



Lufthansa

Das Wichtigste zum Thema
Nachhaltigkeit im Lufthansa Konzern
Ausgabe 2011

Balance

Unternehmen | Soziales | Umwelt | Gesellschaft



Weitere Informationen zum Thema „Nachhaltigkeit im Lufthansa Konzern“ finden Sie unter:

www.lufthansa.com/verantwortung

Bestellen Sie den Geschäftsbericht 2010 unter:

www.lufthansa.com/investor-relations

Der Lufthansa Konzern hält Kurs

Die illuminierten Vorfelder der Flughäfen zeigen direkt, was im Luftverkehr das A und O ist: Kurs halten. Für Lufthansa bezieht sich das aber keineswegs nur auf die fliegerischen, technischen und operativen Verantwortungsbereiche, sondern auf eine insgesamt nachhaltige Unternehmensentwicklung. Dieses Anliegen ist seit Jahren in den Leitlinien des Konzerns fest verankert. Daher verbessern wir die Klima- und Umweltvorsorge beständig, pflegen einen verantwortungsvollen und fairen Umgang mit unseren Mitarbeitern und engagieren uns als Unternehmen aktiv in zahlreichen gesellschaftlichen Belangen. Die Zufriedenheit unserer weltweiten Kundschaft hat dabei höchsten Stellenwert. So halten wir auch künftig Kurs.

Impressum

Herausgeber

Deutsche Lufthansa AG
Konzernkommunikation, FRA CI
Leitung: Klaus Walther

Konzeption und Redaktion

Deutsche Lufthansa AG
FRA CI/B
Textredaktion in Kooperation mit
diversen Fachabteilungen und dem
Redaktionsbüro Petra Menke

Gestaltung/Produktion

organic Marken-Kommunikation GmbH

Redaktionsschluss

15. April 2011

Fotonachweis

Ingrid Friedl (Titel)
Flughafen München GmbH (S. 26, 44)
Boeing (S. 28)
Fraport AG (S. 43)
AARP (S. 56)
Jens Görlich (S. 87, 91)
Shakeel Qureshi (S. 89)
Paul A. Rauh (S. 93)
NatureLife-International (S. 94 oben)
Gürzenich Orchester (S. 97)
Sonstige: Lufthansa Konzern Bildarchiv

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, FSC-zertifiziert.

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

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

Printed in the Federal Republic of Germany
ISSN 1612-0892

- 1 Aus dem Lufthansa Geschäftsbericht 2010.
- 2 Für das Berichtsjahr 2010 sind in *Balance* folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa Passage (inklusive Lufthansa Italia und Lufthansa Regional: Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Lufthansa Cargo, SWISS, Austrian Airlines und bmi. 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).
- 3 Betrachtete Flugarten: alle Linien- und Charterflüge
- 4 Siehe Tabelle „Treibstoffverbrauch“, Seite 66
- 5 Erfasste Gesellschaften wie 2, jedoch inklusive der Dienste von Dritten, da diese mit zum Ergebnis des Konzerns beitragen. Flugart wie 3, jedoch inklusive Ferryflüge, da diese einen Kostenfaktor darstellen.
- 6 *Balance*: im Dienst des Konzerns befindliches Gerät; Geschäftsbericht: im Bestand des Konzerns befindliches Gerät; Siehe Übersicht „Konzernflotte“, Seite 29
- 7 *Balance*: Teilstrecken (operative Sicht); Geschäftsbericht: Wegstrecken (Kundensicht); eine Wegstrecke kann mehrere Teilstrecken enthalten, zum Beispiel bei Zwischenstopps.
- 8 *Balance*: auf Basis aller an Bord befindlichen Fluggäste; Geschäftsbericht: auf Basis aller Zahlgäste.



Auf einen Blick

Wirtschaftskennzahlen¹

		2010	2009	Veränderung
Umsatzerlöse	Mio. €	27.324	22.283	+ 22,6%
davon Verkehrserlöse	Mio. €	22.268	17.604	+ 26,5%
Operatives Ergebnis	Mio. €	876	130	+ 573,8%
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	Mio. €	1.240	271	+ 357,6%
Konzernergebnis	Mio. €	1.131	-34	
Bilanzsumme	Mio. €	29.320	26.392	+ 11,1%
Operativer Cashflow	Mio. €	3.075	1.991	+ 54,4%
Investitionen	Mio. €	2.273	2.405	- 5,5%
Eigenkapitalquote	Prozent	28,4	23,5	+ 4,9PP

Personalkennzahlen

		2010	2009	Veränderung
Mitarbeiter (jeweils per 31.12.)		117.019	117.521	- 0,4%
davon in Deutschland		65.159	64.741	+ 0,7%
davon im Ausland		51.860	52.780	- 1,7%
Personalaufwand ¹	Mio. €	6.659	5.996	+ 11,1%
Umsatz/Mitarbeiter ¹	€	233.407	198.384	+ 17,7%
Personalaufwand/Umsatz ¹	Prozent	24,4	26,9	- 2,5PP
Durchschnittsalter	Jahre	40,7	40,3	+ 0,4 J
Teilzeitquote absolut	Prozent	26,8	26,9	- 0,1 PP
Teilzeitquote Männer	Prozent	13,5	14,0	- 0,5PP
Teilzeitquote Frauen	Prozent	43,5	42,7	+ 0,8PP
Anteil Frauen im Management	Prozent	13,3	14,7	- 1,4PP

Umweltkennzahlen^{2,3}

		2010	2009	Veränderung
Ressourcenverbrauch				
Treibstoffverbrauch ⁴	Tonnen	8.459.255	7.680.708	+ 10,1%
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Passagierbeförderung	l/100 pkm	4,20	4,30	- 2,4%
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Frachttransport	g/tkm	231	243	- 5,0%
Emissionen				
Kohlendioxid-Emissionen	Tonnen	26.646.655	24.194.229	+ 10,1%
Kohlendioxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	kg/100 pkm	10,58	10,84	- 2,4%
Stickoxid-Emissionen	Tonnen	134.744	112.645	+ 19,6%
Stickoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	53,5	50,0	+ 7,0%
Kohlenmonoxid-Emissionen	Tonnen	19.640	17.376	+ 13,0%
Kohlenmonoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	8,6	8,5	+ 1,8%
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe	Tonnen	2.109	1.982	+ 6,4%
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	0,9	0,9	- 4,1%

Transportleistungskennzahlen

		Balance ^{2,3}	Veränderung z. Vj.	Geschäftsbericht ⁵	Veränderung z. Vj.
Flottengröße per 31.12.2010 ⁶		672	- 16	710	- 12
Flüge ⁷		982.459	+ 11,7%	1.021.266	+ 13,5%
Fluggäste		88.470.605	+ 16,2%	91.157.195	+ 17,9%
Transportierte Fracht und Post	Tonnen	2.022.670	+ 18,2%	2.022.670	+ 18,2%
Angebotene Sitzkilometer, SKO	Mio. pkm	228.615	+ 11,3%	235.837	+ 13,3%
Angebotene Frachttonnenkilometer, FTKO	Mio. tkm	14.193	+ 3,7%	15.430	+ 7,4%
Angebotene Tonnenkilometer, TKO	Mio. tkm	36.894	+ 8,3%	39.000	+ 10,0%
Passagierkilometer, PKT ⁸	Mio. pkm	187.192	+ 12,5%	187.000	+ 15,2%
Frachttonnenkilometer (mit Fremdleistungen), FTKT	Mio. tkm	9.405	+ 16,8%	10.491	+ 20,5%
Tonnenkilometer, TKT	Mio. tkm	28.245	+ 14,3%	29.033	+ 16,4%





Liebe Leserin, lieber Leser,

wir berichten in dieser Ausgabe von *Balance* wieder über alle Dimensionen der Nachhaltigkeit im Lufthansa Konzern. Dabei hat uns das zurückliegende Jahr ein Mal mehr vor zahlreiche und ganz unterschiedliche Herausforderungen gestellt. Zu Jahresbeginn waren es die Auswirkungen der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise, die das Marktgeschehen noch stark belasteten. Zusätzlich hat der starke Wintereinbruch sowohl zu Beginn als auch wieder zum Ende des Jahres den Flugbetrieb in Europa und Nordamerika über mehrere Wochen extrem behindert. Der Vulkanausbruch in Island und die dadurch freigesetzte Aschewolke bescherten uns eine in unserer jüngsten Geschichte noch nie erlebte mehrtägige Luftraumschließung in Europa. All diese Ereignisse und ein Pilotenstreik haben das wirtschaftliche Ergebnis von Lufthansa stark belastet. Dass wir dennoch mit einem guten Gesamtergebnis abschließen konnten, verdanken wir zum einen der spürbaren Marktbelebung in der zweiten Jahreshälfte, zum anderen unserem klaren Kurs des nachhaltigen Wirtschaftens, der sich auch in Krisenzeiten als richtig und tragfähig erwiesen hat. Es ist uns gelungen, trotz aller belastenden Einflüsse, in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht das Jahr 2010 in allen Geschäftsfeldern erfolgreich abzuschließen.

Auch unsere Umweltbilanz hat sich erfreulich entwickelt. Der spezifische Treibstoffverbrauch unserer Flotte konnte weiter gesenkt werden und liegt mit 4,2 Liter pro 100 Passagierkilometer auf dem niedrigsten Wert in der Geschichte des Konzerns. Unsere kontinuierlichen und erheblichen Investitionen in modernes und effizientes Fluggerät zahlen sich aus. Auch der Lufthansa Airbus A380 erfüllt in vollem Umfang die Erwartungen, die wir in ihn gesetzt haben. Sein spezifischer Verbrauch lag 2010 bei 3,4 Liter. Rechtzeitig zur gestiegenen Nachfrage konnten wir unsere ersten vier A380 im vergangenen Jahr in Betrieb nehmen, vier weitere A380 werden im Laufe dieses Jahres an uns ausgeliefert.

Die neue Führungsmannschaft der Lufthansa, die seit dem 1. Januar in der Verantwortung ist, hat sich für das Jahr 2011 einiges vorgenommen. Meine Kollegen im Konzernvorstand, Stephan Gemkow, Stefan Lauer, Carsten Spohr, und ich werden das Unternehmen auch 2011 auf Kurs halten und behutsam weiterentwickeln. Dabei setzen wir auf eine solide Finanzbasis und die langfristige Wertsteigerung im Konzern, denn das sind die Grundvoraussetzungen, damit wir unserer Verantwortung gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Umwelt gerecht werden können. Auch wenn es für den Geschäftsverlauf 2011 zahlreiche Unwägbarkeiten gibt, wie etwa den volatilen Kerosinpreis, einen besonders in Europa extrem intensiven Wettbewerbs- und Preisdruck oder die in Deutschland neu eingeführte Luftverkehrssteuer – wir sehen uns gut gerüstet, die Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

Danke für Ihr Interesse an unserem Unternehmen. Ich wünsche eine spannende Lektüre und vielleicht einige neue Erkenntnisse durch diese Ausgabe unseres Nachhaltigkeitsberichtes.

Christoph Franz
Vorsitzender des Vorstands
Deutsche Lufthansa AG

Inhalt

1	Impressum
2	Auf einen Blick
5	Über diesen Bericht
	Der Lufthansa Konzern
8	Zahlen, Daten, Fakten
10	Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe
14	Geschäftsfeld Logistik / Geschäftsfeld Technik
15	Geschäftsfeld IT Services / Geschäftsfeld Catering
16	Interview: Zwölf Fragen an Christoph Franz
20	Corporate Responsibility
23	Stakeholder-Dialog
27	Die Lufthansa Konzernflotte
34	Preise und Auszeichnungen
	Wirtschaftliche Nachhaltigkeit
36	Unternehmensführung: Wertorientiert wachsen
39	Führungs- und Unternehmensstruktur
40	Corporate Governance und Compliance
42	Corporate Sourcing
43	Infrastruktur
44	Neues in Kürze
	Soziale Verantwortung
46	Personalpolitik im Lufthansa Konzern: HR-Integration am Beispiel Austrian Airlines
49	Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik
52	Diversity
57	Aus- und Weiterbildung
58	Arbeits- und Gesundheitsschutz
62	Fakten und Ausblick
	Klima- und Umweltverantwortung
64	Kerosin und Emissionen: Spezifischer Kerosinverbrauch so niedrig wie noch nie
67	Biokraftstoff im Langzeittest
70	Fuel Efficiency im Lufthansa Konzern: Effizient und nachhaltig Treibstoff einsparen
74	Air Traffic Management: Auf dem Weg zum Einheitlichen Europäischen Luftraum
76	Umweltmanagement
79	Energie- und Ressourcenmanagement
82	Lärmemissionen
86	Forschungsprojekte
	Corporate Citizenship
88	Soziales Engagement
93	Corporate Volunteering
94	Umweltförderung
97	Kulturelles Engagement / Bildung
100	Sportförderung
101	Glossar
106	Ansprechpartner
107	Mitgliedschaften



Über diesen Bericht

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht *Balance* informiert Stakeholder und die interessierte Öffentlichkeit über die Ziele, Aktivitäten und Fortschritte des Lufthansa Konzerns auf den Feldern Ökonomie, Soziales, Umwelt und Gesellschaft. Die Daten dieses Berichts beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2010.

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 liegt folgende Datenabgrenzung zugrunde¹:

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

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 letzten Jahren ist die Vergleichbarkeit der im Bericht dargestellten Personal- und Umweltkennzahlen zu den Vorjahren nur eingeschränkt möglich. Beispielsweise sind Austrian Airlines und bmi im Geschäftsjahr 2010 erstmals voll konsolidiert worden. Darüber hinaus gibt es im Vergleich zum Geschäftsbericht 2010 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 29. April 2010 veröffentlicht, die englische Ausgabe folgte kurz darauf.

Zusatzinformationen im Internet

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

www.lufthansa.com/verantwortung

Vorbehalt bei zukunftsgerichteten Aussagen

Die im vorliegenden Bericht enthaltenen Daten wurden mit größter Sorgfalt erhoben und verarbeitet. Dennoch sind Übertragungsfehler niemals vollständig auszuschließen.

Bei den in diesem Bericht veröffentlichten Angaben, die sich auf die zukünftige Entwicklung des Lufthansa Konzerns und seiner Gesellschaften beziehen, handelt es sich lediglich um Prognosen und Einschätzungen und damit nicht um feststehende historische Tatsachen. Sie dienen allein 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.



Der Lufthansa Konzern



Die Deutsche Lufthansa AG zählt zu den weltweit führenden Unternehmen im internationalen Luftverkehr. Die Aktivitäten im Bereich der Passagierbeförderung, der Luftfracht und der Dienstleistungen für Fluggesellschaften sind in fünf Geschäftsfelder gegliedert: Passage Airline Gruppe, Logistik, Technik, IT Services und Catering. Der strategische Fokus liegt auf den Geschäftsfeldern Passage Airline Gruppe und Logistik, den Passagier- und Frachtfluggesellschaften des Lufthansa Konzerns. Diese positionieren sich in ihren Segmenten als Qualitäts-Carrier. Zum Lufthansa Konzern gehören insgesamt mehr als 400 Tochterunternehmen und Beteiligungsgesellschaften.

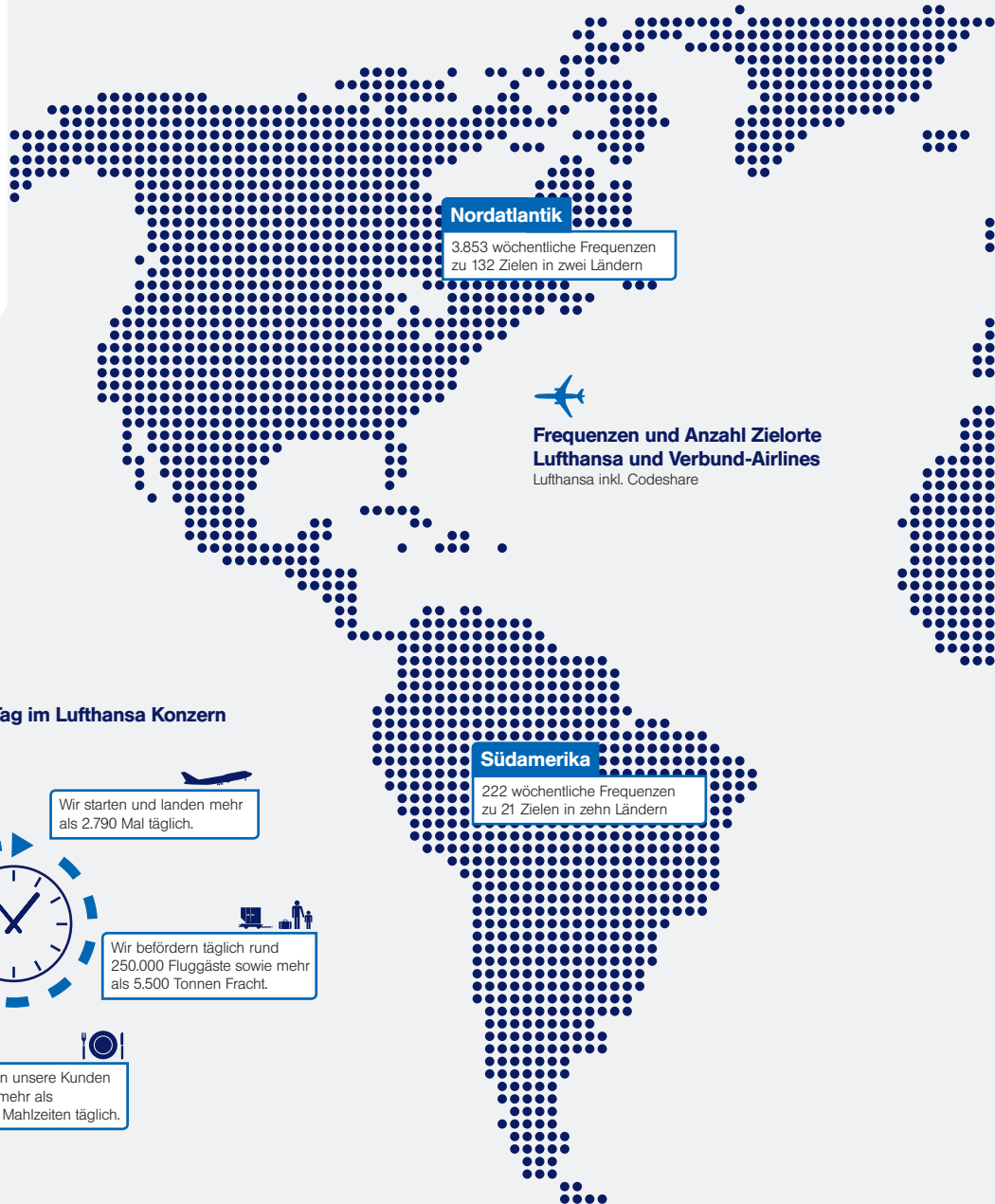
Der verantwortungsvolle Umgang mit der Umwelt ist integraler Bestandteil der Unternehmenskultur aller Konzerngesellschaften. Dies zeigt sich im sorgsamem Umgang mit Ressourcen, im Engagement in der Klimaforschung und in den nachdrücklichen Bemühungen zur Effizienzverbesserung der Infrastrukturen am Boden und in der Luft, um die Umweltauswirkungen des Fliegens so gering wie möglich zu halten.

Der Lufthansa Konzern

Zahlen, Daten, Fakten

Auf einen Blick

	Unternehmenssitz	Köln
	Mitarbeiter	117.019
	Nationalitäten	149
	Konzernflotte	710
	Fluggäste	91,2 Millionen
	Fracht/Post	> 2 Millionen t



Ein „ganz normaler“ Tag im Lufthansa Konzern



Arbeitsplätze in aller Welt

Europa	92.393
Nord- und Mittelamerika	12.363
Südamerika	2.909
Asien/Pazifik	7.310
Afrika/Nahost	2.044

Europa

10.979 wöchentliche Frequenzen zu 182 Zielen in 44 Ländern

Nahost

231 wöchentliche Frequenzen zu 16 Zielen in 12 Ländern

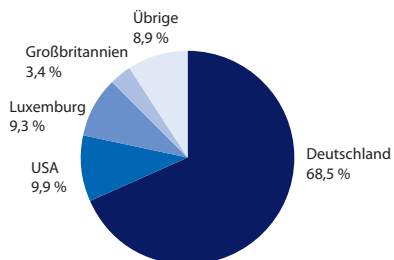
Afrika

276 wöchentliche Frequenzen zu 47 Zielen in 34 Ländern

Asien/Pazifik

778 wöchentliche Frequenzen zu 61 Zielen in 21 Ländern

Aktionärsstruktur nach Nationalitäten



Der Lufthansa Konzern und seine 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 – weltweit führender Anbieter flugzeugtechnischer Dienstleistungen.

IT Services

Lufthansa Systems – einer der weltweit führenden IT-Dienstleister für die Airline- und Aviation-Branche.

Catering

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

* Beteiligungen siehe Seiten 10 und 14

Stand 31.12.2010

Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe

Das Kerngeschäft im Lufthansa Konzern ist die Passagierbeförderung. Zum Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe gehören Lufthansa Passage (inklusive Lufthansa Italia und Lufthansa Regional), SWISS, Austrian Airlines, bmi und Germanwings sowie die Beteiligungen an Brussels Airlines, jetBlue Airways und SunExpress.

