kerndimensionen von Diversity sowie das bewusste Verlernen von Vorurteilen und die Wahrnehmung von Potenzialen.

Schwerbehinderte im Lufthansa Konzern in Deutschland¹

2011, Angaben in Prozent



Insgesamt ergibt sich für die konsolidierten Gesellschaften eine Beschäftigungsquote von 3,4 %.

Bei den Gesellschaften Lufthansa Cargo Charter Agency, Jettainer, Miles & More, LSG Lufthansa Service Catering- und Dienstleistungsgesellschaft mbH sowie Lufthansa Flight Training Berlin sind keine schwerbehinderten Mitarbeiter beschäftigt.

¹ Schwerbehindertenquoten der konsolidierten Gesellschaften in Deutschland: Schätzwerte auf der Basis von Auswertungen zum 31.12.2011.

Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik

Information, Beratung und Mitsprache bei betrieblichen Entscheidungen

Es ist bewährte Unternehmenspolitik, Interessengegensätze zwischen der Unternehmensleitung und den Belegschaftsvertretungen offen und transparent zu klären. Faires Miteinander in allen Bereichen schafft den nötigen Ausgleich, um 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 Sozialpartnern Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), Vereinigung Cockpit (VC) und Unabhängige Flugbegleiter Organisation e.V. (UFO) abschließt. Ziel ist es, sämtliche Mitarbeitergruppen im Konzern fair und gerecht zu behandeln – ein Anspruch, der aufgrund der Gewerkschaftspluralität im Unternehmen zunehmend auf herausfordernde Rahmenbedingungen trifft.

Lufthansa, der Gesamtbetriebsrat und die örtlichen Betriebsräte einigten sich im Juli 2011 auf ein tragfähiges Zukunftskonzept für das Bodenpersonal der Stationen Bremen, Hannover, Köln und Nürnberg. Neben sofort wirksamen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung sieht die Vereinbarung einen schrittweisen Ausstieg aus einzelnen Stationsdienstleistungen vor. Lufthansa sichert den Mitarbeitern an den betroffenen Standorten die Beschäftigung zu und hält ihnen damit auch weiterhin eine attraktive berufliche Perspektive im Unternehmen offen.

Die Tarifrunde 2011 für das Cockpit-Personal wurde mit der fristgerechten Kündigung des Vergütungstarifvertrags zum 31. März 2011 seitens der Vereinigung Cockpit (VC) eingeläutet. Eine Einigung konnte bereits im Juni erreicht werden. Nach einer zweijährigen Nullrunde erhalten die Verkehrsflugzeugführer eine Tarifierhebung von 3,5 Prozent. Der Tarifvertrag hat eine Laufzeit bis zum 30. April 2012.

Für die in Deutschland Beschäftigten des Bodenpersonals der Deutschen Lufthansa AG haben sich der Arbeitgeberverband Luftverkehr (AGVL) und die Gewerkschaft ver.di am 26. Januar 2012 auf einen neuen Vergütungstarifvertrag geeinigt. Danach werden die Tabelleneckwerte rückwirkend zum 1. Januar 2012 um 3,5 Prozent angehoben. Die Laufzeit beträgt 13 Monate. Der Zuschlag zum Urlaubsgeld wird auf 1.075 Euro, die Vergütung für Auszubildende pauschal um 60 Euro erhöht, weitere Zulagen und Zuschläge wurden moderat angehoben.

Die Gewerkschaft Unabhängige Flugbegleiter Organisation (UFO), die erst einige Wochen vor den Verhandlungen eine Tarifgemeinschaft mit ver.di gebildet hatte, lehnte die Angebote der Arbeitgeberseite für die Kabinenmitarbeiter ab. Somit werden die Verhandlungen für die Kabinenmitarbeiter im ersten Halbjahr 2012 mit dem Ziel der Gewährleistung der Tarifeinheit erneut aufgenommen.

Für LSG Sky Chefs und das Geschäftsfeld Technik haben die Tarifparteien spezifische Regelungen vereinbart. Bei LSG Sky Chefs geht es vor allem um die nachhaltige Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit der LSG Sky Chefs Gesellschaften in Deutschland. Die Vergütungserhöhung aus dieser Tarifrunde soll im Geschäftsfeld Catering für eine Beschäftigungssicherung sowie für eine Einmalzahlung in Höhe von 250 Euro brutto pro Vollzeitmitarbeiter verwendet werden. Für die in der Tarifrunde 2012 vereinbarte Laufzeit verzichtet die Lufthansa Tochtergesellschaft auf betriebsbedingte Kündigungen.

Für das Geschäftsfeld Technik wurden Eckpunkte für die Einführung und Finanzierung einer erfolgsvariablen Vergütung sowie für den Einstieg in die Ablösung einer Überleitungszulage, die es seit der Einführung einer neuen Vergütungsstruktur 2007 gibt, vereinbart. Dieser Tarifabschluss reflektiert zum einen die Lufthansa Ergebnisse aus den Jahren 2010 und 2011, vor allem aber ist sie eine Anerkennung für den Beitrag der



Beschäftigten zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Lufthansa Konzerns durch eine zuletzt 22-monatige Nullrunde.

Für das Kabinenpersonal bestand nach Beendigung des Schlichtungsverfahrens im Januar 2011 eine Friedenspflicht bis zum Ende des Jahres. Die Zwischenzeit wurde genutzt, um sich mit dem Tarifpartner Unabhängige Flugbegleiter Organisation (UFO) über dringend erforderliche Vergütungsstrukturanpassungen und Maßnahmen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit im Kontinentalverkehr auszutauschen. Lufthansa und UFO konnten sich dabei zwar in Eckpunkten verständigen, eine abschließende Vereinbarung konnte 2011 jedoch noch nicht erzielt werden. Eine Fortsetzung des Dialogs zu den betrieblichen Veränderungsnotwendigkeiten findet im Rahmen der Vergütungstarifverhandlungen im ersten Halbjahr 2012 statt.

Aktive Tarif- und Sozialpolitik auch im Ausland

Internationalisierung und Globalisierung bieten umfangreiche Chancen für die Geschäfts- und Personalprozesse im Konzern. Als international operierendes Unternehmen orientiert Lufthansa ihre Tarif- und Sozialpolitik an den Rahmenbedingungen der jeweiligen Länder. Im Vordergrund steht dabei die langfristige Gestaltung der Beschäftigungsbedingungen, die sich nach den Bedürfnissen der Mitarbeiter, den betrieblichen Erfordernissen und dem lokalen Arbeitsmarkt richten – darunter Vergütungsregelungen, Arbeitsbedingungen und Versorgungssysteme. In allen Ländern, in denen Lufthansa unilateral handelt, überprüft das Unternehmen anhand von Benchmarks und unter Einbeziehung makroökonomischer Daten wie zum Beispiel der Inflation ein Mal jährlich die Gehälter auf Markt- und Wettbewerbsfähigkeit. Somit gewährt Lufthansa eine kontinuierliche Überprüfung und Anpassung der Arbeitsbedingungen für ihre lokal angestellten Mitarbeiter. In Ländern mit sehr hoher Inflation erfolgt diese Überprüfung, die in der Regel in eine Anhebung der Gehälter mündet, alle sechs Monate. Lufthansa führt auch Tarifverhandlungen mit einem Sozialpartner in Ländern wie Ghana und Äthiopien, in denen das Unternehmen lediglich circa 15 bis 20 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Unterstützung der Vereinigungsfreiheit und die Anerkennung des Rechts auf Tarifverhandlung hat Lufthansa als Unterzeichner des UN Global Compact für alle Mitarbeiter weltweit dokumentiert. Mitarbeiter können sich in jedem Land, in dem Lufthansa Gesellschaften aktiv

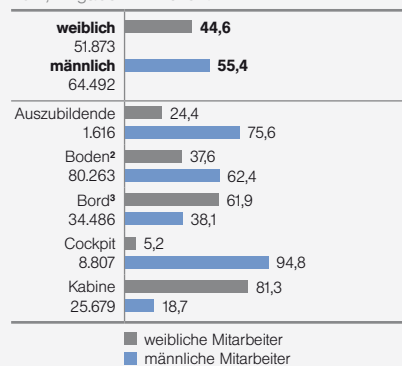
Verteilung der Mitarbeiter im Lufthansa Konzern¹

2011, Veränderungen in Prozent

	2011	2010	Veränderung
Konzernmitarbeiter	116.365	113.406	+ 2,6
davon Passage Airline Gruppe	55.361	53.544	+ 3,4
davon Logistik	4.624	4.517	+ 2,4
davon Technik	19.975	20.159	-0,9
davon IT Services	2.820	2.935	-3,9
davon Catering	29.586	28.499	+ 3,8
davon Sonstige	3.999	3.752	+ 6,6

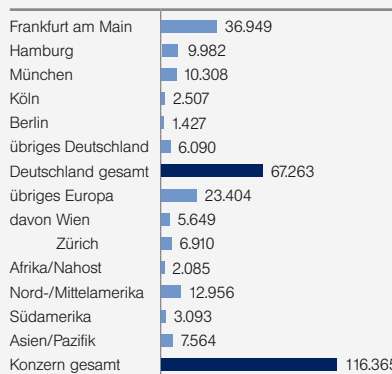
Personalbestand nach Gruppen und Geschlecht

2011, Angaben in Prozent



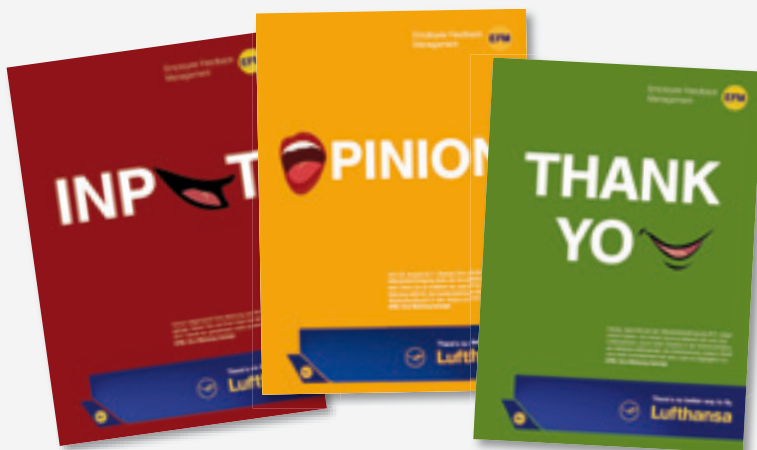
Lufthansa Konzern: Arbeitsplätze in aller Welt

2011



- 1 2011 ohne bmi; Vergleichszahl 2010 um bmi bereinigt
- 2 ohne Auszubildende
- 3 setzt sich zusammen aus Cockpit und Kabine

Stand 31.12.2011



Siebte Mitarbeiterbefragung mit Rekordbeteiligungquote

Lufthansa setzt seit vielen Jahren auf wiederkehrende Mitarbeiterbefragungen, um zum Beispiel den Grad der Verbundenheit mit dem Arbeitgeber, Schwachstellen oder die Arbeitszufriedenheit zu ermitteln. Im Jahr 2011 fand die siebte Auflage des sogenannten Employee Feedback Management (EFM) statt. Weltweit nutzten 23.464 Beschäftigte von Lufthansa Passage und Konzernfunktionen die Gelegenheit, sich an diesem Stimmungsbild zu beteiligen. Mit 63,9 Prozent erreichte die Beteiligungsquote ihren bisher höchsten Wert (2008: 52,8 Prozent), was einer Steigerung um 20 Prozent entspricht. „Das ist ein beachtlicher Vertrauensvorschuss“, sagt Matthias Borchers, Leiter Personalentwicklung bei Lufthansa Passage.

Im Vergleich zur vorherigen Mitarbeiterbefragung im Jahr 2008 zeigten sich die Beschäftigten von Lufthansa Passage mit ihrem Gehalt und der Kommunikation zufriedener als ihre Kollegen in den Konzernfunktionen. Unterschiede gab es unter anderem auch mit Blick auf den Themenkomplex Lernen & Innovation, den die Mitarbeiter der operativen Bereiche günstiger bewerteten als jene in der Verwaltung. „Das Feedback der Mitarbeiter muss von den Führungskräften ernst genommen werden“, betont Borchers. Deshalb sei jede Abteilung gefordert, miteinander in Dialog zu treten und gemeinsam Verbesserungen anzustoßen.

LHT-Führungsfeedback von Mitarbeitern

Rückmeldungen speziell zu ihrem Führungsverhalten erhielten sowohl alle leitenden Angestellten sowie alle operativen Führungskräfte von Lufthansa Technik, Lufthansa Technik Logistik, Lufthansa Technik Maintenance International und Lufthansa LEOS im Jahr 2011 im Rahmen der Initiative „Great Place to Work®“. Die Befragung zielte darauf ab, das Miteinander im Unternehmen zu verbessern, Gespräche über die Arbeitssituation in den Teams anzustoßen und diese bei Bedarf durch geeignete Maßnahmen zu optimieren. Das Führungsfeedback erfolgte mithilfe von Fragebögen im Intranet, die die Mitarbeiter anonym ausfüllen konnten. Flankiert wurde die Befragung durch Informationsveranstaltungen für die 1.640 Verantwortlichen der teilnehmenden Unternehmen. Als Basis für das Festlegen konkreter Handlungsfelder und Maßnahmen fanden nach Vorliegen der Ergebnisse Auswertungsgespräche zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern statt.

sind, im Rahmen der gesetzlichen Bedingungen organisieren und so ihre Arbeitsbedingungen mitgestalten.

Mitarbeitervertretung auf europäischer Ebene

Die Lufthansa Group hat sich in den vergangenen Jahren als europäischer Arbeitgeber etabliert, der in Europa mittlerweile mehr als 23.000 Menschen außerhalb Deutschlands beschäftigt. Im Inland haben Betriebsräte, Personalvertreter, die Arbeitnehmervertreter in den Aufsichtsräten und die Gewerkschaften die Aufgabe, einen Ausgleich der verschiedenen Interessen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern herbeizuführen. Ein solches mehrgliedriges System findet sich jedoch nicht in allen europäischen Staaten.

Lufthansa genügt seit 1996 den gesetzlichen Anforderungen im Rahmen der Konzern-Betriebsvereinbarung „EURO-Info“ durch eine spezifische Erweiterung des Konzernwirtschaftsausschusses für länderübergreifende Angelegenheiten. Dabei hat das Unternehmen im Einvernehmen mit den Mitbestimmungsgremien von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, eine Vereinbarung zu schließen, die besser an die Lufthansa spezifischen Gegebenheiten angepasst ist. Diese bestandsgeschützte Regelung („Art. 13 Vereinbarung“) erübrigt die Wahl eines Europäischen Betriebsrats. Sie sieht unter anderem vor, dass die Repräsentanten der Geschäftsleitungen, Betriebsräte, Bordmitarbeiter und ausländischen Betriebe zusammenarbeiten und pro Jahr an mindestens einer Sitzung des Konzernwirtschaftsausschusses (KWIA) teilnehmen.

JobChange – Wege zu neuen beruflichen Perspektiven

Die Lufthansa Group verfolgt eine nachhaltige Personalpolitik, die nicht nur den betrieblichen Erfordernissen, sondern auch den Interessen und Belangen ihrer Mitarbeiter einen hohen Stellenwert einräumt. Dem Luftfahrtkonzern ist es seit jeher ein wichtiges Anliegen, sichere Arbeitsplätze zu schaffen, die langfristig eine berufliche Perspektive eröffnen. Gleichwohl lassen sich betriebsbedingte Umstrukturierungen nicht immer vermeiden, so auch im Jahr 2011. In solchen Fällen setzt Lufthansa seit vielen Jahren mit Erfolg auf das Vermittlungssystem JobChange, um Personalkapazitäten so sozialverträglich wie möglich anzupassen und ihre soziale Verantwortung für Mitarbeiter im Veränderungsprozess wahrzunehmen.



Aus- und Weiterbildung

Wissen sichert Zukunft

Je qualifizierter die Mitarbeiter der Lufthansa Group sind, desto erfolgreicher kann sich der Konzern im Wettbewerb behaupten. Das Luftfahrtunternehmen bietet daher seit Jahren ein breites Spektrum an fachlichen und überfachlichen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten – auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.

Als sozial und gesellschaftlich verantwortungsvoller Arbeitgeber hat Lufthansa im Jahr 2011 in Deutschland 808 junge Menschen in 53 Ausbildungsberufen eingestellt.

Die Lufthansa School of Business (LHSB)

Deutschlands erste Firmenuniversität übernimmt seit 1998 die bedarfsgerechte Qualifizierung von Mitarbeitern und Führungskräften im gesamten Konzern – über alle Altersstufen hinweg. Dabei verknüpft sie die individuelle Qualifizierung der Beschäftigten mit der Entwicklung des Unternehmens und trägt dazu bei, notwendige Veränderungsprozesse im Konzern erfolgreich zu bewältigen. „Das vergangene Jahr hat erneut gezeigt, dass sich Investitionen in die Entwicklung und Weiterbildung unserer Mitarbeiter und Führungskräfte auszahlen“, sagt Ulrike Schlosser, Leiterin Lufthansa School of Business. „An dieser Strategie halten wir deshalb auch im Jahr 2012 fest.“

Berufliche Perspektiven mit Zukunft

Das Spektrum der LHSB umfasst maßgeschneiderte Trainings, Management-Programme sowie Netzwerk- und Dialog-Plattformen. Zusammen bilden sie die Grundlage für die Weiterentwicklung von Führungskräften, die Zusammenarbeit im Konzernverbund und die Implementierung der Konzernstrategie. Des Weiteren arbeitet die Einrichtung mit ausgewählten internationalen Business Schools und akademischen Organisationen zusammen. Für ihre Partnerschaft mit der Lancaster University Management School und der McGill University im Rahmen des „International Masters Program in Practicing Management (IMPM)“ zum Beispiel wurde Lufthansa im Jahr 2011 ausgezeichnet.

Im Fokus des Talent-Managements: die Besten ihres Fachs

Lufthansa sucht kontinuierlich hoch qualifizierte Nachwuchskräfte. Die enge Kooperation mit Universitäten und Fachhochschulen spielt dabei eine wichtige Rolle. So ist das Unternehmen im Rahmen des Hochschulmarketings

regelmäßig auf Ausbildungsmessen präsent, beteiligt sich an Workshops, stellt Vortragsredner. Im Rahmen des alljährlichen „Experience Lufthansa“-Tages erhalten ausgewählte Studierende zudem Gelegenheit, den Luftfahrtkonzern näher kennenzulernen.

Außerdem organisierten Lufthansa und das Aviation Management Institute der EBS Business School im Jahr 2011 zum zweiten Mal den „Lufthansa Case Challenge“. An dem akademischen Wettbewerb für Bachelor- und Masterstudenten aus aller Welt nahmen 189 Teams aus mehr als 25 Ländern teil. Der Wettbewerb, der diesmal im Zeichen des Themas Nachhaltigkeit stand, zielt darauf ab, Impulse aus der Hochschullandschaft für Fragestellungen aus der Praxis zu gewinnen. Die sechs Gruppen mit den innovativsten Konzepten schafften den Sprung ins Finale und erhielten Gelegenheit, ihre Entwürfe einer Jury aus Lufthansa Top-Managern und EBS-Experten vorzustellen. Schirmherr der Veranstaltung ist Sadiq Gillani, Leiter Konzernstrategie der Deutschen Lufthansa AG. Im Jahr 2012 befasst sich der „Lufthansa Case Challenge“ mit dem Thema Innovationen in der Luftfahrtbranche.



„Das vergangene Jahr hat erneut gezeigt, dass sich Investitionen in die Entwicklung und Weiterbildung unserer Mitarbeiter und Führungskräfte auszahlen.“

Ulrike Schlosser
Leiterin Lufthansa School of Business
Deutsche Lufthansa AG



Die Finalisten des „Lufthansa Case Challenge“ 2011 mit der Jury

Ungebrochen: die Attraktivität von Lufthansa als Arbeitgeber

Lufthansa gehört seit Jahren zu den beliebtesten Arbeitgebern in Deutschland. Regelmäßige Spitzenplätze in den wichtigsten Arbeitgeber rankings sind ein Beleg dafür, dass sich die Investitionen in die Entwicklung und Weiterbildung der Mitarbeiter und Führungskräfte auszahlen. Im Jahr 2011 wurde Lufthansa erneut als einer der beliebtesten Arbeitgeber ausgezeichnet: Beim Universum Student Survey 2011 sicherte sich das Unternehmen im Bereich Wirtschaft zum fünften Mal in Folge einen Platz in der Spitzengruppe der deutschen Unternehmen. Die hohe Attraktivität des Luftfahrtkonzerns spiegelt sich auch in den Bewerberzahlen wider: Insgesamt haben sich im Jahr 2011 rund 155.000 Interessierte auf 6.000 Stellen beworben, die das Unternehmen neu ausgeschrieben hatte. Auf großes Interesse stieß auch www.Be-Lufthansa.com. Allein im Berichtsjahr besuchten im Schnitt mehr als 210.000 Besucher pro Monat das Job- und Karriereportal des Konzerns, das seit April 2010 mit einem eigenen Auftritt bei Facebook vertreten ist. Mit rund 25.000 Fans – das sind mehr als doppelt so viele wie 2010 – hat sich der Auftritt zu einem der beliebtesten Karriereportale deutscher Unternehmen in diesem sozialen Netzwerk entwickelt.

Spielerischer Berufseinstieg

Auf www.Be-Lufthansa.com präsentiert der Luftfahrtkonzern jungen Menschen seit Anfang 2012 erstmals eine spannende und innovative Möglichkeit, den richtigen beruflichen Einstieg ins Unternehmen zu finden. Das „Spiel zur Berufsorientierung“ richtet sich an Schülerinnen und Schüler ab 14 Jahren sowie an Schulabgänger, die sich für eine Ausbildung oder ein Studium

interessieren. Ziel ist es, spielerisch die eigenen Stärken zu erkunden, dazu passende Ausbildungsmöglichkeiten bei Lufthansa zu finden und sich auf diesem Wege schon im Vorfeld ein Bild von dem Arbeitsplatz zu machen. Die Nutzung des Spiels ist kostenlos und anonym.

Auch der jährliche Schüler-Infotag „Faszination Lufthansa“ dient dem Zweck, junge Frauen und Männer an der Schwelle zum Berufsleben aus erster Hand über die vielfältigen Ausbildungs- und Studien-Möglichkeiten im Konzern zu informieren. An zwölf über das Jahr verteilten Terminen gewährt der Infotag Einblick in die facettenreiche Berufspalette der Luftfahrtbranche – darunter Luftverkehrskaufmann/-frau, Flugbegleiter/-in, Pilot/-in, technische und kaufmännische Berufe sowie Tätigkeiten im Hotel- und Gaststättengewerbe, die im Lufthansa Training & Conference Center in Seeheim angeboten werden.

Internationaler Fokus bei der Nachwuchsrekrutierung

Mit dem „ProTeam General Management Trainee“-Programm bietet Lufthansa Hochschulabsolventen einen attraktiven Berufseinstieg nach dem Studium. Im ersten Monat der internationalen Initiative lernen die Teilnehmer durch Vorträge und Tätigkeiten in verschiedenen Bereichen die Vielfalt des Luftfahrtkonzerns kennen. Im Anschluss folgen Projekteinsätze im In- und Ausland; parallel finden Trainings und Workshops statt, um die persönliche Entwicklung der Nachwuchsfachkräfte zu begleiten. Im Jahr 2011 stellte Lufthansa zwölf ProTeam-Trainees ein, davon 30 Prozent mit internationalem Hintergrund.

Für mehr Internationalität in der Lufthansa Group sorgt auch das konzernübergreifende Programm „explorers“. An der achten Auflage, die im November 2011 an den Start ging, nehmen weltweit 147 Nachwuchsführungskräfte aus allen Gesellschaften teil. Die „explorers“-Plattform dient der individuellen Entwicklung fachlicher und persönlicher Kompetenzen, dem Knüpfen eigener Netzwerke im Konzern und der Förderung der internationalen Zusammenarbeit zwischen den Gesellschaften.



Arbeits- und Gesundheitsschutz

Unternehmen Gesundheit

Gesunde, engagierte und leistungsstarke Mitarbeiter sind eine grundlegende Voraussetzung, damit die Lufthansa Group ihre Position im internationalen Wettbewerb auch künftig mit Erfolg behaupten kann. Entsprechend hoch ist die Bedeutung, die der betriebliche Arbeits- und Gesundheitsschutz im Unternehmen genießt.

Im Jahr 2011 befasste sich der Steuerungskreis „Strategisches Gesundheitsmanagement“ unter Leitung der Diversity- und damit auch Demografie-Verantwortlichen, Monika Rühl, intensiv mit der Frage, was sinnvoller ist: die Vorsorge wie bisher üblich primär auf den einzelnen Mitarbeiter auszurichten oder das Gesundheitsmanagement so zu gestalten, dass künftig auch Fragen der Organisation stärker angesprochen werden. Das Ergebnis wird ein Leitbild sein, das auf der Definition der Weltgesundheitsorganisation aufsetzt, die Gesundheit als „körperliches, psychisches und soziales Wohlbefinden“ beschreibt. Damit ist zugleich vorgezeichnet, welche Maßnahmen in den Bereichen Arbeitsorganisation, Führung, Work-Life-Balance und Unternehmenskultur umzusetzen sein werden.

Medizinischer Dienst

Eine Schlüsselposition im Gesundheits- und Präventionskonzept der Deutschen Lufthansa AG hat der Medizinische Dienst unter der Leitung von Prof. Dr. Uwe Stüben inne. Dessen Arbeits-, Flug- und Tropenmediziner stehen der Belegschaft bei gesundheitlichen Problemen mit Rat und Tat zur Seite – in enger Zusammenarbeit mit der Konzern-Arbeitssicherheit, der betrieblichen Sozialberatung und den Gesundheitsexperten der Konzerngesellschaften. Im Interesse eines abteilungsübergreifenden Austauschs über gesundheitsrelevante Themen tritt viermal pro Jahr der Arbeitskreis Gesundheit zusammen, dem Vertreter des Medizinischen Dienstes, der Arbeitssicherheit, der Sozialberatung und des Personal- und Gesundheitsmanagements angehören.

Auch im Jahr 2011 unterstützte der Konzern seine Mitarbeiter mit vielfältigen Angeboten zur Gesundheitsvorsorge und -förderung – darunter Rückenschulkkurse, Programme zur Raucherentwöhnung, Vorsorgeuntersuchungen zur Vermeidung chronischer Erkrankungen, Schutzimpfungen, Tipps zum Stressabbau und zur Suchtprävention. Zahlreiche Einzelaktionen für das Kabinenpersonal in Frankfurt und München zu Schwerpunktthemen wie Füße, Schlaf oder

Ernährung rundeten das Angebot ab. Über das breite Spektrum dieser Offerten informieren auch regelmäßige Artikel im Intranet und in der Mitarbeiterzeitung Lufthansaat.

Fest etabliert: die Gesundheitswoche im Lufthansa Aviation Center

Regelmäßig wiederkehrende Gesundheitstage und -wochen stehen bei den Beschäftigten der Lufthansa hoch im Kurs. An den Konzern-Standorten in Deutschland fanden deshalb auch im Jahr 2011 verschiedene Aktionen statt, um die Mitarbeitergesundheit zu fördern. Hierzu zählte unter anderem die Gesundheitswoche im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt vom 15. bis 18. August 2011. Den inhaltlichen Schwerpunkt bildete das Thema „Ausgebrannt? – Aufgetankt!“, das Lufthansa-Gelegenheit bot, sich detailliert über Ursachen und Symptome von Stress und Burn-out sowie einen angemessenen Umgang damit zu informieren. Des Weiteren standen Vorträge und Aktionen zu den Themen Diagnostik und Ergonomie, Ernährung und Bewegung sowie Stressmanagement und Work-Life-Balance auf dem Programm, die das Unternehmen in Kooperation mit dem Medizinischen Dienst, dem Lufthansa Sportverein, der Arbeitssicherheit und Sozialberatung sowie externen Partnern organisiert hat.