In ihren jeweiligen Segmenten nehmen die Fluggesellschaften des Lufthansa Konzerns eine Spitzenstellung ein und positionieren sich als Qualitätsanbieter. Alle Gesellschaften der Passage Airline Gruppe haben das Ziel, profitabel zu wachsen. Dies schafft 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 Fluggesellschaften Lufthansa, Austrian Airlines, SWISS, bmi und Brussels Airlines bedienen im Sommerflugplan 2011 gemeinsam 283 Ziele in 105 Ländern auf vier Kontinenten. Ergänzt wird das eigene Streckennetz durch zahlreiche Code-share-Flüge mit anderen Fluggesellschaften.

Beförderte Fluggäste 2010:
91,2 Millionen

Die Passagierfluggesellschaften des Lufthansa Konzerns und ihre Drehkreuze

Lufthansa Passage
(inklusive Lufthansa Italia und Lufthansa Regional)
Drehkreuze: Frankfurt, München

SWISS
Drehkreuz: Zürich

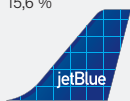
Austrian Airlines
Drehkreuz: Wien

bmi
Hauptdrehkreuz: London/Heathrow

Germanwings
5 Standorte in Deutschland

Beteiligungen

15,6 %



jetBlue

Drehkreuz:
New York JFK

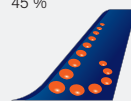
50 %



SunExpress

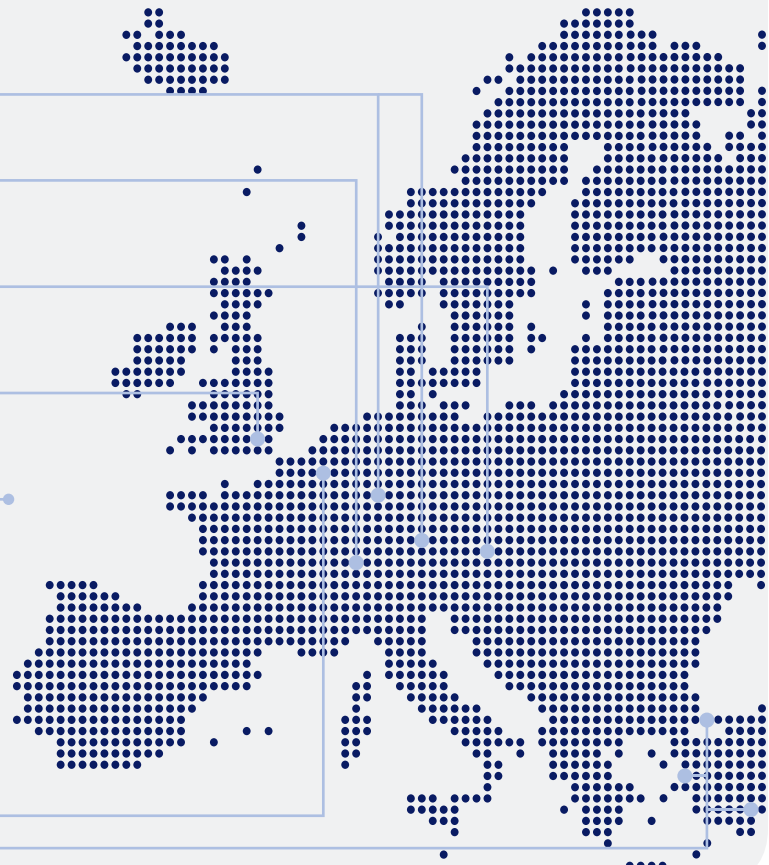
Drehkreuze:
Antalya, Istanbul,
Izmir

45 %



Brussels Airlines

Drehkreuz:
Brüssel





Der „Kranich im Kreis“: Die Marke Lufthansa gilt seit jeher als Synonym für Qualität, Zuverlässigkeit und Innovation.



Lufthansa

Im Jahr 2010 reisten 58,9 Millionen Passagiere mit den Airlines der Lufthansa Passage. Mit einem modernen und qualitativ hochwertigen Produkt, 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 Marke Lufthansa gilt seit jeher als Synonym für Qualität, Zuverlässigkeit und Innovation.

Die Hauptdrehkreuze der Lufthansa Passage befinden sich in Frankfurt und München. Hinzu kommen ein lokales Drehkreuz in Düsseldorf und europaweite Direktverkehre.

Das Jahr 2010 brachte für die Kunden der Lufthansa Passage eine Reihe bedeutender Innovationen: die Indienstellung des Airbus A380 und damit verbunden die Präsentation der neuen First Class; außerdem die neue Europakabine mit spürbar verbessertem Sitzkomfort und die Wiedereinführung des Internets an Bord auf Langstreckenflügen (FlyNet®). Darüber hinaus hat Lufthansa Vorbereitungen für einen sechsmonatigen Testlauf zur Erprobung alternativer Kraftstoffe im regulären Flugbetrieb getroffen (siehe „Biotreibstoff im Langzeitest“ Seite 67ff.).

www.lufthansa.com



Zur Lufthansa Regional gehören:

 **Lufthansa CityLine**

 **Air Dolomiti**

 **eurowings**

 **Contact Air**

Augsburg Airways 



STAR ALLIANCE™



Star Alliance

Lufthansa ist Gründungsmitglied der Star Alliance – des weltweit führenden Luftfahrtbündnisses. Aktuell gehören der im Jahr 1997 gestarteten Allianz 27 Fluggesellschaften an, die 1.160 Ziele in 181 Ländern anfliegen. Darüber hinaus unterhält Lufthansa zahlreiche Partnerschaften mit anderen Fluggesellschaften.

www.star-alliance.com



Vom „Branded House“ zum „House of Brands“: Neben Lufthansa zählen heute weitere renommierte Fluggesellschaften zur Lufthansa Gruppe.



SWISS

Swiss International Air Lines ist Teil der 100-jährigen zivilen Luftfahrttradition der Schweiz und nationale Fluggesellschaft des Landes. Seit 1. Juli 2007 ist die Airline eine 100-prozentige Tochtergesellschaft des Lufthansa Konzerns. 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 persönlicher Betreuung, höchster Qualität, Zuverlässigkeit und Schweizer Gastfreundschaft – die Markenwerte des Unternehmens. Durch ihre modernen Produkte positioniert sich SWISS in der Economy wie auch in der Business und First Class als Qualitäts-Airline und Premium-Marke.

Im Privatsegesegment ergänzt die in der SWISS-Gruppe konsolidierte Ferienfluggesellschaft Edelweiss Air das Angebotsportfolio. Im März 2010 feierte SWISS das fünfjährige Jubiläum der erfolgreichen Zusammenarbeit mit Lufthansa. Das Jahr 2010 war für die Fluggesellschaft ein Rekordjahr: Mehr als 14 Millionen Passagiere buchten einen Flug mit SWISS.

www.swiss.com



Austrian Airlines

Austrian Airlines sind eine dynamische, qualitätsorientierte Unternehmensgruppe, die die Fluggesellschaften Austrian Airlines, Lauda Air und Tyrolean Airways 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. Mit 44 Destinationen sind Austrian Airlines dort ebenfalls Marktführer. Der zweite Schwerpunkt liegt auf dem Nahen Osten. In beiden Regionen bieten Austrian Airlines eines der dichtesten Streckennetze. Zentrale Drehscheibe für alle Verbindungen zwischen West und Ost ist der Heimatflughafen Wien.

Fluggäste der Traditionsfluggesellschaft profitieren von einem herausragenden Service und der sprichwörtlichen österreichischen Gastfreundschaft. Austrian Airlines verstärken seit März 2000 das Luftfahrtbündnis Star Alliance.

www.austrian.com



bmi

Die British-Midland-Gruppe setzt sich aus den drei Fluggesellschaften bmi International, bmi regional und bmibaby zusammen und wurde 2010 erfolgreich in den Lufthansa Konzern integriert. Heimatmarkt der Unternehmensgruppe mit Sitz im englischen Castle Donington ist Großbritannien. bmi ist die zweitgrößte Fluggesellschaft am Flughafen London/Heathrow und stellt dort zehn Prozent aller Starts und Landungen. Heathrow zählt zu den größten Flughäfen der Welt und dient bmi als Hub. Von dort fliegt sie Ziele in Europa, dem Mittleren Osten, Zentralasien und Afrika an. Seit Juli 2000 ist bmi Mitglied der Star Alliance. Zu den Werten der bmi zählen Flexibilität, Begeisterung, Kundenorientierung und britische Gastfreundschaft.

www.flybmi.com





Germanwings

Germanwings ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Lufthansa AG und eine der erfolgreichsten Fluggesellschaften im Low-Cost-Segment. Dies bestätigte zuletzt im November 2010 eine Studie von Profiles International, dem Weltmarktführer für Profiling-Instrumente: Danach erzielte die Airline die beste Bewertung ihrer Branche und belegt die Spitzenposition als Deutschlands produktivste Fluggesellschaft. Sitz des im Jahr 2002 gegründeten Unternehmens ist Köln, Heimatbasis der Flughafen Köln/Bonn. Germanwings fliegt mit 30 modernen Airbus A319 von ihren fünf Standorten in Köln/Bonn, Stuttgart, Berlin-Schönefeld, Hannover und Dortmund zu über 75 Destinationen in ganz Europa. 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 Verkaufsstelle von Lufthansa ein Lufthansa Hinflug mit einem Germanwings-Rückflug in einer Buchung kombiniert werden.

www.germanwings.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. Ein weiterer Schwerpunkt im Streckennetz von Brussels Airlines bilden Flüge nach Afrika.

www.brusselsairlines.com



SunExpress (50 % Beteiligung)

SunExpress ist ein Gemeinschaftsunternehmen von Lufthansa und Turkish Airlines, die jeweils 50 Prozent der Anteile halten. Im Jahr 1989 gegründet, hat sich die Fluggesellschaft mit Sitz in Antalya in den vergangenen 20 Jahren eine hervorragende Marktposition erarbeitet. Sie ist heute führender Anbieter im Charterverkehr zwischen Deutschland und der Türkei und einer der größten Linienfluggesellschaften aus Europa in den Süden des Landes. Zudem spielt sie eine immer bedeutendere Rolle auf Strecken innerhalb der Türkei: So befördert SunExpress zwölf Prozent des Passagieraufkommens am Flughafen Antalya und ist dort Marktführer, am Flughafen Izmir wickelt die Airline sogar 32 Prozent des internationalen Luftverkehrs ab – mehr als jede andere Gesellschaft. Anlässlich seines 20-jährigen Firmenjubiläums hat das Unternehmen im Jahr 2009 seine Corporate Identity überarbeitet und ein umfassendes Relaunch-Konzept aufgelegt. Im Jahr 2010 hat die Fluggesellschaft die Gründung der Tochtergesellschaft „SunExpress Deutschland GmbH“ angekündigt.

www.sunexpress.com



jetBlue Airways (15,6 % 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 15,6 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

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 Luftfrachtverkehr und bietet 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 verfügt über 18 eigene Frachtflugzeuge vom Typ MD-11F und internationale Beteiligungen wie 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 Cargo, Japan Airlines Cargo, Air China Cargo, LAN Cargo und DHL. Kunden profitieren von höchsten Qualitätsstandards, sehr 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 am Main, weitere wichtige Drehkreuze sind München, Leipzig-Halle und auch Wien, denn seit 1. Juli 2010 ergänzt das Frachtgeschäft von Austrian Airlines das Netzwerk, vor allem in Osteuropa. Mit den Konzerngesellschaften SWISS, bmi und Brussels Airlines, die ihre Frachtkapazitäten selbst vermarkten, besteht ebenfalls eine enge Zusammenarbeit. Sitz des Unternehmens ist Kelsterbach bei 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 herstellerunabhängige Wartung und Überholung von Verkehrsflugzeugen sowie die Reparatur von Triebwerken, elektrischen Geräten und Komponenten (Maintenance, Repair and Overhaul, MRO). Lufthansa Technik betreut rund 750 Kunden weltweit, darunter vor allem Fluggesellschaften und VIP-Jet-Betreiber, aber auch Flugzeug-Leasinggesellschaften. Innerhalb des Lufthansa Konzerns verantwortet Lufthansa Technik die Sicherheit, Zuverlässigkeit und den Werterhalt



der Flotte. Lufthansa Technik gliedert sich in die Produktdivisionen Wartung, Flugzeugüberholung, Triebwerke, Geräte, Fahrwerke sowie die Erstausrüstung und Wartung von VIP-Flugzeugen. Zu dem Technikverbund gehören weltweit 30 technische Instandhaltungsbetriebe. Das Unternehmen ist direkt und indirekt an 54 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, München und Berlin, weitere Stationen befinden sich an allen größeren deutschen Flughäfen und an 50 weiteren Standorten weltweit. In Asien unterhält Lufthansa Technik Wartungseinrichtungen in vier Ländern, wie zum Beispiel Lufthansa Technik Philippines, Lufthansa Technik Shenzhen, Lufthansa Technik Services India und Ameco Beijing. Sitz der Lufthansa Technik AG ist Hamburg.

www.lufthansa-technik.com



Geschäftsfeld IT Services / Lufthansa Systems AG

Lufthansa Systems bietet Beratungs- und IT-Dienstleistungen für zahlreiche Branchen an. In der Aviation-Industrie hat das Unternehmen eine weltweit führende Position. Mit ihrem umfassenden Portfolio deckt Lufthansa Systems das gesamte Leistungsspektrum 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 komplexer Geschäftsprozesse. Aufgrund der hohen Komplexität von IT-Projekten kommt dem Projektmanagement eine Schlüsselrolle bei der termin- und kostengerechten Umsetzung zu. Deshalb hat Lufthansa Systems ihre Fähigkeiten auf dem Gebiet des Projektmanagements systematisch weiter ausgebaut und so die Kundenzufriedenheit gesteigert.

Mit den Produkten und Services von Lufthansa Systems gelingt es Unternehmen 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. Des Weiteren hat Lufthansa Systems Niederlassungen in Berlin, Köln und München sowie Auslandsstandorte in 14 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 133 Unternehmen mit rund 200 Standorten in 50 Ländern. Im Jahr 2010 produzierte die 100-prozentige Lufthansa Tochter 460 Millionen Flugmahlzeiten für mehr als 300 Airlines weltweit – darunter nahezu alle internationalen sowie zahlreiche nationale und regionale Fluggesellschaften, Netzwerk-Carrier, Chartersgesellschaften und No-Frills-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



Zwölf Fragen an Christoph Franz

Seit dem 1. Januar 2011 ist Christoph Franz Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Lufthansa AG. Im *Balance*-Interview steht er Rede und Antwort zu verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit.



Herr Franz, kann man heute noch mit gutem Gewissen fliegen?

Ja, auf jeden Fall! In den letzten zwanzig Jahren haben wir enorme Fortschritte in puncto Öko-effizienz erzielt. So liegt zum Beispiel der spezifische Verbrauch der Lufthansa Konzernflotte aktuell bei 4,2 Liter Kerosin. 1991 waren das noch zwei Liter mehr. Und bis 2020 haben wir uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, die direkt an den Verbrauch gekoppelten CO₂-Emissionen pro Passagier und 100 Kilometer um 25 Prozent gegenüber 2006 zu reduzieren. Alle IATA-Fluggesellschaften wollen ab 2020 nur noch CO₂-neutral wachsen. Keine andere global agierende Industrie hat sich bisher zu derart konkreten Umweltzielen bekannt.

Übrigens hat das Forschungsunternehmen INFRAS mit dem Fraunhofer-Institut für die Initiative „Luftverkehr für Deutschland“ kürzlich eine neue wissenschaftliche Studie erarbeitet, bei der klar herauskommt, dass, wenn wir alle Umwelt belastenden Faktoren zusammennehmen, ab Entfernungen von 400 bis 500 Kilometern das Flugzeug nicht nur das schnellste, sondern in Summe auch das Verkehrsmittel mit den geringsten Umweltkosten ist.

Sie übernehmen das Steuer bei Lufthansa zu einem Zeitpunkt, in dem die Konsolidierung der Luftverkehrsbranche in vollem Gange ist. Was bedeutet das für das Nachhaltigkeitsengagement des Konzerns?

Unser Nachhaltigkeitsengagement schließt alle Gesellschaften der Lufthansa Gruppe ein, auch die in den letzten Jahren neu hinzugekommenen Fluggesellschaften wie SWISS, Austrian Airlines und bmi. Alle haben sich dem nachhaltigen Wirtschaften verpflichtet. Das ist unsere Mission und wir lassen uns auch in „Schlecht-Wetter-Phasen“ nicht vom Kurs abbringen. Die sich durch die Konsolidierung ergebenden Synergieeffekte sind in allen Dimensionen der Nachhaltigkeit bedeutend.

Noch mal das Stichwort Nachhaltigkeit: In der Hierarchie der Erfolgsfaktoren für Lufthansa, wo steht für Sie Nachhaltigkeit?

Wenn wir von Erfolgsfaktoren reden, dann muss man den Begriff der Nachhaltigkeit noch einmal aufgliedern. Natürlich ist wirtschaftlicher Erfolg für jedes Unternehmen eine Grundvoraussetzung, um auch in Umwelt- und Sozial-



belangen verantwortungsvoll agieren zu können. Wir haben uns bei Lufthansa sehr frühzeitig mit den vielfältigen Aspekten der Nachhaltigkeit auseinandergesetzt. Hierzu gehört natürlich auch die Frage, wie wir dem enorm steigenden Mobilitätsbedürfnis mit umweltverträglichen Produkten begegnen können. Dazu brauchen Sie ein hochqualifiziertes und motiviertes Arbeitsteam. Daher investieren wir seit jeher in Aus- und Weiterbildung und bieten vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten. Für Lufthansa ist Nachhaltigkeit ein zentrales Differenzierungsmerkmal und definitiv ein entscheidender Faktor.

Welches sind die Kernpunkte der Nachhaltigkeitsstrategie von Lufthansa?

Wir orientieren uns an verschiedenen Achsen. Lassen Sie mich mit einer übergeordneten Betrachtung beginnen. Uns ist wichtig, dass wir unseren Entscheidungen ethische Maßstäbe zugrunde legen, dass wir Transparenz über unsere Nachhaltigkeitsthemen herstellen und dass wir aktiv kommunizieren – übrigens auch über Bereiche, in denen wir noch besser werden wollen und müssen. Bereits 2002 sind wir als erster Luftfahrtkonzern überhaupt dem UN Global Compact beigetreten. Wir haben klar definierte Ziele und unser Corporate Responsibility Council steuert die übergeordneten Nachhaltigkeitsaktivitäten des Konzerns. Unser Engagement kann aber nur stattfinden, wenn wir ein wirtschaftlich stabiles Unternehmen sind. Als global agierender Konzern unterliegen wir ständigen Herausforderungen unterschiedlichster Art. Lufthansa zeichnet sich unter anderem dadurch aus, dass wir trotz schwankender Weltmärkte und trotz unterschiedlichster gesetzgeberischer Rahmenbedingungen auf den Kontinenten ein wirtschaftlich solides Unternehmen haben. Besondere Bedeutung messen wir in diesem Zusammenhang der wertorientierten Unternehmenssteuerung bei. Sie fördert eine langfristige Wertschöpfung.

Apropos Wertschöpfung, welche Erwartung haben Sie an das Projekt „Aviation Biofuel“?

An der Entwicklung und Erprobung alternativer Treibstoffe führt kein Weg vorbei. Die bereits genannten Umweltziele werden wir ohne den Einsatz von Biofuel nicht erreichen können. Wir sind jetzt so weit, dass wir noch in diesem Jahr mit unserem sechsmonatigen Praxistest beginnen können. Die Erwartungen an das Projekt sind natürlich entsprechend hoch, und wir haben zentrale Anforderungen: Es kommen nur zertifizierte

„Für Lufthansa ist Nachhaltigkeit ein zentrales Differenzierungsmerkmal und definitiv ein entscheidender Faktor.“

Biokraftstoffe zum Einsatz, also solche, die ökologisch vertretbar sind und nicht im Wettbewerb zur Nahrungsmittelkette beziehungsweise zum Trinkwasserhaushalt stehen. Deren Verfügbarkeit ist zurzeit ein Problem. Daran und am Aufbau einer funktionierenden Lieferkette arbeiten wir in Kooperation mit unseren zahlreichen Systempartnern. Ich bin sehr gespannt auf die Ergebnisse des weltweit einmaligen Testlaufs.

Ab 2012 nimmt der europäische Luftverkehr am EU-Emissionshandel teil. Wie bewerten Sie diese Entscheidung der Europäischen Union?

Zunächst einmal möchte ich festhalten, dass es schon immer unser Ziel war, Treibstoff und damit CO₂ einzusparen. Und das wird auch so bleiben, denn Kerosin ist einer unserer größten Kostenblöcke. Was den Emissionshandel betrifft, so hat sich die Luftfahrt davon nicht ausgenommen und einer Beteiligung grundsätzlich zugestimmt. Aber: Als globale Industrie in einem globalen Wettbewerb müssen wir vernünftige und faire Wettbewerbsbedingungen

haben. Das ist nach heutigem Stand leider nicht gegeben und deswegen stehen wir dem rein europäischen Emissionshandel, so wie er zurzeit geplant ist, äußerst reserviert gegenüber. Klimaschutz ist ein weltweites und kein sektorales Thema, das nach Ländern oder Kontinenten differenziert werden kann. Für uns ist es deswegen entscheidend, dass wir zu globalen Lösungen kommen. Unsere große Sorge ist, dass wir mit einer Teillösung für Europa konfrontiert werden, die für uns keine Anreize bietet, mehr für die Umwelt zu tun, uns aber umgekehrt durch die finanzielle Belastung gegenüber nichteuropäischen Airlines, die wesentlich weniger oder gar keine Zertifikate kaufen müssen, massiv benachteiligt.

Die öffentliche Diskussion zum Thema Frauenquote führt auch bei Lufthansa zu innerbetrieblichen Diskussionen. Wie ist Ihre Haltung hierzu?

Wir sind der Überzeugung, dass eine Quote nicht der richtige Ansatz ist, mit diesem Thema umzugehen. Unabhängig davon sind Frauen in Führungspositionen ein Thema von höchster Priorität, das ich auch auf meiner persönlichen Agenda ganz oben angesiedelt habe. Die Ausgangsbasis ist bei uns vergleichsweise gut. Unser Anteil an Frauen mit Personalverantwortung liegt derzeit bei knapp unter 40 Prozent, im Industrievergleich sind wir damit weit vorne. Bei den mittleren und oberen Führungspositionen liegt der Anteil bei mehr als 13 Prozent, hier haben wir zweifellos die Notwendigkeit, uns weiter zu verbessern. Wir sind dabei, entsprechende Programme aufzusetzen. Diese sollen es Frauen ermöglichen, leichter Führungsverantwortung zu übernehmen, zum Beispiel durch familienfreundliche Arbeits- und Teilzeitarbeitsmodelle, durch den Aufbau von Infrastrukturen zur Kinderbetreuung,

aber auch durch Mentoring-Programme, die Frauen Mut machen, in einer noch stark männlich geprägten Führungswelt Verantwortung zu übernehmen. Über derart grundsätzliche Programme hinaus wollen wir Frauen auch gezielt fördern, zum Beispiel durch weibliche Führungsnachwuchsprogramme und die Initiierung von Fast-Track-Programmen.

In der jüngeren Vergangenheit gab es auch bei Lufthansa Compliance relevante Fälle. Muss das Lufthansa Compliance Programm nachgebessert werden?

Compliance Themen sind für große Unternehmen heute von ganz hoher Bedeutung. Und diese werden meines Erachtens in den nächsten Jahren noch eher zu- als abnehmen. Deshalb ist es unverzichtbar, dass wir im Unternehmen eine Kultur etablieren, bei der unmissverständlich klar ist, dass wir lieber auf ein Geschäft verzichten, wenn es gegen Gesetze oder sonstige Regelungen verstößt, anstatt dass wir in einem ethischen Spagat zwischen schönen Formulierungen nach außen und tatsächlichem Handeln dastehen. Deshalb haben wir sowohl ein konzernweites Compliance Programm als auch ein Ombudssystem etabliert. Unsere Mitarbeiter durchlaufen Schulungsprogramme, Vorstände und mich selbst eingeschlossen. In Compliance relevanten Sachverhalten kooperieren wir uneingeschränkt mit den Behörden. So war es auch in den von Ihnen angesprochenen Fällen. Die implementierten Programme greifen also.

Wie würden Sie folgenden Satz vervollständigen: „Nachhaltigkeit beginnt ...“

... im Kopf, nicht nur der Führungskräfte, sondern bei jedem einzelnen Mitarbeiter. Und deshalb schaffen wir Strukturen, damit unsere Mitarbeiter





Aspekte der Nachhaltigkeit in ihrem Denken und Handeln umsetzen können.

Sehen Sie dabei in der Funktion des Vorstandsvorsitzenden eine besondere Verantwortung und Vorbildfunktion?

Das kann ich klar mit „ja“ beantworten – ohne Vorbild keine Glaubwürdigkeit.

Und wo hört Nachhaltigkeit auf?

Ich habe bereits deutlich gemacht, dass Nachhaltigkeit dann aufhört, wenn ein Unternehmen in einer echten, existenziellen Krisensituation ist und man sich viele dieser längerfristig relevanten Themen nicht mehr leisten kann, weil es nur noch auf das kurzfristige Überleben fokussiert ist. Genau deswegen ist es so wichtig, dass wir nicht in eine solche Situation geraten und unsere Strukturen so anlegen und auch so handeln,

dass wir uns diesen Nachhaltigkeitshorizont über viele Jahre hinweg leisten können. Dann, und davon bin ich überzeugt, werden wir nie an die Grenzen nachhaltigen Handelns stoßen.

Eine Frage an den Privatmann Christoph Franz: Wie halten Sie es zu Hause mit dem Umweltschutz?

Umweltschutz ist für mich Teil einer gewissen Lebenseinstellung. Im privaten Umfeld nutze ich zum Beispiel möglichst energieeffiziente Autos und häufig auch das Fahrrad. Was das Fliegen betrifft, so überzeugt mich natürlich unsere eigene effiziente Flotte. Darüber hinaus kann man aber auch durch intelligente Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel hervorragend mobil sein. Und in meinem Ferienhaus habe ich ganz bewusst eine Wärmepumpe eingebaut – die erste im ganzen Ort.

Corporate Responsibility

Verantwortung

Corporate Responsibility, das heißt nachhaltiges und verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln, ist ein integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Aus Überzeugung sehen wir uns in der Verpflichtung, für Kunden, Mitarbeiter und Investoren mehr Wert zu schaffen und unserer Verantwortung gegenüber Umwelt, Mensch und Gesellschaft gerecht zu werden.

Daher verbessern wir die Klima- und Umweltvorsorge beständig, pflegen einen verantwortungsvollen und fairen Umgang mit unseren Mitarbeitern und engagieren uns als Unternehmen aktiv in zahlreichen gesellschaftlichen Belangen.



Unser Verständnis von Corporate Responsibility

Die internationale Wirtschaft und die Luftverkehrsindustrie im Besonderen bewegen sich im

Spannungsfeld langfristiger Megatrends und globaler Herausforderungen wie beispielsweise dem Bevölkerungswachstum und der Entstehung von Megastädten, einer wachsenden Nachfrage nach Mobilität im Rahmen zunehmender Globalisierung, dem Klimawandel sowie politischen Veränderungsprozessen. Diese Rahmenbedingungen bilden den Hintergrund für die Handlungsfelder unseres auf fünf Säulen basierenden Verständnisses von Corporate Responsibility:

Die 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

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Grundlage aller Aktivitäten des Lufthansa Konzerns und wesentliche Voraussetzung für verantwortliches Handeln ist die langfristige Steigerung des Unternehmenswerts durch nachhaltiges Wirtschaften. Im Vordergrund stehen hierbei unsere Kunden und ihr Bedarf nach Mobilität. Sie schätzen unser dichtes, internationales Destinationsnetz, unsere Effizienz und Zuverlässigkeit sowie persönliche Zuwendung und Qualität. Um im Wettbewerb erste Wahl zu bleiben, arbeiten wir fortwährend an Innovationen und einer schlanken Kostenstruktur. Wir gestalten die Konsolidierung des Luftverkehrs aktiv und streben stets danach, uns weiter zu verbessern und zu entwickeln. Dazu leisten auch unsere Geschäftsfelder einen wesentlichen Beitrag. Vor diesem Hintergrund setzen wir auf eine langfristige Wertschöpfung, eine umsichtige Steuerung von Chancen und Risiken, ein konsequentes Management unserer Lieferketten und einen konstruktiven Dialog mit unseren Anspruchsgruppen.

Soziale Verantwortung

Lufthansa ist sich ihrer Verantwortung bewusst, die sie nicht nur für ihre Kunden, die Umwelt und die Gesellschaft trägt, sondern im hohen Maße auch für die Menschen, die ihre Arbeitskraft dem Unternehmen anvertraut haben. Unsere Mitarbeiter sind die wichtigste Stütze unserer Unternehmenskultur und damit entscheidend für den Unternehmenserfolg. Ein breites Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten sowie flexiblen Arbeitszeitmodellen ermöglicht ihnen die Weiterent-



wicklung und die Wahrung von Expertenwissen sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. So sichern wir die Motivation sowie die geistige und körperliche Gesundheit unserer Mitarbeiter und festigen die Kultur des lebenslangen Lernens im Unternehmen.

Klima- und Umweltverantwortung

Unser gewissenhafter Umgang mit Klima und Umwelt zeigt sich unter anderem in unseren Erfolgen bei der Minderung von spezifischen CO₂-Emissionen, der Implementierung und dem Ausbau von Umweltmanagementsystemen, dem Ressourcenmanagement und der Umweltvorsorge. Unsere im Jahr 2008 gesetzten strategischen Umwelt- und Klimaschutzziele orientieren sich an der international anerkannten Vier-Säulen-Strategie des Luftverkehrs. Das Spektrum der Vorgaben reicht von einer Reduzierung der spezifischen CO₂-Emissionen um 25 Prozent bis zum Jahr 2020 gegenüber 2006 über Maßnahmen zur Effizienzsteigerung im operativen Bereich bis hin zu Infrastrukturverbesserungen und ökologischem Bauen.

Unser weiterhin voranschreitendes Flottenmodernisierungsprogramm und damit einhergehend neue Flugzeuge mit modernen und sparsamen Triebwerken führen unmittelbar dazu, dass der CO₂-Ausstoß weiter von der Transportleistung entkoppelt wird. Das Programm führt zudem zu einer weiteren Optimierung des spezifischen Treibstoffverbrauchs, der in Litern pro 100 geflogene Passagierkilometer gemessen wird.

Corporate Governance und Compliance

Für Lufthansa sind gute und verantwortungsvolle Führung und Kontrolle und die Einhaltung von Gesetzen und Regeln selbstverständlich. Dies führt dazu, dass sich die Risiken im Rahmen der Organhaftung minimieren. Wir legen großen Wert auf Offenheit und Klarheit in der Kommunikation und sind bestrebt, das Vertrauen unserer Kapitalgeber, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit zu bewahren und auszubauen. Corporate Governance und Compliance umfassen auch die Handlungsfelder Recht, Steuern, Datenschutz sowie Vorstands- und Aufsichtsratsvergütungen.

Corporate Citizenship

Als global agierender Konzern sind wir in vielfacher Weise in der Gesellschaft aktiv. Der Fokus unseres Engagements liegt auf den Feldern Soziales, Umwelt und Natur, Kultur, Bildung und Sport. Im Falle von Naturkatastrophen wie zum Beispiel den Erdbeben in Japan und auf Haiti



Das Corporate Responsibility Council steuert alle nachhaltigkeitsrelevanten Themen im Konzern.

oder der Flut in Pakistan sind wir schnell vor Ort und leisten durch den Transport lebenswichtiger Güter effiziente und unmittelbare Hilfe.

Unsere Organisation

Mobilität von Menschen und Gütern ist die Grundlage für wirtschaftliche Entwicklung und gesellschaftlichen Wohlstand. Lufthansa möchte dazu einen Beitrag in Verantwortung für heutige und zukünftige Generationen leisten. Die Prinzipien der unternehmerischen Verantwortung sind fest im Leitbild sowie in den Unternehmenswerten und Führungsprinzipien des Lufthansa Konzerns verankert. Im Berichtsjahr haben wir unsere bisherige Aufstellung weiterentwickelt und sämtliche Aspekte zu diesem Thema in eine Struktur unter dem Begriff „Verantwortung“ eingebettet. Dieser umfasst neben der Nachhaltigkeit und damit Ökonomie, Ökologie und Soziales auch unsere Tätigkeiten in Hinblick auf Grundsätze nachhaltiger Unternehmensführung (Corporate Governance) und gesellschaftliches Engagement (Corporate Citizenship).

Um alle Tätigkeiten, die im Bezug zur unternehmerischen Verantwortung und zum nachhaltigen Wirtschaften im Lufthansa Konzern stehen, noch effektiver steuern zu können, wurde das bisher verantwortliche Nachhaltigkeits-Board erweitert und enger mit der Konzernstrategie verzahnt. Das so entstandene, weiterhin interdisziplinäre und bereichsübergreifende Corporate Responsibility Council wird vom Leiter der Konzernstrategie koordiniert. In dem Gremium wirken die Leiter der Konzernabteilungen Politik, Umweltkonzepte, Personalpolitik, Recht, Kommunikation, Investor Relations und Controlling. Über das Controlling wird zudem eine engere Verzahnung der Nachhaltigkeitsziele mit den konzernweiten Steuerungs- und

Berichtsprozessen vorgenommen. Um auch in der Lieferkette die Kriterien unserer Verantwortung sicherzustellen, wird die Konzernabteilung Corporate Sourcing in beratender Rolle hinzugezogen. Der hohen Relevanz aller Aspekte messen wir großes Gewicht bei – insofern berichtet das Gremium unmittelbar an den Konzernvorstand, der die Gesamtverantwortung trägt.

Die Verantwortlichen auf Konzernebene stimmen die Aktivitäten und Projekte im Bereich Corporate Responsibility ab und koordinieren sie. Mit der anschließenden Implementierung sind die Fachabteilungen betraut. Ausdrücklich erwünscht ist aber auch, dass die Mitarbeiter dezentrale Initiativen, Ideen und optimale Verfahren an das CRC herantragen. Zugleich organisiert und fördert Lufthansa die Kooperation sowie den Wissens- und Informationsaustausch im Unternehmen über Netzwerke.

Fester Bestandteil der internen und externen Kommunikation zum Thema „Nachhaltigkeit im Lufthansa Konzern“ ist *Balance*. Einst im Jahr 1994 als reiner Umweltbericht gestartet, deckt der Bericht mittlerweile alle relevanten Aspekte von Corporate Responsibility bei Lufthansa und ihren Konzerngesellschaften ab. Darüber hinaus entwickeln wir derzeit eine eLearning-Anwendung, um allen Mitarbeitern und Führungskräften des Konzerns das Thema Corporate Responsibility noch näher zu bringen.

Externe Bewertung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten

Wie in den Vorjahren wurden auch 2010 die Tätigkeiten von Lufthansa, die sich mit verantwortlichem Handeln befassen, von unternehmensexternen Experten und Ratingagenturen bewertet und anerkannt. Lufthansa ist weiterhin in zahlreichen Nachhaltigkeitsindizes, beispielsweise FTSE4Good, ASPI (Advanced Sustainable Performance Indices) und ESI (Ethibel Sustainability Index), vertreten.

Trotz vielfältiger Bemühungen ist es Lufthansa, neben anderen DAX-Konzernen, erstmals seit 2005 jedoch nicht gelungen, die verschärften Bedingungen für eine Mitgliedschaft im Dow Jones Sustainability Index zu erfüllen. Verbesserungspotenzial sahen die Analysten vor allem in den Bereichen des gesellschaftlichen Engagements, den Bedingungen für Lieferanten und dem unternehmerischen Engagement mit unternehmensexternen Interessentengruppen. Sehr positiv hingegen fiel die Bewertung in den Bereichen Klimastrategie, Lärmschutz und lokale Luftqualität aus.

Der Vorstand und das Corporate Responsibility Council nehmen externe Bewertungen und Empfehlungen sehr ernst. Gemeinsam mit den Experten im Unternehmen werden die genannten Verbesserungsbereiche untersucht und notwendige Maßnahmen eingeleitet.



Balance: Kontinuität in der Berichterstattung seit 1994



Stakeholder-Dialog

Kommunikation ohne Umwege

Der Konzern legt Wert darauf, die Wünsche, Erfahrungen und Erwartungen seiner Anspruchsgruppen zu kennen und in sein strategisches Handeln einzubeziehen. Zu diesem Zweck stellt sich Lufthansa aktiv den kritischen Fragen aller Stakeholder, deren Interessen von der Geschäftstätigkeit berührt werden.

Hierzu gehört der kontinuierliche Austausch mit Aktionären und Analysten, Kunden und Lieferanten sowie Mitarbeitern, Arbeitnehmervertretern und Vertragspartnern. Auch mit Nachbarn und lokalen Gemeinschaften, Vertretern von Regierung und Kommunen, Wissenschaft und Bildung, Medien sowie Arbeitgeberverbänden, Umweltverbänden und Nichtregierungsorganisationen steht das Unternehmen in einem konstruktiven Dialog. Ziel ist es, gesellschaftliche Themen und Trends, aber auch Chancen und Risiken frühzeitig zu identifizieren, um daraus nächste Schritte für eine nachhaltige Zukunft abzuleiten. Dazu gehört auch, dass fortlaufend in internen und externen Medien über das Engagement im Bereich Nachhaltigkeit berichtet wird.

Gezielte Kundenbefragungen

Was erwarten Kunden von Lufthansa? Wie ist die Akzeptanz unserer Produkte und Dienstleistungen? Wo sind wir bereits gut, und wo können wir noch besser werden? Antworten auf diese und andere Fragen ermittelt Lufthansa durch regelmäßige Kundenbefragungen, die weltweit in Kooperation mit namhaften Marktforschungsinstituten vorgenommen werden. Eine feste Größe sind dabei stets Fragen zu den Umweltleistungen und der sozialen Verantwortung des Konzerns. Auf lokaler Ebene werden anlassbezogen sogenannte „Customer Advisory Boards“ einberufen, um zu erfahren, was Fluggäste über die Servicekette von Lufthansa denken. Sämtliche Dialogofferten fördern das Vertrauen der Kunden und liefern zugleich wichtige Impulse für die Entwicklung maßgeschneiderter Angebote. Mithilfe des Customer Profile Index wird darüber hinaus seit 2001 die Kundenzufriedenheit gemessen.

Austausch mit Vielfliegern

Lufthansa fördert insbesondere den Dialog mit Vielfliegern. Im November 2010 hat das Unternehmen daher erneut mehr als 70 der im Internetforum www.flyertalk.com organisierten Vielflieger für einen Tag nach Frankfurt eingeladen. Auf dem Programm standen unter anderem die Besichtigung des neuen Lufthansa Flaggschiffs A380 und des First Class Terminals sowie inter-



aktive Workshops zum Testen neuer Produkt- und Serviceideen. Auch SWISS, bmi und Brussels Airlines präsentierten den FlyerTalkern ihr Leistungsportfolio und standen ihnen Rede und Antwort.

Vielflieger werden zudem eng in Auswahlprozesse eingebunden, etwa bei der Einführung neuer Produkte: Um beispielsweise herauszufinden, welcher Sitz der optimale für die neue Europakabine ist, hat Lufthansa im Berichtsjahr 16 Veranstaltungen organisiert, in denen knapp 300 Topkunden ihr Votum abgaben, das in die



Die Lufthansa A380 konnte auch die im Internetforum www.flyertalk.com organisierten Vielflieger spontan begeistern.



Technische und fliegerische Kompetenz in der Anschauung:
Der Besucherdienst Frankfurt betreute im Jahr 2010 mehr als 8.000 Gäste.

finale Entscheidung einfluss. Darüber hinaus richtet Lufthansa seit 2004 regelmäßig die Service Excellence Lounge aus. Ziel der moderierten Veranstaltungen ist die stete Optimierung des Service.

Um keine Antwort verlegen: der Lufthansa Besucherdienst

Einen informativen Blick hinter die Kulissen des Luftfahrtkonzerns ermöglichen die themenbezogenen Rundgänge, die der Lufthansa Besucherdienst an den Standorten Frankfurt und Hamburg anbietet. Im Jahr 2010 machten insgesamt 18.153 Interessierte von diesem Dialogangebot Gebrauch. Es richtet sich in erster Linie an nationale und internationale Topkunden aus der Firmen- und Vertriebsbranche sowie an Studenten, Hochschulabsolventen und Repräsentanten von Verbänden und Forschungseinrichtungen, die diese Gelegenheit zum unmittelbaren Austausch schätzen. Darüber hinaus nutzten Hunderte Lufthansa-Mitarbeiterführungen, um in Frankfurt das neue Lufthansa Flaggschiff A380 persönlich in Augenschein zu nehmen; diese werden im Jahr 2011 fortgesetzt. In Frankfurt besuchten 8.415 Teilnehmer insgesamt 566 Veranstaltungen, die unter anderem Vorträge zur Umweltvorsorge des Lufthansa Konzerns beinhalteten. In Hamburg waren es 512 Führungen mit 9.738 Besuchern. Außer den Besucherdiensten von Lufthansa unterhalten auch Austrian Airlines und SWISS einen entsprechenden Service, der an den Drehkreuzen Wien beziehungsweise Zürich angesiedelt ist.