Gesundheitswoche 2011: Informationsstand des Medizinischen Dienstes im Lufthansa Aviation Center



Der Cargo-fit-Gesundheitstruck rollte im Mai 2011 quer durch Deutschland.

„Keep-up“-Gesundheitstage für Stationsmitarbeiter

Unter dem Motto „Gesund mit allen Sinnen“ öffneten in Frankfurt am 28. und 29. September 2011 bereits zum dritten Mal die „Keep-up“-Gesundheitstage ihre Pforten. Highlight der für die Stationsmitarbeiter konzipierten Veranstaltung war der „Age Explorer“, ein überdimensionierter Arbeitsschutzanzug. Dieser Simulator macht Alter physisch und emotional erfahrbar und verbessert durch das persönliche Erleben das Verständnis für ältere Kundengruppen und ihre Bedürfnisse. Auch Sinneswahrnehmungen wie Sehen, Hören, Schmecken und Riechen kamen nicht zu kurz und waren Gegenstand zahlreicher Informationsstände und Aktionen, darunter Seh- oder Hörtests.

Aktionswoche zum verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol

Informieren, ohne zu verteufeln – das war das Ziel der Aktionswoche Alkohol, die die Konzernsozialberatung vom 23. bis 27. Mai 2011 an den Standorten Frankfurt, Köln, München und Hamburg realisiert hat. Anlass war die bundesweite Kampagne „Alkohol? Weniger ist besser!“ der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen, die Lufthansa mit Informations- und Aktionsständen aktiv begleitet hat. „Es ist uns ein Anliegen, Mitarbeiter und Führungskräfte gemäß der ‚Leitlinie Sucht im Lufthansa Konzern‘ für die Wirkung von Alkohol zu sensibilisieren, das Bewusstsein für riskantes Konsumverhalten zu schärfen und über die Entwicklung einer Abhängigkeit zu informieren“, erläutert Birgitt Erb, Mitarbeiterin der Lufthansa Sozialberatung. Gelegenheit hierzu boten unter anderem Rauschbrillen, die simulieren, wie Alkohol die Wahrnehmung verändert und das Reaktions- und Leistungsvermögen beeinträchtigt; ein Informationsparcours und ein Fahrsimulator sowie

in Frankfurt Darbietungen eines Aktionstheaters rundeten das Angebot ab. Schirmherr der Veranstaltung war Stefan Lauer, Vorstand Verbund-Airlines und Konzernpersonalpolitik der Deutschen Lufthansa AG.

Fit am Arbeitsplatz – Gesundheitstag in der Kölner Hauptverwaltung

Eine ausgewogene Ernährung und ausreichend Bewegung sind unverzichtbar für den Erhalt der Gesundheit. Im Zentrum des Gesundheitstages am 12. April 2011 in der Hauptverwaltung in Köln drehte sich folgerichtig alles um die Frage, wie sich lebensstilbedingte Risiken erkennen und vermeiden lassen und welche Möglichkeiten es gibt, um den spezifischen Belastungen durch die moderne Arbeitswelt effektiv entgegenzuwirken. Auf reges Interesse bei den Mitarbeitern stießen vor allem die Informationsangebote der Weight Watchers, Rückenmassagen, ein Gesundheits-Check durch den Medizinischen Dienst, ein Rauschbrillen-Parcours sowie Informationsstände und Aktionen rund um die Themen Bewegung, Sport, Ernährung, Stressbewältigung und Entspannung.

„Cargo-fit on tour“

Zwei Wochen lang rollte im Mai 2011 der Cargo-fit-Gesundheitstruck im Rahmen der Gesundheitsaktion „Cargo-fit on tour“ quer durch Deutschland. Während seiner „Boxenstopps“ an den Stationen München, Nürnberg, Stuttgart, Düsseldorf, Köln, Frankfurt, Hannover, Bremen, Hamburg, Norderstedt und Berlin erhielten die Beschäftigten von Lufthansa Cargo wertvolle Gesundheitstipps und individuelle Fitnesspläne. Großen Anklang fanden insbesondere der Rücken-Check und die Sprungwaage. Neben einem breiten Angebot an Informations- und Testständen zahlreicher interner und externer Gesundheitsakteure hatten die Mitarbeiter die Möglichkeit, auf einem Fahrrad-Ergometer etwas für die eigene Fitness zu tun. Unter dem Motto „Wir radeln nach Afrika“ legten Cargo-Lufthanseaten auf diese Weise insgesamt 6.360 Flugkilometer (geradete Kilometer mal Faktor zehn) zurück – mehr als bei der Tour de France gefahren werden. Die Geschäftsführung von Lufthansa Cargo verwandelte die per Pedale gemeisterten Kilometer in eine Spende in Höhe von 3.180 Euro zugunsten des kenianischen Waisenhauses Mother’s Mercy Home, das seit vielen Jahren von der humanitären Hilfsorganisation Cargo Human Care e.V. unterstützt wird (siehe „Cargo Human Care – medizinische Hilfe für Menschen in Ostafrika“, Seite 96 f.).



Metabolisches Syndrom: Langzeitstudie von Lufthansa Technik mit der Uni Hamburg

Einer von sechs Europäern ist vom metabolischen Syndrom betroffen, in manchen EU-Ländern sogar jeder dritte. Charakteristisch für das Krankheitsbild ist eine Kombination von Übergewicht, Diabetes mellitus Typ 2, Bluthochdruck und erhöhten Blutfettwerten sowie ein erhöhtes Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Grund genug für Lufthansa Technik und den medizinischen Dienst der Lufthansa Group, gemeinsam mit dem Universitätsklinikum Eppendorf und den Asklepios Kliniken Hamburg eine Langzeitstudie durchzuführen, die die Entstehungsbedingungen von Diabetes erforscht, an dem allein in Deutschland schätzungsweise rund acht Millionen Menschen leiden. „Ein wesentliches Ziel der Studie ist es, durch regelmäßige Untersuchungen sehr frühe Anzeichen eines gestörten Zuckerstoffwechsels zu erkennen und durch konsequente Veränderungen in der Ernährungs- und Lebensweise sowie bei Bedarf medikamentös die Entwicklung eines Diabetes mellitus zu verhindern“, sagt Anja Knotte, Referentin Personal- und Sozialpolitik bei Lufthansa Technik. Der Startschuss für die auf zehn Jahre angelegte „Lufthansa-Präventionsstudie“ (LUPS) zur Früherkennung von Stoffwechselerkrankungen fiel Ende 2008 unter Beteiligung des medizinischen Dienstes. An der ersten Untersuchungsrunde beteiligten sich 1.962 Mitarbeiter zwischen 25 und 60 Jahren von Lufthansa Technik, Lufthansa Revenue Services und dem Lufthansa Bodenpersonal am Standort Hamburg sowie deren Angehörige. Im November 2011 erfolgte die erste Nachuntersuchung.

Sozialberatung

Vor Krisen- und Konfliktsituationen ist niemand geschützt. Damit sie weder das Betriebsklima noch die Arbeitsleistung beeinträchtigen, unterstützt die Lufthansa Sozialberatung Betroffene an den Standorten Frankfurt, Hamburg, Köln und München seit Mitte der 1980er-Jahre dabei, private und berufliche Herausforderungen zu meistern. Darüber hinaus engagierten sich deren Vertreter auch im Jahr 2011 aktiv im betrieblichen Gesundheitsmanagement: Sie beteiligten sich am Steuerungskreis Strategisches Gesundheitsmanagement, der unter anderem das Leitbild Betriebliches Gesundheitsmanagement der Lufthansa Group entwickelt hat, und somit an zahlreichen Gesundheitsaktionen des Konzerns.

Betriebliches Wiedereingliederungsmanagement

Krebsleiden, Depressionen, Schwerbehinderung: Die Gründe, warum Mitarbeiter für längere Zeit ausfallen, sind vielfältig. In dieser Situation ebnet das betriebliche Wiedereingliederungsmanagement Beschäftigten, die binnen zwölf Monaten mehr als sechs Wochen krankgeschrieben sind, die Rückkehr an den Arbeitsplatz. Über die Möglichkeiten zur beruflichen Wiedereingliederung in den Arbeitsprozess diskutierten Ende 2011 Lufthansa Mediziner mit 30 Ärzten unterschiedlicher Fachrichtungen, Vertretern von Krankenkassen, Rentenversicherung und den Sozialberatungen von Krankenhäusern. Gastgeber des als Fortbildungsveranstaltung konzipierten Expertenaustauschs zwischen Ärzten und Sozialpartnern in Frankfurt war Dr. Roland Nowak vom Medizinischen Dienst der Lufthansa.

Arbeitssicherheit: Organisation und Aufgaben

Arbeitsbedingte Unfälle und Erkrankungen konsequent zu vermeiden – darauf liegt der Fokus des Arbeitsschutzes bei Lufthansa. Die Verantwortung, arbeitsschutzrelevante Aktivitäten zu koordinieren und Maßnahmen stetig weiterzuentwickeln, trägt die Konzernarbeitssicherheit. Sie erfüllt diese Aufgabe in engem Austausch mit Ärzten, Sozialberatern und den Fachleuten in den Gesellschaften. Ziel ist es, etwaige Gefährdungen frühzeitig zu erkennen und zu beurteilen sowie Maßnahmen zu ergreifen, die die Zahl der Unfälle kontinuierlich verringern. Außerdem gilt es, das Risiko für Berufskrankheiten und andere arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren auf ein Minimum zu reduzieren beziehungsweise abzuwenden.

Fakten 2011 und Ausblick 2012 (beispielhafte Auswahl)

Bereich	Fakten 2011	Ausblick 2012
Ausbildung	<ul style="list-style-type: none"> Ende 2011 befanden sich mehr als 2.500 Menschen in Ausbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen. Zudem hat Lufthansa im Berichtsjahr 808 neue Auszubildende bzw. Studierende in dualen Studiengängen eingestellt. Im Jahr 2011 hat der Konzern mehr als 4.900 Service-Professionals ausgebildet und eingestellt, die überwiegend als Flugbegleiter und in der Passagierbetreuung arbeiten. Die Lufthansa Flight Training GmbH in Bremen hat 2011 268 neue Flugschüler unter Vertrag genommen. Damit erhöht sich die Gesamtzahl der Flugschüler gegenüber dem Vorjahr um 12 Prozent. 	<ul style="list-style-type: none"> Für die Lufthansa Group spielt eine intensive, bedarfsorientierte Ausbildung auch künftig eine zentrale Rolle bei der Sicherung von qualifiziertem Nachwuchs. Dabei trägt Lufthansa den Änderungen vieler Hochschulen in ihren Ausbildungssystemen verstärkt Rechnung (z. B. standardmäßige Einrichtung von Bachelor-Abschlüssen). Das Ausbildungsportfolio unterliegt somit einem permanenten Wandel.
Weiterbildung / Employability	<ul style="list-style-type: none"> Trotz wirtschaftlich fordernder Zeiten hat Lufthansa auch im Jahr 2011 umfangreiche Bildungsmaßnahmen durchgeführt. Die Lufthansa School of Business (LHSB) forcierte die Optimierung der überfachlichen Trainings im Gesamtkonzern. In diesem Zusammenhang erfolgte auch eine Erweiterung des Produktangebots für die Mitarbeiter der Verbund-Airlines. Insgesamt stieg das interne Bildungsvolumen um 21 Prozent auf 123 Mio. EUR. Die Zahl der Teilnehmertage erhöhte sich um 10 Prozent auf 681.000. Das LHSB-Jahresthema „Moderne Arbeitswelt“ bot den Teilnehmern Gelegenheit, die damit verbundenen Herausforderungen zu betrachten und anhand konkreter Beispiele direkt umsetzbare Maßnahmen zu formulieren. Als zukunftsorientiertes Unternehmen hat Lufthansa auch im Jahr 2011 die Gestaltung digitaler Lernwelten vorangetrieben, u. a. in den Bereichen Corporate Compliance und Corporate Responsibility. 	<ul style="list-style-type: none"> Für Lufthansa bleiben umfassende Aus- und Weiterbildungsaktivitäten essenziell, um ihre Wettbewerbsfähigkeit auch in Zukunft zu sichern. Zugleich leistet der Konzern auf diese Weise einen wichtigen Beitrag, um seiner Rolle als sozial und gesellschaftlich verantwortungsvoller Arbeitgeber gerecht zu werden. Angesichts der Bedeutung des lebenslangen Lernens unterstützt Lufthansa auch in Zukunft die nebenberufliche Qualifikation ihrer Mitarbeiter. Die Basis hierfür bildet ein umfangreiches Weiterbildungsangebot. Das Jahresthema 2012 der LHSB lautet „Grenzen überwinden“. Das freiwillige Weiterbildungsangebot spiegelt die notwendige Auseinandersetzung des Unternehmens mit der demografischen Entwicklung in Deutschland wider. Gleichzeitig zielt es auf die individuelle Veränderungsbereitschaft und Flexibilität der Mitarbeiter ab. Darüber hinaus plant die Lufthansa School of Business, ihre Kooperation mit dem Lufthansa Training & Conference Center Seeheim – dem Sitz der LHSB – zu intensivieren.
Arbeits- und Gesundheitsschutz	<ul style="list-style-type: none"> Die betriebliche Gesundheitsförderung spielt eine entscheidende Rolle, um den spezifischen Belastungen durch die moderne Arbeitswelt konsequent vorzubeugen. Vor diesem Hintergrund organisierten die Konzerngesellschaften auch 2011 wieder vielfältige Maßnahmen im Bereich Gesundheit, z. B. Informations- und Aktionsstände, Vorträge und Schulungen für das Bord- und Bodenpersonal. Außerdem hat der Konzern den Arbeitsschutz kontinuierlich weiterentwickelt und Web-based-Trainings zum Thema Arbeits- und Gesundheitsschutz eingeführt. Neukonzeption der Arbeitssicherheitsschulungen für angehende Purser und Nachschulungen für die Sicherheitsbeauftragten Aufgrund des Reaktorunfalls in Fukushima sofortige Einleitung von Maßnahmen zum Schutze des fliegenden Personals sowie der lokalen und ins Ausland entsendeten Mitarbeiter der Konzerngesellschaften durch die Konzern-Arbeitssicherheit Für besorgte Passagiere und Flugbesatzungen hat Lufthansa auf Empfehlung des Hessischen Umweltministeriums am Flughafen Frankfurt die Möglichkeit geschaffen, sich freiwillig auf eine etwaige Strahlenbelastung untersuchen zu lassen. 	<ul style="list-style-type: none"> Umfassender Ausbau des Schwerpunktthemas Gesundheitsmanagement für alle Mitarbeitergruppen – konzernweit und nach Gesellschaften differenziert Intensivierung des Austauschs mit den Verbund-Airlines zum Thema Arbeitsschutz Erweiterung der Web-based-Training-Angebote zum Arbeits- und Gesundheitsschutz
Demografischer Wandel	<ul style="list-style-type: none"> Erweiterung des Steuerungskreises und Einbindung der Verbund-Airlines Fokus auf Leistungsveränderung 	<ul style="list-style-type: none"> Modernisierung der Betriebsrentensysteme
Diversity	<ul style="list-style-type: none"> Mit dem Fokusthema „Frauen“ widmete sich die LHSB im Jahr 2011 der Weiterentwicklung von Chancengleichheit im Konzern. Besonderes Seminarangebot zum Thema Diversity Die Lufthansa Group hat sich zum Ziel gesetzt, den Frauenanteil im höheren Management bis 2020 um mindestens 30 Prozent zu steigern (Zuwachsquote „Plus 30 Prozent“). Informationsstände für Flugbegleiter zum Thema interkulturelle Kompetenz Weitere Fakten finden Sie auf Seite 49 ff. 	<ul style="list-style-type: none"> Start des konzernweiten Projekts „Führungskräfte Landschaft 2020“. Ziel ist es, in der gesamten Lufthansa Group mehr Flexibilität und Vielfalt auf allen Managementebenen und unter den Nachwuchsführungskräften zu realisieren (siehe Seite 46 ff.). Fortführung des Seminarangebots zum Thema Diversity Ausbau von Krippenplätzen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie Gezielte Förderung der interkulturellen Kompetenz, u. a. durch einen Tag der Kulturen 1. Lufthansa Inklusionstag für Mitarbeiter mit und ohne Behinderung im März 2012 Das Jahresthema 2012 der LHSB lautet „Grenzen überwinden“ (siehe auch Weiterbildung/Employability).
Dialog mit Mitarbeitern	<ul style="list-style-type: none"> Die Lufthansa Group veranstaltet regelmäßige Dialogveranstaltungen, um konzernweit mehr über die Erwartungen, Wünsche und Bedürfnisse speziell des Kabinen- und Bodenpersonals zu erfahren, etwa durch dezentrale Town Meetings und themenbezogene Mitarbeiterveranstaltungen. Als wichtiges Stimmungsbarometer dient zudem die wiederkehrende Mitarbeiterbefragung „EFM“ (Employee Feedback Management). 	<ul style="list-style-type: none"> Weiterführung der Mitarbeiter-Dialoge Ab 2012 findet die Mitarbeiterbefragung „Employee Feedback Management“ jährlich statt.
Dialog mit Sozialpartnern	<ul style="list-style-type: none"> Der Lufthansa Konzern hat wettbewerbsinduzierte Verteilungskonflikte durch konstruktive Schlichtungsdialoge erfolgreich und ausbalanciert gelöst. Lufthansa hat die Wahlen zu den Mitarbeitervertretungen des fliegenden Personals begleitet und einen reibungslosen Ablauf sichergestellt; zudem Förderung von Arbeitsfähigkeit und Qualifikation der neuen Arbeitnehmervertreter. Einstieg in den Dialog zu betrieblichen Veränderungsnotwendigkeiten, insbesondere mit Blick auf zu erwartende strukturelle Umbrüche in der Branche 	<ul style="list-style-type: none"> Lufthansa beabsichtigt, wettbewerbsinduzierte Verteilungskonflikte auch künftig durch intensiven Dialog und konstruktive Lösungsansätze zu entschärfen. Fortführung des sozialpartnerschaftlichen Dialogs zu betrieblichen Veränderungsnotwendigkeiten

Klima- und Umweltverantwortung



- Kerosin und Emissionen
- Biokraftstoff
- Fuel Efficiency
- Air Traffic Management
- Emissionshandel
- Umweltmanagement
- Lärmemissionen
- Forschungsprojekte

Kerosin und Emissionen

Spezifischer Kerosinverbrauch: Lufthansa Group mit neuem Effizienzrekord

Der spezifische Kerosinverbrauch der Lufthansa Konzernflotte sinkt immer weiter: Nachdem er im Jahr 2010 mit 4,20 Litern pro 100 Passagierkilometer bereits den niedrigsten Stand in der Unternehmensgeschichte erreicht hatte, ist er 2011 noch einmal um 0,4 Prozent auf nunmehr 4,18 Liter pro 100 Passagierkilometer zurückgegangen. Damit einher verkleinerte sich der spezifische CO₂-Ausstoß ebenfalls um 0,4 Prozent auf 10,53 Kilogramm pro 100 Passagierkilometer.

Grund für die erneute Verringerung von spezifischem Kerosinverbrauch und Emissionsausstoß sind die kontinuierlichen und intensiven Bemühungen, die Treibstoffeffizienz im gesamten Konzern zu verbessern (siehe „Fuel Efficiency im Lufthansa Konzern – Kosten sparen und die Umwelt schonen“, Seite 70 ff.). Dieser positive Effekt ist umso bemerkenswerter, da sich zugleich die konzernweite Sitzplatzauslastung 2011 um 2,0 Prozentpunkte auf 77,6 Prozent verminderte. Unter den Konzerngesellschaften konnten SWISS und Austrian Airlines ihren spezifischen Kerosinverbrauch noch einmal leicht auf 3,72 Liter beziehungsweise 4,18 Liter pro 100 Passagierkilometer senken.

Absolut gesehen stieg der Kerosinverbrauch sämtlicher regulärer Flüge im Konzern, also aller Linien- und Charterflüge, im Jahr 2011 um 6,7 Prozent auf 9,024 Millionen Tonnen. Zugleich erhöhte sich die Zahl der Passagierkilometer um 8,3 Prozent, was die verbesserte Kraftstoffeffizienz noch einmal deutlich macht. Diese Entwicklung führte dazu, dass der Konzern Transportleistung und Treibstoffverbrauch in der Passagierbeförderung weiter erfolgreich voneinander entkoppeln konnte: So wuchs die Transportleistung der Lufthansa Group seit 1991 um 328 Prozent, während der Kerosinverbrauch und die CO₂-Emissionen um 188 Prozent zulegten (siehe Grafik Seite 65).

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 im Lufthansa Konzern 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. Dies betrifft nur Langstreckenflüge. Im Berichtsjahr kam es in 15 Fällen zu Fuel Dumps (siehe Grafik Seite 65).

Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung 2011

Durchschnittlicher spezifischer Treibstoffverbrauch in l/100 pkm (Kreismitte) sowie die Anteile der verschiedenen Verkehrsgebiete (Kreissegmente) am gesamten Passagiertreibstoffverbrauch der aktiven Flotte 2011

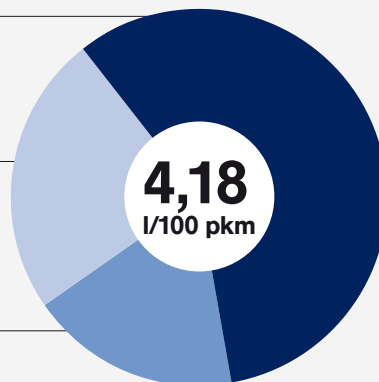
Definition der Verkehrsgebiete:
Langstrecke über 3.000 km
Mittelstrecke 800 bis 3.000 km
Kurzstrecke unter 800 km

Konzernflotte

Langstrecke (56%)
3,64 l/100 pkm

Mittelstrecke (26%)
4,52 l/100 pkm

Kurzstrecke (16%)
7,30 l/100 pkm

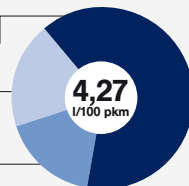


Lufthansa Passage

Langstrecke (64%)
3,80 l/100 pkm

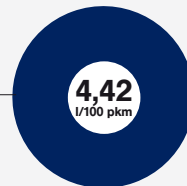
Mittelstrecke (19%)
4,55 l/100 pkm

Kurzstrecke (17%)
7,21 l/100 pkm



Germanwings

Mittelstrecke (100%)
4,42 l/100 pkm

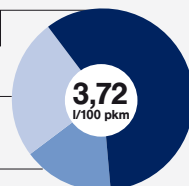


SWISS

Langstrecke (59%)
3,15 l/100 pkm

Mittelstrecke (25%)
4,21 l/100 pkm

Kurzstrecke (16%)
7,56 l/100 pkm

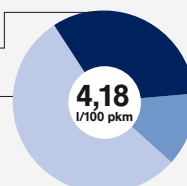


Austrian Airlines

Langstrecke (33%)
3,02 l/100 pkm

Mittelstrecke (54%)
4,78 l/100 pkm

Kurzstrecke (13%)
7,69 l/100 pkm



Spezifische CO₂-Emissionen Passagierbeförderung

Aktive Flotte im Jahr 2011; Angaben in kg/100 pkm

	Konzernflotte	Lufthansa Passage	Germanwings	SWISS	Austrian Airlines
Langstrecke	9,17	9,58	–	7,93	7,60
Mittelstrecke	11,39	11,46	11,14	10,60	12,04
Kurzstrecke	18,39	18,18	–	19,05	19,38
Gesamtdurchschnitt	10,53	10,77		9,39	10,54

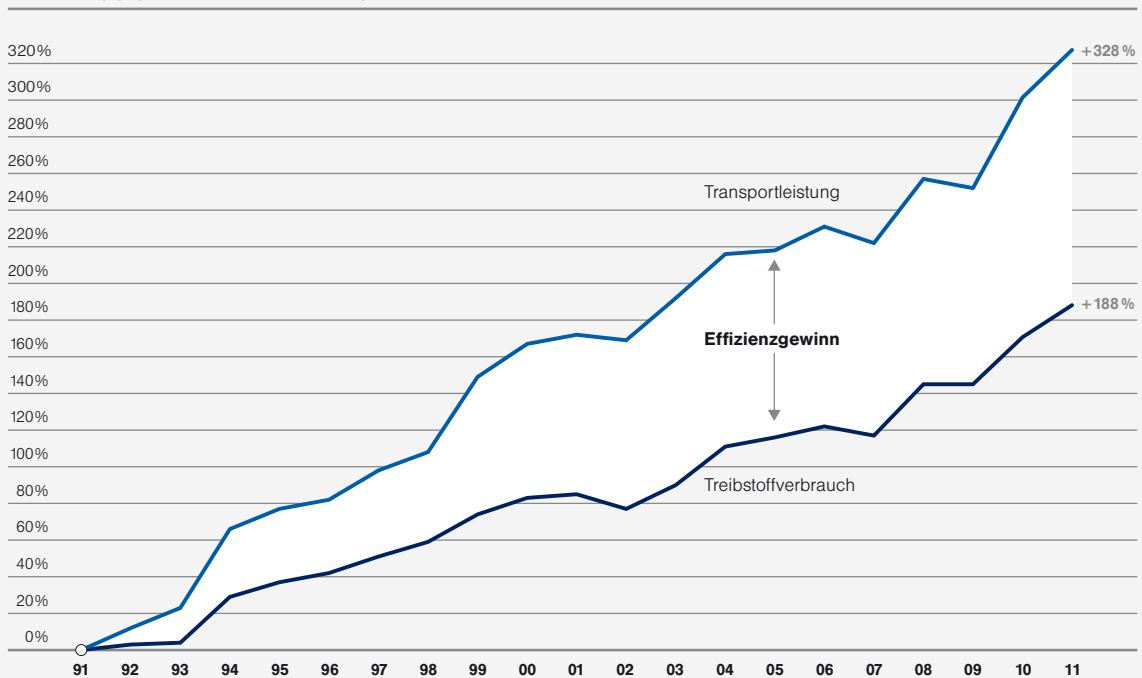




Mit der Boeing 747-8 Intercontinental wird Lufthansa weitere Erfolge in puncto Treibstoffeffizienz erzielen. Das Großraumflugzeug ist 15 Prozent treibstoffeffizienter als die Vorgängerversion Boeing 747-400.

Entkopplung von Transportleistung und Treibstoffverbrauch

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



Fuel Dumps 2011

		Veränderung gegenüber 2010
Ereignisse, gesamt	15	-7
davon medizinische Gründe	5	-1
technische Gründe	9	-7
andere Gründe	1	+1
Menge, gesamt	527 Tonnen	-12,9%

Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung

Angaben in Liter/100 Passagierkilometer

	2011	2010	Veränderung in %
Konzernflotte	4,18	4,20	-0,4
Lufthansa Passage	4,27	4,25	+0,5
Germanwings	4,42	--	--
SWISS	3,72	3,73	-0,1
Austrian Airlines	4,18	4,21	-0,6

Treibstoffverbrauch¹

2011 (Angaben in Tonnen)

	Passagiere	Fracht	Gesamt	Anteil
Reguläre Flüge^{2,3}				
Lufthansa	4.951.029	1.797.786	6.748.815	(73,3%)
Germanwings	237.486	865	238.351	(2,6%)
SWISS	990.674	350.565	1.341.239	(14,6%)
Austrian Airlines	598.287	96.979	695.266	(7,5%)
			9.023.671	(98,0%)
Dritte ⁴	157.067	18.211	175.278	(1,9%)
Sonstige Flüge⁵			11.681	(0,1%)
Alle Flüge			9.210.630	(100,0%)

Emissionen^{3,6}

2011 (Angaben in Tonnen)

	Passagiere	± Vj.	Fracht	± Vj.	Gesamt	± Vj.
CO₂	21.349.054	(+7,8%)	7.075.514	(+3,4%)	28.424.568	(+6,7%)
NO_x	100.103	(+9,7%)	33.800	(+2,8%)	133.903	(+7,9%)
CO	16.660	(+6,1%)	3.492	(+3,7%)	20.152	(+5,7%)
UHC	1.766	(+8,4%)	487	(+3,2%)	2.253	(+7,3%)

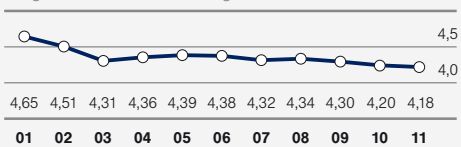
Anteile Dritter⁴

2011

Flüge	3,7%
Passagiere	3,0%
Erbrachte Tonnenkilometer, TKT⁷	1,3%
Treibstoffverbrauch	1,9%
Kohlendioxidemissionen	1,9%

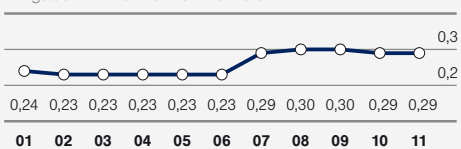
Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung

Angaben in Liter/100 Passagierkilometer



Spezifischer Treibstoffverbrauch Frachttransport⁸

Angaben in Liter/Tonnenkilometer



1 Tatsächlicher Treibstoffverbrauch in Tonnen aus dem Flugbetrieb auf Basis aller Flugereignisse unter der jeweils operativen Flugnummer. Erfasst sind die Verbräuche von Gate zu Gate, d.h. inklusive des Rollens am Boden sowie der Warteschleifen und Umwege in der Luft.

2 Linienflüge, Charterflüge.

3 Für das Berichtsjahr 2011 sind in Balance folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa Passage (inkl. Lufthansa Italia und Lufthansa Regional: Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Lufthansa Cargo, SWISS (inkl. Edelweiss Air), Austrian Airlines und Germanwings. Exklusive der Dienste von Dritten, da Lufthansa weder auf deren Performance noch auf das von ihnen eingesetzte Fluggerät Einfluss hat (siehe Tabelle „Anteile Dritter“).

4 Beinhaltet Flüge mit nicht zum Konzern gehörenden Fluggesellschaften, die kurzfristig Dienste im Auftrag von Lufthansa übernehmen, zum Beispiel bei Kapazitätsengpässen.

5 Ferryflüge, Spezialflüge, Trainingsflüge, Testflüge, Flugabbruch.

6 Absolute Emissionen in Tonnen aus dem Flugbetrieb (alle Linien- und Charterflüge). Erfasst sind die Emissionen von Gate zu Gate, d.h. inklusive des Rollens am Boden sowie der Warteschleifen und Umwege in der Luft. (siehe „Über diesen Bericht – Berechnungsmethodik“, Seite 5).

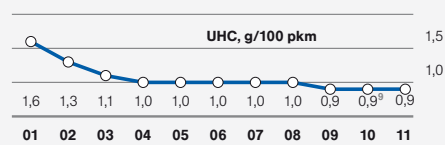
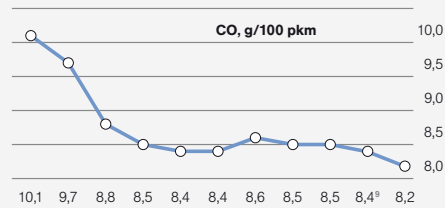
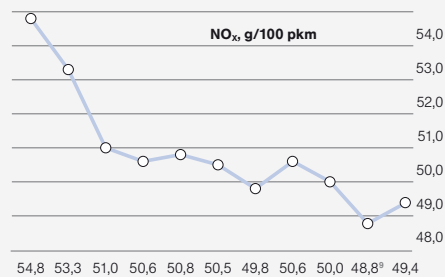
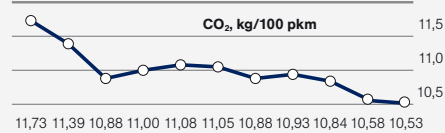
7 Ohne Road Feeder Service und ercharterte Teilkapazitäten der Lufthansa Cargo, da für diese Leistungen keine Treibstoffverbräuche und Emissionen vorliegen.

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

9 Wert aufgrund eines Berechnungsfehlers korrigiert.

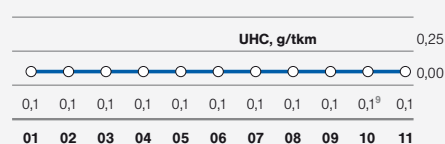
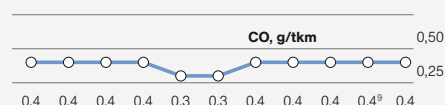
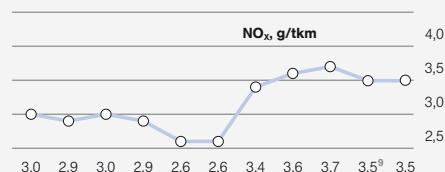
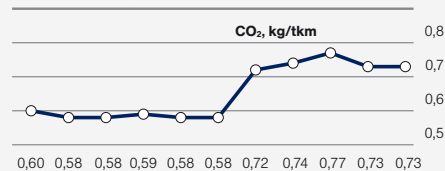
Spezifische Emissionen Passagierbeförderung

Angaben in Kilogramm, Gramm/100 Passagierkilometer



Spezifische Emissionen Frachttransport⁸

Angaben in Kilogramm, Gramm/Tonnenkilometer



Biokraftstoff in der Langzeiterprobung – auf dem Weg zum Luftverkehr der Zukunft

Lufthansa hat den knapp sechsmonatigen Einsatz von Biokerosin im regulären Flugbetrieb mit Erfolg abgeschlossen und vom 15. Juli bis 27. Dezember 2011 exakt 1.187 Biofuel-Flüge zwischen Hamburg und Frankfurt absolviert. Dem langfristigen Praxistest folgt nun eine zweijährige Forschungsphase, um die gewonnenen Daten optimal auszuwerten und daraus neue Erkenntnisse zu gewinnen.



Was auf den ersten Blick eher unspektakulär erscheinen mag, ist in Wirklichkeit ein großer Schritt in Richtung Luftverkehr der Zukunft. Denn die voranschreitende Globalisierung und eine wachsende Weltbevölkerung führen zu einem erhöhten Bedarf an Mobilität. Ein Bedarf, der sich auf Dauer nicht umweltverträglich decken lässt, wenn dafür weiterhin nur die endlichen Ressourcen der fossilen Brennstoffe zur Verfügung stehen. Die Suche nach umweltverträglichen Alternativen ist daher eine der großen Herausforderungen unserer Zeit. Nach Ansicht von Experten bieten Biotreibstoffe ein erhebliches Potenzial, insbesondere im Luftverkehr. Denn bei der Verbrennung von Biokraftstoff und herkömmlichem Kerosin werden zwar identische CO₂-Mengen verbrannt. Der wesentliche Vorteil liegt aber im CO₂-Kreislauf: Pflanzen entziehen durch Photosynthese der Atmosphäre CO₂, das bei der Verbrennung freigesetzt wird. Gegenüber fossilen Kraftstoffen beträgt die Einsparung circa 50 Prozent. Der Einsatz von Biokraftstoff ist ein Element in der etablierten Vier-Säulen-Strategie des Luftverkehrs, um die Netto-CO₂-Emissionen bis 2050 um 50 Prozent gegenüber 2005 zu reduzieren.

Die Lufthansa Group geht diese Aufgabe aktiv an und hat unter dem Projektnamen burnFAIR knapp sechs Monate lang Biokraftstoff im regulären Flugbetrieb erprobt. Ein wichtiges Forschungsprojekt, denn bislang konnten über den

Einsatz von alternativen Kraftstoffen in der Luftfahrt nur wenige aussagekräftige Daten gewonnen werden.

Täglich acht Flüge zwischen Hamburg und Frankfurt

Mit der Langzeiterprobung hat Lufthansa Pionierarbeit geleistet: Ein Airbus A321 absolvierte vom 15. Juli bis 27. Dezember 2011 täglich acht Flüge zwischen Hamburg und Frankfurt. Eines der beiden Triebwerke des Flugzeugs wurde zu 50 Prozent – die maximal erlaubte Beimischung – mit biosynthetischem Kerosin betrieben, das vom finnischen Mineralölunternehmen Neste Oil hergestellt wurde. Das andere Triebwerk arbeitete mit herkömmlichem Kerosin, sodass ein Vergleich möglich war. Basis für den Treibstoff bildeten die Energiepflanzen Camelina mit 80 Prozent und Jatropha mit 15 Prozent sowie fünf Prozent tierische Fette. Betankt wurde das Flugzeug ausschließlich in Hamburg, da dort die logistischen Voraussetzungen gegeben waren, unter anderem ein geeigneter Hochtank im Hafen und zwei autarke Tanklager am Flughafen. Auf ihren 1.187 Flügen hat die A321 insgesamt 1.557 Tonnen Biokerosin-Gemisch verbraucht und ersten Berechnungen zufolge rund 1.500 Tonnen CO₂ weniger emittiert. Den genauen Einsparerfolg werden die wissenschaftlichen Untersuchungen ermitteln, die sich an den Langzeittest anschließen.



Betankung des Lufthansa Airbus A321 (D-AIDG) mit Biokerosin-Gemisch



Clean Tech Media Award: Sir Bob Geldof überreicht den Sonderpreis an Lufthansa (von l.n.r. Joachim Buse, VP Aviation Biofuel der Deutschen Lufthansa AG, Dr.-Ing. Joachim Szodruch, ehem. DLR-Luftfahrtvorstand, Sir Bob Geldof, August Wilhelm Henningsen, Vorstandsvorsitzender der Lufthansa Technik AG).

Als Abschluss des Praxiseinsatzes erfolgte am 12. Januar 2012 der erste Transatlantik-Linienflug in die USA mit biosynthetischem Treibstoff. Dabei flog eine mit rund 40 Tonnen Biokerosin-Gemisch betankte Lufthansa Boeing 747-400 von Frankfurt nach Washington, D.C. Allein mit diesem Flug wurden schätzungsweise 38 Tonnen CO₂ eingespart, was dem CO₂-Ausstoß von sechs Linienflügen zwischen Frankfurt und Berlin entspricht. Für ihr Projekt burnFAIR erhielt Lufthansa im September 2011 einen Sonderpreis im Rahmen der Verleihung des Clean Tech Media Awards.

Hauptziel der Langzeiterprobung war es, Erfahrungen im Umgang mit Biokerosin zu sammeln und langfristige Messdaten zu erheben. Zugleich lassen sich nun die Auswirkungen von Biokraftstoffen auf die Umwelt sowie auf die Wartung und Lebensdauer der Triebwerke untersuchen. „Unser Projekt burnFAIR verlief reibungslos und zu unserer vollen Zufriedenheit. Der Biokraftstoff hat sich, wie von uns erwartet, als alltagstauglich erwiesen“, sagt Joachim Buse, Vice President Aviation Biofuel der Deutschen Lufthansa AG.



„Für uns Piloten hatte der Einsatz von Biokraftstoff keinen Einfluss auf die sichere Flugdurchführung. Im Gegenteil: Wir haben während des Fluges Sprit eingespart. Es war eine tolle Erfahrung, bei diesem Pionierprojekt dabei gewesen zu sein, und ich hoffe, dass wir schon bald regelmäßig mit Biokraftstoff fliegen können.“

Daniel Riefer
1. Offizier B 747 und Projektmanager Aviation Biofuel
Deutsche Lufthansa AG



„burnFAIR hat gezeigt: Mit Biokerosin können wir genauso zuverlässig fliegen wie mit konventionellem Kerosin und dabei unsere Emissionen deutlich reduzieren. Jetzt bleibt die Herausforderung, die benötigte Biomasse in ausreichender Menge und entsprechend unserer hohen Nachhaltigkeitskriterien zu beschaffen, damit wir die ambitionierten IATA-Ziele zur CO₂-Reduktion erreichen.“

Jan-Erik Kruse
1. Offizier A320 und Projektmanager Aviation Biofuel
Deutsche Lufthansa AG

Positive Untersuchungsergebnisse

Bereits im Verlauf der gesamten Erprobungsphase haben Besatzung und Lufthansa Technik das Verhalten der Triebwerke und des Flugzeuges beobachtet – und keinerlei Auffälligkeiten festgestellt. Darüber hinaus untersuchten Forscher des DLR-Instituts für Verbrennungstechnik die Emissionen im Abgas der Triebwerke. Dazu positionierten sie eine Sonde hinter beiden Triebwerken des Lufthansa Airbus A321 (D-AIDG) und führten die Abgase über einen Schlauch zu den Analysegeräten. Das Ergebnis: In den Abgasen beider Triebwerke haben die DLR-Experten ähnliche Stickoxid- und Kohlenmonoxid-Werte gemessen.

Nach Abschluss der Testflüge stand eine erste Analyse der Flugzeugkomponenten an. Dabei verlief die detaillierte Untersuchung beider Tanks auf Ablagerungen und Veränderungen der Abdichtungen positiv: Fachleute kontrollierten Tankstruktur, Treibstoffleitungen, Anschlüsse und sonstige im Tank befindliche Elemente auf Schäden und Korrosion und überprüften die Dichtungen auf Verschleiß. In den untersuchten Bereichen stellten die Experten keine Ablagerungen fest. Der gesamte Tank war in sehr gutem Zustand ohne negative Befunde. Gleiches galt für die Treibstoff führenden Teile zwischen Tank und Triebwerk. Die Geräte zeigten ein normales Verhalten hinsichtlich Funktion und Dichtigkeit.



Und auch die mit dem alternativen Kraftstoff versorgte Turbine wies gegenüber dem konventionell betriebenen Pendant keinerlei Besonderheiten auf. Ihre Kraftstoff-Durchflussrate lag etwa ein Prozent unter der des Triebwerks, das mit „normalem“ Kraftstoff angetrieben wurde. Somit hat die mit Biokerosin gespeiste Turbine insgesamt weniger Kraftstoff verbraucht, was darauf zurückzuführen ist, dass die Energiedichte des biosynthetischen Kraftstoffs im Vergleich zum konventionellen Kerosin im Durchschnitt etwa ein Prozent höher war. In der Gesamtheit blieb die Energieeffizienz der Triebwerke somit unverändert.

Ein weiterer wichtiger Aspekt war die Treibstoffqualität während der Lagerung im Hochtank in Hamburg. Auch diese Analyse bestätigte, dass sich die Eigenschaften des Kraftstoffs im Laufe der Zeit nicht verändert hatten. Insbesondere kam es weder zu einer Entmischung von Biokerosin-Reinstoff und konventionellem Kerosin noch zu einem signifikanten Mikrobenbefall. „Das Produkt war ‚lagerstabil‘, und es gab keine Qualitätseinbußen“, betont Dr. Alexander Zschocke, Senior Manager Aviation Biofuel der Deutschen Lufthansa AG.

Umfangreiche Kommunikation

Lufthansa hat ihre Stakeholder und die Öffentlichkeit umfassend über die Ziele und den Verlauf der Langzeiterprobung informiert, beispielsweise mit einem Kundenflyer, Videos, in Fachvorträgen für Besuchergruppen sowie auf zahlreichen Messen und Dialogveranstaltungen. Tiefer gehende Einblicke in die Thematik und den Praxistest vermittelt zudem die eigens zum Thema Biokraftstoff eingerichtete Internetseite. Zur Information der Mitarbeiter hat der Konzern einen speziellen Bereich auf der internen Plattform eTeaming eingerichtet.

Darüber hinaus erfolgte nach Abschluss der Erprobungsphase auch eine Online-Befragung unter Lufthansa Miles & More Kunden. Der Fokus der Umfrage lag auf Fragen zu Kenntnisstand, Einstellung und Bewertung zum Thema Biokerosin. Die Mehrheit der 532 Interview-Teilnehmer bewertete das Lufthansa Engagement im Bereich alternativer Kraftstoffe positiv, allerdings sah nur jeder Dritte darin eine wirksame Maßnahme zum Klimaschutz. Einzelne Äußerungen ließen darüber hinaus erkennen, dass die potenzielle Verwendung von Nahrungsmitteln für solche Kraftstoffe abgelehnt wird. Genau das ist auch eine Grundvoraussetzung, die Lufthansa seit jeher an Biokerosin stellt: keine Konkurrenz zur Lebensmittelproduktion. Des Weiteren muss der Kraftstoff



Fakten zur Erprobung auf einen Blick

- Zeitraum: 15. Juli bis 27. Dezember 2011
- Flugzeugtyp: Airbus A321
- täglich acht Flüge zwischen Frankfurt und Hamburg
- Biokraftstoffanteil: 50 Prozent auf einem Triebwerk
- 1.187 Linienflüge mit Biokerosin
- Verbrauchtes Biokerosingemisch: 1557 Tonnen

nachhaltig hergestellt und zertifiziert sein, einen Umweltnutzen stiften sowie in ausreichender Menge und zu angemessenen Preisen erhältlich sein. In den nächsten Jahren liegt der Fokus daher auf Eignung, Verfügbarkeit, Nachhaltigkeit und Zertifizierung der Rohstoffe. Dieser Markt muss aber erst erschlossen werden.

Weitere Engagements der Lufthansa Group

Führende deutsche Forschungseinrichtungen, Lufthansa und weitere Unternehmen aus der Luftfahrtbranche sowie Bioenergie-Produzenten haben am 8. Juni 2011 in Berlin die Initiative Aviation Initiative for Renewable Energy in Germany – aireg e.V. gegründet. Ihr Ziel ist es, die Entwicklung und Einführung regenerativer Kraftstoffe für den Luftverkehr in Deutschland zu unterstützen sowie Informationen über die Nachfrage, Herkunft, Bereitstellung und Nutzung dieser regenerativen Kraftstoffe bereitzustellen. Mit ihrem Engagement wollen die Mitglieder eine fundierte Grundlage für politische Entscheidungen bei der Einführung klimafreundlicher Flugkraftstoffe schaffen.

Neben aireg ist die Lufthansa Group in folgenden Initiativen aktiv:

- Sustainable Aviation Fuel Users Group (SAFUG)
- Roundtable on Sustainable Biofuels (RSB)
- European Algae Biomass Association (EABA)

Außerdem kooperiert die Deutsche Lufthansa AG mit der Leuphana Universität Lüneburg und der INOCAS GmbH. Ziel der Zusammenarbeit ist es, Forschungsergebnisse der Universität für anwendungsorientierte Konzepte zur nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Produktion von Rohstoffen für Biokerosin zu nutzen.

Weiterführende Informationen finden sich unter www.puresky.de

Fuel Efficiency im Lufthansa Konzern – Kosten sparen und die Umwelt schonen

Den Treibstoff im Flugbetrieb so effizient wie möglich einzusetzen, gehört zu den wichtigsten Bestrebungen der Lufthansa Group. Die Aktivitäten auf diesem Gebiet verbinden ökologische und ökonomische Notwendigkeiten: Je stärker das Luftfahrtunternehmen den Kerosinverbrauch reduziert, desto größer sind die positiven Umweltauswirkungen und Kosteneinsparungen.

Die Luftfahrtindustrie hat sich in Sachen Klimaschutz viel vorgenommen und ehrgeizige Ziele definiert. Sie plant, die Treibstoffeffizienz bis zum Jahr 2020 um jährlich 1,5 Prozent zu verbessern und so den Anstieg des CO₂-Ausstoßes entsprechend zu bremsen. Ab 2020 soll dann ein CO₂-neutrales Wachstum erreicht werden. Langfristig sollen die Netto-CO₂-Emissionen des Luftverkehrs bis 2050 im Vergleich zum Jahr 2005 um die Hälfte gesenkt werden. Basis für die Realisierung des klimaneutralen Wachstums ab 2020 ist die etablierte Vier-Säulen-Strategie der Branche, die unterschiedlichste umweltrelevante Maßnahmen verbindet (siehe Grafik Seite 71). Ihre Bandbreite reicht vom technischen Fortschritt über eine verbesserte Infrastruktur und operative Maßnahmen bis hin zu ökonomischen Instrumenten.

Projekt „Fuel Efficiency“ – Fortschritte und Aktivitäten 2011

Lufthansa Passage hat im Oktober 2009 das Projekt „Fuel Efficiency“ ins Leben gerufen, das dazu dient, den Kerosinverbrauch im Flugbetrieb und damit auch die anfallenden Kosten in Zeiten kontinuierlich steigender Treibstoffpreise nachhaltig zu senken. „Treibstoffeffizienz ist ein ganz wesentlicher Bestandteil unserer Strategie“, betont Jürgen Starck, bis Ende März 2012 Projektleiter Fuel Efficiency der Deutschen Lufthansa AG. Die Kennzahl „spezifischer Treibstoffverbrauch“ wurde mittlerweile als erste nicht-monetäre Größe in die operative Konzernplanung aufgenommen, was die Bedeutung des Themas Treibstoffeffizienz unterstreicht.

Lufthansa Passage

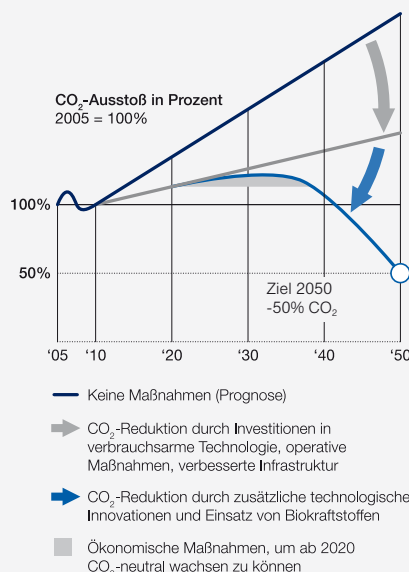
Lufthansa Passage konzentrierte sich im Jahr 2011 vor allem darauf, das Gewicht ihrer Flugzeuge weiter zu reduzieren, Flugsicherungsmaßnahmen in Kooperation mit der Deutschen Flugsicherung und Eurocontrol voranzubringen sowie Verfahren im Flugbetrieb zu optimieren. Aber auch technische Maßnahmen und Anpassungen im Bereich Netz/Boden führten zu Treibstoffeinsparungen.

Reduktion des Flugzeuggewichts

So setzt Lufthansa Passage in Zusammenarbeit mit Lufthansa Cargo nach umfangreichen Testläufen künftig Lightweight-Container ein, die im Vergleich zu den Vorgängermodellen pro Stück um 14 Kilogramm leichter sind (vgl. Abschnitt zu Lufthansa Cargo in diesem Text). Weitere 230 Kilogramm Gewicht lassen sich bei Airbus A340-300 durch den Ausbau von zusätzlichen Tanks einsparen, die bei den durch Lufthansa geflogenen Streckenlängen nicht benötigt werden. Zugleich verringert das Entfernen des nicht mehr verwendeten Schleppbeschlags am Bugfahrwerk der A340-300 das Flugzeuggewicht noch einmal. Ein Kilogramm weniger Gewicht auf allen Flugzeugen der Lufthansa Passage spart aktuellen Berechnungen zufolge pro Jahr 30 Tonnen Kerosin ein.

Im Gleichschritt Emissionen senken

Die UN-Luftfahrtorganisation ICAO und der Weltairlineverband IATA bekennen sich zu ehrgeizigen CO₂-Reduktionszielen.



Vier Säulen für den Klimaschutz

1. Technischer Fortschritt

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

Netz / Boden

Am Boden versucht Lufthansa stets, lange Rollzeiten in Phasen hohen Verkehrsaufkommens zu vermeiden. So hat das Unternehmen beispielsweise in Abstimmung mit dem Netzmanagement den Flug Philadelphia – Frankfurt um 45 Minuten vorverlegt, um das „Taxiing“ zu verkürzen. Der Lohn: 18 Minuten weniger Triebwerkslaufzeit am Boden.

Flugbetrieb / Air Traffic Management

In der Golfregion können Lufthansa Piloten auf den Strecken Riad – Doha und Riad – Maskat auf Anfrage eine neue und bis zu 15 Minuten kürzere Route fliegen und auf diese Weise pro Flug bis zu zwei Tonnen Treibstoff sparen. Zwischen Hamburg und München ermöglicht die Aufhebung einer Höhenbeschränkung der Deutschen Flugsicherung (DFS), Flüge in größerer Höhe durchzuführen und damit Treibstoff einzusparen. Lufthansa CityLine indes hat ihre Flugrouten in enger Kooperation mit der DFS ebenfalls optimiert und bezieht nun „partly restricted areas“ in die Flugplanung mit ein.

Technische Optimierungen

Auf der technischen Ebene führen beispielsweise kleine, aber wirkungsvolle Änderungen an den Landeklappen der Boeing 737 zu einer verbesserten Aerodynamik. Im Steig- und Reiseflug kann so Treibstoff eingespart werden. Lufthansa hat zwei Flugzeuge testweise umgerüstet, um Referenzzahlen zu gewinnen.

„Fuel Reporter“ sorgt für Überblick

Darüber hinaus hat Lufthansa den „Fuel Reporter“ entwickelt, eine Software, die die Einflüsse auf den Treibstoffverbrauch untersucht und automatisch relevante Kennzahlen und Berichte generiert. Damit wird ein langfristiger Standard bei Daten, Formeln und Reports gesetzt. Das Programm nutzt Flugbetriebsdaten, die früher manuell zusammengestellt werden mussten. Dies spart Zeit und ermöglicht detailliertere und häufigere Analysen. Die Applikation erlaubt, wichtige Daten auf einen Blick zu erfassen.

Ein weiterer Vorteil des Fuel Reporters besteht darin, dass sich Trendwenden beim Treibstoffverbrauch und bei beeinflussenden Parametern frühzeitig aufdecken lassen – und die Fachleute schneller reagieren können. Zusätzlich dazu können sie auch die Effekte neuer Sparmaßnahmen besser überprüfen. Bislang arbeiten Lufthansa Passage und die Regionalgesellschaften mit dem Fuel Reporter. Weitere Konzernairlines planen die Einführung der Software.



Zu den zahlreichen Maßnahmen im Bereich Fuel Efficiency gehört auch die Flugroutenoptimierung.

SWISS

SWISS operiert bereits mit einer der sparsamsten Flotten der Branche. Unabhängig davon gelingt es den Fachleuten der Lufthansa Konzerngesellschaft immer wieder, weiteres Kerosin-Einsparpotenzial zu ermitteln und auszuschöpfen. Beispielsweise werden die Piloten dazu ermutigt, wann immer die Situation es erlaubt, nach der Landung mit nur einem laufenden Triebwerk von der Landebahn zu rollen. Dieses „single engine taxiing“ spart pro Jahr geschätzte 1.500 Tonnen CO₂. Zudem erhielten alle Piloten der Fluggesellschaft die Broschüre „Best Practice in Fuel Management“. Im Rahmen des Single European Sky ATM Research Programme (SESAR) hat SWISS außerdem gemeinsam mit dem Flugsicherungsunternehmen Skyguide und der Flughafen Zürich AG ein neues Anflugverfahren für den Flughafen Zürich entwickelt, um die erste Anflugwelle am frühen Morgen besser steuern zu können: „Greener Wave“. Die Zuweisung von definierten Zeitfenstern hat das früher geltende Prinzip „Wer zuerst kommt, landet zuerst“ abgelöst. Durch die so optimierten Flüge und die verhinderten Holdings lassen sich pro Jahr bis zu 1.800 Tonnen CO₂ einsparen. Ein Video über das neue Anflugverfahren „Greener Wave“ findet sich unter www.swiss.com

SWISS WorldCargo, die Luftfrachtparte von SWISS, wird bis 2015 ihre Aluminium-Container ebenfalls durch eine Lightweight-Version ersetzen. Die damit einhergehende Gewichtsreduktion senkt nicht nur die Kosten, sondern auch den Kraftstoffverbrauch und die Emissionen.