Enger Austausch mit Investoren und Analysten

Ein wesentlicher Teil des Stakeholder-Dialogs ist die transparente, zeitnahe und ausführliche Infor-

mation aller Teilnehmer des Kapitalmarkts über aktuelle Unternehmensentwicklungen, die eingeschlagene Strategie und strukturelle Veränderungen. Im Vergleich zum Vorjahr hat Lufthansa ihre Aktivitäten 2010 nochmals gesteigert: So informierten Mitglieder des Vorstands und der Abteilung Investor Relations auf 39 Roadshows und 13 Investorenkonferenzen über die aktuellen und strategischen Entwicklungen des Konzerns. Insgesamt fanden rund 450 Einzel- und Gruppengespräche mit institutionellen Investoren und Analysten statt. Im Januar 2010 organisierte das Unternehmen erstmals ein Jahresauftakttreffen mit Analysten, dem im Juni 2010 der jährliche Investorentag im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt folgte.

Zusätzlich zum Geschäftsbericht und zu den drei Zwischenberichten erhält der Kapitalmarkt mit der „Investor Info“ regelmäßige Informationen über die monatlichen Verkehrszahlen der fliegenden Gesellschaften und weitere Nachrichten aus den Unternehmen des Lufthansa Konzerns. Privataktionäre werden sowohl mit der „Aktionärsinfo“ als auch in persönlichen Gesprächen im Rahmen der fünf Privataktionärsforen informiert.

Dialog mit Mitarbeitern

Kontinuierliche Dialogveranstaltungen sind ein wesentliches Instrument, um mehr über die Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen der Mitarbeiter zu erfahren. Darüber hinaus richtet das Unternehmen an dezentralen Standorten zahlreiche Town Meetings aus, in denen Vorstand und Belegschaft sich direkt austauschen können. Um Lufthansa-Mitarbeiter einen Blick über den Tellerrand des eigenen Beschäftigungsfeldes zu ermöglichen, wurden 2010 verschiedene Lufthansa-interne Medien in einer übergreifenden Publikation gebündelt: dem neuen Magazin „Lufthansa Passage“, das sich an Boden-, Kabinen- und Cockpit-Mitarbeiter gleichermaßen richtet.

Im Jahr 2010 bildete das Thema Gesundheit einen Schwerpunkt des Mitarbeiterdialogs. Mit dem Ziel, das Wohlbefinden und die Arbeitsfähigkeit der Lufthansa-Mitarbeiter zu fördern und zu erhalten, organisierte das Unternehmen eine Vielzahl von Veranstaltungen und Informationskampagnen. Und wann immer es gilt, die Einführung neuer IT-Komponenten wie PCs oder Programme optimal vorzubereiten, können sich die Mitarbeiter an Befragungen zum Thema Bildschirmarbeitsplatz beteiligen.



Im Dialog mit der Wissenschaft

Forschung und Entwicklung sind unverzichtbare Säulen des gesellschaftlichen Fortschritts. Als Beitrag zum wissenschaftlichen Dialog engagiert sich Lufthansa seit Jahren in einer Vielzahl von Forschungsprojekten und arbeitet dabei eng mit namhaften wissenschaftlichen Einrichtungen und Instituten zusammen. Im Mittelpunkt der Forschungsbemühungen stehen Klimafragen, Wege der Emissions- und Lärminderung sowie die Entwicklung alternativer Kraftstoffe (siehe „Klima- und Umweltverantwortung“, Seite 63ff.). Des Weiteren steht Lufthansa in ständigem Austausch mit anderen Fluggesellschaften, um eigene Erfahrungen weiterzugeben und wertvolle Handlungsimpulse von außen zu erhalten.

Sustainability-Workshop mit der Universität Lüneburg

Lufthansa schöpft zahlreiche Möglichkeiten aus, das Unternehmen nachhaltig weiterzuentwickeln – und nutzt hierfür auch die Zusammenarbeit mit renommierten Universitäten. So veranstaltete der Konzern im Frühjahr 2010 gemeinsam mit der Leuphana Universität Lüneburg einen Praxisworkshop zum Thema „Nachhaltiges Wirtschaften“. Dieser bot 22 Studierenden des MBA-Fernstudiums Sustainability Management Gelegenheit, eine Woche lang im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt das Nachhaltigkeitsprogramm von Lufthansa zu analysieren und konkrete Vorschläge zur praktischen Umsetzung einzelner Programme zu entwickeln.

So ermittelten die angehenden Manager unter anderem beispielhaft den CO₂-Fußabdruck eines Airline-Catering-Produkts. Das Ergebnis zeigte, dass es nur unter unverhältnismäßig hohem Aufwand möglich ist, für die gesamte und sich regelmäßig ändernde Produktpalette der LSG Sky Chefs einen CO₂-Fußabdruck zu erstellen. Dank dieser Erkenntnis verfolgt das Unternehmen künftig einen zweckmäßigeren Ansatz, bei dem nicht der CO₂-Ausstoß von einzelnen Produkten berechnet wird, sondern alternativ ein sogenannter „Organisational Carbon Footprint“, dem der CO₂-Ausstoß des gesamten Unternehmens zugrunde liegt. Ähnlich erfreulich verlief der Workshop für Lufthansa Cargo. Hier erstellten die Studenten einen umfassenden Benchmark, in dem sie die CO₂-Emissionen und die Klimaneutralität der Lufthansa Tochter mit denen anderer Frachtfluggesellschaften verglichen. Die Resultate helfen Lufthansa Cargo, 2011 einen individuellen CO₂-Rechner für ihre Kunden zu entwickeln. Eine weitere Gruppe untersuchte, inwieweit Lufthansa künftig noch stärker Nachhaltigkeitskriterien in

der Lieferantenkette integrieren kann und welche Kriterien bei der Lieferantenauswahl Verwendung finden sollten.

Zu guter Letzt galt es für die auf vier Projektgruppen verteilten Studenten, im Rahmen einer Wettbewerbspräsentation die hochrangig besetzte Jury von den Ergebnissen ihrer Arbeit zu überzeugen. Dem Kreis der Juroren gehörten Führungskräfte von Lufthansa und externe Experten wie der stellvertretende Geschäftsführer des Öko-Instituts Berlin, Christian Hochfeld, an.

Lufthansa und EBS organisieren Expertenrunde zu Nachhaltigkeit

Im November 2010 haben Lufthansa und die European Business School (EBS) eine 25-köpfige Expertenrunde zum Thema „Nachhaltige Entwicklung der Luftverkehrsbranche“ nach Oestrich-Winkel eingeladen. Unter den Teilnehmern befanden sich neben Branchenvertretern auch renommierte Forscher aus dem In- und Ausland. In Vorträgen und Workshops beleuchteten die Fachleute unter anderem die Chancen und Barrieren auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung.

Lufthansa Cargo: Cargo Climate Care Conference 2011

Mit dem Ziel, innovative Lösungen zur nachhaltigen Verbesserung der Klimabilanz der Logistikindustrie zu erarbeiten, hat Lufthansa Cargo am 1. März 2011 in Frankfurt zum zweiten Mal die „Cargo Climate Care Conference“ ausgerichtet. An der Dialogveranstaltung zum Thema „Energieeffizienz in der Luftfracht: Realität und Vision“ nahmen rund 200 Vertreter der Logistik- und Luftfrachtbranche teil. Das Programm umfasste unter anderem ein breites Spektrum an Fachvorträgen,



Ausgebucht: An der Cargo Climate Care Conference 2011 nahmen mehr als 200 Vertreter der Logistik- und Luftfahrtbranche teil.



Flughafen München: Regelmäßige Treffen mit Vertretern der Bürgerinitiativen in der Flughafenregion stellen einen konstruktiven Dialog dar und schaffen eine gute Verständigungsebene.

etwa zu den Themen alternative Kraftstoffe und Energieeffizienz sowie zu den Herausforderungen und Chancen für eine „Grüne Logistik“. Im Rahmen der Umweltkonferenz wurde auch der mit insgesamt 16.000 Euro dotierte „Cargo Climate Care Award“ verliehen. Mit diesem Innovationspreis wurden Nachwuchsforscher, Kunden und Mitarbeiter ausgezeichnet, die innovative Ideen für eine klimafreundlichere Luftfracht entwickelt haben.

Politischer und gesellschaftlicher Dialog

Um sich dem Dialog mit der Öffentlichkeit zu stellen, referierten und diskutierten Führungskräfte des Lufthansa Konzerns auch im Jahr 2010 auf Messen, Kongressen und Tagungen. Nachfolgend eine Auswahl:

- Umweltkongress „Greener Skies ahead. 2nd International Conference on Reducing the Environmental Impact of Future Air Transport“ im Rahmen der Internationalen Luft- und Raumfahrt-ausstellung (ILA) in Berlin

- Parlamentarischer Abend „Luftverkehr“ des Deutschen Verkehrsforums e.V. in Berlin zu den Themen Klimaschutz, Subventionen, Wettbewerb und Passagierrechte
- Veranstaltung der „Initiative Luftverkehr“ für Deutschland mit Bundesverkehrsminister Ramsauer, unter anderem zu den Themen Lage der Luftverkehrswirtschaft nach der Vulkanasche, Infrastrukturverbesserungen, Air Traffic Management
- 66. Jahreshauptversammlung der IATA in Berlin – Lufthansa war offizieller Gastgeber für die mehr als 1.000 Delegierten.
- Gespräch mit EU-Klimakommissarin Hedegaard in Brüssel zu den Themen Klimaschutz und Emissionshandel
- Luftverkehrskongress in Berlin unter dem Motto „Luftverkehrsstandort Deutschland stärken – Mobilität sichern, Wachstum verantwortungsvoll gestalten“ unter anderem mit Bundeswirtschaftsminister Brüderle und Bundesverkehrsminister Ramsauer sowie verschiedenen Staatssekretären

Im Gespräch mit Nachbarn und Gemeinden

Lufthansa sucht den fortwährenden Austausch mit Vertretern der Landesregierungen sowie mit den Bürgermeistern und Behörden der Umlandgemeinden an den Drehkreuzen des Konzerns. So hat beispielsweise die hessische Landesregierung Lufthansa im Herbst 2008 in das Forum Flughafen und Region gewählt (siehe „Aktiver Schallschutz am Frankfurter Flughafen“, Seite 84). Zudem veranstaltete Lufthansa Cargo mit Unterstützung der Initiative „Die Fracht braucht die Nacht“ am 24. Juni 2010 in Frankfurt eine gleichnamige Fachtagung. Dort diskutierten Vertreter der Logistikbranche, Industrie, Wissenschaft und Politik über die Notwendigkeit eines verlässlichen gesetzlichen Rahmens für den Logistikstandort Deutschland.



Social Media

Soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, YouTube oder berufsbezogene Plattformen eröffnen neue Wege, um den Gesprächsfaden mit Stakeholdern aufzunehmen und die Kommunikation zu optimieren. Unternehmensintern können sich Lufthansaer seit Juni 2009 über die Web-2.0-Intranet-Plattform eTeaming austauschen, die anlässlich des IIR-Technology-Web-2.0-Kongresses im April 2010 als „Beste interne Kommunikationsstrategie“ ausgezeichnet wurde. In eTeaming findet sich seit Neuestem die Rubrik „Lufthansa Online“, die einen noch gezielteren Informationsfluss und Austausch mit und unter den Mitarbeitern gewährleistet.



Die Lufthansa Konzernflotte

Investitionen in neue Flugzeuge zahlen sich aus – ökonomisch wie ökologisch

Flugzeuge sind das wichtigste Produktionsmittel des Lufthansa Konzerns – rund die Hälfte des jährlichen Investitionsvolumens fließt in neues Fluggerät. Die Flottenstrategie orientiert sich an der Entwicklung der Märkte und des Wettbewerbs, den Kundenbedürfnissen sowie ökonomischen und ökologischen Faktoren.

Zu den Auswahlkriterien beim Kauf eines neuen Flugzeugs gehört neben dem Preis, der Sitz- und Ladekapazität, der Reichweite, der Reisegeschwindigkeit und dem Passagierkomfort auch, dass Lärm, Emissionen, Verbrauch sowie Instandhaltungs- und Betriebskosten möglichst niedrig sind.

Flugzeuge neuester Technologie wirken sich in allen Nachhaltigkeitsdimensionen positiv aus: Sie sichern Arbeitsplätze, verbrauchen weniger Treibstoff, sind leiser und bilden die Grundlage für eine langfristige Wertschöpfung des Konzerns. Die Abteilung Konzernflotten-Management ist bei Lufthansa als Zentralfunktion auf Konzernebene angesiedelt und für alle fliegenden Gesellschaften zuständig. Sie dient zugleich als Bindeglied zwischen den Airlines und den Flugzeug- beziehungsweise Triebwerksherstellern. Ziel der Einkäufer ist es, stets das richtige Flugzeug zum optimalen Zeitpunkt und zum bestmöglichen Preis in der passenden Spezifikation zu erwerben.

Im Rahmen des größten Flottenerneuerungsprogramms der Konzerngeschichte hat der Lufthansa Konzern allein im Berichtsjahr 47 neue Flugzeuge in Betrieb genommen – und so die Modernisierung der Konzernflotte konsequent fortgeführt. Weitere 155 Flugzeuge zur Auslieferung bis Ende 2016 sind bereits heute fest bestellt. Zusätzlich hat der Aufsichtsrat im März 2011 einer weiteren Bestellung von 30 Flugzeugen der Airbus A320neo-Familie für die Passage Airline Gruppe sowie fünf Frachtflugzeugen des Typs Boeing 777F für das Geschäftsfeld Logistik zugestimmt. „Die Investitionen in unsere Konzernflotte zahlen sich aus. Unsere Flottenneuzugänge überzeugen vor allem in puncto Wirtschaftlichkeit und Ökoeffizienz“, sagt Nico Buchholz, Leiter Konzernflotten-Management bei Lufthansa. So ermöglicht es beispielsweise der Einsatz von größeren und treibstoffeffizienteren Flugzeugtypen im Regionalflugsegment, einerseits die Sitzplatzkapazität zu erhöhen und andererseits die Umweltauswirkungen zu reduzieren.

Die Lufthansa Konzernflotte verzeichnete zum 31. Dezember 2010 einen Bestand von 710 Flugzeugen der Gesellschaften Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines und bmi, der Regionalpartner Lufthansa CityLine, Air Dolomiti und Eurowings sowie Germanwings und Lufthansa Cargo.

Lufthansa A380 im Einsatz

Neue Maßstäbe bei Technik, ökologischer Effizienz und Nachhaltigkeit sowie Reisekomfort für die Kunden und Arbeitsbedingungen für die Crews setzt der Airbus A380, das neue Flaggschiff der Lufthansa Langstreckenflotte. Im Jahr 2010 hat das Luftfahrtunternehmen die ersten vier A380 übernommen. Mittlerweile ist die Lufthansa A380 im Liniendienst auf den Strecken nach Tokio, Peking, Johannesburg, New York und San Francisco unterwegs und verfügt über 526 Sitzplätze. Mit einem Verbrauch von nur noch rund 3,4 Liter Kerosin pro 100 Passagierkilometer hat die A380 eine neue Ära in der Branche eingeleitet. Hinzu kommt, dass sie rund 30 Prozent leiser ist als bisherige Großraumflugzeuge.

Der Rumpf der A380 besteht zu rund 25 Prozent aus fortschrittlichen und leichteren Verbundwerkstoffen. Dazu gehört unter anderem GLARE, ein Laminat aus Aluminiumlagen und glasfaserverstärktem Kunststoff, das leichter und schaden-



„Die Investitionen in unsere Konzernflotte zahlen sich aus. Unsere Flottenneuzugänge überzeugen vor allem in puncto Wirtschaftlichkeit und Ökoeffizienz.“

Nico Buchholz
Leiter Konzernflotten-Management bei Lufthansa



Die erste Lufthansa Boeing 747-8 Intercontinental in der Produktion

toleranter ist als das bislang im Flugzeugbau übliche Aluminium. Zugleich schirmen Dämmstoffe in der Außenhaut die Kabine von den Außengeräuschen der Triebwerke und der Luftströmung ab, sodass das Flugzeug auch für die Passagiere selbst sehr leise ist. Weitere Innovationen bei Kabinenklimatisierung und -beleuchtung sowie Bordunterhaltung machen die Lufthansa A380 einzigartig. Im Oberdeck befindet sich die völlig neue First Class mit acht großzügigen Sitzen für Individualität und höchsten Komfort. Auf der gleichen Ebene schließt sich die weltweit größte Business Class mit 98 Sitzen an. Und auch die Economy Class mit 420 Sitzen im Hauptdeck bietet in beeindruckenden Räumlichkeiten den Fluggästen mehr Komfort als je zuvor. Lufthansa plant, insgesamt 15 Airbus A380 zu betreiben, von denen im Jahr 2011 weitere vier in Dienst gestellt werden sollen.

Erste Boeing 747-8 Intercontinental in der Endmontage

Die Lücke in der Konzernflotte zwischen der A380 mit 526 Sitzplätzen und der A340-600 mit etwas über 300 Sitzen schließt künftig die Boeing 747-8 Intercontinental, die Lufthansa im Jahr 2012 als weltweit erste Airline in Dienst stellen wird. Lufthansa plant, mit den Boeing 747-8 einen Teil ihrer Boeing 747-400-Flotte zu ersetzen. Insgesamt hat das Luftfahrtunternehmen 20 Flugzeuge dieses Typs geordert, deren neue Triebwerke von General Electric für einen niedrigen Verbrauch von voraussichtlich 3,5 Liter Kerosin pro 100 Passagierkilometer sorgen werden. Zudem ist der Lärmteppich im Vergleich zum Vorgängermodell, der Boeing 747-400, um 30 Prozent kleiner (siehe hierzu *Balance*, Ausgabe 2010, Seite 64). Die Endmontage der ersten Passagierversion der Boeing 747-8 Intercontinental hat Ende 2010 bei Boeing in

Everett nahe Seattle begonnen. Bereits im März 2011 hat das Flugzeug den ersten Testflug erfolgreich absolviert.

56 Neubestellungen im Jahr 2010

Der Lufthansa Aufsichtsrat hat im Jahr 2010 der Bestellung von weiteren 56 neuen Flugzeugen für den Konzern zugestimmt: Acht A330-300, ausgestattet mit Triebwerken vom Typ Rolls-Royce Trent 700, verstärken künftig die Langstreckenflotte. Die übrigen 48 Flugzeuge sind für den Einsatz im Kontinental- und Regionalverkehr bestimmt: Es handelt sich um 32 Airbus-Flugzeuge vom Typ A319, A320 und A321 sowie acht Embraer 195, die ab 2012 Stück für Stück an die Konzerngesellschaften ausgeliefert werden. Der Listenwert dieser Bestellung beträgt rund 3,5 Milliarden Euro. Hinzu kommen acht Bombardier CRJ900 NextGen, deren Auslieferung im ersten Halbjahr 2011 abgeschlossen wird.

Der Airbus A330-300 verrichtet seit 2004 seinen Dienst in der Lufthansa Konzernflotte. Das zweistrahlige Langstrecken-Flugzeug bietet bis zu 221 Passagieren Platz und hat beladen eine Reichweite von bis zu 10.000 Kilometer. Es ist nahezu baugleich mit der A340-300, die über zwei Triebwerke mehr verfügt, und kommt auch auf der Mittelstrecke zum Einsatz. Für den Schub sorgen eigens für die A330-Serie entwickelte Triebwerke des Typs Rolls-Royce Trent 700, die besonders effizient und leise arbeiten.

Die von Lufthansa bestellten A319, A320 und A321 gehören allesamt zur erfolgreichen A320-Flugzeugfamilie von Airbus, die sich vor allem durch ihre Wirtschaftlichkeit auszeichnet. Zu den Vorzügen der Flugzeugfamilie gehört, dass A320-Piloten alle Muster dieser Flugzeugfamilie fliegen können. Darüber hinaus spart die Ähnlichkeit der Flugzeuge bei Wartungsarbeiten viel Aufwand und somit auch Kosten. Weiteres Plus: Jedes der insgesamt 45 neuen, bis 2016 zur Flotte der Lufthansa Passage stoßenden Flugzeuge der A320-Familie verfügt über eine neue Kabine mit verbessertem Komfort und einem neuen Erscheinungsbild, das Schritt für Schritt auch auf der gesamten bestehenden Kontinentalflotte nachgerüstet wird. Längstes Familienmitglied ist der Airbus A321, der in der Lufthansa Konfiguration Platz für bis zu 200 Fluggäste bietet. Die auf Kurz- und Mittelstrecken eingesetzte A321 punktet mit ihrer hohen Treibstoffeffizienz pro Passagier und niedrigen Lärm- und Emissionswerten – wie ihre Geschwister aus der A320-Familie ist sie so umwelt- und klimaschonend wie derzeit möglich.



Der Triebwerkshersteller CFM International stattet die 2010 bestellten Flugzeuge des Typs A320 mit der neuesten Version des CFM56-5B-Triebwerks aus, womit unter anderem eine weitere Verbesserung des spezifischen Treibstoffverbrauchs von rund einem Prozent und reduzierte Lärmemissionen einhergehen. Die Weiterentwicklung des Hochdruckkompressors, der Brennkammer und der Hoch- und Niederdruckturbine ermöglicht es, die Treibstoffeffizienz zu erhöhen und damit den Verbrauch weiter zu senken. Zugleich erfüllen die Triebwerke die Emissionsgrenzwerte des CAEP/6 (Committee on Aviation Environmental Protection) der internationalen Zivilluftfahrtorganisation ICAO.