Austrian Airlines

Austrian Airlines haben im Jahr 2011 ebenfalls zahlreiche Maßnahmen ergriffen, um das Gewicht an Bord ihrer Flugzeuge zu mindern. Dazu gehört zum Beispiel der Einbau von neuen, leichteren Sitzen in der A320 und B 737 Flotte. Die Folge: Das Gewicht pro Sitz sinkt um 1,5 bis 5 Kilogramm und der jährliche Treibstoffverbrauch um 1.650 Tonnen Kerosin. Eine weitere Gewichtsreduzierung erreicht die Airline, indem sie die Treibstoffreserven pro Flug auf ein angemessenes Niveau verkleinert. Und auf der Langstrecke fördert eine optimale Beladung der Flugzeuge das Kerosin sparende Fliegen.

Des Weiteren haben Austrian Airlines Winglets auf den Flügelspitzen ihrer Flugzeuge von Typ

Boeing B 767 anbringen lassen. Mit diesem Schritt vermeidet die Fluggesellschaft die Emission von rund 8.800 Tonnen CO₂ pro Jahr.

Lufthansa Systems

Mehr Entertainment, weniger Gewicht

Mit ihrer drahtlosen InFlight Entertainment-Lösung (IFE) BoardConnect setzt Lufthansa Systems neue Maßstäbe. Konzipiert als Intranet im Flugzeug, ersetzt es die teure und gewichtsträchtige Verkabelung jedes einzelnen Sitzes durch ein Funknetz nach dem gängigen WiFi-Standard. Kernbestandteile sind ein Server und mehrere Access Points in der Kabine. Die Passagiere greifen mit ihren eigenen Laptops, Smartphones und Tablet-PCs auf die Inhalte des Servers zu. Eine Alternative sind eingebaute, ebenfalls auf WiFi basierende Bildschirme oder aber mobile Endgeräte, die die Fluggesellschaften für ihre Gäste bereithalten. Der Wegfall vieler Kilometer Kabel und sonstiger Komponenten führt zu einer erheblichen Gewichtersparnis: Bei einem A340-600 mit 380 Sitzen sind dies rund 900 Kilogramm, was einer Treibstoffersparnis von 47 Tonnen pro Flugzeug und Jahr entspricht. Diese Ersparnis wird noch größer, wenn auf bestimmten Teilliften auf den Einbau von Bildschirmen in den Sitzen ganz verzichtet wird. Zudem sparen Fluggesellschaften erhebliche Installations- und Wartungskosten und profitieren gleichzeitig von einem zusätzlichen Erlöspotenzial durch den elektronischen Bordverkauf. Damit ist BoardConnect ein Paradebeispiel der sinnvollen Verknüpfung ökologischer und ökonomischer Interessen.

Elektronischer Pilotenkoffer schont die Umwelt

Weltweit führen mehr und mehr Fluggesellschaften Electronic Flight Bags (EFB) ein. Diese „elektronischen Pilotenkoffer“ ersetzen weitgehend die gedruckten Routenkarten, Briefingunterlagen und technischen Handbücher im Cockpit. Mit dem Lido/FlightBag bietet Lufthansa Systems eine der führenden EFB-Lösungen auf dem Markt an. EFBs haben eine Reihe wichtiger Vorteile: Durch den Verzicht auf die schweren Handbücher sparen die Airlines Gewicht und damit Treibstoff im täglichen Flugbetrieb. Sie sind jederzeit aktuell, da sie vor dem Start immer mit den neuesten Daten gespeist werden. Und vor allem beseitigen sie die Notwendigkeit für den regelmäßigen Druck und die Auslieferung der Papierunterlagen an jedes einzelne Flugzeug in der Flotte. Auf diese Weise reduziert sich der Papierverbrauch deutlich.



Lufthansa Cargo

Lufthansa Cargo hat ihr internes „Fuel Efficiency“-Programm aufgelegt, das 52 Punkte umfasst, um den Kerosinverbrauch der Cargo-Flotte zu reduzieren. Bevor ein Flugzeug abhebt, helfen verschiedenste Maßnahmen am Boden, Treibstoff zu sparen. Dazu zählen beispielsweise die Beladung des Flugzeugs unter Berücksichtigung des optimalen Schwerpunkts sowie regelmäßige Triebwerkswäschen. Aktuelle Wetterdaten und -karten erleichtern zudem das Fuelmanagement und die Planung von optimierten Flugverfahren, variablen Geschwindigkeiten und Flughöhen.

Außerdem hat Lufthansa Cargo im Rahmen eines „Weight Watcher“-Programms die Überwachung des Flugzeuggewichts verschärft. So besitzt die Airline vier MD-11, die seinerzeit von Passagier- in Frachtflugzeuge umgerüstet wurden. Aus diesen Transportern hat das Unternehmen nun die nicht mehr benötigten Telefonanlagen ausgebaut: Allein das Entfernen des 350 Gramm schweren Telefonhörers bringt eine Ersparnis von insgesamt 3,5 Tonnen Kerosin pro Jahr. „Das Beispiel zeigt, wie schnell aus der Größenordnung Gramm angesichts von rund 15.000 bis 16.000 Flügen im Jahr Tonnen werden“, sagt Wolfgang Raebiger, Flugbetriebsleiter bei Lufthansa Cargo.

Wasservorräte reduziert

Darüber hinaus reduzierte Lufthansa Cargo den bislang üppigen Wasservorrat der Bordtoilette um 80 Prozent, wodurch die Triebwerke der Frachterflotte pro Jahr rund 1.300 Tonnen weniger Kerosin verbrennen. Des Weiteren wurden die von den Piloten mitgeführten „Extra-Fuel“-Vorräte im Vergleich zu 2005 deutlich verringert, von damals im Schnitt 2,7 Tonnen pro Flug auf aktuell 1,4 Tonnen. Eine Analyse der Verbrauchsdaten 2009 und 2010 hat gezeigt, dass 97,2 Prozent aller Transportflüge ihr Ziel ohne einen Tropfen Extra-Sprit erreichten. „Die Menge Extra-Fuel jedes Fluges bestimmt letztendlich der Pilot selbst. Dabei genießt das Thema Sicherheit uneingeschränkte Priorität“, betont Raebiger.

Überdies wird Lufthansa Cargo 5.000 bislang verwendete, jeweils 80 Kilogramm schwere Standard-Aluminium-Einheiten bis 2015 durch Lightweight-Container ersetzen, deren Seitenwände unter anderem aus wabenverstärktem Polypropylen bestehen. Die Gewichtersparnis der zum Transport von Reisegepäck und Frachtsendungen verwendeten Lowerdeck-Container beträgt fast 19 Prozent. Umfangreiche Tests zwi-



Der neue Lightweight-Container der Lufthansa Cargo Tochtergesellschaft Jettainer GmbH

schen 2008 und 2011 haben zudem ergeben, dass durch den Einsatz dieser alternativen Materialien weniger Reparaturen benötigt werden. Hochgerechnet auf alle Flugbewegungen ergibt sich nach dem Austausch der Container-Flotte ein Einsparvolumen von etwa 2.180 Tonnen Kerosin und damit rund 6.800 Tonnen CO₂ pro Jahr. Nach dem Austausch wird Lufthansa zusammen mit den anderen Konzerngesellschaften eine der weltweit größten Lightweight-Container-Flotten der Welt betreiben.

Effizientere Triebwerke und aerodynamische Flügel

In der Luft tragen beispielsweise effizientere Triebwerke, aerodynamische Flügel, Nanotechnologie bei der Flugzeuglackierung und neue Verbundwerkstoffe dazu bei, dass die Flugzeuge von Lufthansa Cargo so wenig Kerosin wie möglich benötigen. Zugleich lernen die Piloten des Luftfracht-Dienstleisters Kerosin sparendes Fliegen schon während der Ausbildung, wozu auch das CDA-Verfahren (Continuous Descent Approach) gehört, also der kontinuierliche Sinkflug mit reduzierter Triebwerksleistung. Die Piloten können ferner durch optimierte Klappenstellungen beim Landeanflug und einen sinnvollen Einsatz der Schubumkehr den Kraftstoffverbrauch reduzieren.

Umweltmaßnahmen: effizient auf allen Ebenen

Die Gesellschaften der Lufthansa Group sind bestrebt, die Umweltauswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit kontinuierlich zu reduzieren. Die nachfolgende Infografik verdeutlicht am Beispiel von Lufthansa Cargo, wie vielfältig und komplex die Aktivitäten sein können und welche Einsparungen erzielt werden, um die Umweltbilanz am Boden und in der Luft stetig weiter zu verbessern.

Am Boden



Im Flug

Fuelmanagement

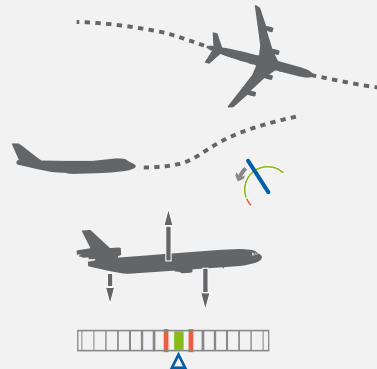
Als Flugrouten können oft aufgrund verschiedener Einschränkungen nicht die kürzestmöglichen Wege geplant werden. Unterwegs können die Piloten jedoch mit den Flugsicherungen Abkürzungen verhandeln und dadurch Kerosin sparen.

Flughöhe/Luftwiderstand

Lufthansa Cargo Piloten optimieren das „vertikale Flugprofil“ laufend in Zusammenarbeit mit der Flugsicherung, um günstige Winde auszunutzen und den Luftwiderstand zu verringern.

Weight and Balance

Am Boden sorgen die Experten von Lufthansa Cargo dafür, dass die Frachter genau so beladen werden, dass sie einen optimalen Schwerpunkt haben und Kerosin sparend fliegen können.



Continuous Descent Approach (CDA)

Das Gleitanflugverfahren beinhaltet einen kontinuierlichen Sinkflug und ermöglicht eine reduzierte Triebwerkleistung, was Kerosinverbrauch und damit CO₂-Ausstoß senkt.

Klappenstellung und Schubumkehr

Durch optimierte Klappenstellung können die Piloten beim Landeanflug Kerosin sparen, zusätzlich reduziert der sinnvolle Einsatz der Schubumkehr den Kraftstoffverbrauch.

Winglets senken den Kerosinverbrauch während des Flugs



Air Traffic Management – der Einheitliche Europäische Luftraum nimmt Gestalt an

Das größte Klimaschutzprojekt in der europäischen Luftfahrt ist die Schaffung eines gemeinsamen Luftraums über Europa. Die Initiative macht den wachsenden Luftverkehr nicht nur umweltfreundlicher, sondern auch sicherer und günstiger. Um den Single European Sky (SES) bis 2020 zu verwirklichen, haben die EU-Kommission und die europäische Flugsicherungsbehörde Eurocontrol das Single European Sky ATM Research Programme (SESAR) aufgelegt.

In seinem Rahmen soll das europäische Flugverkehrsmanagement (Air Traffic Management, ATM) mithilfe neuer Technologien, Prozeduren und Standards vereinheitlicht werden (für weiterführende Informationen vgl. *Balance* 2011, „Air Traffic Management – auf dem Weg zum Einheitlichen Europäischen Luftraum“, S.74 f.). Wichtigstes Organ in der Entwicklungsphase ist das SESAR Joint Undertaking (SJU).

SESAR ist in die drei Abschnitte Definition, Entwicklung und Errichtung gegliedert. In der 2008 abgeschlossenen Definitionsphase haben die Beteiligten einen europäischen ATM-Masterplan erarbeitet. An seiner Aktualisierung, die im Jahr 2012 veröffentlicht wird, hat Lufthansa aktiv mitgewirkt. Die noch bis 2016 laufende und vom SJU verantwortete zweite Phase umfasst sämtliche Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten, um die Implementierung der zuvor im Masterplan definierten Einführungspakete vorzubereiten. Insgesamt sind 21 Arbeitspakete mit derzeit mehr als 300 Einzelprojekten zu bewältigen. Im Jahr 2012 haben die beteiligten Partner außerdem begonnen, der Errichtungsphase (Deployment Phase) den Weg zu ebnen. Lufthansa ist sowohl in der Steuerungs- als auch in der Expertengruppe vertreten, die die ersten Maßnahmen identifizieren und einleiten. Zugleich arbeiten die Fachleute daran, ein dauerhaftes Deployment-Management auszugestalten.

Aktiver Beitrag der Lufthansa Konzerngesellschaften

Aktuell ist Lufthansa an mehr als 50 SESAR-Projekten beteiligt. In Abstimmung mit dem SJU konzentriert sich das Luftfahrtunternehmen vor allem auf die Vorhaben, bei denen es aufgrund seiner Erfahrung und Expertise den größten Nutzen für das SESAR-Programm stiften kann. So bringen Spezialisten von Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines, Brussels Airlines, Germanwings und Lufthansa Cargo sowie Lufthansa Systems ihr Know-how aus unterschiedlichsten Fachgebieten ein – beispielsweise aus der Flugwegeplanung, den Verkehrszentralen für Luft und Boden, von Cockpitcrews, Trainingsabteilungen, aber

auch aus den Bereichen Informationstechnologie und Finanzen. Im Jahr 2011 wurden beispielsweise kontrollierte Ankunftszeiten erprobt, sogenannte Controlled Times of Arrival (CTA): Bei Flügen nach Stockholm nannten die schwedischen Lotsen den Lufthansa Crews eine Zielzeit, die über einem bestimmten Punkt im Anflug zu erreichen ist. Daraufhin errechneten die Airbus-Flugzeuge automatisch den effizientesten Flugweg und flogen dementsprechend. Die in dem Projekt gewonnenen Erkenntnisse fließen in weitere für 2012 und 2013 geplante Simulationen und Erprobungen ein.

SESAR-Demonstrationen und AIRE

Über das SESAR-Forschungsprogramm hinaus fördert das SJU auch solche Erprobungsprojekte, die bereits heute ökologische Verbesserungen ermöglichen. Hierzu gehören unter anderem das Programm AIRE (Atlantic Interoperability Initiative to Reduce Emissions) sowie neue Demonstrationen, bei denen im Rahmen von SESAR erarbeitete Optimierungsvorschläge im aktuellen Betrieb zum Einsatz kommen. Von 2010 bis 2011 hat der Konzern vier Vorhaben („AIRE 2“) erfolgreich abgeschlossen. Eine ausführliche Projektbeschreibung findet sich ebenfalls in *Balance* 2011, „Air Traffic Management – auf dem Weg zum Einheitlichen Europäischen Luftraum“, S.74 f. sowie die Abschlussberichte unter www.sesarju.eu/environment/aire

Lufthansa hat sich 2012 mit drei Initiativen für eine erneute Teilnahme an Testprojekten bis 2014 beworben („AIRE 3“ und „SESAR Solution Demonstrations“), von denen am 29. März 2012 zwei ausgewählt wurden.

Das erste Vorhaben ist „Free Route“, eine Initiative der Deutschen Flugsicherung (DFS) und Eurocontrol zusammen mit Lufthansa. Sie strebt an, Flugwege über Deutschland und den Beneluxstaaten so weit wie möglich zu verkürzen – und dies ganz im Sinne des Single European Sky über nationale Grenzen hinweg. Das zweite Vorhaben umfasst den Test von Zielzeiten für den Einflug in einen bestimmten Luftraum oder den Beginn des Anfluges auf einen Flughafen anstelle



„Im Rahmen des SESAR-Programms werden wir maßgeblich die Entwicklung einer IT-Lösung für die Flugroutenoptimierung übernehmen. Unser Ziel ist es, zukünftige Systeme und Technologien zu definieren und zum Projektende einen entsprechenden Prototyp entwickelt und validiert zu haben.“

Urban Weißhaar
Teamleiter Product Development Lido/Flight
Lufthansa Systems

der bislang üblichen genau festgelegten Abflugzeiten. Vorteil: Der Verkehr lässt sich besser planen und unnötige Warteschleifen entfallen. Diesem Projekt haben sich nicht nur die beiden Konzerngesellschaften SWISS und Lufthansa Passage angeschlossen, sondern auch Air France-KLM, die französische Flugsicherung DSNA, die DFS und die schweizerische Flugsicherung Skyguide. Darüber hinaus plant Airbus, das Projekt technisch zu unterstützen.

Lufthansa Systems setzt sich für den SES ein
Lufthansa Systems arbeitet seit Juni 2011 an der erforderlichen Flugwegplanung für ein zukünftiges Flight and Wing Operations Center im Rahmen des SESAR Arbeitspakets 11 „Flight and

Wing Operations Center / Meteorological Services“ mit. Damit ist die Lufthansa Tochtergesellschaft bei der Forschung und Entwicklung für einen einheitlichen europäischen Luftraum als Innovationstreiber führend dabei. Für das Paket hat der IT-Dienstleister im Konsortium mit Airbus, Honeywell, Sabre und Cassidian den Zuschlag erhalten.

Gemeinsam mit Sabre entwickelt Lufthansa Systems die Systemanforderungen für die Optimierung der vierdimensionalen Flugbahn, bei der sich zu jedem Zeitpunkt die bestmögliche Position in einem einheitlichen Luftraum ermitteln lässt. Die Koordination des Gesamtprojekts liegt bei Airbus, während Cassidian die Anforderungen in Bezug auf die militärische Nutzung des Luftraums zusammenstellt und Honeywell die Belange der Business Aviation koordiniert.

„Im Rahmen des SESAR-Programms werden wir maßgeblich die Entwicklung einer IT-Lösung für die Flugroutenoptimierung übernehmen“, berichtet Urban Weißhaar, Teamleiter Product Development Lido/Flight bei Lufthansa Systems. „Unser Ziel ist es, zukünftige Systeme und Technologien zu definieren und zum Projektende einen entsprechenden Prototyp entwickelt und validiert zu haben.“ Bis dahin wird es zwar noch fünf Jahre dauern, aber es wäre ein Meilenstein auf dem Weg zu einem effizienteren, pünktlicheren und umweltfreundlicheren Luftverkehr in Europa.

Emissionshandel – gemeinsame globale Lösung gesucht

Der Luftverkehr ist seit 1. Januar 2012 in den EU-Emissionshandel mit einbezogen. Seit diesem Zeitpunkt müssen über 4.000 Luftfahrzeugbetreiber aus mehr als 150 Ländern für jede emittierte Tonne Kohlendioxid eine Emissionsberechtigung abgeben. Es gibt nur wenige Ausnahmeregelungen, wonach einige Luftverkehrsunternehmen nicht zur Teilnahme am EU-Emissionshandelssystem (EU ETS) verpflichtet sind.

Vom Emissionshandel betroffen sind grundsätzlich alle Luftfahrzeugbetreiber, die in Europa starten oder landen. Ausgenommen sind neben einigen Flugarten – wie Zoll-, Militär-, Rettungs- und Trainingsflüge – kleine Airlines mit einer geringen Anzahl an Flügen (bis durchschnittlich zwei Flüge pro Tag) oder mit jährlichen Emissionen unter 10.000 Tonnen CO₂. Jeder zur Teilnahme verpflichteten Fluggesellschaft steht eine zuvor von der EU festgelegte begrenzte Freimenge an Emissionsrechten zu. Darüber hinausgehende Emissionen sind

durch den Erwerb zusätzlicher Zertifikate abzudecken.

Basis für die Zuteilung sind die durchschnittlichen Emissionen des Luftverkehrs pro Jahr im Zeitraum 2004 bis 2006. Im Jahr 2012 erhalten die Fluggesellschaften Zertifikate, die 97 Prozent dieses Basiswerts entsprechen, in den Jahren bis 2020 nur noch 95 Prozent. Von dieser Zuteilung sind 85 Prozent kostenlos, die restlichen 15 Prozent werden von den EU-Mitgliedsstaaten versteigert. Wie hoch der Anteil jedes einzel-



nen Luftverkehrsbetreibers an den gesamten, kostenlos zugeteilten Emissionsberechtigungen ist, errechnet sich durch einen Vergleich der jeweiligen europaweiten Transportleistung der einzelnen Luftverkehrsbetreiber im Jahr 2010, dem sogenannten Benchmark-Jahr.

Da der Lufthansa Konzern in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen ist, rechnet das Unternehmen damit, im Jahr 2012 für rund 30 Prozent seiner CO₂-Emissionen entsprechende Zertifikate erwerben zu müssen.

Die EU erhofft sich, dass den Airlines durch den Emissionshandel ein zusätzlicher Anreiz entsteht, Treibstoff sparende Flugzeuge und Techniken einzusetzen und den CO₂-Ausstoß möglichst gering zu halten. Aus Sicht von Lufthansa und der Luftverkehrsbranche ist der Anreiz zum Kerosinsparen allein schon durch den hohen Treibstoffpreis gegeben. Der Treibstoffverbrauch hat im Jahr 2011 mehr als 20 Prozent der betrieblichen Aufwendungen des Lufthansa Konzerns ausgemacht. Ein zusätzlicher wirksamer Klimaschutz, der ohne Verzerrungen des Wettbewerbs vonstatten geht, ist darüber hinaus nur über ein globales Übereinkommen zu erreichen, in welches alle wichtigen Luftverkehrstaaten einbezogen sind. Lufthansa wird auch weiterhin konstruktiv mitarbeiten, um eine weltweit akzeptierte Lösung zu finden. „Bis dahin muss der EU-Emissionshandel aber suspendiert werden, um ein solches Ziel der Weltluftfahrt-Organisation ICAO zeitnah erreichen zu können“, erklärt Thomas Kropp, Leiter Konzernpolitik der Deutschen Lufthansa AG.

Heftiger internationaler Widerstand

Zwar befand der Europäische Gerichtshof (EuGH) das EU-Emissionshandelssystem am 21. Dezember 2011 für rechtmäßig und wies damit eine Klage der US-Airlines und des amerikanischen Airlineverbandes A4A (ehemals ATA) ab. Dennoch hat sich mittlerweile ein heftiger Widerstand gegen den europäischen Alleingang formiert. So forderte der Rat der internationalen Zivilluftfahrtorganisation ICAO Ende 2011 mit 26 von 36 Stimmen, dass die EU die in der Zivilluftfahrt geltenden Prinzipien respektieren und davon absehen solle, EU-Recht außerhalb ihres Hoheitsgebietes beziehungsweise auf nicht-europäische Fluggesellschaften anzuwenden. Die Forderung wurde von allen wichtigen Handelspartnern der EU unterstützt, unter anderem Russland, Indien, China und den USA.

Bei einer Konferenz in Moskau verabschiedeten Vertreter von 23 Nicht-EU-Staaten am 22. Februar 2012 eine Erklärung, in der sie gegen den EU-Emissionshandel protestierten. Zugleich drohten sie offiziell mit harten Vergeltungsmaßnahmen: Die europäischen Fluggesellschaften müssen unter anderem Einschränkungen von Überflugrechten, zusätzliche Gebühren oder gar den Entzug von Landerechten befürchten. China hat bereits kurz nach Unterzeichnung dieser Erklärung die Bestellung von Airbus-Flugzeugen vorerst auf Eis gelegt. Überdies soll außereuropäischen Fluggesellschaften die Teilnahme am Emissionshandel durch gesetzliche Regelungen verboten werden: Die USA beispielsweise haben im Oktober 2011 einen entsprechenden Gesetzesvorschlag durch das Repräsentantenhaus gebracht. Zudem haben die chinesische und die indische Luftfahrtbehörde den Airlines ihres Landes bereits die Beteiligung untersagt.

Der Flugzeugbauer Airbus, Lufthansa und andere große europäische Fluggesellschaften haben in einem im März 2012 versandten Brief an die Regierungschefs von Deutschland, Frankreich, Spanien und Großbritannien erneut eindringlich darauf hingewiesen, dass europäische Luftfahrtunternehmen durch das europäische ETS von möglichen Strafmaßnahmen bedroht sind und die angekündigten Drohungen nun umgesetzt werden und sich in konkreten Strafmaßnahmen niederschlagen. Um einen größeren Handelskonflikt zu Lasten der europäischen Wirtschaft im Allgemeinen und der europäischen Luftverkehrindustrie im Besonderen zu vermeiden, wurden die angeschriebenen Regierungschef eindringlich gebeten, sich für eine schnellstmögliche und ausgewogene Lösung dieses Konfliktes einzusetzen.



„Die ICAO muss gemeinsam mit der EU eine globale Lösung finden, die im Interesse der Umwelt und eines fairen Wettbewerbs ist. Doch die EU zeigt bisher keine Bereitschaft, gegen die drohenden Wettbewerbsverzerrungen anzugehen. Daher befürchten wir massive Nachteile für die europäischen Fluglinien.“

Thomas Kropp
Leiter Konzernpolitik, Deutsche Lufthansa AG

Einen Ausweg aus diesem Konflikt könnte die ICAO eröffnen: Die Sonderorganisation der Vereinten Nationen will bis Ende 2012 einen entsprechenden Vorschlag erarbeiten. „Die ICAO muss gemeinsam mit der EU eine globale Lösung finden, die im Interesse der Umwelt und eines fairen Wettbewerbs ist. Doch die EU zeigt bisher keine Bereitschaft, gegen die drohenden Wettbewerbsverzerrungen anzugehen. Daher befürchten wir massive Nachteile für die europäischen Fluglinien“, sagt Thomas Kropp.

Lufthansa Konzern ist auf den Emissionshandel eingestellt

Unabhängig von den Auseinandersetzungen auf politischer Ebene erfüllt die Lufthansa Group die mit dem Emissionshandel einhergehenden Verpflichtungen und erwirbt die notwendigen Zertifikate. Zugleich aber macht sie auf die Probleme aufmerksam und zeigt die Auswirkungen auf das Unternehmen und die europäische Airlinebranche auf. Um den behördlichen Auflagen zu entsprechen, hat der Konzern ein eigenes Projektteam implementiert und sich monatelang auf den Emissionshandel vorbereitet.

Am EU-Emissionshandel nehmen zehn fliegende Gesellschaften der Lufthansa Group teil, die an fünf verschiedene nationale Behörden (Deutschland, Großbritannien, Italien, Österreich und Spanien) berichten müssen. Die dazugehörigen unternehmensinternen Abläufe sind in den zentralen Treibstoffeinkauf beziehungsweise das Kerosin-Hedging integriert. Jede einzelne Gesellschaft verfügt darüber hinaus über eine Abteilung oder einen Verantwortlichen, der sich um das entsprechende Reporting und Monitoring kümmert. Allein im Jahr 2012 erwartet der Konzern Mehrkosten durch den Emissionshandel in Höhe von rund 100 Millionen Euro. Derzeit sind die Aufwendungen aufgrund der aktuell niedrigen Zertifikatepreise noch nicht so hoch. Aber es ist absehbar, dass mit den Zertifikatepreisen und dem Verkehrswachstum auch die Kosten in Zukunft steigen werden. Lufthansa Kunden zahlen bereits entsprechende Aufschläge beim Ticketkauf, die die durch den Emissionshandel entstandenen zusätzlichen Belastungen kompensieren sollen. Andere Airlines dagegen haben die CO₂-Kosten noch nicht eingepreist, was den Wettbewerb weiter verzerrt.

Die Forderung: ein effektives und wettbewerbsneutrales weltweites System

Derzeit sind die europäischen Fluggesellschaften in doppelter Hinsicht benachteiligt: Einerseits müssen sie die Kosten für den Emissionshan-

del tragen und andererseits Sanktionen durch Drittstaaten fürchten. In Deutschland und anderen EU-Ländern wie Großbritannien und Frankreich kommen zudem noch erhebliche Mehrbelastungen durch nationale Ticketsteuern hinzu. Die Airlines entwickeln sich immer mehr zum Spielball der Politik, da sich die Vergeltungsmaßnahmen der Drittstaaten gegen die europäischen Fluggesellschaften richten und nicht gegen die EU-Länder an sich.

Nach Ansicht der Lufthansa Group kann eine Lösung nur auf dem Verhandlungsweg gefunden werden, wobei die ICAO bereits sehr aktiv ist. Regionale Alleingänge sind bei einem globalen Problem wie dem Klimawandel nicht hilfreich; ein sinnvoll gestaltetes System zur Reduktion der Emissionen setzt mit seinen marktwirtschaftlichen Maßnahmen weltweit an. Denn indem es alle Länder und Fluggesellschaften umfasst, gewährleistet es einen neutralen und fairen Wettbewerb. Das Luftfahrtunternehmen hofft zudem, dass die Regierung ihr Bekenntnis aus dem Koalitionsvertrag erfüllt. Dort heißt es: „Bei der Einführung des Emissionshandels für den Luftverkehr wollen wir Wettbewerbsneutralität sicherstellen.“

Lufthansa arbeitet bereits in verschiedenen europäischen und internationalen Arbeitsgruppen daran mit, eine allgemein akzeptierte Lösung weiter zu konkretisieren, beispielsweise in den Branchenverbänden IATA (International Air Transport Association) und AEA (Association of European Airlines). Diese hat nach Ansicht des Luftfahrtkonzerns fünf Kernprinzipien zu erfüllen: So muss ein globales System kosteneffektiv sein und eine Reduktion der CO₂-Emissionen garantieren – ohne zu diskriminieren. Zudem müssen die Organisatoren die Integrität des Systems durch eine kontinuierliche Überwachung und ein verlässliches Berichtswesen sicherstellen. Des Weiteren dürfen Emissionen nicht doppelt berechnet werden. Zu guter Letzt müssen die Verpflichtungen jedes Luftverkehrsbetreibers auf Basis seiner aktuellen Emissionen festgelegt werden.

Eingebettet in die etablierte Vier-Säulen-Strategie der Luftfahrtindustrie für den Klimaschutz (siehe Grafik Seite 71) kann ein sinnvoll ausgestaltetes, marktbasierendes System zur Emissionsminderung seinen Teil dazu beitragen, die beiden großen Ziele der Branche zu erreichen: ein klimaneutrales Wachstum ab 2020 und eine Reduktion der Netto-CO₂-Emissionen des Luftverkehrs bis zum Jahr 2050 um 50 Prozent im Vergleich zu 2005.



Umweltmanagement

Konzepte und Strategien für die Umweltvorsorge

Mit dem strategischen Umweltprogramm hat Lufthansa im Jahr 2008 ihre konzernweiten Ziele und Perspektiven für den Umwelt- und Klimaschutz bis ins Jahr 2020 definiert. Eines der Vorhaben ist es, das Umweltmanagement auf Konzernebene und bei den Gesellschaften weiter auszubauen und zu stärken. Die Zuständigkeit hierfür liegt bei der Abteilung Umweltkonzepte Konzern, die die umweltbezogenen Vorgaben, Strategien und Aktivitäten der gesamten Lufthansa Group koordiniert.

Im Unternehmen selbst ist das Thema Umweltvorsorge seit Jahren fest etabliert: Innerhalb des Luftfahrtkonzerns besitzen sämtliche Gesellschaften mit Umweltrelevanz eine eigene Umweltausschuss, einen Umweltbeauftragten oder zumindest einen Ansprechpartner für diese Themen. Zweimal im Jahr treffen sich die Umweltexperten der Lufthansa Group zum Umweltforum, um Erfahrungen auszutauschen sowie neue Strategien, Maßnahmen und Abläufe abzustimmen. Zudem erörtern die Teilnehmer dort umfassend geplante gesetzliche Regelungen wie beispielsweise die Erweiterung der EU-Chemikalienverordnung REACH oder die Herausforderungen bei der Umsetzung der Richtlinie zum EU-Emissionshandel. „Das Umweltforum ist die ideale Plattform, um alle umweltrelevanten Fragen auf der inhaltlichen Ebene zu behandeln und gleichzeitig sämtliche Gesellschaften und Unternehmensbereiche an der Diskussion zu beteiligen. Längst hat sich diese Expertenrunde als wichtiges Koordinations- und Steuerungsinstrument für Umweltfragen im Konzern etabliert“, sagt Jan-Ole Jacobs, Referent Umweltkonzepte Konzern und Organisator des Umweltforums.

Im Rahmen dieses Fachzirkels befassen sich seit 2010 zwei Arbeitsgruppen mit Themen, die für das gesamte Unternehmen von hoher Relevanz sind: Ein Team zum Beispiel entwickelt einheitliche Kennzahlen, die die Umweltaktivitäten im Konzern mess- und vergleichbar machen. Im Jahr 2011 ging es vornehmlich darum, diese wichtigen Kennzahlen zu definieren und abzugrenzen sowie organisatorische Fragen vor Einführung des Systems zu klären. Zugleich erarbeiteten die Fachleute klare Regeln und Verantwortlichkeiten für die Gewinnung, Überprüfung und Speicherung der Daten.

Die zweite Gruppe beschäftigt sich mit den notwendigen Voraussetzungen für die Implementierung eines konzernübergreifenden Umweltmanagementsystems. Dazu haben die Mitglieder im Jahr 2011 weitere Erfahrungen zusammen-

getragen, die Lufthansa Gesellschaften bei der Etablierung ihrer eigenen Umweltmanagementsysteme gemacht haben. Auf diese Weise soll in einem nächsten Schritt ein Leitfaden entstehen, der allen Geschäftsfeldern und Unternehmensbereichen Orientierung bietet.



„Das Umweltforum ist die ideale Plattform für alle umweltrelevanten Fragen in sämtlichen Gesellschaften und Unternehmensbereichen. Längst hat sich diese Expertenrunde als wichtiges Koordinations- und Steuerungsinstrument für Umweltfragen im Konzern etabliert.“

Jan-Ole Jacobs
Referent Umweltkonzepte Konzern
Deutsche Lufthansa AG

Die folgenden Beispiele informieren über Aktivitäten ausgewählter Konzerngesellschaften im Bereich Umweltmanagement.

Lufthansa Passage

- Lufthansa Passage hat sich im Berichtsjahr vor allem darauf konzentriert, weitere Maßnahmen im Rahmen des Projekts „Fuel Efficiency“ zu erarbeiten (siehe „Fuel Efficiency im Lufthansa Konzern – Kosten sparen und die Umwelt schonen“, Seite 70 ff.).
- Zugleich hat die Konzerngesellschaft eine langfristige Erprobung von Biokraftstoff im Linienverkehr erfolgreich abgeschlossen (siehe „Biokraftstoff in der Langzeiterprobung – auf dem Weg zum Luftverkehr der Zukunft“, Seite 67 ff.)
- Die Fluggesellschaft wirkt weiterhin aktiv an der Einführung des Single European Sky mit (siehe „Air Traffic Management – der Einheitliche Europäische Luftraum nimmt Gestalt an“, Seite 75 f.).

Lufthansa CityLine

- Das Umweltmanagementsystem von Lufthansa CityLine ist 2012 erneut nach der international anerkannten Umweltnorm ISO 14001 und der europäischen Öko-Audit-Verordnung EMAS rezertifiziert worden.
- Die Lufthansa Tochtergesellschaft arbeitet derzeit an der nächsten Ausgabe ihres Umweltberichts, der im Jahr 2012 erscheint.
- Zu den Schwerpunktaktivitäten 2011 zählte überdies, den Energieverbrauch des Flugzeughangars zu senken. Dazu hat das Unternehmen unter anderem eine Photovoltaikanlage auf dem Dach des Gebäudes installiert (siehe „Photovoltaikanlage auf Lufthansa CityLine Hangar“, Seite 83).

SWISS und Austrian Airlines

- Sowohl SWISS als auch Austrian Airlines haben sich im Jahr 2011 aktiv in das Projekt „Fuel Efficiency im Lufthansa Konzern“ eingebracht und vielfältige Maßnahmen eingeleitet, um die Treibstoffeffizienz im Flugbetrieb weiter zu verbessern (siehe „Fuel Efficiency im Lufthansa Konzern – Kosten sparen und die Umwelt schonen“, Seite 70 ff.).

Lufthansa Cargo

- Lufthansa Cargo hat im Dezember 2011 die Rezertifizierung des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 an allen deutschen Stationen bestanden. Positiv vermerkten die externen Gutachter insbesondere die vielen „Fuel Efficiency“-Maßnahmen, um den Kerosinverbrauch zu reduzieren (siehe „Fuel Efficiency im Lufthansa Konzern – Kosten sparen und die

Umwelt schonen“, Seite 70 ff.). Gleiches galt für die neuen Beleuchtungssysteme und Gabelstapler, die für Ressourceneffizienz am Boden sorgen. Die Gutachter stellten keine Abweichungen zu der Norm fest. „Wir freuen uns, dass die Zertifizierung unseres Umweltmanagementsystems für alle deutschen Stationen bestätigt wurde. Dies war nur durch die Unterstützung und das große Engagement aller Mitarbeiter und Führungskräfte möglich. Damit nehmen wir eine Spitzenposition in der Luftfrachtbranche ein“, sagt Bettina Jansen, Leiterin Umweltmanagement der Lufthansa Cargo AG. Für 2012 plant das Unternehmen, sein Umweltmanagementsystem auf internationale Stationen auszuweiten.

- „Green Solutions“ waren eine Kategorie im ersten internationalen Innovationswettbewerb von Lufthansa Cargo, der „Open Innovation Challenge“. Denn Investitionen in Innovationen sind für den Luftfrachtdienstleister auch im Umweltbereich entscheidend. Über eine Internetplattform konnten Kunden, Mitarbeiter und andere Interessierte Ende 2011 ihre Ideen einreichen, von denen Lufthansa Cargo viele intern weiterverfolgt.
- Lufthansa Cargo nimmt seit 2010 aktiv – gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut und weiteren Unternehmen aus der Logistikbranche – an dem vom Bund geförderten Forschungsprojekt „Green Logistics“ teil. Ziel ist es, die Umweltauswirkungen logistischer Prozesse und Systeme verursachergerecht zu bestimmen sowie Methoden und Instrumente zur ganzheitlichen, ökologischen Bewertung zu entwickeln. Die Lufthansa Tochtergesellschaft wird ihr Know-how im Bereich der Luftfrachtlogistik einbringen und hat darüber hinaus die Federführung bei der Konzeption eines ressourceneffizienten Luftfrachtzentrums übernommen. Die Ergebnisse dieser Fallstudie „ecoHub“ werden bei der Planung der Infrastruktur des Cargo Hubs am Standort Frankfurt Berücksichtigung finden. Weitere Informationen finden sich unter www.green-logistics-network.info
- Ein Umwelt-Cockpitchart gewährleistet regelmäßig die Information des Managements über Ziele, Aktivitäten und umweltrelevante Leistungskennzahlen.
- Lufthansa Cargo hat im Jahr 2012 ihren ersten eigenen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.



„Wir freuen uns, dass die Zertifizierung unseres Umweltmanagementsystems für alle deutschen Stationen bestätigt wurde. Damit nehmen wir eine Spitzenposition in der Luftfrachtbranche ein.“

Bettina Jansen
Leiterin Umweltmanagement
Lufthansa Cargo AG

Lufthansa Technik

- Lufthansa Technik hat sich zum Ziel gesetzt, alle Beteiligungsgesellschaften bis zum Jahr 2013 nach der Umweltmanagementnorm ISO 14001



und der Arbeitsschutz-Spezifikation OHSAS 18001 zertifizieren zu lassen.

- Im Berichtsjahr haben die Gesellschaften Lufthansa Technik Turbine Shannon und Lufthansa Technik Airmotive Ireland erfolgreich Zertifizierungsprojekte nach OHSAS 18001 abgeschlossen. Beide Gesellschaften sind bereits seit vielen Jahren nach ISO 14001 zertifiziert. Für 2012 sind Zertifizierungsprojekte in sieben weiteren Gesellschaften gestartet bzw. geplant.
- Des Weiteren strebt das Unternehmen an, seine CO₂-Emissionen am Standort Hamburg bis Ende 2012 um 30 Prozent gegenüber 2006 zu reduzieren. Davon wurden bis Ende 2011 bereits rund 23 Prozent erreicht. Mit der Inbetriebnahme eines eigenen Blockheizkraftwerkes im April 2012 reduziert das Unternehmen seine CO₂-Emissionen um weitere 7.200 Tonnen und wird das Ziel damit deutlich übererfüllen.

LSG Sky Chefs

- LSG Sky Chefs hat ein globales Umweltmanagement eingeführt, das an ISO 14001 angelehnt ist und durch interne Audits überprüft wird. Zudem stellt das Unternehmen sein System auf SAP um und sammelt die relevanten Umweltdaten 2012 erstmals mithilfe dieser Software.
- Im Jahr 2011 hat LSG Sky Chefs jeweils ein Review in ihren sechs Regionen durchgeführt, um die für das Geschäft signifikanten Umweltaspekte zu identifizieren. Der Ablauf dieser Kontrollen bildet die Basis für künftige, weltweit anwendbare Umweltaudits, mit denen das Unternehmen neue Umweltaspekte, die Umsetzung der Programme sowie Risiken überprüfen will.
- Ein Umweltkalender informiert sämtliche Ebenen und Regionen im Unternehmen über alle wichtigen Termine in diesem Bereich.

LZ Catering

- Im Jahr 2011 hat die hundertprozentige Lufthansa Tochtergesellschaft erfolgreich mit zwei Betriebsrestaurants und der Zentrale am Ökoprofit-Projekt Hamburg teilgenommen – einem Förderprogramm für den Umweltschutz in Unternehmen – und dafür am Jahresende ein entsprechendes Zertifikat erhalten. LZ Catering setzt das Ökoprofit-Projekt im Jahr 2012 mit vier Betriebsrestaurants und der Zentrale fort.
- Nachhaltiger Einkauf: Ziel ist es, den Anteil an biologisch angebauten und regionalen Pro-

dukten stetig zu erhöhen. So ist seit April 2012 in den Bartsesse Coffeeshops ein UTZ-zertifizierter Kaffee im Einsatz. Beim Fischeinkauf wird auf die Kriterien des WWF (World Wide Fund for Nature) geachtet und MSC- (Marine Stewardship Council) zertifizierter Fisch bevorzugt. Die MSC-Quote wurde von sechs auf mittlerweile über 43 Prozent des Gesamt-Fischeinkaufswertes gesteigert.

- Das Betriebsrestaurant im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt erhielt im November 2011 die Bio-Zertifizierung. Zweimal wöchentlich wird den Gästen ein komplettes Bio-Gericht angeboten.
- Im Jahr 2011 wurden die Mitarbeiter darüber hinaus hinsichtlich umweltgerechten Handelns geschult. Ebenfalls erfolgte die Formulierung von Umweltleitlinien sowie der Beitritt zur Umweltpartnerschaft Hamburg.
- JOB&FIT-Zertifizierung: Im Jahr 2012 will das Unternehmen ihr gesundheitsförderliches Konzept „Food Balance“ in allen Betriebsrestaurants nach den JOB&FIT-Kriterien von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE) zertifizieren und die bereits zertifizierten Betriebsrestaurants in Köln und Norderstedt rezertifizieren lassen.

Lufthansa Global Tele Sales

- Lufthansa Global Tele Sales (GTS) hat ihre internen Umweltaudits im Jahr 2011 abgeschlossen.
- Die hundertprozentige Lufthansa Tochtergesellschaft bezieht seit 1. Januar 2012 zu 100 Prozent Ökostrom.

AirPlus

- Die Lufthansa AirPlus Servicekarten GmbH, internationaler Anbieter von Lösungen für das Geschäftsreisemanagement, hat Produkte entwickelt, die es Unternehmen ermöglichen, ihre Geschäftsreisen nachhaltig zu organisieren: Mit den AirPlus Green Reports stellt der Anbieter seinen Kunden transparente und detaillierte Auswertungen der geschäftlich verursachten CO₂-Emissionen zur Verfügung, die diese in die eigene Emissionsbilanz integrieren können. Mit der Lösung AirPlus Carbon Offset haben Unternehmen die Möglichkeit, die durch Geschäftsflüge verursachten Emissionen automatisiert über ihr AirPlus-Kundenkonto abzurechnen und so zu kompensieren.

Energie- und Ressourcenmanagement

Wege zu nachhaltigem Wirtschaften am Boden

Lufthansa wirtschaftet nicht nur in der Luft, sondern auch am Boden nachhaltig. So engagiert sich der Konzern bereits seit längerer Zeit in Projekten, die sich gezielt mit der Förderung alternativer Antriebstechniken bei Rollvorgängen von Flugzeugen sowie bei bodengebundenen Verkehrsmitteln beschäftigen.

Außerdem sind die Energieexperten des Luftfahrtunternehmens kontinuierlich auf der Suche nach Möglichkeiten, wie sich durch eine ökologische Bauweise und ein intelligentes Energiemanagement in bestehenden Liegenschaften noch mehr Strom sparen lässt. Mit Erfolg, wie die nachstehenden Beispiele aus dem Jahr 2011 zeigen.

eTaxi: Test mit elektrischem Rollantrieb für Flugzeuge auf dem Vorfeld

Kerosineinsparpotenziale auszuloten gehört zu den wichtigsten Aufgaben der Lufthansa Group im Bereich Klima- und Umweltverantwortung. Unter dem Namen eTaxi haben Lufthansa Passage und Lufthansa Technik im Dezember 2011 deshalb zum ersten Mal an einem Hauptfahrwerk einen elektrischen Antrieb für alle Rollbewegungen von Kontinental-Flugzeugen auf dem Vorfeld getestet – gemeinsam mit Fraport, dem New Yorker Technologieunternehmen L-3 Communications sowie der Unterstützung von Airbus. Ziel der umfangreichen Machbarkeitsstudie ist es, herauszufinden, ob sich Elektromotoren nach Einbau in das Hauptfahrwerk eines Verkehrsflugzeugs vom Typ Airbus A320 für einen umweltfreundlichen Bodenantrieb eignen. Aus gutem Grund: Denn Untersuchungen belegen, dass Kurz- und Mittelstreckenflugzeuge mehr als drei Prozent des Kerosins während Rollvorgängen am Boden verbrauchen. Im Rahmen der fünfjährigen Praxiserprobung unter realen Flugbe-

triebsbedingungen hat das Expertenteam daher insbesondere das Zurücksetzen des Flugzeugs am Gate („Pushback“) sowie den Rollbetrieb zu und von der Landebahn getestet. Im Anschluss erfolgt die Auswertung der gewonnenen Daten. Vom Ergebnis wird abhängen, ob die Entwicklung eines Prototyps sinnvoll ist.

Brennstoffzellen-basiertes elektrisches Bugrad für A320

Vom Umweltgedanken inspiriert ist auch die Entwicklung eines mit Brennstoffzellen betriebenen elektrischen Bugrads für einen Airbus A320. Lufthansa Technik hat das System im Rahmen des Luftfahrtforschungsprogramms LuFo IV gemeinsam mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) und Airbus entwickelt und erstmals am 1. Juli 2011 in Hamburg-Finkenwerder getestet. Das innovative Bugrad ermöglicht es Flugzeugen, mit ausgeschalteten Triebwerken und damit nahezu emissionsfrei zur Startbahn zu rollen. Allein am Flughafen Frankfurt würden sich Expertenangaben zufolge während des Rollvorgangs auf diese Weise 17 bis 19 Prozent der Abgasemissionen und nahezu hundert Prozent des Lärms einsparen lassen. Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass das mit Brennstoffzellen betriebene elektrische Bugrad die Triebwerke weniger belastet, wodurch sich die Wartungsintervalle vergrößern.



eTaxi – die bahnbrechende Idee für einen umweltfreundlicheren Bodenbetrieb.

Erstes Elektroauto mit induktiver Ladetechnologie

Am 29. August 2011 haben Frankfurts Oberbürgermeisterin Petra Roth, Dr. Constantin H. Alsheimer, Vorsitzender des Vorstands des Energieversorgers Mainova, und Christoph Franz, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Lufthansa AG, das bundesweit erste Elektroauto mit induktiver Ladetechnologie in Betrieb genommen. Dieses trägt nicht nur dazu bei, die Abfertigung und Wartung von Flugzeugen möglichst ressourcenschonend zu gestalten, sondern soll im Rahmen des Pilotprojekts zudem Erkenntnisse liefern, wie sich E-Fahrzeuge komfortabel aufladen lassen. Darüber hinaus hilft der zukunftsweisende Pkw dabei, detaillierte Messdaten zu gewinnen und auszuwerten.



Bei Lufthansa Technik in Frankfurt sind gegenwärtig 275 Pkw in der Flugzeugwartung im Einsatz. „Von der Reichweite abgesehen, ist das batteriebetriebene Fahrzeug dem Verbrennungsmotor in allen Punkten überlegen und in Verbindung mit Strom aus regenerativen Quellen CO₂-neutral“, ergänzt Harald Weinand, Manager Umweltschutz Flugzeugwartung bei Lufthansa Technik. Das Elektroauto wurde speziell für den Test auf Induktionstechnologie umgerüstet und ist für den Straßenverkehr zugelassen. Das Aufladen der Batterie erfolgt kabellos an der ersten, ebenfalls neu in Betrieb genommenen Induktionstankstelle am Flughafen Frankfurt.

Photovoltaikanlage auf Lufthansa CityLine Hangar

Als Ausdruck eines verantwortungsvollen Umgangs mit endlichen Ressourcen ist Lufthansa bestrebt, den Energieverbrauch ihrer Liegenschaften kontinuierlich weiter zu reduzieren. Unter dieser Maßgabe wurde im Jahr 2011 eine 5.400 Quadratmeter große Photovoltaikanlage auf dem Flachdach des Hangars 2 der Lufthansa CityLine installiert, die einen wesentlichen Beitrag dazu leistet, die CO₂-Emissionen am Flughafen Köln/Bonn zu mindern. Die Flughafengesellschaft hat die Solarmodule mit Unterstützung der Lufthansa Tochtergesellschaft errichtet. „Der Umweltgedanke ist in unserem Unternehmen fest verankert. Deshalb waren wir sofort für dieses Projekt zu haben“, sagt Klaus Krichbaum, Leiter Infrastruktur bei Lufthansa CityLine. Dank der neuen Solaranlage lassen sich jährlich rund 48.000 Tonnen CO₂ einsparen sowie mehr als 133.000 Kilowattstunden Strom produzieren, die in das Versorgungsnetz des Flughafens fließen. Diese Strommenge reicht aus, um 33 Drei-Personen-Haushalte ein Jahr lang klimaneutral mit Energie zu versorgen. Weiterer positiver Effekt: Da die weiße, hochreflektierende Folie der Module die Sonneneinstrahlung auf die Gebäudehülle reduziert, herrschen im Halleninneren stets angenehme Temperaturen.

Lufthansa Technik baut Wartungshalle am neuen Hauptstadtflughafen in Berlin

Am 21. Juni 2011 erfolgte der erste Spatenstich für die künftige Wartungshalle der Lufthansa Technik am neuen Hauptstadtflughafen in Berlin. Der Hangar entsteht auf einem 18.200 Quadratmeter großen Grundstück und verfügt über eine Hallenfläche von 6.700 Quadratmetern. Weitere 1.700 Quadratmeter bieten Raum für Büros, eine mechanische Werkstatt und Logistikflächen. Künftig werden dort rund 110 hoch qualifizierte



Offizielle Inbetriebnahme der Induktionstankstelle am 29. August 2011 auf dem Wertgelände der Lufthansa Technik AG in Frankfurt

Mechaniker und Ingenieure fünf Kurz- und Mittelstreckenflugzeuge beziehungsweise ein Großraumflugzeug bis zur Größe eines Airbus A340 gleichzeitig warten – bis zum Umfang eines A-Checks. Bei der Planung der Halle spielten Energieeffizienz und Ökologie eine herausragende Rolle. So war das Unternehmen unter anderem darauf bedacht, das Raumvolumen und damit den Energiebedarf des Gebäudes durch eine besondere Tragwerksstruktur niedrig zu halten. Das 16 Millionen Euro teure Projekt erweitert den Standort Berlin-Schönefeld der Lufthansa Tochtergesellschaft und ist Teil der Vorbereitungen zur Eröffnung des neuen Großflughafens „BER“.

Lufthansa Group unterstützte Bewerbung der Region Rhein-Main als „Schaufenster Elektromobilität“

Anfang 2012 hat der Lufthansa Konzern die Bewerbung der Mobilitätsregion Frankfurt Rhein-Main, zu der auch der Großraum Mainz und die Region um Aschaffenburg gehören, als „Schaufenster Elektromobilität“ im Rahmen des Nationalen Entwicklungsplans Elektromobilität der Bundesregierung als Konsortialpartner unterstützt. Ziel des Bundesprogramms ist es, Deutschland zu einem Leitmarkt und Leitanbieter für Elektromobilität zu entwickeln und bis zum Jahr 2020 mindestens eine Million Elektrofahrzeuge auf Deutschlands Straßen zu bringen – davon allein 75.000 in Hessen. Eng damit verknüpft ist das Bestreben, Emissionen zu senken, um die nationalen Klimaschutzziele zu erfüllen. Für den Fall des Zuschlags für die Modellregion Frankfurt Rhein-Main hatte Lufthansa geplant, in den kommenden drei Jahren in elf Vorhaben zur Förderung der Elektromobilität zu investieren. Außer Lufthansa haben sich mehr als 100 weitere Partner aus Wirtschaft, Forschung und öffentlicher Hand für die Bewerbung zur Mobilitätsregion eingesetzt. Obwohl die Rhein-Main-Region den Zuschlag bedauerlicherweise nicht erhalten hat, wird der Lufthansa Konzern auch ohne das Projekt der Bundesregierung das Thema eMobility und speziell die Entwicklungen im Luftverkehrsbereich fest im Blick behalten.



Das neue Blockheizkraftwerk der Lufthansa Technik AG in Hamburg

**Lufthansa Systems:
Rechnerkühlung ohne viel heiße Luft**

Durch den Einsatz neuester Technologie sowohl bei den Großrechnern als auch bei Kühlungs- und sonstiger Ausstattung hat Lufthansa Systems in der jüngsten Vergangenheit den Energieverbrauch in ihren Rechenzentren deutlich reduziert. So ist es dem Unternehmen gelungen, den wichtigen Power Usage Effectivness-Wert (PUE), der das Verhältnis von eingesetzter Gesamtenergie zur reinen Rechenenergie ausdrückt, von über 2 auf sehr gute 1,6 zu senken. Die IT-Spezialisten gehen sogar noch einen Schritt weiter und nutzen die Kühlung wie auch die Abwärme des Rechenzentrums, um die Büros zu klimatisieren beziehungsweise zu beheizen.

**Lufthansa Technik setzt in Hamburg
auf Blockheizkraftwerk**

Gleichsam ökonomische und ökologische Kriterien lagen auch dem Bau des neuen Blockheizkraftwerks (BHKW) auf der Lufthansa Basis in Hamburg zugrunde, das Lufthansa Technik im März 2012 in Betrieb genommen hat. Die Kapazität des 3,4 Millionen teuren Kraftwerks, welches das Klimaschutzkonzept Hamburgs wesentlich unterstützt, beträgt jeweils zwei Megawatt elektrische beziehungsweise thermische Leistung. Die neue Anlage deckt ein Viertel des Wärme- und ein Drittel des Strom-Gesamtbedarfs von Lufthansa Technik in Hamburg. Die restliche Energie bezieht Lufthansa Technik von regionalen Versorgungsunternehmen. „Der Vorteil des Blockheizkraftwerks liegt in seiner besonders effizienten Betriebsweise, vor allem wenn wie bei uns ein gleichzeitiger Bedarf für Strom und Wärme besteht“, erläutert Jörg Wettlin, zuständiger Projektleiter bei Lufthansa Technik. Das neue Blockheizkraftwerk sieht er als Entscheidung für die Zukunft: „Mit seiner Hilfe setzen wir jährlich 7.200 Tonnen weniger CO₂-Emissionen frei. Das entspricht einer Einsparung von zehn Prozent“, so Wettlin. Um sicherzustellen, dass sich die Investition nicht nur ökologisch, sondern auch ökonomisch rechnet, ging dem Bau des BHKW eine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung voraus.



Lufthansa Systems: Neueste Technologie hilft, den Energieverbrauch der Rechenzentren zu reduzieren.



Lärmemissionen

Viel Engagement für weniger Lärm

Die Lufthansa Group setzt sich stets dafür ein, die Geräuschemissionen des Fliegens deutlich zu reduzieren – eine komplexe Aufgabe, die das Zusammenwirken verschiedener Akteure erfordert. Deshalb arbeitet der Konzern gemeinsam mit Partnern aus Industrie, Behörden, Hochschulen und Forschung permanent daran, spürbare Lärminderungsmaßnahmen zu entwickeln.