Die Flugzeuge der Typen 190 und 195 des brasilianischen Herstellers Embraer fliegen ebenfalls wirtschaftlich hocheffizient und umweltschonend. Dies belegt der gemäß Herstellerangaben für Regionalflugzeuge extrem niedrige Verbrauch von rund 3,9 Liter Kerosin pro 100 Passagierkilometer bei voller Auslastung. Weitere Pluspunkte sind die niedrigen Emissionswerte und die geringe Lärmbelastung.

Die acht CRJ900 NextGen des kanadischen Herstellers Bombardier beeindrucken dank neuer Triebwerkstechnologie und leichter Materialien ebenfalls durch ihre Treibstoffeffizienz. Auch sie zeichnen sich durch niedrige Emissionswerte

und eine geringe Lärmbelastung aus. Das Flugzeug kann Zielorte mit einer Entfernung von bis zu 2.440 Kilometern anfliegen.

Neue Flugzeuge für Lufthansa Passage, Lufthansa Regional, SWISS und Germanwings

Von den Neubestellungen 2010 erhält Lufthansa Passage drei Airbus A330-300 und 20 Flugzeuge der Airbus A320-Familie, Lufthansa Regional die acht Embraer 195 und die acht Bombardier CRJ900 NextGen. Für den Einsatz bei SWISS sind fünf neue Airbus A330-300, zwei Airbus A321 und zwei Airbus A320 vorgesehen. Germanwings bekommt acht neue Airbus A319.

Das Flottenerneuerungsprogramm umfasst jedoch nicht nur den Kauf neuer Flugzeuge, sondern auch die Modernisierung älterer Modelle. Bestes Beispiel dafür ist die bis Ende 2011 geplante Umrüstung der gesamten in Frankfurt stationierten Boeing 737-Flotte: Lufthansa passt die Triebwerke der Flugzeuge vom Typ Boeing 737-300 und 737-500 technisch an, sodass diese künftig deutlich leiser fliegen werden (siehe „Lufthansa setzt Engagement bei Lärmreduzierung konsequent fort“, Seite 82ff.).

Konzernflotte		(Veränderung gegenüber 2009)			
Stand 31.12.2010					
	Bestand¹	Alter¹	in Operation²	Alter²	
Lufthansa Passage (inklusive Lufthansa Italia)	342 (+ 25)	11,5 (- 0,3)	274 (+ 19)	13,0 (± 0)	
Lufthansa CityLine	56 (- 14)	9,9 (+ 0,3)	57 (- 11)	6,9 (- 1,7)	
Air Dolomiti	8 (- 6)	9,9 (+ 0,5)	17 (- 6)	7,4 (± 0)	
Augsburg Airways	0 (± 0)	0,0 (± 0)	15 (± 0)	5,9 (+ 1,3)	
Contact Air	0 (± 0)	0,0 (± 0)	8 (- 5)	16,9 (+ 3,6)	
Eurowings	13 (- 10)	9,6 (- 3,0)	28 (- 7)	4,7 (- 3,3)	
Germanwings	30 (+ 4)	5,4 (+ 0,3)	30 (+ 4)	5,4 (+ 0,3)	
SWISS	90 (+ 6)	10,9 (+ 0,3)	86 (+ 10)	11,0 (+ 0,2)	
Austrian Airlines	94 (- 8)	11,6 (+ 0,6)	80 (- 13)	11,6 (+ 0,6)	
bmi	59 (- 8)	9,9 (+ 0,7)	59 (- 9)	9,9 (+ 0,7)	
Geschäftsfeld Passage Airline Gruppe	692 (- 11)		654 (- 18)		
Lufthansa Cargo	18 (- 1)	12,7 (+ 0,7)	18 (+ 2)	12,7 (+ 1,7)	
Geschäftsfeld Logistik	18		18		
Konzern	710 (- 12)	10,9 (± 0)	672 (- 16)	10,8 (+ 0,1)	

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

Die operative Lufthansa Konzernflotte

Lufthansa Passage

inklusive Lufthansa Italia
und Lufthansa Regional



LH: 30 Flugzeuge, 127 Sitze, 2.590 km Reichweite

Boeing 737-300



LH: 29 Flugzeuge, 111 Sitze, 2.520 km Reichweite

Boeing 737-500



LH: 30 Flugzeuge, 132 Sitze, 3.470 km Reichweite

Airbus A319-100



LH: 46 Flugzeuge, 156 Sitze, 3.470 km Reichweite

Airbus A320-200



LH: 41 Flugzeuge, 190 Sitze, 2.900/4.100 km Reichweite

Airbus A321-100/200



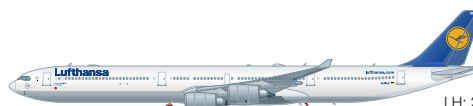
LH: 15 Flugzeuge, 221 Sitze, 10.000 km Reichweite

Airbus A330-300



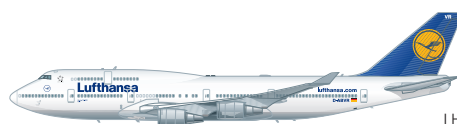
LH: 26 Flugzeuge, 266/221 Sitze, 11.100/12.700 km Reichweite

Airbus A340-300



LH: 24 Flugzeuge, 306 Sitze, 12.600 km Reichweite

Airbus A340-600



LH: 29 Flugzeuge, 352 Sitze, 12.500 km Reichweite

Boeing 747-400



LH: 4 Flugzeuge, 526 Sitze, 12.000 km Reichweite

Airbus 380-800

Legende

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

Reichweitenangaben generell bei maximaler Passagierzahl
respektive Zuladung.

Anzahl der Flugzeuge in Operation zum 31.12.2010

1 max. Sitze, abweichende Versionen im Einsatz





EN: 1 Flugzeug, 46 Sitze, 900 km Reichweite

ATR42-500



EN: 11 Flugzeuge, 64 Sitze, 900 km Reichweite

ATR72-200



CL: 11 Flugzeuge, 93 Sitze, 2.280 km Reichweite

Avro RJ85



EW: 13 Flugzeuge, 50 Sitze, 2.000 km Reichweite

CRJ200



CL: 20 Flugzeuge, 70 Sitze, 2.310 km Reichweite

CRJ700



CL: 12 Flugzeuge, 86 Sitze, 2.440 km Reichweite
EW: 15 Flugzeuge, 86 Sitze, 2.440 km Reichweite

CRJ900



IQ: 9 Flugzeuge, 72 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
IQ: 1 Flugzeug, 100 Sitze, 3.390 km Reichweite

Embraer 190



CL: 5 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



LX: 20 Flugzeuge, 97 Sitze, 3.000 km Reichweite

Avro RJ100



LX: 7 Flugzeuge, 138 Sitze, 3.000 km Reichweite

Airbus A319-100



LX: 23 Flugzeuge, 168 Sitze, 3.650 km Reichweite

Airbus A320-200

SWISS





LX: 7 Flugzeuge, 200 Sitze, 3.200 km Reichweite

Airbus A321-100/200



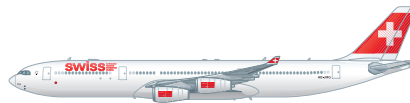
LX: 5 Flugzeuge, 229 Sitze, 8.400 km Reichweite

Airbus A330-200



LX: 9 Flugzeuge, 236 Sitze, 8.400 km Reichweite

Airbus A330-300



LX: 15 Flugzeuge, 228 Sitze, 10.500 km Reichweite

Airbus A340-300

Austrian Airlines



OS: 14 Flugzeuge, 72 Sitze, 1.630 km Reichweite

DHC 8-400



OS: 9 Flugzeuge, 80 Sitze, 2.085 km Reichweite

Fokker 70



OS: 15 Flugzeuge, 100 Sitze, 2.000 km Reichweite

Fokker 100



OS: 2 Flugzeuge, 111 Sitze, 2.220 km Reichweite

Boeing 737-600



OS: 2 Flugzeuge, 132 Sitze, 4.440 km Reichweite

Boeing 737-700



OS: 7 Flugzeuge, 184 Sitze, 4.680 km Reichweite

Boeing 737-800



OS: 7 Flugzeuge, 132 Sitze, 4.500 km Reichweite

Airbus A319-100



OS: 8 Flugzeuge, 159 Sitze, 4.300 km Reichweite

Airbus A320-200



OS: 6 Flugzeuge, 193 Sitze, 2.360/3.500 km Reichweite

Airbus A321-100/200





OS: 6 Flugzeuge, 225 Sitze, 9.800 km Reichweite

Boeing 767-300



OS: 4 Flugzeuge, 309 Sitze, 11.500 km Reichweite

Boeing 777-200



BD: 4 Flugzeuge, 37 Sitze, 2.200 km Reichweite

Embraer RJ 135



BD: 14 Flugzeuge, 49 Sitze, 2.800 km Reichweite

Embraer RJ 145



BD: 11 Flugzeuge, 148 Sitze, 4.050 km Reichweite

Boeing 737-300



BD: 3 Flugzeuge, 131 Sitze, 4.395 km Reichweite

Boeing 737-500



BD: 11 Flugzeuge, 130 Sitze, 3.000 km Reichweite

Airbus A319-100



BD: 7 Flugzeuge, 156¹ Sitze, 3.500 km Reichweite

Airbus A320-200



BD: 7 Flugzeuge, 195¹ Sitze, 4.300 km Reichweite

Airbus A321-200



BD: 2 Flugzeuge, 218¹ Sitze, 9.250 km Reichweite

Airbus A330-200



4U: 30 Flugzeuge, 144¹ Sitze, 3.500 km Reichweite

Airbus A319-100



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

Boeing MD-11F

bmi

Germanwings

Lufthansa Cargo



Preise und Auszeichnungen

Auch im Jahr 2010 erhielt Lufthansa zahlreiche Preise und Auszeichnungen, die die Leistungen des Konzerns und seiner Gesellschaften würdigen. Nachfolgend eine Auswahl der wichtigsten Ehrungen:

Lufthansa

- „Beste Airline weltweit“ bei den Business Travel Awards 2010
- „Beste Airline Europas“ bei den „World Airline Awards“
- „Innovativste Europäische Airline 2010“ von airlinetrends.com
- Wahl zur „Beliebtesten Airline auf der Kurzstrecke“ durch die Leser des britischen Reisemagazins Condé Nast Traveller
- „Beste Europäische Airline“ anlässlich der Verleihung des „Grand Travel Awards“ in Oslo
- „Ungarns Beste Airline 2010“ durch das Reisemagazin „Az Utazó“
- „Most Improved Airline Award“, verliehen durch den San Francisco International Airport/Community Round Table Jon C. Long Fly Quiet für effiziente Lärmreduzierung
- Wahl zur „Besten Business Class im Deutschland- und Europaverkehr 2010“ und „Besten Airline-Website für Geschäftsreisende 2010“ durch die Leser des Geschäftsreisemagazins Business Traveller Deutschland
- Auszeichnung des Bord-Internetzugangs Lufthansa FlyNet® als „Produkt des Jahres 2011“ durch Deutschlands führende Computerzeitschrift „Chip“
- „Smaato Mobile Advertising Award 2010“ für die Lufthansa iPhone App
- „SimpliFlying-Airline Business Awards for Social Media Excellence for Airlines 2010“ in der Kategorie „Beste Social-Media-Marketing-Kampagne“ für Lufthansa Webdienst MySkyStatus™
- „Innovationspreis 2010“ des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft für die Premiumstrategie von Lufthansa
- „AARP International Innovative Employer Award 2010“ des US-amerikanischen Verbandes AARP für den innovativen Umgang von Lufthansa mit den Auswirkungen des demografischen Wandels und die Förderung älterer Mitarbeiter
- Mehrfache Spitzenbewertungen durch das Wirtschaftsmagazin Institutional Investor: „Best CEO“, „Best CFO“, „Best Investor Relations“, „Best IR Professional“ im Transportsektor
- Auszeichnung als „European Manager of the Year 2010“ für Wolfgang Mayrhuber (bis Ende 2010 Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG) durch den Verband der euro-

päischen Wirtschaftspresse. Darüber hinaus erhielt Mayrhuber auch den renommierten „Laureate Award“ der Fachzeitschrift Aviation Week Space Technology im Bereich Commercial Air Transport.

Konzerngesellschaften und Verbund-Airlines

- Auszeichnung für SWISS als „Beste Business Class nach Nord- und Südamerika“ bei den Business Traveller Awards 2010
- SWISS erhält „2010 Skytrax World Airline Award“ für „Staff Service Excellence“ am Boden und in der Luft.
- SWISS gewinnt „Global Traveler Award“ des US-amerikanischen Reisemagazins Global Traveler Magazine für den besten First Class-Sitz.
- „Travel Star“-Auszeichnung des Fachmagazins Travel Inside in der Kategorie beste Netzwerk-Airline auf Kurz- und Mittelstrecken für SWISS, gefolgt von Lufthansa und Austrian Airlines
- Auszeichnung für Lufthansa Cargo als „Beste Europäische Frachtfluggesellschaft“ anlässlich der „Asian Freight & Supply Chain Awards“ (AFSCA) der Fachzeitschrift Cargonews Asia
- Auszeichnung für Lufthansa Cargo bei den von Air Cargo Media verliehenen „Cargo Airline of the Year Awards“ als „Beste Europäische Frachtfluggesellschaft“
- „Aircraft Technology Engineering & Maintenance Award“ für Lufthansa Technik als „Bester MRO-Anbieter in allen Geschäftsfeldern“ – zum vierten Mal in Folge
- „Crystal Cabin Award 2010“ für den neuen Leichtbau-Trolley „Quantum“ von LSG Sky Chefs als innovativstes Kabinenprodukt. Der Trolley bringt gegenüber herkömmlichen Bord-Trolleys eine Gewichtersparnis von 40 Prozent.
- Innovationspreis der deutschen Wirtschaft für Lufthansa Systems. Das System Password Reset InterActive (PIA) überzeugte die Jury in der Kategorie Nachhaltigkeit (2011).
- Auszeichnung für Lufthansa Global Tele Sales Kapstadt als „Best Employer South Africa“ durch das internationale Institut der Corporate Research Foundation



Wirtschaftliche Nachhaltigkeit

„Ready for take-off“

Der Luftverkehrsmarkt ist und bleibt ein Wachstumsmarkt. Der Lufthansa Konzern hat im Jahr 2010 in seinen Geschäftsfeldern erfolgreich an der gestiegenen Nachfrage partizipieren können. Wesentlicher Erfolgsfaktor im herausfordernden Wettbewerbsumfeld ist die innovative Qualitäts- und Leistungsorientierung der starken Marken sowohl im Passagier- und Frachttransport als auch in den Dienstleistungsgesellschaften. Der wertorientierten Unternehmenssteuerung kommt in diesem Zusammenhang eine besondere Bedeutung zu. Denn langfristige Wertschöpfung und eine solide Finanzbasis sind die Grundvoraussetzungen, um auch künftig Kurs zu halten.

Unternehmensführung

Wertorientiert wachsen

Mittels der führenden Kennzahl Cash Value Added (CVA) und ihrer Verankerung in den wesentlichen Steuerungsprozessen wird das profitable Wachstum des Lufthansa Konzerns durch das wertorientierte Denken und Handeln aller Mitarbeiter maßgeblich gefördert. Dieser Ansatz ist zukunftsorientiert, berücksichtigt die Anforderungen unserer Kapitalgeber und ist im Sinne aller Stakeholder auf eine nachhaltige Unternehmenswertsteigerung ausgerichtet.

Ökologie und Ökonomie gehen Hand in Hand, wenn durch Produktivitätsverbesserungen ein geringerer Verbrauch von Rohstoffen erforderlich wird. Dieser Effekt verstärkt sich in dem Maße, wie externe, ökologieinduzierte Kosten internalisiert, das heißt zu betrieblichen Kosten werden.



„Wirtschaftlicher Erfolg ist die Grundvoraussetzung für nachhaltiges Wirtschaften. Das Besondere am CVA-Ansatz im Vergleich zu anderen Konzepten ist, dass mit einer Kennzahl die finanziellen Auswirkungen verschiedenster Maßnahmen erfasst werden können.“

Karl-Heinz Steinke
Leiter Konzerncontrolling bei Lufthansa

Lufthansa steht im ständigen Wettbewerb. Das gilt sowohl für die Absatz- als auch für die Beschaffungsmärkte der einzelnen Geschäftsfelder, wozu im weiteren Sinne auch der Kapitalmarkt gehört. Als wachsendes Unternehmen ist Lufthansa trotz ihrer eigenen Finanzkraft aus dem operativen Geschäft auf Liquiditätszuflüsse von externen Kapitalgebern angewiesen, um ihre Investitionen zu finanzieren. In diesem Markt konkurriert der Luftfahrtkonzern mit den unterschiedlichsten Unternehmen um die Gunst der Investoren, die aus einer Vielzahl von Anlagemöglichkeiten wählen können. Attraktiv für Kapitalgeber zu sein heißt, ihre Renditeanforderungen in Abhängigkeit vom Risiko zu erfüllen. „Folglich ist wirtschaftlicher Erfolg in unseren Augen erst dann gegeben, wenn die Ansprüche der Eigen- und Fremdkapitalgeber auf eine angemessene Verzinsung beziehungsweise Rendite ihres Kapitals gewährleistet sind“, erläutert Karl-Heinz Steinke, Leiter Konzerncontrolling bei Lufthansa.

„Diese Ansprüche bemessen wir auf Basis der aktuellen Geschehnisse an den Finanzmärkten und unserer finanziellen Verbindlichkeiten jährlich neu.“ Infolge der jüngsten Entwicklungen sind die durchschnittlichen Kapitalkosten des Luftfahrtunternehmens (Weighted Average Cost of Capital – WACC) gesunken, sodass es diese für das neue Geschäftsjahr 2011 anpassen konnte, und zwar von 7,9 Prozent auf 7,0 Prozent. Der positive Effekt: Bei ansonsten gleichen Rahmenbedingungen steigt potenziell die Wertschöpfung für die Kapitalgeber.

Doch ehe endgültig von einer Wertschöpfung gesprochen werden kann, gilt es, eine aus insgesamt drei Komponenten bestehende Hürde zu überspringen. Neben den Renditeansprüchen der Kapitalgeber ist das Steueraufkommen, das im Rahmen der erwirtschafteten Resultate anfällt, ebenso zu berücksichtigen wie die Substanzerhaltung. Dahinter verbirgt sich der Gedanke, dass sich Betriebsmittel wie zum Beispiel Flugzeuge und Abfertigungseinrichtungen im Laufe ihrer üblichen Nutzungsdauer verbrauchen und schließlich ersetzt werden müssen. Um dazu in der Lage zu sein, stellt Lufthansa in jedem Nutzungsjahr gedanklich einen Betrag zurück und legt ihn verzinslich an. „Gerade dieser Punkt macht deutlich, dass wirtschaftlicher Erfolg die Grundvoraussetzung für nachhaltiges Wirtschaften ist. Denn diese Rücklagen bestimmen die Investitionsfähigkeit in neue Technologien maßgeblich und somit auch die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens“, betont Steinke.

Differenzierte Betrachtung nach Geschäftsfeldern

Das Risikoprofil einer Anlage beeinflusst die Renditeansprüche der Investoren erheblich. Vereinfacht ausgedrückt: je größer das Risiko einer Investition, desto höher die Renditeanforderungen. Analog zu ihren unterschiedlichen Betätigungsschwerpunkten weisen die Geschäftsfelder des Lufthansa Konzerns unterschiedliche Risikoprofile aus. Die Gesellschaften erfassen regel-



mäßig die Risikoausprägungen durch externe Vergleiche und insbesondere durch Managementbewertungen nach bestimmten Risikokategorien. Hierzu zählen unter anderem das Produktionsrisiko, politische Risiken, Währungseinflüsse und auch Umweltrisiken im Vergleich zum Durchschnitt der im DAX gelisteten Unternehmen. Die Managementbewertung schafft einerseits das Bewusstsein für den Einfluss dieser Faktoren. Andererseits gibt sie der Konzerngesellschaft über die dann geringeren Kapitalkosten mittelbar den Anreiz, diese Risiken mit den entsprechenden Maßnahmen aktiv zu reduzieren.

Erfolgsmessung über operative Stellhebel

Erst wenn der tatsächliche Zahlungszustrom (Cashflow) die Hürde aus Verzinsungsansprüchen, Steuern und Substanzerhaltung in einer Periode übersteigt, erreicht das Luftverkehrsunternehmen eine positive Wertschöpfung. Bei der Berechnung des CVA berücksichtigt Lufthansa sämtliche Faktoren, die die Wertschaffung im Konzern beeinflussen können. Das System umfasst die zentralen Stellhebel in den Bereichen Erlöse, Aufwendungen und Kapitalbasis, auf die das Management durch seine Entscheidungen Einfluss nehmen kann. Jede Veränderung dieser Hebel wirkt sich unmittelbar auf das operative Ergebnis, die Kapitalbasis und folglich auch auf den CVA aus. Beispielsweise können die fliegenden Gesellschaften ihr Betriebsergebnis durch eine Erhöhung der Passagierzahlen oder ein stringentes Kostenmanagement verbessern. Die Kapitalbasis lässt sich durch den Verkauf von nicht mehr benötigtem Anlagevermögen oder ein schnelleres Inkasso und einen somit geringeren Forderungsbestand senken – beide Wege erhöhen letztendlich den CVA. „Das Besondere

an diesem Ansatz im Vergleich zu anderen Konzepten ist, dass mit einer Kennzahl die finanziellen Auswirkungen verschiedenster Maßnahmen erfasst werden können“, hebt der Leiter Konzerncontrolling hervor.