Die entsprechenden Aktivitäten umfassen folgende Bereiche: kontinuierliche Flottenmodernisierung, stete Optimierung der Bestandsflotte, Anwendung lärmreduzierender Verfahren im Flugbetrieb sowie Engagement in der Lärmforschung und Mitarbeit in Expertengremien.

Kontinuierliche Flottenmodernisierung

Bereits heute unterschreiten sämtliche 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, der seit 2006 für neue Flugzeuge gilt. Doch Lufthansa ruht sich nicht auf diesem Erfolg aus, sondern wird im Rahmen ihres bis 2018 laufenden Flottenmodernisierungsprogramms 168 neue Flugzeuge erwerben (siehe „Nachhaltig geplant: 168 neue Flugzeuge bis 2018“, Seite 26 ff.). Diese umfangreichen Investitionen in Fluggerät mit effizienten und geräuscharmen Triebwerken sind die Grundlage für einen leiseren Flugverkehr, wie die folgenden Beispiele deutlich machen:

So ist die Lärmkontur des Lufthansa Airbus A380 rund 30 Prozent kleiner als der Lärmteppich vergleichbarer Vorgängermodelle. Gleiches gilt für die Boeing 747-8, von der das Luftfahrtunternehmen 20 Flugzeuge fest bestellt hat, die ab Mai 2012 ausgeliefert werden.

Ferner wird SWISS ab 2014 ihre Avro RJ100 durch Flugzeuge der C Series von Bombardier ersetzen, die dank modernster Motoren und Hightech-Materialien neue Dimensionen im Bereich Wirtschaftlichkeit und Umweltverträglichkeit erreichen: Die kumulierte Zertifizierungsmarge der C Series liegt um 10 bis 15 dB unter der der Avro RJ100, denn in den PW1000-Triebwerken der Bombardier-Flugzeuge kommt erstmals der sogenannte Getriebefan serienmäßig zum Einsatz – eine Technologie, die nicht nur bei der Lärminderung, sondern auch beim Treibstoffsparen neue Maßstäbe setzt.

Ab 2015 gehen der Lufthansa Flotte überdies Flugzeuge vom Typ Airbus A320neo und A321neo für den Kontinentalverkehr zu, die ebenfalls mit den neuen PW1000-Triebwerken von Pratt & Whitney ausgestattet sein werden. Daher werden die Lärmmessungen bei der Flugzeugzulassung voraussichtlich deutlich niedrigere Werte zeigen im Vergleich zu ihren Vorgängermodellen, was noch einmal einen Fortschritt hinsichtlich der Lärmreduzierung darstellt.

Anhaltende Optimierung der Bestandsflotte

Unabhängig von den Investitionen in neues Fluggerät arbeitet der Lufthansa Konzern intensiv daran, die Lärmemissionen der bestehenden Flotte zu verkleinern. Gemeinsam mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) identifiziert das Luftfahrtunternehmen in mehreren Projekten seit Jahren systematisch Schallquellen am Flugzeug. Die dort gewonnenen Erkenntnisse bilden die Basis für zahlreiche Geräuschmindernde Aktivitäten, beispielsweise für die jüngsten Investitionen in weitere wahrnehmbare Lärmschutzmaßnahmen am Drehkreuz Frankfurt (siehe „Neues Maßnahmenpaket: Allianz für Lärmschutz“, Seite 87).



Die neu entwickelten GEnx-2B67-Triebwerke der Boeing 747-8 sind äußerst treibstoffeffizient und geräuscharm.

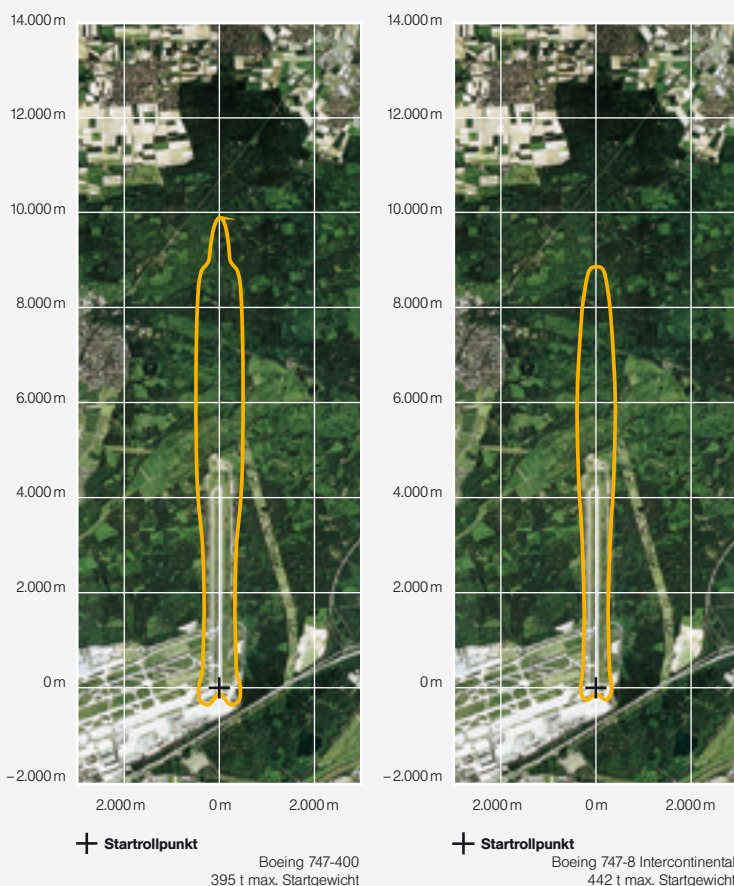
In diesem Rahmen wurden auch die Triebwerke der gesamten dort stationierten Boeing 737-Flotte der Lufthansa bis Ende 2011 mit einem neuen Schalldämpfer ausgestattet. Auf diese Weise reduziert sich der Lärm bei An- und Abflug laut Herstellerangaben an den Zertifizierungsmesspunkten um bis zu 2,4 Dezibel. Die freiwillige Leistung ist Teil des vom Forum Flughafen und Region (FFR) im Juni 2010 vorgestellten „Ersten Maßnahmenpakets Aktiver Schallschutz“ am Flughafen Frankfurt.

Lärmreduzierende Verfahren im Flugbetrieb

Zusätzlich zu den technischen Verbesserungen lassen sich die Geräuschemissionen des Luftverkehrs durch bestimmte Flugverfahren reduzieren.

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



So hat Lufthansa Cargo Anfang 2011 im Rhein-Main-Gebiet damit begonnen, in den Nachtstunden den „Segmented Approach“ zu nutzen. Mit dem sogenannten geknickten Anflug können die Piloten dicht besiedelte Gebiete umfliegen. Dieser wichtige Baustein für den Lärmschutz bei Lufthansa Cargo und Lufthansa Passage fällt ebenfalls in das „Erste Maßnahmenpaket Aktiver Schallschutz“ und wird erstmals in Deutschland getestet. Ziel des gemeinsam mit der Deutschen Flugsicherung (DFS) organisierten Probetriebs ist es, operative Erfahrungen zu sammeln und zu ermitteln, wie hoch das Potenzial zur Entlastung der Region ist.

Außerdem verwendet Lufthansa am Frankfurter Flughafen, wann immer möglich, den lärmarmen kontinuierlichen Sinkflug. Beim „Continuous Descent Approach“ (CDA) können die Piloten die Geräuschemissionen der Flugzeuge verringern, indem sie die Triebwerksleistung reduzieren. Das „Erste Maßnahmenpaket Aktiver Schallschutz“ sieht vor, die Zahl dieser Anflüge mithilfe einer veränderten Flugsteuerung durch die DFS zu erhöhen.

Engagement in Lärmforschung und Mitarbeit in Expertengremien

Sachlich fundierte Lösungen zur Lärminderung lassen sich nur entwickeln, wenn der Entstehungsmechanismus und die Charakteristika der einzelnen Schallquellen genau bekannt sind. Um neue Erkenntnisse zu gewinnen und Lösungen zu entwickeln, arbeitet Lufthansa daher seit mehr als zehn Jahren im Forschungsverbund Leiser Verkehr kontinuierlich mit zahlreichen Partnern wie dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt zusammen.

Neues Forschungsprojekt MODAL

An vielen Flughäfen diskutieren Betreibergesellschaften, Luftfahrtunternehmen, Anwohner, Kommunen und Ministerien immer intensiver über weitere Möglichkeiten zum aktiven Schallschutz. Vor diesem Hintergrund wächst der Bedarf, potenzielle Maßnahmen genauer berechnen und bewerten – und damit auch exakter planen zu können. Beispielsweise ist Lufthansa bestrebt, analog zu den neuen Schalldämpfern für die Frankfurter Boeing 737-Flotte weitere Lärm mildernde Schritte zu identifizieren. Zwar ist die seit 2007 geltende „Anleitung zur Berechnung von Lärmschutzbereichen“ (AzB) nicht dafür ausgelegt, die Wirkung solcher Maßnahmen zu kalkulieren. Doch hat sie mangels besserer Alternativen in der Vergangenheit wichtige Dienste geleistet, um Effekte näherungsweise zu bestimmen.



Dagegen soll die geplante DIN 45689 („Ermittlung von Fluggeräuschmissionen an Flughäfen“) genauere Lärmberechnungen ermöglichen, indem sie auch einzelne Flugzeugtypen und Flugleistungsberechnungen berücksichtigt. Einen entscheidenden Beitrag zum Normungsprozess leistet das neue Forschungsprojekt MODAL („Modelle und Daten zur Entwicklung aktiver Schallschutzmaßnahmen im Luftverkehr“), das die für die neue DIN dringend benötigte standardisierte Fluglärm-Datenbasis schaffen soll. Unter der Führung von Lufthansa hat die Projektgruppe, zu der auch DLR, Flughafenbetriebsgesellschaften und Lärmmonitoringspezialisten gehören, gemeinsam beim Bundeswirtschaftsministerium erfolgreich Forschungsmittel für MODAL beantragt. Das Gesamtbudget des Projektes beträgt 1,6 Millionen Euro, wovon 1,1 Millionen Euro durch öffentliche Fördergelder gedeckt sind.

Das Luftfahrtunternehmen koordiniert MODAL, das im Januar 2012 begonnen hat und im März 2015 enden soll. Arbeitsschwerpunkte sind die Auswertung der Daten, die in früheren Überflugmessungen mit einer B 747 gewonnen wurden, sowie die Identifizierung von Schallquellen und gegebenenfalls die Entwicklung von weiteren Lärm mindernden Maßnahmen. Parallel hierzu gilt es, die Datengrundlage des computergestützten DLR-Fluglärmsimulationsprogramms SIMUL um die B 747-400 zu erweitern. Darüber hinaus wird die neue standardisierte Fluglärm-Datenbasis mit einem ersten Simulationsprogramm des DLR nach DIN 45689 verknüpft, sodass die Experten ausgewählte Lärminderungsmaßnahmen an unterschiedlichen Orten mithilfe der neuen DIN-Berechnungsmethode erstmals analysieren und überprüfen können. „MODAL wird uns in der Lärmforschung einen großen Schritt voranbringen. In früheren Projekten wie FREQUENZ haben wir gemeinsam mit unseren Partnern bereits wichtige Messdaten gesammelt, deren Wirkung wir nun gezielter auswerten können. Dank der Arbeiten in MODAL wird die neue DIN erstmals zur Anwendung kommen. So werden wir in Zukunft in der Lage sein, Lärmquellen und aktive Schallschutzmaßnahmen erheblich genauer zu untersuchen und zu bewerten als bisher“, erklärt Dr. Gerd Saueressig, Referent Umweltkonzepte Konzern der Deutschen Lufthansa AG.



Neues Maßnahmenpaket: Allianz für Lärmschutz 2012

Am 29. Februar 2012 haben Vertreter von Lufthansa, Fraport, der Airline-Vereinigung BARIG, der Deutschen Flugsicherung und des Forums Flughafen und Region gemeinsam mit dem Hessischen Ministerpräsidenten Volker Bouffier die Vereinbarung „Gemeinsam für die Region – Allianz für mehr Lärmschutz 2012“ unterzeichnet. Ziel ist es, die von Fluglärm ausgehenden Belastungen im Umland des Frankfurter Flughafens spürbar zu reduzieren. Entwickelt haben die Maßnahmen verschiedene Arbeitsgruppen des Forums Flughafen und Region – einer vom Land Hessen ins Leben gerufenen Dialogplattform für Luftverkehrswirtschaft und Flughafenrainer – sowie der Luftverkehrswirtschaft und der Landesregierung.

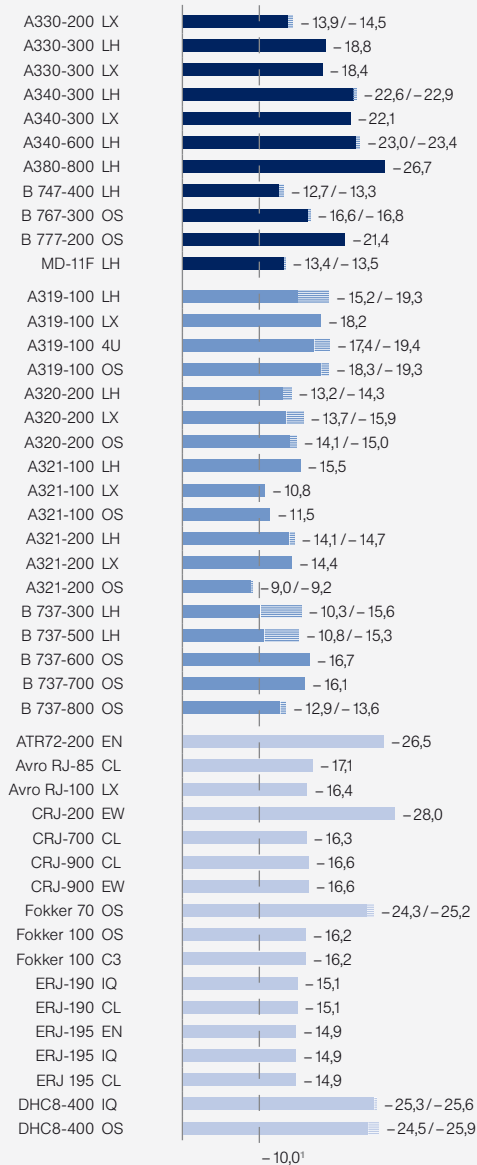
Als eine Aktion hat Lufthansa die Modifikation der gesamten A320-Flotte am Standort Frankfurt beschlossen. Durch eine Modifikation an der Unterseite des Flügels vor den Tankdruckausgleichsöffnungen will das Unternehmen nicht nur eine Lärmreduktion im Anflug von ein bis zwei Dezibel realisieren, sondern zudem zwei störende Töne komplett eliminieren. Dies geht auf gemeinsame Forschungen mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt zurück. Bereits im Jahr 2011 hat Lufthansa im Rahmen des ersten „Maßnahmenpakets Aktiver Schallschutz“ aus dem Jahr 2010 die Umrüstung aller Flugzeuge des Typs Boeing 737 am Standort Frankfurt abgeschlossen. Durch neue Schalldämpfer im Triebwerk kann eine Lärmreduktion im An- und Abflug erreicht werden.

Neben den Flugzeugmodifikationen bilden verbesserte An- und Abflugverfahren einen Schwerpunkt des aktiven Schallschutzes am Frankfurter Flughafen. Lufthansa hat mit ihrem fliegerischen Know-how intensiv an diesen Verbesserungen mitgearbeitet. Zusätzlich zu bereits eingeführten Lärm mindernden Flugverfahren sind weitere mittel- und langfristige Maßnahmen geplant, die sukzessive umgesetzt werden.

Gleichzeitig ist es wichtig, dass die Behörden Siedlungsbeschränkungen in der Nähe von Flughäfen konsequent einführen, um – wie in der Vergangenheit vielfach geschehen – ein Heranrücken von Wohngebieten an Flughäfen zu vermeiden. Im Sinne eines umfassenden Vorgehens fordert auch der sogenannte ausgewogene Ansatz der UN-Weltluftfahrtorganisation ICAO – neben Maßnahmen am Flugzeug und bei Flugverfahren – Regelungen zur Siedlungssteuerung. So entstehen umfassende Maßnahmenpakete, die bestmögliche und nachhaltige Wirkung entfalten können.

Lufthansa Konzernflotte (aktive Flotte per 31.12.2011)

Angaben in EPNdB



Gruppierung der Flugzeugmuster nach MTOW:

■ unter 50 t ■ 50 bis 150 t ■ über 150 t

Diese Unterteilung entspricht in der Regel der Gruppierung nach Regional-/Kont-/Interkontflugzeugen.

4U = Germanwings

C3 = Contact Air

CL = Lufthansa CityLine

EN = Air Dolomiti

EW = Eurowings

IQ = Augsburg Airways

LH = Lufthansa Passage, Lufthansa Cargo

LX = SWISS

OS = Austrian Airlines

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

Unterschreitung des ICAO-Kapitel-3-Lärmgrenzwertes

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



Forschungsprojekte

Im Aufbau: weltweite Messinfrastruktur für die Klimaforschung

Ohne Forschung kein Fortschritt. Um die Auswirkungen des Luftverkehrs auf die Umwelt zu minimieren, bedarf es in vielen Fällen zielgerichteter Forschungsarbeiten. Die Lufthansa Group ist daher in verschiedenen wissenschaftlichen Projekten aktiv, deren Spektrum weit über die Klimaforschung hinausreicht.

Dazu zählen unter anderem Initiativen, um den Fluglärm zu begrenzen (siehe „Viel Engagement für weniger Lärm“, Seite 85 ff.), den Einsatz von Biokraftstoffen voranzutreiben (siehe „Biokraftstoff in der Langzeiterprobung – auf dem Weg zum Luftverkehr der Zukunft“, Seite 67 ff.) und alternative Antriebstechniken wie das eTaxi bei Rollvorgängen am Boden zu erproben (siehe „Wege zu nachhaltigem Wirtschaften am Boden“, Seite 82 ff.).

Die globale Klimaveränderung gehört zu den größten Herausforderungen der Menschheit. Daher engagiert sich Lufthansa bereits seit 1993 besonders intensiv in verschiedenen Projekten, die helfen, den Zustand der Erdatmosphäre zu beobachten. So haben sich 15 europäische Projektpartner unter Leitung des Forschungszentrums Jülich und unter Beteiligung von Lufthansa in einer mehrjährigen Entwicklungsphase auf das Forschungsvorhaben IAGOS (In-service Aircraft for a Global Observing System) vorbereitet. Die für die Klimaforschung neuartige Langzeitbeobachtung der Erdatmosphäre per Linienflug startete am 7. Juli 2011: An Bord des Lufthansa Airbus A340-300 „Viersen“ erfassen seither eigens entwickelte Messgeräte während des Fluges routinemäßig atmosphärische Spurenstoffe sowie in Zukunft auch Aerosole und Wolkenteilchen – weltweit und auf breiter Basis. Nach jeder Lan-

dung werden diese Daten digital ausgelesen, verarbeitet und von Fachleuten analysiert. Ziel des Projekts ist es, eine weltweite Messinfrastruktur zu schaffen, um die Erdatmosphäre mithilfe der zivilen Luftfahrt global beobachten zu können. Die auf diese Weise gewonnenen Daten sind von zentraler Bedeutung für die Klimaforschung und die numerische Wettervorhersage.

Im Februar 2012 haben die IAGOS-Partner das bestehende Instrumentenpaket des Lufthansa Flugzeugs erstmals zusätzlich mit einer sogenannten RTTU getestet. Die Erprobung dieser „Real Time Transmission Unit“ soll die Voraussetzungen schaffen, um in Zukunft die gesammelten Informationen in Echtzeit vom Flugzeug zum Boden zu senden und sie dort in die bestehenden meteorologischen Datennetzwerke einzuspeisen. Auf diese Weise lassen sich nicht nur Wettervorhersagen weiter verbessern. Auch aktuelle Wetterauskünfte für die nächste Stunde – Fachleute sprechen von „Now-Casting“ – sollen damit in Zukunft verfeinert werden.



Mess-Sonde im vorderen linken Rumpfbereich der Lufthansa A340-300 „Viersen“ für das Klimaforschungsprojekt IAGOS



Alle von Lufthansa unterstützten Klimaforschungsprojekte sind im neuen Folder „Klimaforschung per Linienflug“ übersichtlich dargestellt.

IGOS-Workshop zum Thema Vulkanasche

Der Vulkanausbruch in Island im Frühjahr 2010 und die daraus resultierenden Folgen für den Luftverkehr haben gezeigt, dass das Fachwissen über den Einfluss von Aschepartikeln und den bei derartigen Eruptionen entstehenden Gasen auf die Flugzeugtriebwerke begrenzt ist. Vor diesem Hintergrund haben sich die IAGOS-Forschungspartner auf Initiative von Lufthansa im März 2011 bei der World Meteorological Organization (WMO) in Genf mit der Frage befasst, ob es sinnvoll ist, Aerosole in Zukunft standardmäßig mithilfe von Flugzeugen zu messen. Zu den Teilnehmern des mehrtägigen Workshops zählten unter anderem Vertreter von Fluggesellschaften, Flugzeug- und Triebwerksproduzenten sowie Vulkanologen und Aerosolforscher. Ziel des Workshops war es, Synergien zu identifizieren und weitere Forschungsarbeiten zu initiieren. Schließlich können unterschiedlichste Fachbereiche Nutzen aus standardmäßigen Aerosolmessungen an Bord von Flugzeugen ziehen. Dazu zählen die Klimaforschung (Aerosole haben entscheidenden

Einfluss auf die Wolkenbildung), die Materialforschung (Alterungs- und Abnutzungsprozesse aufgrund von Staubbelastung), die Meteorologie (Verbesserung von Ausbreitungsmodellen), die Vulkanologie und die Flugsicherung.

Weiterführende Information zu den von Lufthansa geförderten Klimaforschungsprojekten gibt es unter: www.lufthansa.com/verantwortung

Lufthansa Technik testet innovatives Lacksystem

Lufthansa Technik indes hat am 1. Juli 2011 in Frankfurt gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut Bremen und Airbus begonnen, ein innovatives Lacksystem zu testen. Eine neue Technologie ermöglicht es, Haifischhautstrukturen in die Flugzeuglacke zu prägen, wodurch sich der Strömungswiderstand verringert. Die Konsequenz: Treibstoffverbrauch und Betriebskosten sinken ebenfalls. Mit der vom Fraunhofer-Institut entwickelten Lösung ist es erstmals möglich, die bereits seit Langem bekannten Vorzüge von technisch nachempfundener Haifischhaut in der Luftfahrt umzusetzen. Vornehmliches Ziel der Testphase ist es, Haltbarkeit und Verschleiß der feinen Prägestruktur zu erproben. Dazu sind zwei Lufthansa A340-300 an ausgewählten Stellen bis Mitte 2013 mit sogenannten Patches ausgestattet, deren Zustand von Experten regelmäßig überprüft und analysiert wird.



„Lufthansa übernimmt einmal mehr Verantwortung und hat das erste IAGOS Klimaforschungsflugzeug in Dienst gestellt – andere Airlines werden diesem Beispiel folgen, um mithilfe der zivilen Luftfahrt eine Beobachtung unserer Erdatmosphäre aufzubauen.“

Dr. Andreas Waibel
Referent Umweltkonzepte Konzern
Deutsche Lufthansa AG



Corporate Citizenship

Soziales Engagement

Umweltförderung

Kulturelles Engagement

Bildung

Sportförderung



Soziales Engagement

Humanitäre Soforthilfe – schnell, unkompliziert, direkt

Ob Erdbeben, Tsunami, Überschwemmungen oder Dürren: Wann immer Naturkatastrophen Menschen existenziell bedrohen, leistet die Lufthansa Group humanitäre Soforthilfe. Auch im Jahr 2011 brachte der Luftfahrtkonzern seine Logistikkompetenz ein, um die Notversorgung von Betroffenen in Katastrophengebieten zu unterstützen.

26.000 Decken für die Erdbebenopfer in Japan

So startete am 23. März 2011 ein kostenloser Lufthansa Cargo Sonderflug von Frankfurt Richtung Tokio, um nach dem verheerenden Erdbeben und Tsunami akute Nothilfe zu leisten. An Bord der Frachtmaschine vom Typ MD-11F befanden sich 70 Tonnen Hilfsgüter für die von der Katastrophe betroffene japanische Bevölkerung – darunter 26.000 Decken, Hunderte Schlafsäcke und Spezialmatratzen, um Kälte und Feuchtigkeit zu überstehen. Lufthansa Cargo hat den Hilfsflug gemeinsam mit der Generaldirektion für Humanitäre Hilfe und Zivilschutz der Europäischen Kommission organisiert und stand überdies in engem Kontakt mit dem Internationalen Roten Kreuz in Genf und anderen Hilfsorganisationen.

„Flug gegen den Hunger“ erreicht Menschen in Ostafrika

Schnell und unbürokratisch half Lufthansa Cargo auch angesichts der Hungerkatastrophe am Horn von Afrika. Um die Folgen der Dürre in Somalia, Kenia, Äthiopien, Eritrea und Dschibuti für die Betroffenen zu lindern, schickte Lufthansa Cargo am 17. August 2011 eine MD-11F mit 90 Tonnen Hilfsgütern nach Nairobi, vorwiegend Lebensmittel, Medikamente und Zelte. Ermöglicht hat die Frachtfluggesellschaft ihn im Schulterschluss mit der Hilfsorganisation Luftfahrt ohne Grenzen/Wings of Help und weiteren Partnern. Parallel dazu riefen die Mitarbeiterorganisationen Cargo Human Care (siehe „Cargo Human Care – medizinische Hilfe für Menschen in Ostafrika“, Seite 96 f.) und HelpAlliance (siehe „HelpAlliance – Hilfe zur Selbsthilfe für Menschen in Not“, Seite 93 f.) die Beschäftigten des Konzerns zu Spenden auf und richteten hierfür Konten ein.

Aufgrund der unverändert kritischen Lage brachte Lufthansa Cargo nur einen Monat später, am 21. September 2011, einen zweiten Hilfstransport nach Nairobi – in Kooperation mit Luftfahrt ohne Grenzen/Wings of Help sowie Payback und weiteren Partnern. „Die Lage in Ostafrika ist weiter dramatisch. Als Fluggesellschaft haben wir die

Möglichkeit, die gespendeten Hilfsgüter schnell und direkt dort hinzubringen, wo sie dringend benötigt werden. Daher ist es für uns selbstverständlich, auch diesen Hilfstransport zu unterstützen“, sagt Karl Ulrich Garnadt, Vorsitzender des Vorstands von Lufthansa Cargo.

Lufthansa Cargo organisiert erste Expertenrunde für Humanitäre Logistik

Die Humanitäre Logistik spielt eine Schlüsselrolle bei der Versorgung der Opfer von Naturkatastrophen. Welche Anforderungen aber muss der Luftfrachttransport als Teil der humanitären Logistikkette erfüllen, damit Hilfsgüter ihr Ziel unverzüglich erreichen? Vor diesem Hintergrund fand auf Einladung von Lufthansa Cargo am 6. Oktober 2011 in Frankfurt die erste Expertenrunde für Humanitäre Logistik statt. Maßgabe war, die Bedürfnisse internationaler Hilfsorganisationen besser zu verstehen und das eigene Engagement stetig weiterzuentwickeln. An der Veranstaltung nahmen Logistikexperten des Internationalen Roten Kreuzes, des Technischen Hilfswerks (THW), des Auswärtigen Amtes sowie Manager von Lufthansa Cargo teil. Der Workshop war der Startschuss für die Entwicklung von Ideen und Konzepten, um Hilfstransporte weiter zu professionalisieren. Seit November 2011 erhält die Initiative kreative Unterstützung durch die konzernübergreifende Plattform „explorers“: Im Rahmen des Entwicklungsprogramms widmen sich Nachwuchsführungskräfte der Lufthansa Group dem Thema Humanitäre Logistik. Das Projekt endet voraussichtlich im November 2012.



HelpAlliance – Hilfe zur Selbsthilfe für Menschen in Not

Die HelpAlliance e.V. ist eine gemeinnützige Hilfsorganisation, die Mitarbeiter aus allen Teilen der Lufthansa Group im Jahr 1999 ins Leben gerufen haben. Ihre Mitglieder engagieren sich ehrenamtlich, sind politisch und konfessionell unabhängig und sammeln Spenden, um sie auf der ganzen Welt sinnstiftend für soziale Hilfsprojekte einzusetzen.



Im Fokus der humanitären Aktivitäten stehen Ernährungs- und Gesundheitsprogramme, Schulen, Ausbildungseinrichtungen, Waisenhäuser und Straßenkinderprojekte in Afrika, Asien und Lateinamerika. Ziel ist es, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten, damit die Betroffenen ihre Lebensverhältnisse aus eigener Kraft verbessern können. Die Initiativen der HelpAlliance gliedern sich in langfristige Projekte und zeitlich begrenzte, ereignisbezogene Förderprojekte. Darüber hinaus leistet die Organisation Katastrophenhilfe wie etwa nach dem Erdbeben und Tsunami in Japan im Frühjahr 2011: Um die Not der Betroffenen zu lindern, hat die Organisation ein Spendenkonto eingerichtet und ein Benefizkonzert mit dem Lufthansa Orchester veranstaltet.

Der Konzern steht dem Verein seit seiner Gründung fest zur Seite. Die Unterstützung umfasst Teil- und Vollzeitfreistellungen, die kostenlose Nutzung von Büroräumen am Frankfurter Flughafen einschließlich der technischen Infrastruktur sowie logistische und kommunikative Hilfe. Um die wachsenden Aufgaben des Vereins auf eine größere Anzahl von Schultern zu verteilen, wurde der Vorstand der HelpAlliance im November 2011 von drei auf fünf Personen erweitert. Dem Verein gehören nunmehr 15 ordentliche Mitglieder sowie knapp 1.600 Fördermitglieder an. Im Jahr 2011 unterstützte die Hilfsorganisation 45 Projekte mit einer Gesamtsumme von 1,5 Millionen Euro.

Dürre in Ostafrika

Im Jahr 2011 lag ein Tätigkeitsschwerpunkt der HelpAlliance am Horn von Afrika, wo die Menschen unter einer dramatischen Dürre leiden: Zehntausende sind bereits gestorben, mehr als zwölf Millionen hungern. Um ein Zeichen der Solidarität mit der Bevölkerung zu setzen, rief die HelpAlliance die Mitarbeiter des Konzerns zum Spenden auf und richtete ein Konto ein. Die Hilfsbereitschaft der Lufthansaer war enorm und ermöglichte es unter anderem, ein Wasserprojekt im Flüchtlingslager Kakuma im kenianisch-somalischen Grenzgebiet zu unterstützen. Dort konnten mithilfe der Gelder 20.000 Menschen sechs Monate lang mit Wasser versorgt werden. Großes Engagement zeichnete auch die Beschäftigten von Lufthansa Systems an den Standorten Frankfurt und Hamburg aus. Gemeinsam mit der HelpAlliance sammelten sie Spenden in Höhe von 20.000 Euro für dieses Projekt.

Trotz eigener schwieriger Lebensbedingungen für andere aktiv werden: Nach dieser Maxime handelten die Lehrer des HelpAlliance-Förderprojekts Watoto in der Nähe der Küstenstadt Mombasa. Statt tatenlos zuzuschauen, wie ihre Landsleute infolge der Dürre verhungern, verzichteten sie auf einen Teil ihrer Gehälter, um gemeinsam mit den Eltern der Schulkinder Geld zu sammeln und so drei Hilfskon-



Lehrer des Förderprojekts Watoto in der Nähe der Küstenstadt Mombasa organisierten gemeinsam mit der HelpAlliance selbstlos mehrere Hilfskonvois in den Norden Kenias.



Haiti: Wiederaufbauprojekt Grund- und Sekundarschule Gressier – 350 Schüler konnten im Februar 2011 aus den Zelten in das neue Schulgebäude umziehen und 80 Schüler haben im angeschlossenen Internat ein neues Zuhause gefunden.

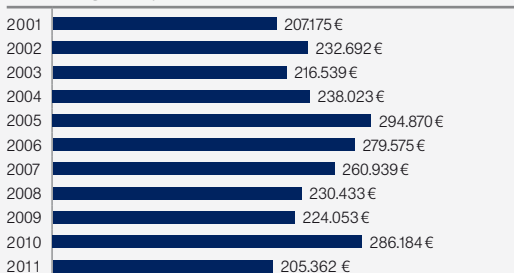
On-Board-Collection-Programm „Kleines Geld für große Hilfe“

Kleine Ursache, große Wirkung: Getreu diesem Motto können Passagiere Münzen und Scheine in jeglicher Währung – „Restgeld“, das sie von Langstreckenflügen zurückbringen – einem guten Zweck zuführen. Möglich macht dies das On-Board-Collection-Programm „Kleines Geld für große Hilfe“. Hierfür befinden sich bereits seit 2001 an Bord in den Sitztaschen kleine verschleißbare Spendentüten, die das Kabinenpersonal einsammelt und der HelpAlliance übergibt. Darüber hinaus laden Spendensäulen in den Mitarbeiterbereichen, den Lufthansa Lounges an deutschen Flughäfen und in den öffentlichen Bereichen der Drehkreuze Frankfurt und München dazu ein, die sozialen Projekte der Organisation zu unterstützen.

Seit September 2011 bündeln die HelpAlliance und die humanitäre Stiftung „b.foundation for Africa“ von Brussels Airlines ihre Kräfte im Bereich On-Board-Collection. So können nunmehr auch Passagiere von Belgiens größter Fluggesellschaft Münzen und Scheine aller Währungen der HelpAlliance stiften; bisher war dies nur auf Langstreckenflügen von Lufthansa und Condor möglich.

On-Board-Collection-Programm

Entwicklung des Spendenaufkommens¹



Oktober 2003: Start der Beteiligung von Condor
September 2011: Start der Beteiligung von Brussels Airlines

¹ Da die finalen Zahlen bei Redaktionsschluss noch nicht vorlagen, sind alle in diesem Beitrag für das Jahr 2011 genannten Zahlen vorläufig.

vois in den Norden Kenias zu organisieren. Die HelpAlliance hat auch diese Aktion zusätzlich finanziell unterstützt.

Neuer Kleintransporter für Schulspeisungsprojekt

Zu einer Erfolgsgeschichte entwickelte sich 2011 zudem ein Spendenaufruf der HelpAlliance zugunsten des Förderprojekts „Rays of Hope“ – ein Schulspeisungsprojekt an der Riversands Primary School am Rande des Townships Diepsloot bei Johannesburg. Dort galt es, so rasch wie möglich einen in die Jahre gekommenen Kleinbus zu ersetzen, mit dessen Hilfe 650 Grundschüler dreimal pro Woche eine warme Mahlzeit erhalten. In Rekordzeit kam das Geld für die Anschaffung eines neuen Fahrzeugs zusammen. Das verdankte sich nicht nur den vielen sozial aktiven Lufthansa-Kunden, sondern auch der Großzügigkeit eines HON Circle Members, der von der Notlage der Schule erfahren und spontan mehr als 20.000 Euro gespendet hatte. „Diese Geste hat uns sehr berührt. Sie belegt eindrucksvoll, wie positiv die HelpAlliance und ihr Engagement von Lufthansa-Kunden wahrgenommen werden“, sagt Rita Diop, 1. Vorsitzende der HelpAlliance.

Nachhaltige Unterstützung für Haiti

Zwei Jahre nach dem schweren Erdbeben in Haiti im Januar 2010 leben noch immer etwa eine halbe Million Haitianer in Notunterkünften. Rund 220.000 Euro sammelten Mitarbeiter der Lufthansa Group, um die Folgen der Naturkatastrophe abzumildern; die Konzernleitung verdoppelte den Betrag auf 440.000 Euro. Das Geld floss unter anderem in den Wiederaufbau und in die Ausstattung von sechs kleinen Schulen in der Trägerschaft der Salesianer Don Boscos; beide Projekte wurden im August 2011 erfolgreich abgeschlossen. Außerdem erlaubten es die Spenden, eine ebenfalls zerstörte Grund- und Sekundarschule für 350 Kinder und Jugendliche in Gressier in der Nähe des Epizentrums neu zu errichten.

Pakistan: medizinische Versorgung von 10.000 Familien

Auch nach der Jahrhundertflut in Pakistan im August 2010 reagierte die HelpAlliance prompt und griff den Menschen im Katastrophengebiet mit insgesamt circa 140.000 Euro unter die Arme. Nur ein Jahr nach den schwersten Überschwemmungen in der Geschichte des Landes standen nach heftigen Monsunregenfällen erneut weite Teile Pakistans unter Wasser. „Wir haben auch diesmal sofort geholfen und unter anderem eine



mobile Klinik mit medizinischen Geräten und Medikamenten für 10.000 Familien in 150 Dörfern ausgestattet“, erklärt Rita Diop. „Darüber hinaus sind wir in der Lage, ein Jahr lang die Gehälter des medizinischen Personals zu finanzieren.“

Unverzichtbar: kontinuierliches Spendensammeln

Die Hilfsbereitschaft von Mitarbeitern und Geschäftsleitung der Lufthansa Group macht die Arbeit der HelpAlliance erst möglich. Gleichwohl nehmen die Anzahl und Stärke von Naturkatastrophen zu. Damit wächst die Notwendigkeit zu helfen und mit ihr der Finanzbedarf der gemeinnützigen Organisation. Um ihn auch künftig decken zu können, hat die HelpAlliance im Jahr 2011 unter anderem ihre Online-Aktivitäten stark ausgebaut: So besteht seit einiger Zeit die Möglichkeit, schnell und unkompliziert über das Online-Zahlungssystem PayPal zu spenden. Der Einrichtung des neuen Spendenkanals ging eine Potenzialanalyse durch Teilnehmer der Lufthansa Nachwuchsführungskräfte-Plattform „explorers“ voraus. Überdies hat das Lufthansa Marketing die Aktivitäten der HelpAlliance in Sozialen Medien wie etwa Facebook kommunikativ unterstützt.

Gelegenheit, das Angenehme mit dem Nützlichen zu verbinden, boten die Feierlichkeiten zum 100-jährigen Jubiläum des Hamburger Flughafens am 25. September 2011: Rundflüge über Hamburg mit einem Lufthansa Airbus A380 erbrachten einen Erlös in Höhe von 50.000 Euro, der je zur Hälfte an die HelpAlliance und eine örtliche Hilfsorganisation ging. Außerdem nutzte Lufthansa die aktuelle Mitarbeiterbefragung, um Spenden zu generieren: Für jeden ausgefüllten und zurückgeschickten Fragebogen erhielt die HelpAlliance jeweils einen Euro. Seit August 2011 informiert zudem ein zweisprachiger, an



Unterstützung auch in Vietnam: Das HelpAlliance-Förderprojekt Saigon Children's Charity fördert und betreut behinderte Kinder und leitet sie auf den Weg in ein selbstbestimmtes Leben.

die Führungskräfte der Lufthansa Group gerichteter Newsletter über die Aktivitäten der Organisation. Die Publikation erscheint zweimal jährlich und enthielt in der Erstausgabe einen Aufruf von Christoph Franz, dem Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Lufthansa AG, die HelpAlliance zu unterstützen. Über die Aktivitäten des Vereins gibt ein jährlicher Rechenschaftsbericht Auskunft, dessen Erstellung Lufthansa ebenfalls sponsert. www.help-alliance.com



Marathon in Kapstadt: Lufthanseaten sammeln für HelpAlliance-Projekt

Dass Lufthanseaten keine Mühen scheuen, um die HelpAlliance zu unterstützen, bewiesen am 23. April 2011 neun Läufer der Hamburger Laufgruppe des Lufthansa Sportvereins (LSV) beim „Two Oceans Marathon“ in Kapstadt. Anlässlich der Veranstaltung sammelten sie im Vorfeld 1.535 Euro zugunsten der iThemba-Vorschule bei Kapstadt – ein von Lufthansa Global Tele Sales (GTS) und der HelpAlliance initiiertes Gemeinschaftsprojekt. Die in einem Township angesiedelte Vorschule bietet 75 Kindern zwischen drei und sechs Jahren einen sicheren Ort, um unbeschwert zu lernen und zu spielen.

Cargo Human Care – medizinische Hilfe für Menschen in Ostafrika



Was in Deutschland und anderen Industriestaaten selbstverständlich ist, bleibt Menschen in anderen Erdteilen oft verschlossen: eine medizinische Grundversorgung. Um kranken und verletzten Menschen dennoch direkt und unbürokratisch zu helfen, gründeten Mitarbeiter von Lufthansa Cargo gemeinsam mit deutschen Ärzten im Jahr 2007 Cargo Human Care e. V. (CHC).

Initiator des humanitären Hilfsprojekts ist Fokko Doyen, Flottenchef MD-11F bei Lufthansa Cargo. Während eines Zwischenstopps entdeckte er 2004 das Mothers' Mercy Home (MMH) und beschloss, das kleine Waisenhaus am Rande Nairobis fortan tatkräftig zu unterstützen. Für seinen Einsatz erhielt der erste Vorsitzende des gemeinnützigen Vereins am 6. Dezember 2011 das Bundesverdienstkreuz. „Fokko Doyen hat sich mit Beharrlichkeit für die humanitäre Hilfe in Kenia eingesetzt und auf diesem Weg viele Unterstützer gewonnen. Mit seinem selbstlosen Engagement hat er sich ebenso als würdiger Botschafter unseres Landes erwiesen“, betonte Michael Boddenberg, Hessischer Minister für Bundesangelegenheiten und Bevollmächtigter des Landes beim Bund, in seiner Laudatio.

Aktuell zählt Cargo Human Care 400 Mitglieder. Im Mittelpunkt der karitativen Arbeit stehen zwei Einrichtungen, die sich ganz und gar dem Wohlergehen von Kindern und armen Menschen in der Umgebung widmen: das Mothers' Mercy Home sowie das Cargo Human Care Medical Center in direkter Nachbarschaft des Waisenhauses. Darüber hinaus engagiert sich der Verein im Medical Center des SOS-Kinderdorfes Buru Buru.

Lufthansa Cargo steht dem Verein seit seiner Gründung fest zur Seite. So steuert der Logistik-

dienstleister nicht nur unentgeltliche Ladekapazitäten an Bord seiner Frachtflugzeuge vom Typ MD-11F bei, sondern trägt auch die Kosten für die Flugtickets deutscher Fachärzte: Dreimal im Monat fliegen Kinderärzte, Hals-Nasen-Ohren-Ärzte, Zahnärzte, Gynäkologen, Allgemeinmediziner und Augenärzte, Urologen, Anästhesisten oder HIV-Spezialisten für jeweils drei Tage nach Afrika, um vor Ort ehrenamtlich zu praktizieren.

Einführung von Patenschaften

Im Berichtsjahr lag ein weiterer Schwerpunkt von CHC auf der Einführung medizinischer Patenschaften. Denn in der Umgebung des Mothers' Mercy Home leben viele kranke, behinderte und vernachlässigte Kinder, die dringend Medikamente und Kleidung benötigen. Wann immer die Ärzte und Mitarbeiter des Medical Center von besonders prekären Fällen erfahren, lässt Cargo Human Care nichts unversucht, die unmittelbare Not der betroffenen Mädchen und Jungen zu lindern. Zudem bemüht sich das Hilfsprojekt, den Kindern den Besuch einer Schule beziehungsweise eines Internats zu ermöglichen und in Deutschland einen Ausbildungspaten zu finden, der die hierfür anfallenden Gebühren trägt. Geplant ist, bis Ende 2012 mindestens 30 medizinische sowie rund 45 Ausbildungspatenschaften zu vermitteln. Die Kosten betragen pro Kind zwischen 25 und 75 Euro pro Monat; und sollte einmal ein Pate ausfallen, springt Cargo Human Care ein. Sobald die Schützlinge Schule oder Berufsausbildung erfolgreich abgeschlossen haben und auf eigenen Beinen stehen, endet die Patenschaft automatisch.

Vorlesewettbewerb und Sommercamp im Mothers' Mercy Home

Mit dem Ziel, die Lesekompetenz der Kinder des Mothers' Mercy Home zu verbessern und die Lust am Lesen nachhaltig zu fördern, hat die Einrichtung im Juni 2011 einen Vorlesewettbewerb für 30 Schulkinder der 7. und 8. Klasse veranstaltet. Außerdem ermöglichte CHC die Anschaffung von Büchern, die für den Unterricht an kenianischen Schulen empfohlen werden und den Bestand der Bibliothek des Mothers' Mercy Home aufgestockt haben.



Patienten warten vor dem Cargo Human Care Medical Center am Stadtrand von Nairobi auf ihre Behandlung.



Nach dem großen Erfolg im Vorjahr organisierte das Cargo Human Care im August 2011 zum zweiten Mal ein Sommercamp im MMH: Acht verschiedene Workshops boten den Kindern die Gelegenheit, kreativ zu sein und ihre handwerklichen Fähigkeiten zu testen und zu verfeinern. Ein besonderes Workshop-Angebot richtete sich an die Jugendlichen des Waisenhauses. Unter der kundigen Anleitung eines ortsansässigen Schreiners fertigten sie Regale und eine Arbeitsplatte für die geplante Holzwerkstatt der sozialen Einrichtung.

In Planung: die Modernisierung des MMH

Zahlreiche Gebäude des Mothers' Mercy Home sind in die Jahre gekommen – nicht zuletzt aufgrund des tropischen Klimas, das beständig an der Bausubstanz nagt. Um das Projekt für die Zukunft zu sichern, plant Cargo Human Care, alte Gebäude auf dem Gelände des Waisenhauses nach und nach umzubauen beziehungsweise zu erneuern. Den Anfang macht die Küche, bis circa Mitte 2014 sollen weitere Liegenschaften folgen.

Lebensmittel für 224 Familien im Norden Kenias

Angesichts der Dürre und Hungersnot in Ostafrika arbeitet Cargo Human Care seit August 2011 zudem eng mit der Diözese Marsabit der Anglikanischen Kirche zusammen, um 224 Familien in zwei Dörfern im Norden Kenias ein Mal im Monat mit Mais, Bohnen und Öl zu versorgen. Eigens für diesen Zweck haben Cargo Lufthansaten und Freunde von CHC unermüdlich Spenden gesammelt. Die Diözese indes koordiniert Einkauf, Transport und Verteilung der Hilfsgüter vor Ort. Gegenwärtig sucht CHC gemeinsam mit ihren Partnern in den Dürregebieten nach Wegen, um die Lebensmittelversorgung auch langfristig sicherzustellen – beispielsweise durch den Bau von Brunnen, damit die Betroffenen ihre Felder wieder selbst bewässern können.

www.cargohumancare.de



Lufthansa Cargo: 30 Jahre Kooperation mit Werkstätten für Behinderte Rhein-Main

Drei Jahrzehnte schon währt die Zusammenarbeit von Lufthansa Cargo mit den Werkstätten für Behinderte Rhein-Main e.V. Rund 100 Mitarbeiter mit Handicap fertigen am Standort Mörfelden-Walldorf pro Jahr mehr als 250.000 gelbe Spanngurte. Diese dienen als Lademittel und sind unentbehrlich, um Luftfracht von Lufthansa und Lufthansa Cargo fachmännisch zu sichern. Anlässlich des Jubiläums veranstaltete der Transportdienstleister am 7. Juni 2011 ein großes Fest in Mörfelden mit mehr als 500 Gästen. „Die Werkstätten für Behinderte Rhein-Main sind für uns weit mehr als ein Lieferant, der sich durch höchste Produktqualität auszeichnet“, sagte Peter Gerber, Vorstand Finanzen und Personal bei Lufthansa Cargo. „In den vergangenen drei Jahrzehnten hat sich eine echte Partnerschaft und Freundschaft zwischen den Mitarbeitern in den Werkstätten und den Cargo Lufthansaten entwickelt.“ Die bewährte Partnerschaft bleibt damit auch in Zukunft ein wichtiger Bestandteil des gesellschaftlichen Engagements des Unternehmens.

In den Werkstätten für Behinderte Rhein-Main erhalten gegenwärtig rund 400 Menschen mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen die Möglichkeit, sich beruflich zu qualifizieren, sowie einen sicheren Arbeitsplatz.

SWISS: Zürcher „Werkstätte Drahtzug“ fertigt Recycling-Bags für einen guten Zweck

SWISS kooperiert mit dem Zürcher Verein „Werkstätte Drahtzug“. Dort stellen Beschäftigte mit schwerwiegenden psychischen Beeinträchtigungen im Auftrag der Lufthansa Verbund-Airline in Handarbeit ebenso farbenfrohe wie trendige Recycling-Taschen her. Als Material kommen ausgemusterte, große SWISS-Werbekleber aus wetterfesten Planen zum Einsatz. Entsprechend schnell waren die ersten 500 Exemplare – jedes davon ein Unikat – ausverkauft. Ein Teil des Verkaufserlöses jeder Tasche kommt SOS-Kinderdörfern zugute. SWISS unterstützt die internationale Kinderhilfsorganisation bereits seit vielen Jahren, zum Beispiel indem sie an Bord ihrer Flugzeuge Spendenumschläge auslegt und Restgeld aller Währungen sammelt und an SOS-Kinderdörfer weiterleitet. Darüber hinaus engagiert sich die Fluggesellschaft für die unabhängige SWISS Kinderstiftung mit Geldleistungen, Infrastruktur und Logistik. Die Stiftung ermöglicht es Mitarbeitern der SWISS, ehrenamtlich für SOS-Kinderdörfer einzutreten.

Umweltförderung

Verantwortung für die Artenvielfalt von heute und morgen

Die Vielfalt der Tier- und Pflanzenarten, Ökosysteme und genetischen Ressourcen ist von unschätzbarem Wert für den dauerhaften Fortbestand aller Lebewesen auf der Erde. Mit dem Ziel, diese nachhaltig zu schützen und zu bewahren, unterstützt die Lufthansa Umweltförderung seit mehr als 30 Jahren deutsche und internationale Umwelt- und Naturschutzorganisationen. Einen Schwerpunkt bilden Aktivitäten zum Schutz bedrohter wandernder Tierarten wie beispielsweise des Kranichs und seiner Lebensräume.



**Kranichschutz
Deutschland**

Herzensprojekt Kranichschutz

Der Schutz des Kranichs ist Lufthansa seit mehr als 30 Jahren ein Herzensanliegen. Mindestens elf der weltweit insgesamt 15 Arten sind in ihrem Bestand bedroht. Um einen wirksamen Beitrag zum Überleben der majestätischen Großvögel zu leisten, hat das Unternehmen 1991 gemeinsam mit dem Naturschutzbund Deutschland (NABU) und der Umweltstiftung WWF Deutschland die

Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland gegründet. Die Lufthansa Umweltförderung engagiert sich seither vor allem für das von der Arbeitsgemeinschaft unterhaltene Kranich-Informationszentrum in Groß Mohrdorf.

Allein im Jahr 2011 zog die Einrichtung mehr als 14.000 Besucher in ihren Bann. Aus gutem Grund, bietet sie doch die Möglichkeit, die „Vögel des Glücks“ in der Rügen-Bock-Region Mecklenburg-Vorpommerns zu beobachten, ohne sie zu stören. Zudem nehmen Information und Bildung einen immer größeren Stellenwert in der täglichen Arbeit des Zentrums ein. So fand etwa vom 25. September bis 2. Oktober 2011 die „13. Woche des Kranichs“ statt, die ein umfangreiches Programm aus Kranichbeobachtungen, Diashows und Informationsveranstaltungen bot. Einen besonderen Höhepunkt stellte die Uraufführung des Films „Kranichreise durch Europa“ dar, an dessen Realisierung Lufthansa beteiligt war. Die neue Dokumentation von Kranichschutz Deutschland zeichnet in beeindruckenden Bildern den Jahreszyklus der Grauen Kraniche nach und ist auch als DVD erhältlich.



Zusätzlich zur Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland unterstützt Lufthansa die Kranichschutzprojekte weiterer Umwelt- und Naturschutzorganisationen. Dies sind:

EuroNatur Stiftung

Projektländer: Spanien und Israel

www.euronatur.org

EURONATUR

Society for the Protection of Nature in Israel (SPNI)

Projektländer: Israel

www.birds.org.il



NatureLife-International

Projektländer: Südafrika

www.naturelife-international.org



International Crane Foundation

Projektländer: USA, weltweit

www.savingcranes.org



South African Crane Working Group

Projektländer: Südafrika

www.ewt.org.za



Rund 100 Kranichexperten aus ganz Deutschland trafen sich vom 21. bis 23. November 2011 zur 21. Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland. Schwerpunkt war das Thema „Kraniche und Landwirtschaft“. Überdies verabschiedeten die Teilnehmer mehrere Resolutionen zum Schutz des nomadisch lebenden Großvogels. Die Tagung bot zugleich den Rahmen, um „20 Jahre Kranichschutz Deutschland“ zu feiern und die zahlreichen ehrenamtlichen Helfer der Organisation angemessen zu würdigen.

Darüber hinaus hat Lufthansa im Jahr 2011 die Gestaltung und Herstellung des „Kranich-Duetts“ ermöglicht. Das neue, 48 Karten umfassende Gedächtnis- und Lernspiel präsentiert Motive aller 15 Kranicharten. Entwickelt hat Kranichschutz



Deutschland das Spiel gemeinsam mit Kindern der Kita Groß Mohrdorf. Das „Kranich-Duett“ ist über Kranichschutz Deutschland erhältlich und kostet Euro 12,80; dem Spiel liegt ein zweisprachiges Begleitheft bei (deutsch/englisch). Knapp die Hälfte der Auflage ging per Lufthansa Flug in die USA an die Partnerorganisation International Crane Foundation. www.kraniche.de

UNEP/CMS Thesis Award:

Schutz für die Nomaden des Tierreichs

Bereits zum dritten Mal wurde im November 2011 der UNEP/CMS Thesis Award verliehen. Lufthansa stiftet den mit 10.000 Euro dotierten internationalen Dissertationspreis seit 2004 alle drei Jahre. Ziel ist es, neue Erkenntnisse über Lebensweise, Fortpflanzung und Ernährung der weltweit circa acht- bis zehntausend wandernden Tierarten zu gewinnen, deren Lebensraum immer stärker bedroht ist. Der akademische Wissenszuwachs ist unerlässlich, um sinnvolle Maßnahmen zum Schutz etwa von Zugvögeln, Meeressäugern oder Fledermäusen zu entwickeln und umzusetzen. Mit dem Forschungspreis leistet Lufthansa einen wichtigen Beitrag zur Förderung der „Konvention über wandernde, wild lebende Tierarten“ (Convention on the Conservation of Migratory Species of Wild Animals, CMS), deren Vertragsstaaten sich seit 1979 für nomadisch lebende Spezies engagieren.