Fest im Führungssystem verankert

Der Erfolg des CVA-Konzepts erklärt sich auch durch die Tatsache, dass die wertorientierte Steuerung tief im Führungssystem des Konzerns verankert ist und von den Führungskräften aktiv angewendet wird. Bei Lufthansa ist der Cash Value Added in einen festen Kreislauf integriert, der auf den vier wesentlichen Steuerungsbereichen eines Unternehmens basiert: Zielplanung, Anreizgestaltung, Investitionsbewertung und Berichtswesen.

Im Rahmen der Zielplanung formulieren die Verantwortlichen klar definierte CVA-Ziele für die einzelnen Geschäftsfelder. Diese wertorientierten Kennzahlen haben sowohl bei der langfristigen Unternehmensstrategie als auch bei mittel- und kurzfristigen Planungsprozessen eine zentrale Bedeutung. Eine erfolgsabhängige Vergütung der Führungskräfte schafft die notwendigen Anreize, dass sie sich im Sinne der Unternehmensziele engagieren. Um Langfristigkeit und Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung weiter zu stärken, hat Lufthansa die variable Vorstandsvergütung im Jahr 2010 neu gestaltet: Sie enthält nun als weitere Komponenten die Erzielung eines über drei Jahre hinweg positiven CVA sowie einen Nachhaltigkeitsfaktor. Entscheidungen über Projekte und Investitionen folgen gleichfalls dem Grundsatz der Wertschöpfung, indem das Management die kalkulierte Verzinsung einer Maßnahme den Kapitalkosten gegenüberstellt. Der Kreislauf



Betriebsmittel wie Flugzeuge und Abfertigungseinrichtungen verbrauchen sich im Laufe ihrer Nutzungsdauer und müssen schließlich ersetzt werden. Daher stellt Lufthansa in jedem Nutzungsjahr gedanklich einen Betrag zurück und legt ihn verzinslich an.

schließt sich mit dem Berichtswesen: Lufthansa informiert in internen Managementberichten sowie in externen Finanzberichten und im Internet regelmäßig über die Entwicklung der zentralen Zielgröße CVA. So schafft der Konzern Transparenz hinsichtlich der in einem Jahr erzielten Wertschöpfung und macht die Ergebnisentwicklung für Mitarbeiter und Investoren nachvollziehbar.

Erfolgreich in der Vergangenheit

Das CVA-Konzept der Lufthansa zielt auf die langfristige positive Wertschöpfung über den konjunkturellen Zyklus der Luftfahrtindustrie hinweg – wohl wissend, dass es kurze Phasen negativer Wertbeiträge geben kann. Lufthansa und mit ihr die gesamte Branche hatte in den



Lufthansa lässt Wirtschaftskrise hinter sich

Im Jahr 2010 hat Lufthansa die Finanz- und Wirtschaftskrise hinter sich gelassen: Mit 91,2 Millionen Fluggästen transportierten die fliegenden Konzerngesellschaften 17,9 Prozent mehr Passagiere als im Vorjahr, während Lufthansa Cargo die Transportleistung um 18,2 Prozent steigerte. Zugleich erzielte der Konzern einen operativen Gewinn von 876 Millionen Euro und steigerte damit seinen Vorjahresgewinn von 130 Millionen Euro um mehr als das Fünffache. Das Konzernergebnis stieg auf 1,1 Milliarden Euro, ein Plus von 1,2 Milliarden Euro.

Diese erfreuliche Entwicklung ist nicht nur das Resultat einer zunehmend positiven Nachfrageentwicklung im Passagier- und Frachtverkehr, sondern auch der erfolgreichen Restrukturierungs- und Kostensenkungsprogramme in allen Unternehmensbereichen. Allein das Programm „Climb 2011“ zielt bei Lufthansa Passage auf eine nachhaltige Ergebnisverbesserung um 1 Milliarde Euro bis Ende 2011. Die Konzerngesellschaft hat im Berichtsjahr die beschlossenen Maßnahmen weiter vorangetrieben und eine spürbare Kostenentlastung erreicht. Unter anderem hat Lufthansa im Regionalverkehr begonnen, kleinere Flugzeuge durch größere, modernere und effizientere Flugzeuge zu ersetzen. Ein weiteres Beispiel für die dauerhafte Sicherung höherer Ergebnisbeiträge im Rahmen von „Climb 2011“ ist die neue Kabinenausstattung der Europaflotte, die einerseits mehr Sitzreihen umfasst, den Passagieren aber zugleich durch schlankere Rückenlehnen und ergonomisch optimierte Sitze mehr Komfort und Beinfreiheit bietet. Darüber hinaus macht sich die Realisierung von Synergiepotenzialen im Airlineverbund immer stärker bemerkbar. Die Gesellschaften des Konzerns konnten dank marktgerechter Angebote ihre starken Positionen in den jeweiligen Märkten verteidigen und zum Teil ausbauen.

vergangenen zehn Jahren immense Herausforderungen zu bewältigen: Nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 brach der Flugverkehr dramatisch ein. In den darauf folgenden Jahren belasteten der zweite Golfkrieg, die SARS-Epidemie sowie die Vogelgrippe und die sogenannte Schweinegrippe das Geschäft. Die schwerste Wirtschafts- und Finanzkrise seit 70 Jahren ließ die weltweiten Passagierzahlen laut International Air Transport Association (IATA) im Jahr 2009 um 3,5 Prozent sinken; der Verband sprach vom „schlechtesten Jahr, das die Branche jemals gesehen hat“.

Zudem beeinflussten in dieser Zeit weitere Faktoren das Geschäft, unter anderem ein sich verschärfender Wettbewerb, ein Ölpreis auf Rekordniveau, die immer wieder aufkeimende Terrorgefahr, länderspezifische Sonderabgaben, Streiks, strenge Winter und die Störung des Flugverkehrs durch unvorhersehbare Wetterereignisse.

So brachte der isländische Vulkan Eyjafjallajökull im April 2010 den Luftverkehr in Europa tagelang zum Erliegen. Und der ungewohnt heftige Winter einbruch im Dezember 2010 beeinträchtigte den Flugbetrieb im gesamten Konzern ebenfalls stark; allein Lufthansa Passage musste mehr als 4.500 Flüge annullieren. Diese wetterbedingten Flugbeeinträchtigungen und die damit verbundenen Zusatzkosten belasteten das Konzernergebnis mit rund 70 Millionen Euro.

Trotz dieser widrigen Umstände ist es Lufthansa 2010 gelungen, einen CVA von 71 Millionen Euro zu erzielen. Seit dem Jahr 2000 konnte insgesamt ein positiver CVA von 2,1 Milliarden Euro verzeichnet werden. Der so erweiterte finanzielle Spielraum gibt dem Luftfahrtkonzern nicht nur Gelegenheit, seine Marktposition auszubauen, sondern schafft auch die Basis, um neue Produkte für die Kunden zu entwickeln, die Arbeitsplätze zu sichern sowie die Konzernflotte zu erweitern und umweltgerecht zu modernisieren.

Gut gerüstet für die Zukunft

Wie in den vergangenen Jahren steht Lufthansa und mit ihr die gesamte Luftverkehrsbranche auch zukünftig vor großen Herausforderungen: Wachstum findet vor allem in den Schwellenländern und in Asien statt. Der Konkurrenzdruck durch Billigflieger und außereuropäische Fluglinien nimmt zu, während die europäischen Fluglinien zugleich die Einbeziehung des Luftverkehrs





Megatrends und globale Herausforderungen beeinflussen die zukünftige Entwicklung der Luftverkehrsbranche.

in den Emissionshandel der EU zu bewältigen haben. Und die deutsche Luftverkehrsabgabe belastet bereits 2011 alle Flüge von deutschen Flughäfen und damit deutsche Fluggesellschaften überproportional.

Darüber hinaus müssen sich Lufthansa und alle anderen Airlines auf die weltweiten Megatrends und Herausforderungen einstellen, zu denen unter anderem das Bevölkerungswachstum, die Globalisierung, der demografische Wandel, die zunehmende Mobilität sowie der Trend zur Dienstleistungsgesellschaft und die Ausweitung des Internets gehören. Gleichzeitig steigt das Sicherheitsbedürfnis der Menschen immer stärker,

und Klimawandel und Ressourcen-Verknappung räumen dem Schutz der Umwelt einen immer höheren Stellenwert ein.

Lufthansa ist mit dem Konzept der wertorientierten Steuerung gut aufgestellt, um die künftigen Herausforderungen zu meistern und flexibel darauf zu reagieren – so wie sie es in der vergangenen Dekade bewiesen hat. Ergebnissicherungs-Programme wie „Climb 2011“ sorgen bereits heute für optimierte Kostenstrukturen. Hinzu kommt die aus der finanziellen Kraft resultierende Investitionsfähigkeit. Beide Faktoren zusammen bilden die Basis, auf der der Lufthansa Konzern auch morgen nachhaltig und profitabel wachsen wird.

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

347.000 Aktionären gehalten werden. Die Aktien der Lufthansa haben sich nach den Standards der Deutschen Börse zum Jahresende 2010 zu 100 Prozent in Streubesitz befunden. Rund 32,8 Prozent des Grundkapitals lagen in Händen von Privataktionären, knapp 67,2 Prozent wurden von institutionellen Investoren gehalten. Der Anteil deutscher Aktionäre betrug 68,5 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. Weitere Informationen zur Lufthansa Aktie finden Sie im Lufthansa Geschäftsbericht 2010 auf Seite 36ff. oder im Online-Geschäftsbericht unter:

www.lufthansa.com/investor-relations

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.

Lufthansa legt zudem größten Wert auf eine offene und klare Unternehmenskommunikation, um den stetig steigenden Informationsansprüchen von Aktionären, Mitarbeitern, Kunden und der Öffentlichkeit zu entsprechen und ihr Vertrauen in den Konzern zu bewahren und zu stärken.

Lufthansa entspricht den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex mit wenigen Ausnahmen. Die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex finden Sie im Geschäftsbericht 2010 auf Seite 42ff. 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 Gesetznormen 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 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 Außenaufttritt von Lufthansa zu gewährleisten. Das Lufthansa Compliance Programm setzt sich zurzeit aus den Bausteinen Competition (Wettbewerb), Kapitalmarkt, Integrity (Integrität) und Corporate Compliance zusammen.



2010 war ein sehr erfolgreiches Jahr

Trotz zahlreicher Sonderbelastungen konnte ein starkes Jahresergebnis erzielt werden – mit positiven Beiträgen von allen Geschäftsfeldern. Austrian Airlines und bmi haben durch Restrukturierung ihre Verluste deutlich verringert. Die finanziellen Kennzahlen sind im ersten Jahr nach der Krise ihren Zielwerten ein großes Stück näher gekommen oder haben sie schon wieder erreicht. Lufthansa konnte wieder Wert schaffen. Das Rating hat sich stabilisiert, der Ausblick wurde verbessert. Der Lufthansa Aktienkurs ist um 39 Prozent gestiegen – mehr als doppelt so viel wie der DAX. Darüber berichtet im Detail der Lufthansa Geschäftsbericht 2010.

www.lufthansa.com/investor-relations





„eLearning“

Als global operierender Luftfahrtkonzern steht Lufthansa für fairen Wettbewerb, Integrität und verantwortungsvolles Handeln. Jeder einzelne Mitarbeiter muss sich dessen bewusst sein, die Regeln kennen und auch die Konsequenzen, die sich aus unkorrektem Verhalten ergeben. Mit den eLearning-Modulen arbeitet jeder Mitarbeiter aktiv an der Umsetzung des Lufthansa Compliance Programms mit.

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 Web-based-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 Ad-hoc-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 Web-based-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 rechtskonformem 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 zeigt Hilfestellungen im Umgang mit Einladungen, Geschenken und anderen Zuwendungen sowie Handlungsspielräume auf und sensibilisiert für potenzielle Interessenkonflikte. Das Web-based-Training vermittelt einen Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen, Ursachen und Sachverhalte der Wirtschaftskriminalität. Anhand von lebensnahen Praxisbeispielen werden die Mitarbeiter in Compliance konformem Verhalten geschult.

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

Durch automatisierte IT-Prozesse wird sichergestellt, dass alle Mitarbeiter und Organe der Lufthansa die für sie jeweils relevanten eLearning-Kurse ein Mal jährlich durchlaufen. Die Umsetzung des eLearning-Prozesses wird derzeit sukzessive auf die Tochtergesellschaften ausgeweitet. Ergänzend zu den eLearning-

Kursen führt das Compliance Office regelmäßig Präsenzs Schulungen durch. Im Rahmen von Führungseminaren, Managementkursen und anderen Lufthansa internen Fortbildungen sowie Tagungen sind Compliance Schulungen integraler Bestandteil.

Ombudssystem

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

schen Lufthansa und dem Ombudsmann vereinbart, dass auf eine Offenlegung der Identität des Hinweisgebers und Herausgabe erlangter Unterlagen und sonstiger Informationen verzichtet wird, soweit nicht der Hinweisgeber die Offenlegung ausdrücklich verlangt. Eine Offenbarung der Identität des Hinweisgebers gegenüber Lufthansa oder Dritten ist 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 auch aufgrund der aktuellen 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

Der Lufthansa Konzern hat Anfang 2009 das Projekt „Procurement Leadership“ aufgesetzt, um die konzernweiten Beschaffungsprozesse weiter zu professionalisieren. Im Fokus steht dabei die Einführung eines strategischen Warengruppenmanagements, durch das die Einkaufsbereiche bis 2011 nachhaltig rund 300 Millionen Euro zum operativen Ergebnis beitragen sollen.

Begleitet wird die Strategieentwicklung durch eine intensive Arbeit an Grundlagenthemen. Dazu zählt neben neuen IT-Systemen und diversen Prozessveränderungen eine grundlegende Neuausrichtung des Lieferantenmanagements, mit dem Lufthansa ihren Anspruch an Nachhaltigkeit auch in ihrer Einkaufsorganisation und entlang der gesamten Lieferantenkette bekräftigt. In diesem Zusammenhang fordert Lufthansa als „Procurement Leader“ von ihren Lieferanten künftig nicht mehr nur dezentral über ihre Gesellschaften die Einhaltung von verbindlichen

Nachhaltigkeitskriterien ein, sondern verankert diese konzernweit in allen Verträgen und internen Richtlinien. Lufthansa orientiert sich dabei an international anerkannten Konventionen zum Umwelt- und Arbeitsschutz, den gesetzlichen Vorschriften zur Bekämpfung von Korruption sowie Sicherheitsrichtlinien bei der Informationsverarbeitung. Lieferanten, die diese Klauseln nicht akzeptieren, werden nicht in den Lieferantenkreis der Lufthansa aufgenommen.



Infrastruktur

Mobilität braucht bedarfsgerechte Infrastruktur

Mobilität ist ein menschliches Grundbedürfnis und in unserer heutigen Gesellschaft unentbehrlich. Und die Nachfrage nach Mobilität steigt immer weiter. Dazu tragen unter anderem das Bevölkerungswachstum, die Zunahme von urbanen Räumen und der globalisierte Welthandel bei. Allein im Luftverkehr wird sich nach Angaben der International Air Transport Association (IATA) die Zahl der Passagiere von 2009 bis 2014 um 800 Millionen auf 3,3 Milliarden pro Jahr erhöhen. Und die Luftfracht soll nach jüngsten Prognosen bis 2014 um jährlich 6,4 Prozent steigen.

Lufthansa arbeitet seit Jahren daran, das wachsende Mobilitätsbedürfnis der Menschen so umweltverträglich wie möglich zu gestalten – und wird dies auch in Zukunft tun. Dies zeigt unter anderem der stetige Erwerb von sparsamen und geräuscharmen Flugzeugen im Rahmen der Flottenmodernisierung. Doch genauso wichtig ist, dass sich auch die Infrastruktur am Boden auf die kommenden Herausforderungen einstellt. Dazu leistet der Konzern ebenfalls seinen Beitrag, wie die folgenden Beispiele deutlich machen:

Flughafen Frankfurt

Frankfurt ist Mittelpunkt der dynamischen Wirtschaftsregion Rhein-Main und eines der bedeutendsten internationalen Luftverkehrsdrehkreuze. Der Flughafen stellt mit rund 70.000 Beschäftigten Deutschlands größte Arbeitsstätte dar. Außerdem ist Lufthansa in Hessen mit rund 36.000 Beschäftigten der wichtigste Arbeitgeber. Und die Perspektiven verheißen weiter steigende Nachfrage: Der Flughafenbetreiber Fraport rechnet bis 2020 mit 35 Millionen zusätzlichen Passagieren in Frankfurt pro Jahr, ein Ausbau des Drehkreuzes ist überfällig. Im Herbst 2011 wird die neue Landebahn Nordwest in Betrieb genommen, die die Kapazitäten des Flughafens spürbar

erweitern wird. Ab Sommer 2012 steht auch der neue Flugsteig A-Plus den Passagieren zur Verfügung, den Lufthansa exklusiv nutzen wird. Dort finden sieben Großraumflugzeuge Platz, darunter vier A380. Zugleich kann Lufthansa in dem Terminal sechs Millionen zusätzliche Fluggäste pro Jahr abfertigen. Unabhängig vom Flughafenausbau gilt es, auch den wirtschaftlich notwendigen Flugbetrieb in der Nacht zu gewährleisten. Sollte das siebtgrößte Luftfrachtdrehkreuz der Welt täglich sechs Stunden lang von den globalen Warenströmen abgekoppelt sein, würde es seine Stellung als Drehscheibe der heimischen Exportwirtschaft verlieren, Tausende Arbeitsplätze wären dadurch gefährdet.

Flughafen München

Am Flughafen München ist ebenfalls ein Ausbau der Terminalkapazität erforderlich, damit Lufthansa und die Flughafenbetreibergesellschaft vor dem Hintergrund des kontinuierlich steigenden Passagieraufkommens ihre hohen Qualitätsstandards halten können. Die Kapazitätsgrenze des bestehenden Terminals 2, das gemeinsam vom Flughafen und Lufthansa betrieben und exklusiv von Lufthansa und ihren Partnern genutzt wird, liegt bei 25 Millionen Passagieren jährlich. Bereits in



Flughafen Frankfurt: Die Wettbewerbsfähigkeit der internationalen Drehkreuze steht und fällt mit der bedarfsgerechten Kapazität.



Ab Sommerflugplan 2015 wird mit dem Satellitengebäude vor dem Terminal 2 in München die bedarfsgerechte Kapazitätsaufstockung Realität.

diesem Jahr wird dieser Spitzenwert erreicht werden, die Erweiterung des Terminals 2 ist daher dringend geboten.

Die beiden Partner beginnen Ende 2011 mit dem Bau eines Satellitengebäudes, in dem Lufthansa ab dem Sommerflugplan 2015 zusätzlich rund elf Millionen ihrer Fluggäste abfertigen kann. Der funktionale Bestandteil des bestehenden Terminals 2 zeichnet sich durch die Berücksichtigung ökologischer Aspekte beim Bau aus: So wird der Satellit im Vergleich zu den Terminals 1 und 2 rund 40 Prozent weniger CO₂ emittieren, da eine begehbare Klimafassade mit Kältespeichermedium die Gebäudehülle energetisch optimiert. Für die Klimatisierung wird moderne Quelllufttechnik sorgen.

Damit sich München auch langfristig als Premium-Drehkreuz von internationalem Format behaupten kann, ist zudem der Bau einer dritten Start- und Landebahn notwendig. Schon heute ist das bestehende Bahnsystem in Spitzenzeiten überlastet.

Flughafen Berlin Brandenburg International

In Berlin wiederum baut Lufthansa Technik ihr Engagement weiter aus und errichtet am künftigen Flughafen Berlin Brandenburg International einen neuen Wartungshangar – zusätzlich zu der schon bestehenden großen Wartungshalle, die in den nächsten Jahren weiter genutzt wird. In der neuen Halle wird der technische Dienstleister ab 2012 auf drei Stellplätzen Kurz- und Mittelstrecken-Flugzeuge von Lufthansa betreuen. Gleichzeitig lässt sich die Kapazität für andere Kunden erweitern.