Den UNEP/CMS Thesis Award erhielt diesmal die britische Biologin Dr. Lucy King. Sie hat ein Modell entwickelt, mit dem sich von Elefanten verursachte Flurschäden begrenzen lassen. Die Basis hierfür bildet die natürliche Angst der vermeintlichen Dickhäuter vor Honigbienen: Geschickt positioniert, fungieren die wehrhaften Insekten als lebende Barriere, die den Elefanten den Appetit auf fruchtbares Grün verleidet. Konflikte zwischen Mensch und Tier könnten so entschärft werden, noch bevor sie entstehen.

www.cms.int

NatureLife International:

Sekundärwälder für mehr Biodiversität

Vorhandene Restwälder in artenreiche Sekundärwälder zu verwandeln: Das ist das Bestreben des Modellprojekts Rainforestation Farming der Umweltstiftung NatureLife International, das die Lufthansa Umweltförderung seit mehr als zehn Jahren unterstützt. Entwickelt haben die Methode die Umweltextperten der Stiftung gemeinsam mit der Universität Hohenheim und der Visayas State University auf der philippinischen Insel Leyte. Seit 2007 kommt das Verfahren, bei dem abgeholz-



Das Kranich-Informationszentrum in Groß Mohrdorf zog im Jahr 2011 mehr als 14.000 Besucher in seinen Bann.

te Regenwaldflächen wieder aufgeforstet werden, auch im Westen Chinas im Grenzbereich zwischen Laos und Myanmar erfolgreich zum Einsatz. Rainforestation Farming ermöglicht es, erodierende Böden dauerhaft zu fixieren und in der Atmosphäre bereits vorhandenes CO₂ zu binden, was den Klimaschutz fördert; außerdem schafft die nachhaltige Bewirtschaftungsweise Arbeitsplätze, die der ländlichen Bevölkerung langfristig ein finanzielles Auskommen sichern.

Zieht Kreise: Wanderausstellung „World Champions of Nature“

Des Weiteren engagiert NatureLife International sich mit Nachdruck für eine konsequente Umweltbildung. Ziel ist es, die Menschen für die Themen Nachhaltigkeit, Umweltvorsorge und Naturbewahrung zu sensibilisieren und ihr Wissen darüber zu vertiefen. So hat sich die Stiftung die Sportbegeisterung der Deutschen zunutze gemacht und mit Unterstützung von Lufthansa die Wanderausstellung „World Champions of Nature“ konzipiert und umgesetzt. Seit August 2010 fasziniert die Schau mit Einblicken in außergewöhnliche physische Fähigkeiten von Tieren. Die Verknüpfung von sportlichen Höchstleistungen und Naturphänomenen kam derart gut beim Publikum an, dass die Wanderausstellung auch im Jahr 2011 wieder an zahlreichen Orten zu sehen war – darunter im Bundespresseamt in Berlin, im Naturschutzzentrum Eriskirch, in Aachen sowie im Esterházy-Museum in Schloss Lackenbach in Österreich. Geplant ist, die Ausstellung künftig noch stärker international einzusetzen und zu diesem Zweck einzelne Ausstellungsmodule weiterzuentwickeln.

www.naturelife-international.org

Kulturelles Engagement / Bildung

Lufthansa baut Brücken zwischen Kulturen und Generationen

Die Förderung von Kultur und Bildung ist ein wesentlicher Bestandteil des gesellschaftlichen Engagements von Lufthansa. Als international tätiger Luftfahrtkonzern schafft das Unternehmen täglich unzählige Verbindungen – nicht nur zwischen Städten, Ländern und Kontinenten, sondern auch zwischen Menschen unterschiedlichster Herkunft und Prägung, wie die nachfolgenden Beispiele zeigen.

Zwei „Marken“ im Gleichklang: Lufthansa und das Kölner Gürzenich-Orchester

Lufthansa ist seit Oktober 2010 „First Global Partner“ des Gürzenich-Orchesters und engagiert sich damit erstmals langfristig für ein deutsches Sinfonieorchester. Auch im Jahr 2011 unterstützte das Unternehmen die „begehrteste Konzertmarke Kölns“ und leistete damit einen wichtigen Beitrag zur Förderung des Musiklebens am traditionsreichen Hauptsitz des Luftfahrtkonzerns. Glanzvoller Höhepunkt war das Festkonzert am 24. September 2011 anlässlich des 25-jährigen Bestehens der Kölner Philharmonie: Rund 120 HON Circle- und Senator-Kunden, der Kölner Oberbürgermeister Jürgen Roters sowie Repräsentanten aus der Kommunal- und Landespolitik in Nordrhein-Westfalen lauschten gebannt der Darbietung von Gustav Mahlers 8. „Sinfonie der Tausend“. Mit diesem selten aufgeführten Werk war die Kölner Philharmonie 1986 eröffnet worden, die seitdem Heimat des Gürzenich-Orchesters ist.

„Lufthansa und das Gürzenich-Orchester sind Partner mit einem gemeinsamen Grundverständnis: Beide sind Premiummarken mit einer hohen öffentlichen Wahrnehmung und einem hohen Qualitätsanspruch. Gleichzeitig stehen beide neben ihren regionalen Wurzeln auch für Inter-

nationalität und eine ausgeprägte Innovationsbereitschaft“, sagte Stephan Gemkow, Vorstand Finanzen und Aviation Services der Deutschen Lufthansa AG, bei der Begrüßung der Gäste im Museum Ludwig.

www.guerzenich-orchester.de

Lufthansa Festival of Baroque Music

Auf „Eine Reise durch das Herz Europas“ führte die 27. Auflage des Lufthansa Festivals of Baroque Music vom 13. bis 21. Mai 2011 in London. Zwölf Konzerte vermittelten die gesamte Fülle europäischer Barockmusik von der Ostsee bis zur Adria. Aufgeführt wurden sie in bedeutenden Kirchen wie St John's Smith Square und der altehrwürdigen Westminster Abbey und durch Rundfunkübertragung der BBC von mehreren Hunderttausend Zuhörern weltweit verfolgt. „Lufthansa ist ein Weltkonzern von wahrhaft europäischem Charakter, sodass das Motto des Festivals perfekt zu den Airlines unserer Gruppe passt“, sagt Christoph Franz, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Lufthansa AG. Das Luftfahrtunternehmen trägt das weit über die britische Metropole hinaus bekannte Festival seit seinem Bestehen gemeinsam mit seinem Systempartner Rolls-Royce.



Gürzenich-Orchester: Festkonzert am 24. September 2011 anlässlich des 25-jährigen Bestehens der Kölner Philharmonie





Das Collegium Vocale Gent unter der Leitung von Philippe Herreweghe eröffnete vor ausverkauftem Haus das Lufthansa Festival of Baroque Music 2011.

2011 begeisterten zahlreiche renommierte Künstler das kundige Londoner Publikum, unter ihnen viele Kunden, Geschäftspartner und Freunde von Lufthansa. Eröffnet wurde die Veranstaltungsreihe von dem namhaften Bach-Spezialisten Philippe Herreweghe mit seinem Chor und Orchester Collegium Vocale Gent. Gustav Leonhardt, einer der herausragenden Pioniere der historischen Aufführungspraxis, gab im Rahmen des Festivals eines seiner letzten Konzerte. Ein weiteres Highlight bildete das Konzert „Music from Salzburg“, bei dem der weltberühmte Chor der Westminster Abbey zusammen mit den Musikern von St. James's Baroque Werke von Bertali, Biber und Schütz aufführte. Das 28. Lufthansa Festival of Baroque Music fand vom 18. bis 26. Mai 2012 statt. Im Jahr der Olympischen Sommerspiele von London reflektierte es musikalisch das Thema Wettbewerb sowie das friedliche Miteinander der Nationen.

www.lufthansafestival.org.uk

Lufthansa Neujahrskonzert

Für Liebhaber klassischer Musik ist das jährliche Lufthansa Neujahrskonzert eine feste Institution. Die 15. Auflage der hoch angesehenen Veranstaltung war geprägt von russischen Klängen wie beispielsweise Dimitri Schostakowitschs „Spazierfahrt durch Moskau“ oder Peter Tschaikowskys berühmtem Konzert für Klavier und Orchester Nr. 1 b-Moll op. 23. Rund 1.200 Gäste hatten am 17. Januar 2012 den Weg ins Konzerthaus Berlin am Gendarmenmarkt gefunden – darunter viele Lufthansa Statuskunden sowie Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Kultur.

Lufthansa beteiligt sich erneut an „Kunst privat!“

Lufthansa hat auch die siebte Auflage von „Kunst privat!“ aktiv mitgestaltet, die am 28. und 29. Mai 2011 stattfand. Interessierte Besucher erhielten damit bereits zum vierten Mal die Möglichkeit, einen Blick auf die Kunstsammlung im Lufthansa Aviation Center (LAC) in Frankfurt zu werfen, die der Öffentlichkeit normalerweise nicht zugänglich ist. Initiator der Initiative, an der sich rund 35 internationale Konzerne und regionale Unternehmen aus Frankfurt, Wiesbaden und Darmstadt beteiligen, ist das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung. Das Besondere des Lufthansa Ausstellungskonzepts: Anders als bewegliche Objekte wie Gemälde oder Skulpturen handelt es sich bei den Exponaten im LAC um Kunst am Bau, also um in das Gebäude integrierte Kunstwerke, die sich dem Betrachter oftmals erst auf den zweiten Blick erschließen. „Die Aktion ‚Kunst privat!‘ ist für Lufthansa jedes Jahr ein Highlight und eine außergewöhnliche Plattform, um uns der Öffentlichkeit einmal aus einer ungewöhnlichen Perspektive zu zeigen“, sagt Hildegard Lamberty vom Lufthansa Besucherdienst. „Im Jahr 2012 werden wir uns erneut engagieren.“

Zahlreiche Preise für Finalisten des Bundesvorlesewettbewerbs

Im Jahr 2011 hat Lufthansa erstmals den Bundesvorlesewettbewerb unterstützt. Der angesehenen Wettbewerb geht auf eine Initiative des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels in Zusammenarbeit mit Schulen, Bibliotheken und Buchhandlungen sowie sonstigen kulturellen Einrichtungen zurück. An dem bundesweiten Lesewettbewerb hatten sich 2011 insgesamt rund 640.000 Schülerinnen und Schüler aus



„Türöffner-Tag“ bei Lufthansa Technik in Hamburg für die „Sendung mit der Maus“

7.500 Haupt- und Realschulen sowie Gymnasien beteiligt. Das Finale der 52. Auflage fand am 22. Juni 2011 in der Deutschen Nationalbibliothek in Frankfurt am Main statt. Als Partner des Bundesfinales hat Lufthansa zahlreiche Preise zur Verfügung gestellt. So stiftete das Luftfahrtunternehmen den beiden Gewinnern beispielsweise Tickets für einen Flug innerhalb Europas mit ihren Eltern und Geschwistern.

www.vorlesewettbewerb.de

„Türöffner-Tag“ bei Lufthansa Technik in Hamburg

Anlässlich des 40. Geburtstags der „Sendung mit der Maus“ hat sich Lufthansa Technik am 10. Juli 2011 am ersten sogenannten „Türöffner-Tag“ beteiligt – einer branchenübergreifenden Initiative des Westdeutschen Rundfunks, an der deutschlandweit knapp 250 Veranstalter teilnahmen, darunter Fabriken, Labore, Rathäuser und Bäckereien. Bei Lufthansa Technik stand der „Türöffner-Tag“ unter dem Motto „Anschauen, anfassen, ausprobieren“ und lockte 25.000 Besucher nach Hamburg. Die Sachgeschichten vor Ort boten großen und kleinen Mausfans unter anderem die seltene Gelegenheit, ein Cockpit zu besichtigen. Außerdem erfuhren sie, wie Triebwerke funktionieren oder wie man ein Loch im Flugzeugrumpf repariert. „Wir bei Lufthansa Technik haben selbst immer viele Fragen und Ideen, deshalb passt die Sendung mit der Maus auch so gut zu uns. Ich bin stolz, dass so viele Menschen zu uns gekommen sind“, sagte Dr. Thomas Stüger, Vorstand Produkt und Services bei Lufthansa Technik.

Lufthansa Systems vergibt drei „Deutschlandstipendien“

Im Rahmen des „Deutschlandstipendiums“ fördert Lufthansa Systems ein Jahr lang drei leistungsstarke Studenten der Fachrichtungen Informatik und Physik an der Technischen Universität Darmstadt. Bei dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung ins Leben gerufenen Programm erhalten die Stipendiaten jeweils zur Hälfte eine Förderung vom Bund beziehungsweise von einem Unternehmen der Privatwirtschaft. Verbunden mit dem Stipendium ist die Möglichkeit, sich direkt vor Ort über den IT-Spezialisten Lufthansa Systems und seine technischen Innovationen zu informieren.

Von Studenten lernen: SWISS unterstützt Simulation der UN Klimaverhandlungen

Studenten der Universitäten St. Gallen (HSG) und Köln sowie der ESADE Barcelona und der Warsaw School of Economics ist in nur zwei Tagen gelungen, was Tausende Delegierte der UN-Klimakonferenzen seit Jahren nicht zuwege bringen: der erfolgreiche Abschluss eines globalen Abkommens, um die CO₂-Emissionen zu reduzieren. Die simulierten Verhandlungen sind Teil des CEMS Master-Programms für internationales Management, welches in Zusammenarbeit von führenden Wirtschaftshochschulen, multinationalen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen angeboten wird. SWISS hat 2011 im Rahmen seines gesellschaftlichen Engagements das Verhandlungsteam der Universität St. Gallen unterstützt. Der unter der Bezeichnung „Model UNFCCC“ laufende Kurs zielt darauf ab, Studierende für die Probleme des Klimawandels zu sensibilisieren und sie zu befähigen, als Hoffnungsträger von morgen die Inhalte eines internationalen Klimaschutzabkommens mitzugestalten.

www.cems.org

www.unisg.ch



Sportförderung

Partner des Spitzensports

Sportförderung genießt bei Lufthansa eine lange Tradition. Schon seit den Olympischen Spielen 1972 in München engagiert sich das Unternehmen für den Spitzensport. Seine gesellschaftliche Verantwortung in diesem Bereich nimmt es bis heute wahr und ist Partner zahlreicher bedeutender nationaler Institutionen, Verbände und Vereine.



Deutsche Sporthilfe

Zu Beginn des Jahres 2012 hat Lufthansa ihre Partnerschaft mit der Stiftung Deutsche Sporthilfe um weitere vier Jahre verlängert – als erster Nationaler Förderer überhaupt. Die Organisation sponsert mehr als 4.800 Athletinnen und Athleten. Ziel ist es auch, Nachwuchstalente mit und ohne Handicap auf ihrem Weg zu sportlichen Höchstleistungen gezielt unter die Arme zu greifen. So plant das Unternehmen unter anderem, auch in den kommenden Jahren die Partnerschaften für zehn Medaillenhoffnungen aus dem Nachwuchselite-Förderprogramm der Deutschen Sporthilfe zu übernehmen. Die Sporthilfe bietet perfekte Rahmenbedingungen, um über die gesamte Breite des deutschen Spitzensports Athletinnen und Athleten nachhaltig und effizient zu unterstützen.

Vor diesem Hintergrund liegt ein weiterer Schwerpunkt darauf, die Kampagne „Dein Name für Deutschland“ bis 2015 noch intensiver kommunikativ zu begleiten und auf vielfältige Weise zu fördern – zum Beispiel indem das Luftfahrtunternehmen bei Mitarbeitern, Fluggästen und Kunden dafür wirbt, mit nur drei Euro im Monat „Sponsor“ eines deutschen Spitzensportlers zu werden. Darüber hinaus setzt Lufthansa sich seit vielen Jahren für verschiedene Veranstaltungen der Stiftung ein, darunter auch für den „Ball des Sports“, der zuletzt am 4. Februar 2012 in Frankfurt stattfand und dem Sammeln von Spenden für die Deutsche Sporthilfe diente.



Deutscher Behindertensportverband

Lufthansa ist Co-Förderer des Deutschen Behindertensportverbandes (DBS), der im Berichtsjahr sein 60-jähriges Bestehen feierte. Die Festveranstaltung am 9. September 2011 in Berlin hat Lufthansa ebenso unterstützt wie die Wahl zum Behindertensportler des Jahres am 26. November 2011 in Köln. Darüber hinaus engagiert sich der Konzern für das Projekt „GOLD – Du kannst mehr als du denkst“ – eine Filmdokumentation über das Leben dreier Weltklasse-Behindertensportler. Es zielt darauf ab, die öffentliche Anerkennung für den Behindertensport zu steigern, Vorurteile und Berührungsängste abzubauen sowie die Inklusion von Athleten mit Handicap voranzutreiben. Die Dreharbeiten für den Film, der auf der Berlinale 2013 Premiere feiern wird, sind bereits angelaufen. Lufthansa fördert das Projekt vor allem kommunikativ, beispielsweise durch eine regelmäßige Berichterstattung in internen Medien wie der Mitarbeiterzeitung Lufthansa oder dem Bordmagazin. Des Weiteren weisen Informationsstände beim Frankfurter Halbmarathon und auf dem Lufthansa Inklusionstag auf



Informationsstand zur Filmdokumentation „GOLD – Du kannst mehr als du denkst“ im Rahmen des Lufthansa Inklusionstages 2012



Betriebs- und Breitensport

Wer ausreichend Sport treibt, ist körperlich fitter und leidet seltener unter Rückenbeschwerden. Das belegen Untersuchungen. Außerdem sinkt der Krankenstand, während zugleich die Arbeitsmotivation steigt und das Betriebsklima sich verbessert. Nicht von ungefähr bietet Lufthansa traditionell ein breites Spektrum an Sportarten, um die Leistungs- und Beschäftigungsfähigkeit ihrer Belegschaft nachhaltig zu fördern und zu sichern. Von der Sportbegeisterung der Konzernmitarbeiter zeugen rund 6.500 Aktive in bundesweit 13 Betriebs-Sportvereinen mit einer unterschiedlichen Anzahl von Sparten; am Standort Frankfurt zum Beispiel luden im Berichtsjahr 49 Sportarten dazu ein, die Fitness zu trainieren.

Ungebrochen ist außerdem der Zuspruch, den die 2009 ins Leben gerufene Aktion „Lufthanseaten laufen“ erfährt. Ein fester Termin im Kalender vieler laufbegeisterter Lufthanseaten war auch 2011 wieder Europas größter Firmenlauf, der JP Morgan Corporate Challenge in Frankfurt. Und bereits zum vierten Mal starteten Mitarbeiter beim „Komen Race for the Cure“ in Frankfurt, dessen Erlöse der Aufklärung über Brustkrebs zugutekommen.

Zusätzlich dazu bekennt Lufthansa sich zur langfristigen Förderung des Breitensports in der Rhein-Main-Region: So tritt das Unternehmen seit 2009 als Titelsponsor des Frankfurter Halbmarathons auf, der 2012 – in seinem zehnten Jubiläumsjahr – mit 4.350 Läuferinnen und Läufern einen neuen Teilnehmerrekord verzeichnete, darunter allein 250 Lufthanseaten.

das Projekt hin. Ein Protagonist des Films wird das Lufthansa Team beim Firmenlauf JP Morgan Corporate Challenge 2012 verstärken.



Deutscher Olympischer Sportbund

Seine soziale Verantwortung nimmt der Luftfahrtkonzern auch mit Blick auf olympische Höchstleistungen wahr. So fungiert er seit 2006 als offizieller Co-Partner des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) und des Nationalen Paralympischen Komitees. Außerdem ist Lufthansa seit vielen Jahren offizieller Co-Partner des Nationalen Olympischen Komitees (NOK). Und als „Official Carrier“ fliegt die „Airline des Sports“ traditionell die deutschen Nationalmannschaften zu Olympischen und Paralympischen Spielen – auch 2012 zu den Sommerspielen in London. Last but not least unterstützt Lufthansa als Nationaler Förderer die Bewerbungen deutscher Städte als Austragungsort für Olympische Spiele, was zuletzt im Jahr 2011 der Fall war anlässlich der Olympia-Bewerbung Münchens für die Winterspiele 2018.

Deutscher Fußball-Bund

Um die seit 2005 bestehende erfolgreiche Partnerschaft mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) fortzusetzen, hat Lufthansa am 27. Mai 2011 den Vertrag mit dem Verband verlängert. Der Konzern bleibt damit bis zur WM 2014 in Brasilien „Offizieller Partner“ des DFB. In der Praxis bedeutet dies, dass die deutschen Fußballnationalmannschaften und die Mitglieder des Verbandes zu allen Heim- und Auswärtsspielen ausschließlich mit Lufthansa fliegen. Erstmals umfasst die Kooperation mit dem DFB auch die Frauen-Fußballnationalmannschaft. Außerdem ließ das Unternehmen es sich nicht nehmen, die japanischen Fußballweltmeisterinnen nach dem Gewinn des Titels 2011 zurück in ihre Heimat zu fliegen.

FC Bayern München und Eintracht Frankfurt

Fußball bewegt die Menschen – genau wie Lufthansa. Folgerichtig bringt das Unternehmen seit 2004 die Profikicker des FC Bayern München als „Official Carrier“ zu allen Bundesliga- und Pokalspielen innerhalb Deutschlands sowie international zu den Begegnungen der UEFA Champions League in Europa. Darüber hinaus ist Lufthansa seit 2008 offizieller Partner der Frankfurter Eintracht.

Weiterführende Informationen finden sich unter www.lufthansa.com/sport



Glossar

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

Aerosole

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

AIRE – Atlantic Interoperability Initiative to Reduce Emissions

Transatlantisches Programm im Rahmen von SESAR zur Reduzierung der Luftfahrt-Emissionen

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

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

Äquivalenter Dauerschallpegel (Leq)

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

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

ATM – Air Traffic Management

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

Atmosphäre

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

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

BDL – Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft
www.bdl.aero

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

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

CO siehe „Kohlenmonoxid“
CO₂ siehe „Kohlendioxid“

Codeshare

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

Compliance

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

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

Corporate University

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

CPI – Customer Profile Index

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

Dezibel

Messgröße für die Schallintensität und den Schalldruckpegel. Der Intensitätsunterschied zwischen dem leisesten Ton, den das menschliche Gehör wahrnehmen kann, und der Schmerzschwelle beträgt 1 : 10 Billionen. Um diesen riesigen Bereich objektiv darstellen zu können, verwendet man in der Akustik die logarithmische Dezibel-Skala. Auf ihr ist der Hörschwelle (eines 1.000-Hz-Tones) der Wert 0 dB und der Schmerzschwelle der Wert 130 zugeordnet. Eine Zunahme um 10 dB entspricht der zehnfachen Schallintensität. Für die wahrgenommene Lautstärke entspricht eine Differenz von 10 dB einer Halbierung bzw. Verdoppelung. Das menschliche Ohr ist nicht über das ganze Frequenzspektrum gleich empfindlich. Bei gleicher Schallintensität werden tiefe und hohe Töne unterschiedlich laut wahrgenommen. Bei der Messung gleicht man diesen Effekt durch international festgelegte Bewertungskurven aus. Am bekanntesten ist die sogenannte A-Bewertung, gekennzeichnet durch den Index dB(A). Für die Messung von Fluglärm benutzt man international die Einheit EPNdB (Effective Perceived Noise Decibel).

Diversity – engl. für Vielfalt, Verschiedenartigkeit

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

DNWE – Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik

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

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.

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

FAB – Functional Airspace Block

Instrument des Single European Sky, um das fragmentierte, an nationalen Luftraumgrenzen orientierte ATM im europäischen Luftraum zu einem grenzüberschreitenden koordinierten ATM weiterzuentwickeln. Gegenwärtig gibt es in der EU neun verschiedene FAB-Projekte mit unterschiedlichem Entwicklungsstand. Nach den Regularien des SES müssen die EU-Staaten bis 4. Dezember 2012 die notwendigen Maßnahmen zur Implementierung der FABs treffen.

FABEC – Functional Airspace Block Europe Central

Funktionaler Luftraumblock, zu dessen Realisierung Deutschland, Frankreich, Belgien, Luxemburg, Niederlande und die Schweiz im Dezember 2010 einen Staatsvertrag abgeschlossen haben.

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 siehe „UN Global Compact“

Großkreisentfernung

Kürzeste Entfernung zwischen zwei Punkten auf der Erdoberfläche, gemessen in Kilometern (Großkreiskilometer) oder nautischen Meilen. Der Mittelpunkt eines Großkreises ist der Erdmittelpunkt. Synonym: Great Circle Distance

HON Circle Member

HON Circle Member ist der höchste Statuslevel, den das Vielfliegerprogramm Miles & More an Lufthansa Kunden vergibt. www.miles-and-more.com

Hub – Drehkreuz

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

IATA – International Air Transport Association

Internationaler Dachverband der Luftverkehrsgesellschaften www.iata.org

ICAO – International Civil Aviation Organisation

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

ICC – International Chamber of Commerce

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

ILO-Normen

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

Initiative Pro Recyclingpapier

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

IPCC – Intergovernmental Panel on Climate Change

Das zwischenstaatliche UN-Experten-gremium 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 sozio-ökonomische 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 zum Beispiel Pflanzen entsteht. Überdies ist es ein Produkt der Atmung bei Mensch und Tier. Das Treibhausgas CO₂ verbleibt rund 100 Jahre in der Atmosphäre. Den Anstieg der CO₂-Konzentration in den letzten hundert Jahren führen Wissenschaftler unter anderem auf die Verbrennung von fossilen Energieträgern (Kohle, Öl, Gas) durch den Menschen zurück. Je Tonne Treibstoff entstehen 3,15 Tonnen CO₂. Derzeit sind rund 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 der unvollständigen Verbrennung von kohlenstoffhaltigen Substanzen entsteht. Bei Flugzeugtriebwerken hängt der CO-Ausstoß stark vom Lastzustand ab: Im Leerlauf, beim Rollen und beim Landeanflug sind die Emissionen je Kilogramm Treibstoff höher als im Steig- und Reiseflug.

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

Low-Cost-Segment

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

Mentoring

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

MRO – Abkürzung für Maintenance, Repair and Overhaul

Wartung, Reparatur und Überholung von Flugzeugen

MSC-Standard – Marine Stewardship Council

Weltweit führendes Zertifizierungsprogramm für Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltigem Fang

MTOW – Maximum Take Off Weight

Maximales Startgewicht eines Flugzeugs

Nachhaltige Entwicklung

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

NO_x siehe „Stickoxide“

OHSAS 18001 – Occupational Health and Safety Assessment Series

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



Ozon

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

Passagierkilometer (PKT)

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

QC – Quota Count System

Das Quota Count System dient dazu, an den Londoner Flughäfen die nächtliche Lärmbelastung durch Flugzeuge zu steuern und zu reduzieren. Seit 1993 basiert das System auf den zertifizierten Lärmzeugnisdaten der einzelnen Flugzeuge. Je leiser ein Flugzeug ist, desto geringer ist sein QC-Wert.

Raked Wingtips

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

RSB – Roundtable for Sustainable Biofuels

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

SAFUG – Sustainable Aviation Fuel Users Group

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

SES – Single European Sky

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

SESAR – SES Airtraffic Management Research

Das Projekt wird durch Eurocontrol innerhalb des EU-Projekts SES mit den Projektpartnern und in enger Abstimmung mit der ICAO durchgeführt.

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)

SJU – SESAR joint undertaking

Öffentlich/privat finanziertes Projekt der EU mit Eurocontrol und industriellen Partnern (zum Beispiel Airbus)

Slot

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

Spurengase

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

Stakeholder

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

Stickoxide (NO_x)

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

Tonnenkilometer (TKT/TKO)

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

Town Meeting

Informationsveranstaltung für Mitarbeiter an den verschiedenen Standorten eines Unternehmens

Transparency International

Antikorruptionsorganisation, der Lufthansa seit 1999 angehört.

www.transparency.de

Treibhausgase

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

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

UNEP – Umweltprogramm der Vereinten Nationen www.unep.org

UN Global Compact

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

VOC – Volatile Organic Compounds

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

Wasserdampf

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

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

Wet-Lease

Leasing von Flugzeugen einschließlich Cockpit- und Kabinenbesatzung

Work-Life-Balance

Bezeichnet den Ausgleich zwischen Beruf und Privatleben

WRI – World Resources Institute

Das WRI 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 den 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

Ansprechpartner

Ansprechpartner zu den Fachgebieten der Corporate Responsibility finden Sie in der Rubrik „Service“ unter www.lufthansa.com/verantwortung

Bitte beachten Sie, dass alle den Kundendienst betreffenden Anfragen über www.lufthansa.com bearbeitet werden. Dort erhalten Sie in der Kopfleiste unter *Hilfe & Kontakt* alle Angaben zur Kontaktaufnahme.



Deutsche Lufthansa AG

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

Balance ist ein rechtlich geschützter Titel.

© Mai 2012

www.lufthansa.com/verantwortung