Neues in Kürze

Verkehrsträgeranalyse: Luftverkehr überzeugt

Im September 2010 hat die Initiative „Luftverkehr für Deutschland“ die Ergebnisse einer Verkehrsträgeranalyse präsentiert. Danach ist das Flugzeug ab einer Distanz von 400 bis 500 Kilometern das Verkehrsmittel mit den geringsten Umweltkosten. Bei der gesamten Analyse wurden Aspekte wie Infrastrukturkosten, Unfall- und Umweltkosten, Kosten für den Betrieb und Nutzerzeitkosten berücksichtigt und erstmals umfassend wirtschaftliche und ökologische Gesichtspunkte zu den Verkehrsträgern Schiene, Straße und Luftverkehr in kompakter Form beleuchtet. Erstellt wurde die Studie vom Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung und dem Forschungsunternehmen INFRAS Zürich. Außer Lufthansa engagieren sich in der Initiative „Luftverkehr für Deutschland“ die DFS Deutsche Flugsicherung GmbH, die Flughafen München GmbH und die Fraport AG. Schirmherr ist das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung.

www.initiative-luftverkehr.de



Neuer Verband: Deutscher Luftverkehr bündelt seine Kräfte

Lufthansa ist Gründungsmitglied des neuen Bundesverbandes der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL), der seit Dezember 2010 die Interessen der deutschen Luftverkehrsbranche mit einer Stimme vertritt. Ziel ist es, die wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische Bedeutung der Luftfahrt stärker ins Bewusstsein von Politik und Medien zu rücken und den Luftverkehrsstandort Deutschland insgesamt zu stärken. Klaus-Peter Siegloch übernimmt am 1. Juni 2011 das Präsidium des in Berlin ansässigen Verbandes von Gründungspräsident Dieter Kaden.

www.bdl.aero



Soziale Verantwortung

Fit für die Zukunft

Der Lufthansa Konzern beschäftigt mehr als 117.000 Mitarbeiter weltweit. Mit einem breiten Spektrum an Weiterbildungsoptionen sowie flexiblen Arbeitszeitmodellen wird ihnen die Weiterentwicklung und die Wahrung von Expertenwissen sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglicht. Mit einem umfangreichen Angebot zur Gesundheitsvorsorge und -förderung kommt auch die körperliche Fitness nicht zu kurz. Das hoch motivierte und qualifizierte Mitarbeiterteam aus 149 verschiedenen Nationen ist somit für die Herausforderungen der Zukunft bestens gerüstet.

Personalpolitik im Lufthansa Konzern

HR-Integration am Beispiel Austrian Airlines

Die Zahl der Mitarbeiter im Lufthansa Konzern hat sich seit dem Jahr 1996 von 56.802 auf heute 117.019 mehr als verdoppelt. Wesentliche Gründe sind die stetig gestiegene Nachfrage nach Mobilität und der Konsolidierungsprozess in der Luftverkehrsbranche, an dem der Lufthansa Konzern aktiv und mit klarer strategischer Ausrichtung partizipiert.

So wurden in den vergangenen Jahren mit den Akquisitionen von SWISS, bmi und Austrian Airlines sowie den Beteiligungen an Brussels Airlines und jetBlue namhafte internationale Fluggesellschaften in den Konzern integriert beziehungsweise enger an das Lufthansa Streckennetz angebunden. Sowohl die Internationalität als auch die Heterogenität der Lufthansa Gruppe haben seitdem stark zugenommen:

Während klassische Konzerngesellschaften wie Lufthansa Cargo, Lufthansa Technik, LSG Sky Chefs oder Lufthansa Systems traditionell die „gelb-blaue“ Lufthansa Welt repräsentieren, sind mit den neuen Fluggesellschaften Unternehmen zum Konzern gestoßen, die ihrerseits über eine eigene Identität, Marke und Kultur verfügen. Diese parallel zu den mit der Gruppenzugehörigkeit verbundenen Integrationsthemen zu erhalten und eigenständig weiterzuentwickeln ist Lufthansa ein zentrales Anliegen und spiegelt sich auch im Personalmanagement wider – wie das Beispiel Austrian Airlines zeigt.

Strategie der „integrierten Eigenständigkeit“

Ob SWISS, bmi oder Austrian Airlines: Bei der Integration neuer Gesellschaften verfolgt Lufthansa grundsätzlich einen partnerschaftlichen Ansatz. Die Grundlage hierfür bildet die Strategie der „integrierten Eigenständigkeit“, die Lufthansa anlässlich der Einbindung der SWISS erfolgreich

entwickelte und nun auf die HR-Integration der Austrian Airlines übertragen wird – ein Prozess, der im September 2009 begonnen hat und über das Jahr 2010 hinaus andauerte.

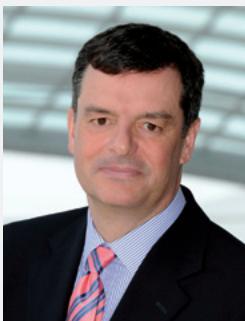
Mit der Strategie der „integrierten Eigenständigkeit“ gelingt es, klassische Integrationsfragen – wie etwa die nach Synergiepotenzialen, Kundenvorteilen oder den Folgen, die sich aus der gesellschaftsrechtlichen Zugehörigkeit ergeben – schnell und effizient anzugehen. Eine weitere Maßgabe besteht darin, die Positionierung der neuen Konzernmitglieder in ihren jeweiligen Märkten zu erhalten sowie dezentrale Entscheidungswege und Verantwortlichkeiten sicherzustellen.

HR-Integration:

So viel wie nötig, so wenig wie möglich

Ähnlich wie seinerzeit bei SWISS strebt Lufthansa auch im Fall von Austrian Airlines keine vollständige HR-Integration in den Konzern an. „Im Vordergrund steht das Bemühen, die personelle und kulturelle Identität des österreichischen Marktführers zu bewahren. Deshalb vermeiden wir den Export bundesdeutscher Regelungen und Traditionen und konzentrieren uns darauf, gemeinsam den sinnvollen Integrationsgrad in HR-Themen zu ermitteln, vergleichbare Standards zu gewährleisten und eine nachhaltige Dialogkultur für gemeinsames Lernen und Arbeiten zu etablieren“, sagt Dr. Martin Schmitt, Bereichsleiter Konzern-Personalpolitik bei Lufthansa.

Erleichtert wird der Prozess durch ein umsichtiges Auswahlverfahren. Dieses hat zur Folge, dass neue Fluggesellschaften kulturell und personalpolitisch mit Lufthansa kompatibel sind – ein Grundsatz, den der Luftfahrtkonzern auch bei der Integration von Austrian Airlines beherzigte: Im Rahmen der Due Diligence, der Buchprüfung im Vorfeld einer Akquisition, hat Lufthansa beispielsweise das HR-Regelwerk der Verbund-Airline gesichtet, geprüft und auf Verträglichkeit mit den Grundprinzipien des Konzerns bewertet. Ein weiteres Augenmerk lag auf wirtschaftlichen Gesichtspunkten; wesentliche ökonomische Handlungs-



„Im Vordergrund steht das Bemühen, die personelle und kulturelle Identität des österreichischen Marktführers zu bewahren. Wir konzentrieren uns darauf, gemeinsam den sinnvollen Integrationsgrad in HR-Themen zu ermitteln, vergleichbare Standards zu gewährleisten und eine nachhaltige Dialogkultur für gemeinsames Lernen und Arbeiten zu etablieren.“

Dr. Martin Schmitt
Bereichsleiter Konzern-Personalpolitik bei Lufthansa



felder, die dabei zutage traten, hat der Vorstand der Austrian Airlines gemeinsam mit den Lufthansa seitigen Mitgliedern des Austrian Airlines-Aufsichtsrats weiterbearbeitet.

Analyse des Integrationsgrades

Maßgebliche Voraussetzung für eine erfolgreiche HR-Integration von Austrian Airlines in den Lufthansa Konzern sind jedoch Strukturen, die den Eingliederungsprozess überhaupt erst möglich machen. Dies betrifft nicht nur eine eindeutige Zuordnung von Verantwortlichkeiten, sondern auch eine umfassende Harmonisierung aller IT-Systeme und Schnittstellen. Der Grund: Eine einheitliche IT-Infrastruktur ist das A und O, um aussagekräftige Kennzahlensysteme (Key Performance Indicators, KPI) zu schaffen, die als Basis für Entscheidungsprozesse, Dokumentationen und Analysen fungieren. Auf diesem Feld ist Lufthansa bereits einen guten Schritt vorangekommen: So ergab eine vergleichende KPI-Analyse, dass der HR-Bereich von Austrian Airlines in vielerlei Hinsicht von Beginn an einen hohen Deckungsgrad mit den Kennzahlen von Lufthansa aufwies – darunter das Berichtswesen über Personalstände, Personalstrukturen und Quartalsergebnisse, um nur einige zu nennen.

Aufteilung von Verantwortlichkeiten

Ein gutes Zeichen für die weiterhin intakte Eigenständigkeit der Austrian Airlines ist die Regelung der HR-Verantwortlichkeiten. Die Zuständigkeit für die Mehrzahl aller HR-Themen wie Personalpolitik, Tarifgestaltung, Personalbeschaffung und Personalentwicklung liegt auch künftig bei Austrian Airlines. Corporate-Responsibility-Themen dagegen, die die soziale Verantwortung des Lufthansa Konzerns berühren, werden demgegenüber auf Konzern-ebene gesteuert.

Als Plattform für den Geschäftsfeld übergreifenden Abgleich von HR-Themen dient insbesondere das auf Konzernebene angesiedelte HR-Board. Seit 2010 gehören ihm erstmals Vertreter aller Verbund-Airlines an. Austrian Airlines sind durch den Senior Director Human Resources & Organisation vertreten. Das Gremium tritt drei bis vier Mal im Jahr zusammen, um den übergeordneten personalpolitischen Gestaltungsrahmen zu setzen und Lösungsansätze für laufende Integrationsprozesse etwa im Vertrieb oder an den Stationen zu diskutieren. So beschloss das Gremium im Berichtsjahr zum einen, eine Arbeitsgruppe einzurichten, um wirkungsvolle Maßnahmenpakete zu entwickeln, die nicht zuletzt auch die Eingliederung von Austrian Airlines unterstützen; zum anderen wurde eine Task Force unter Beteiligung der Abteilung Konzernkommunikation gegründet, um den Informationsaustausch in der Lufthansa Gruppe weiter zu optimieren. „Der internen Kommunikation kommt im Rahmen einer erfolgreichen Verbundintegration eine Schlüsselrolle zu“, sagt Stefan Lauer, Vorstand Verbund-Airlines und Konzern-Personalpolitik der Deut-



„Die Vertriebs- und Stationseinheiten von Lufthansa und Austrian Airlines sind zu einem tragfähigen Verbund zusammengewachsen, der beiden Seiten spürbare Synergieeffekte beschert.“

Richard Piller
Senior Director Human Resources & Organisation
bei Austrian Airlines



Lufthansa und Austrian Airlines: zwei eigenständige Marken – gleiches Qualitätsverständnis

schen Lufthansa AG. Sämtliche Aktivitäten zielen darauf ab, die Strategie der integrierten Eigenständigkeit erfolgreich umzusetzen. Die Verwirklichung der Beschlüsse des HR-Boards erfolgt vor Ort durch das mittlere Management.



Seit 2010 gehören dem HR-Board Vertreter aller Verbund-Airlines an.

Geschäftsfeld übergreifende HR-Management-Plattformen zur Abstimmung personalpolitischer Themen im Lufthansa Konzern

HR-Board

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

HMD – HR Management Day

HMD Personalpolitik
Vorsitz: Leiter Konzern-Personalpolitik
HMD Führungskräftepolitik
Vorsitz: Leiterin Führungskräftepolitik
HMD Tarifpolitische Runde
Vorsitz: Hauptgeschäftsführer Arbeitgeberverband Luftverkehr e.V.

HMCI – HR Management Circle International

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

HMF – HR Management Forum

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

HMX – HR Management Experts

Vorsitz jeweils: Themenverantwortlicher
Diverse themenbezogene Foren unter Einbezug betroffener Konzerngesellschaften zum Beispiel Arbeitszeit, Bildung, Demografie, Gesundheitsmanagement, Personalentwicklung und vieles mehr

Überdies findet alle sechs Wochen ein Treffen des HR Management Day (HMD) statt. Dem Expertenkreis, der die Personal-, Führungskräfte- und Tarifpolitik der überwiegend in Deutschland beschäftigten Mitarbeiter koordiniert, gehören die Personalleiter der Lufthansa Geschäftsfelder und ausgewählter Stabsfunktionen, der Leiter Konzern-Personalpolitik, die Leiterin Führungskräftepolitik und der Hauptgeschäftsführer Arbeitgeberverband Luftverkehr e.V. an. Da der Integrationserfolg gemeinsamer Grundhaltungen bedarf, sind die Topmanager von Austrian Airlines eng in Führungskräfte-dialog und -entwicklung eingebunden. Darüber hinaus existieren weitere Plattformen für einen gezielten Austausch (siehe Übersicht auf dieser Seite), Synergien im Vertrieb und an den Stationen.

Zum Ende des Jahres 2010 zeichneten sich bereits deutliche Fortschritte bei der Integration von Austrian Airlines ab. „Die Vertriebs- und Stationseinheiten von Lufthansa und Austrian Airlines sind zu einem tragfähigen Verbund zusammengewachsen, der beiden Seiten spürbare Synergieeffekte beschert“, sagt Richard Piller, Senior Director Human Resources & Organisation bei Austrian Airlines. Die Bildung gemischter Teams obliegt stets der heimischen Fluggesellschaft. Auch mit Blick auf die 2010 von Lufthansa Cargo und Austrian Airlines gegründete gemeinsame Frachtfluggesellschaft Austrian Lufthansa Cargo sind die internen Integrationsaufgaben weitgehend abgeschlossen.

Pläne für die Zukunft

Obleich die HR-Integration der Austrian Airlines in den Lufthansa Konzern noch nicht in Gänze umgesetzt ist, schmieden die verantwortlichen Personalexperten bereits Zukunftspläne. So wünschen sich Austrian Airlines nicht nur gemeinsame Verbundkriterien für Vertrieb und Stationsleitung, sondern auch einheitliche IT-Plattformen, mit denen sich etwa die Personalbeschaffungssysteme der verschiedenen Lufthansa Gesellschaften miteinander vernetzen lassen. Darüber hinaus plädiert Richard Piller für eine höhere Durchlässigkeit innerhalb des Konzerns: „Mitarbeiter sollen in der Lage sein, zu akzeptablen Bedingungen von einem Arbeitgeber zum anderen zu wechseln.“ Lufthansa ist darüber hinaus daran gelegen, den Abgleich der HR-Daten weiter voranzutreiben und den Informationsaustausch unter den HR-Fachleuten weiter zu verbessern. Die Weichen dafür sind bereits gestellt.



Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik

Personalpolitik bewältigt außergewöhnliches Geschäftsjahr 2010 mit umfassenden Maßnahmen

Das erste Halbjahr 2010 stand aufgrund der Wirtschaftskrise auch für den Lufthansa Konzern im Zeichen des Krisenmanagements. Im Rahmen von Ergebnissicherungsprogrammen galt es in fast allen Gesellschaften, mit den zur Verfügung stehenden betrieblichen Instrumenten Personalkosten zu senken und Personalkapazitäten den Erfordernissen anzupassen.

Lufthansa hat aus den Krisen der vergangenen Jahre gelernt und kann auf einen reichhaltigen Erfahrungsschatz im Umgang mit unterschiedlichen Szenarien zurückgreifen. Neben einem externen Einstellungsstopp wurden freiwillige Ausstiegsmodelle wie etwa Sonderurlaubsverträge, (Alters-)Teilzeitverträge oder Aufhebungsverträge mit Abfindungszahlungen angeboten. Mitunter waren Maßnahmen wie die Einführung von Kurzarbeit und ein Nichtverlängern befristeter Verträge notwendig. Die erfolgreiche Umsetzung basierte dabei nicht zuletzt auf der konstruktiven Zusammenarbeit mit den Mitbestimmungspartnern. Daneben wurden mithilfe des konzernweiten Vermittlungsprozesses „JobChange“ auch im Krisenjahr 2010 betriebsbedingte Umstrukturierungen unterstützt. Vielen Mitarbeitern eröffneten sich so neue berufliche Perspektiven innerhalb des Konzerns.

Die gewählte Form der Anpassung der Personalkapazitäten ermöglichte es auch, unmittelbar auf das einsetzende und dynamischer als erwartete wirtschaftliche Wachstum zu reagieren. So konnte die in einigen Konzernbereichen eingeführte Kurzarbeit zeitnah beendet werden.

Die hinsichtlich ihrer Dynamik nicht vorhersehbare Ergebnisentwicklung im Lufthansa Konzern schaffte den Spielraum für ein besonderes Dankeschön an das Gros der tariflich und außertariflich Beschäftigten. Auf Basis des guten Ergebnisses für 2010 hat der Vorstand im Dezember eine einmalige Sonderzahlung von 700 Euro pro Vollzeitbeschäftigten beschlossen und im Januar 2011 ausgezahlt.

Beschäftigungschancen im Konzern

Angesichts der hohen Dynamik des wirtschaftlichen Auf und Ab in der Luftverkehrsbranche zeigt sich auch in der letzten Zeit der große interne Arbeitsmarkt der Lufthansa Gruppe neben der Funktion als Garant von Ein- und Aufstiegschancen zugleich als Ausgleichsmechanismus zur Abfederung unvermeidbarer sozialer Härten. In den IT-gestützten Systemen finden sich viele geeignete Arbeitsplätze sowie viele Aufstiegschancen, zunehmend auch mit internationalem Bezug.

Während aktuell in zahlreichen operativen Bereichen wieder eingestellt wird und neue Arbeitsplätze entstehen, gibt es zugleich an einigen Stellen des Konzerns Restrukturierungsbedarf, der auch zur Verlegung oder zu Verlusten von Arbeitsplätzen führt. Angesichts dieser Situation wird Lufthansa nach der Überarbeitung des Bewerbermanagementsystems auch ihre bewährte Vermittlungsplattform „JobChange“ in Deutschland weiter ausbauen und dabei Schwerpunkte auf Reichweite und Nutzerfreundlichkeit setzen. „JobChange“ ermöglicht es, in Deutschland unabhängig von rechtlichen Verpflichtungen noch besser nach passenden Arbeitsplätzen für



Lufthansa ist auf Wachstumskurs: Im Jahr 2011 werden unter anderem 2.200 Flugbegleiter gesucht.

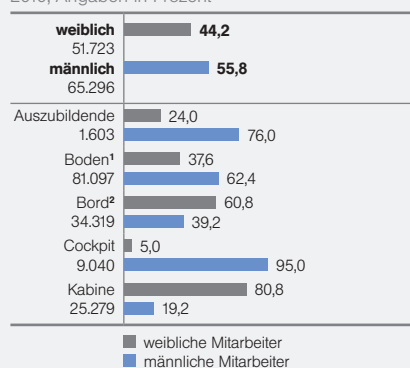
Verteilung der Mitarbeiter im Lufthansa Konzern

2010, Veränderungen in Prozent

	2010	2009	Veränderung
Konzernmitarbeiter	117.019	117.521	-0,4
davon Passage Airline Gruppe	57.157	58.083	-1,6
davon Logistik	4.517	4.488	+0,6
davon Technik	20.159	19.796	+1,8
davon IT Services	2.935	3.027	-3,0
davon Catering	28.499	28.390	+0,4
davon Sonstige	3.752	3.737	+0,4

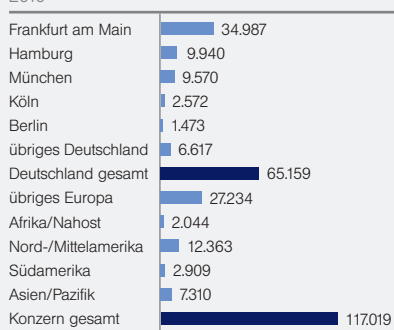
Personalbestand nach Gruppen und Geschlecht

2010, Angaben in Prozent



Lufthansa Konzern: Arbeitsplätze in aller Welt

2010



Stand 31.12.2010

- 1 ohne Auszubildende
- 2 setzt sich zusammen aus Cockpit und Kabine

diejenigen Beschäftigten im Konzern zu suchen, deren Aufgaben im Zuge von betrieblichen Veränderungsprozessen entfallen. Die projektbezogenen Erfolgsquoten zeigen, dass sich auf diese Weise viele, wenn auch nicht alle betriebsbedingten Arbeitsplatzverluste auffangen lassen.

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 Tarifpartnern Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), Vereinigung Cockpit (VC) und Unabhängige Flugbegleiter Organisation e.V. (UFO) abschließt. Ziel ist es, sämtliche Mitarbeitergruppen im Konzern fair und gerecht zu behandeln – ein Anspruch, der aufgrund der Gewerkschaftspluralität im Unternehmen zunehmend auf herausfordernde Rahmenbedingungen trifft.

In der Tarifpolitik des Lufthansa Konzerns war das Jahr 2010 von intensiven Verhandlungen in den Bereichen Boden, Kabine und Cockpit geprägt. Der neu gegründete Arbeitgeberverband Luftverkehr e.V. (AGVL) hat am 1. Januar 2010 offiziell seine Arbeit zur Wahrnehmung der konzernübergreifenden tarifpolitischen Aufgaben aufgenommen. Der AGVL ist seit Beginn des Jahres 2010 anstelle des bisherigen Arbeitgeberverbandes „Arbeitsrechtliche Vereinigung Hamburg“ (AVH) neuer Tarifpartner für die Gewerkschaften im Lufthansa Konzern.

Nach einem konstruktiven Schlichtungsdialog schlossen Lufthansa und VC im Juni 2010 eine Tarifvereinbarung für das Cockpit-Personal von Lufthansa Passage, Lufthansa Cargo und Germanwings ab. Im Rahmen eines Gesamtkompromisses einigten sich VC und Lufthansa



sowie Germanwings auf notwendige Reformen, beispielsweise bei der Berechnung von Arbeitszeiten und bei der Bereederung von Kleinflugzeugen. Der Vergütungstarifvertrag sowie der Manteltarifvertrag wurden unverändert bis zum 31.03.2011 beziehungsweise zum 31.12.2012 verlängert. Bezüglich der Auslegung und Anwendung des Konzerntarifvertrages, der Beschäftigungsbedingungen und Karrieremöglichkeiten regelt, beinhaltet das Tarifiergebnis tragfähige Lösungen, die den Interessen beider Seiten Rechnung tragen.

Für die Beschäftigten des Bodenpersonals der Deutschen Lufthansa AG wurde im Juli 2010 zwischen dem AGVL und der Gewerkschaft ver.di ein Tarifabschluss erzielt. Als Teil eines Gesamtpaketes wurde unter anderem die Laufzeit der Vergütungstarifverträge ohne Anpassung der Gehälter bis zum 31.12.2011 verlängert. Die Tarifpartner haben zudem der erhöhten Belastung der Mitarbeiter im Schichtdienst durch einen neuen Tarifvertrag Altersteilzeitarbeit Rechnung getragen.

Im Januar 2011 einigten sich Lufthansa und UFO im Schlichtungsverfahren auf einen Tarifabschluss für die rund 16.000 Flugbegleiter. Die Vereinbarung sieht eine Verlängerung des Vergütungstarifvertrags ohne Anpassung der Gehälter bis zum 31.12.2011 vor. Im Gegenzug wurde im Manteltarifvertrag, der erstmals zum 28.02.2014 gekündigt werden kann, ein Maßnahmenpakt zur weiteren Verbesserung der Arbeitsbedingungen festgelegt. So wird unter anderem die Anzahl der möglichen Dienstplanänderungen reduziert, um den Kabinenbeschäftigten eine höhere Planungssicherheit und damit eine verbesserte Work-Life-Balance zu bieten. Auch die vereinbarte Verlängerung der Ruhezeiten im Layover während besonders belastungsintensiver Langstreckenumläufe ist in diesem Zusammenhang zu nennen.

Aktive Tarif- und Sozialpolitik auch im Ausland

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

markt richten – darunter Vergütungsregelungen, Arbeitsbedingungen und Versorgungssysteme. Die Unterstützung der Vereinigungsfreiheit und die Anerkennung des Rechts auf Tarifverhandlung hat Lufthansa als Unterzeichner des UN Global Compact (siehe Seite 20) für alle Mitarbeiter weltweit dokumentiert. Mitarbeiter können sich in jedem Land, in dem Lufthansa Gesellschaften aktiv sind, im Rahmen der gesetzlichen Bedingungen organisieren und so ihre Arbeitsbedingungen mitgestalten.

Menschenrechte gemäß UN-Charta von 1948

Lufthansa bekennt sich mit ihren Mitgliedschaften im UN Global Compact (seit 2002), bei der International Chamber of Commerce (seit 1955), bei Transparency International (seit 1999), im Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (seit 1998) sowie in Institutionen, die sich Einzelaspekten von Menschenrechten verschrieben haben, ausdrücklich zur Einhaltung der jeweiligen Normen und damit auch zu den Menschenrechten. Das Heimatland der Lufthansa, Deutschland, hat 1951 die Einhaltung der ILO-Normen unterzeichnet, womit diese – für unseren Konzern selbstverständliche Vorschriften – auch für Lufthansa verbindlich sind.

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

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

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

Diversity

Wertschöpfung durch Wertschätzung

Unternehmen, die nach Innovationen streben, neue Kundengruppen und Märkte erschließen sowie den Herausforderungen des demografischen Wandels begegnen wollen, benötigen heute vor allem eins: Vielfalt.

Gemeint ist die Vielfalt der Kompetenzen, der Denk- und Arbeitsweisen, der Kulturen und der Lebensstile, die die Menschen einer Organisation verkörpern. Mit dem Ziel, diese Verschiedenartigkeit besser zu verstehen, Missverständnisse abzubauen und ihre Potenziale zum Nutzen der Mitarbeiter und des Unternehmens auszuschöpfen, hat Lufthansa bereits im Jahr 2001 eine eigene Organisationseinheit „Change Management und Diversity“ eingerichtet. Diese ist im Bereich Konzern-Personalpolitik verankert, dessen Leiter Mitglied des Corporate Responsibility Council ist und in dieses Gremium auch Diversity-bezogene Themen einbringt.

Auf einen Blick:

Von 117.019 Mitarbeitern sind ...
... 44,2 % Frauen, die
... 37,8 % der Vorgesetzten mit Personalverantwortung,
... 13,3 % der Führungskräfte und
... 5 % aller Piloten stellen.

... 55,7 % in Deutschland beschäftigt.

Weltweit sind im Lufthansa Konzern 149 Nationalitäten vertreten. Das Durchschnittsalter liegt bei 40,7 Jahren.

Stand 31.12.2010

Ausgleich zwischen Mitarbeiter- und Unternehmensinteressen

Die konzernübergreifende Diversity-Strategie folgt dem Grundsatz „Wertschöpfung durch Wertschätzung“ und zielt darauf ab, eine ausgewogene Balance zwischen den wirtschaftlichen Interessen des Unternehmens und den berechtigten sozialen Anliegen der Mitarbeiter herzustellen. „Im Kern bedeutet dies, die individuellen Unterschiede in der Belegschaft als Ressource wertzuschätzen, die nicht nur die Kreativität, Motivation und Leistungsbereitschaft des Einzelnen steigert, sondern auch der Innovations- und Wettbewerbskraft des Unternehmens zugutekommt“, betont Monika Rühl, Leiterin Change Management und Diversity bei Lufthansa. Die Voraussetzungen dafür hat Lufthansa unter anderem durch eine Vielzahl von Arbeitszeitmodellen geschaffen, die Müttern und Vätern die Vereinbarkeit von Beruf und Familie beziehungsweise Mitarbeitern mit pflegebedürftigen Angehörigen deren Betreuung erleichtern. Weitere Bausteine sind ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsangebot, attraktive Programme zur Gesundheitsvorsorge und -förderung sowie eine angemessene Beteiligung am Unternehmenserfolg. Je nach Geschäftsfeld können die Schwerpunkte des Diversity-Managements in den einzelnen Konzerngesellschaften variieren. Während etwa der Fokus der Lufthansa Passage auf den Themen Internationalität und interkulturelle Kompetenz liegt, stehen bei Lufthansa Technik das Miteinander der Generationen und Frauen in Technikberufen im Zentrum der Aufmerksamkeit.

Die Kommunikation der konzernweiten Diversity-Aktivitäten erfolgt über interne und externe Medien – darunter die Mitarbeiterzeitung „Lufthansa“, der Nachhaltigkeitsbericht, Pressemitteilungen und interne Seminare und Fortbildungsreihen wie etwa das Programm „Weiter mit Bildung“. Außerdem halten Führungskräfte jedes Jahr zahlreiche Vorträge auf Kongressen und Fachtagungen, bei denen Diversity-Themen integriert sind.



Internationale Belegschaft: Der Lufthansa Konzern beschäftigt Menschen aus 149 Nationen.





Klischees durchbrechen: Mit einer originellen Anzeigerserie möchte Lufthansa Technik junge Frauen für eine Ausbildung in technischen Berufen begeistern.

Fokusthema Frauen in Führungspositionen

Der Anteil der Frauen in Führungspositionen ist im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr von 14,7 auf 13,3 Prozent gesunken – eine Entwicklung, die sich durch die Berücksichtigung der konsolidierten Unternehmen inklusive der Verbundpartner als statistischer Effekt ergeben hat. In absoluten Zahlen stieg die Anzahl der Frauen unter den Führungskräften von 123 auf 140 an. Der Anteil weiblicher Vorgesetzter mit Personalverantwortung lag im Berichtsjahr bei 37,8 Prozent (2009: 41,5 Prozent). Auch hier wirken Konsolidierungseffekte.

Im Jahr 2011 ist das Thema Frauenförderung auf allen Ebenen, insbesondere aber auf der Führungsebene, ein Top-Thema des Vorstands. In den letzten Jahren wurde das Talent Management bei Lufthansa konzernweit effizient und fundiert auf- und ausgebaut. Im Jahr 2010 konnte die Aufstellung der Führungskräfte-Landschaft hinsichtlich veränderter Markt- und Rahmenbedingungen umfassend evaluiert, Stärken und Schwächen hierzu abgeschätzt sowie Maßnahmen identifiziert werden, welche die Weiterentwicklung des Talent Managements der Lufthansa insgesamt berücksichtigen. Im Jahr 2011 werden die Maßnahmen nun umgesetzt. Besonderes Augenmerk liegt hierbei auf der gezielten Entwicklung und Förderung von Frauen in Führungspositionen.

Stellenvergabe nach dem Prinzip der Best-Eignung

Obwohl Lufthansa eine Erhöhung des Frauenanteils unter Führungskräften anstrebt, hat sich der Konzern gegen eine Quotenregelung bei der Besetzung von Stellen entschieden. Potenzielle Bewerber werden auch künftig in erster Linie nach dem Prin-

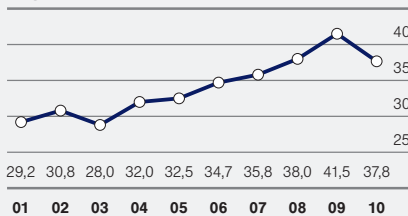
zip der Best-Eignung ausgewählt. Um geeignete Kandidatinnen dennoch frühzeitig identifizieren und fördern zu können, setzt Lufthansa unter anderem auf regelmäßige Analysen des Frauenanteils unter Hochschulabsolventen, Direkteinsteigern, Potenzial- und Leistungsträgern sowie Vorgesetzten oder Piloten. Die bereits verabschiedeten und teilweise begonnenen zusätzlichen Maßnahmen sollen unter anderem dazu beitragen, einen grundlegenden Bewusstseinswandel bei Männern und Frauen aller Hierarchieebenen herbeizuführen, aber auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie die Personalentwicklung von Frauen weiter zu optimieren.

Kampf gegen Klischees

Dass Mädchen Flugbegleiterin und Jungen Mechaniker werden wollen, ist ein Vorurteil, das sich hartnäckig hält, in erster Linie aber auf einen Mangel an Information und Aufklärung zurückzuführen ist. Diese Vorbehalte abzubauen und mehr junge Frauen für technische Berufe zu begeistern, ist das Bestreben einer groß angelegten Aktion, die Lufthansa Technik im Dezember 2010 gestartet hat. „Wir wollen gezielt Mädchen ansprechen, um in Zukunft das Bewerberpotenzial in der gesamten Breite besser auszunutzen“, sagt Martin Brandes, Ausbildungsleiter bei Lufthansa Technical Training (LTT), einer Tochtergesellschaft von Lufthansa Technik. Da die Nachfrage nach qualifizierten Fachkräften steige, könne es sich auf Dauer kein Konzern leisten, auf das Leistungsvermögen weiblicher Fachkräfte zu verzichten. Aus diesem Grund engagiert Lufthansa sich bereits seit vielen Jahren beim deutschlandweiten Girls' Day, der Schülerinnen ab der fünften Klasse Einblicke in Technik-, Handwerks-, Ingenieurs- und naturwissenschaftliche Berufe ermöglicht. Auch der Beruf des Piloten ist noch nicht genügend im Berufswahlszenario von

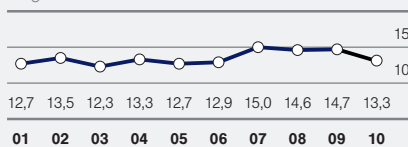
Frauenanteil an den Vorgesetzten mit Personalverantwortung im Lufthansa Konzern¹

Angaben in Prozent



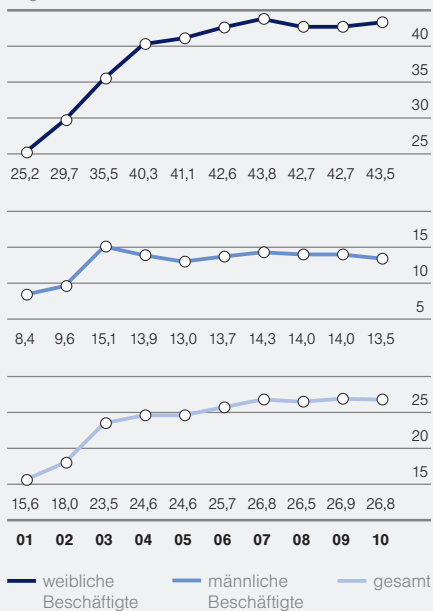
Frauenanteil an den Führungskräften im Lufthansa Konzern¹

Angaben in Prozent



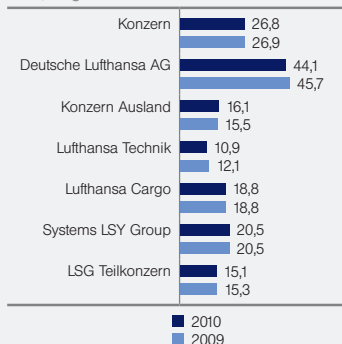
Teilzeitbeschäftigung im Lufthansa Konzern

Angaben in Prozent



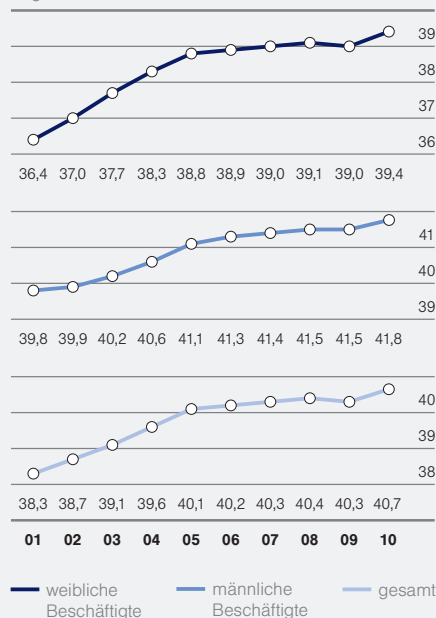
Teilzeitarbeit nach Gesellschaften

2010, Angaben in Prozent



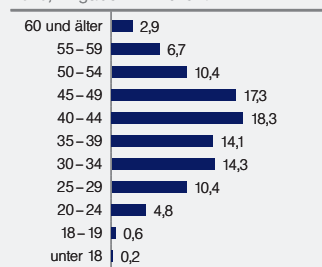
Durchschnittsalter im Lufthansa Konzern²

Angaben in Jahren



Altersstruktur im Lufthansa Konzern²

2010, Angaben in Prozent



- 1 Deutsche Lufthansa AG, In-Flight Management Solutions GmbH, Jettainer GmbH, LSG Lufthansa Service Europa/Afrika GmbH, LSG Lufthansa Service Holding AG, LSG Sky Chefs Catering Logistics GmbH, LSG Sky Chefs Deutschland GmbH, LSG Food & Nonfood Handel GmbH, Lufthansa Cargo AG, Lufthansa Cargo Charter, Agency GmbH, Lufthansa Flight Training GmbH, Lufthansa Process Management GmbH, Lufthansa Systems Aeronautics GmbH, Lufthansa Systems Airline Services GmbH, Lufthansa Systems AG, Lufthansa Systems Americas Inc., Lufthansa Systems Berlin GmbH, Lufthansa Business Solutions GmbH, Lufthansa Systems Infratec GmbH, Lufthansa Systems Passenger Services GmbH, Lufthansa Technik AG, Lufthansa Technik Logistik GmbH, Lufthansa Technik Maintenance International GmbH, Lufthansa Training & Conference Center GmbH, Lufthansa World Shop GmbH, Air Dolomiti S.p.A. Linee Aeree Regionali Europee, Austrian Airlines AG, British Midland Airways Ltd., Eurowings Luftverkehrs AG, Germanwings GmbH, LSG Lufthansa Service Catering- u. Dienstleistungsgesellschaft mbH, LSG Sky Chefs Lounge GmbH, Lufthansa CityLine GmbH, Lufthansa Technik Philippines Inc., Lufthansa Systems AS GmbH, Lufthansa Italia S.p.A., Lufthansa Technik AERO Alzey GmbH, Swiss International Air Lines AG
- 2 Konsolidierungskreis ohne teilweise LSG Ausland, Lufthansa Technik Philippines, Shannon Aerospace Ltd., Lufthansa Technik Malta Ltd., Lufthansa Technik Airmotive Ltd., Lufthansa Technik Budapest Ltd., Hawker Pacific Aerospace Ltd. US, Hawker Pacific Aerospace Ltd. GB, BizJet Intern. Sales & Support Inc., AirLiance Materials LLC, Lufthansa Technik North America Holding Corp., Lufthansa Malta Holding Ltd., Lufthansa Malta Aircraft-Leasing Ltd., Lufthansa Malta Finance p.l.c.



Mädchen beziehungsweise jungen Frauen verankert. Deshalb bietet der Girls' Day auch hier die Möglichkeit, einmal hinter die Kulissen zu schauen und zu erfahren, dass auch bei diesem Beruf das Nebeneinander von Familie und Beruf möglich ist.

Von Vorbildern lernen: Cross-Mentoring für weibliche Führungskräfte

Lufthansa hat 1998 ein unternehmensübergreifendes Cross-Mentoring-Programm initiiert, um weibliche Führungskräfte bei ihrem beruflichen Fortkommen zu begleiten und zu fördern. Hierbei bilden eine Lufthanserin mit Personalverantwortung und ein Mentor beziehungsweise eine Mentorin einer höheren Hierarchiestufe aus Großunternehmen wie Bosch, der Deutschen Bank oder Merck ein zeitlich befristetes Tandem – in der Regel für ein Jahr. Im Austausch beraten erfahrene Vorgesetzte des Luftfahrtkonzerns Nachwuchskräfte der anderen am Programm teilnehmenden Firmen. Den Mittelpunkt des Mentorings bilden regelmäßige Gespräche zwischen Mentor und Mentee über die nächsten beruflichen Schritte, das Umsetzen konkreter Ziele und die Vernetzung zwischen den Unternehmen. Zu Beginn, nach der Hälfte und am Ende der jeweiligen Projektperiode bieten Rahmenveranstaltungen den Teilnehmerinnen Gelegenheit, sich über ihre Erfahrungen mit dem Programm auszutauschen und dem Projektteam Feedback zu geben. Im Jahr 2010 nahmen insgesamt 112 Mentoren und Mentees an dem Cross-Mentoring-Programm teil.



Interkulturelle Kompetenz ist für einen globalen Dienstleister besonders wichtig. Lufthansa informiert ihre Mitarbeiter regelmäßig über verschiedene Kulturräume ihres internationalen Streckennetzes.

Fit für das Fremde: „KultuRraum“ erweitert interkulturelle Kompetenz

Seit Mai 2010 können Purser und Flugbegleiter ihr Wissen über Kulturen, die sie berufsbedingt bereisen, auffrischen oder erweitern. Zu diesem Zweck hat Lufthansa den sogenannten Kulturraum am Frankfurter Flughafen eingerichtet. Unter dem Motto „Go Japan“, „Go China“, „Go Korea“ und „Go India“ stehen dort Experten für interkulturelle Kompetenz, regionale Flugbegleiter und Vertriebskollegen bereit, um ausführlich über die Bedürfnisse und Erwartungen von Kunden aus den jeweiligen Ländern zu informieren. Außerdem haben Interessierte die Möglichkeit, sich ein Mal mehr mit der weltweiten Bedeutung von Gesten vertraut zu machen, in einem Assoziationstest mögliche unbewusste Vorurteile aufzudecken oder an einem Quiz für kritische interkulturelle Situationen teilzunehmen. Darüber hinaus können sich alle Mitarbeiter per Online-Lernprogramm über unterschiedliche Kulturräume informieren. Zahlreiche Seminare und Sprachkurse runden das Angebot im Bereich interkulturelle Kompetenz ab.



„Das Jahr als Mentee war lehrreich und interessant. Mein Mentor hat sich hervorragend auf meine Situation eingestellt, und wir haben uns gegenseitig einen Blick über den Tellerrand ermöglicht. Ich konnte nicht nur Einblick in die Bankenwelt nehmen, sondern in Gesprächen mit Mitarbeitern des anderen Unternehmens auch Erfahrungen, Ansichten und Herangehensweisen austauschen, die Unternehmenskulturen vergleichen und mein berufliches Netzwerk erweitern.“

Sandra Dahl
Juristin, Abteilung Betriebsverfassungsrecht Konzern bei Lufthansa
und Teilnehmerin am Cross-Mentoring-Programm



Der Präsident der AARP, W. Lee Hammond, überreicht Dr. Martin Schmitt den „International Innovative Employer Award 2010“.

Fokusthema Demografie-Management

Der demografische Wandel lässt nicht nur das Durchschnittsalter der Belegschaften steigen, er erschwert auch die Suche nach geeigneten Fachkräften und qualifiziertem Nachwuchs. Um die Auswirkungen dieser Entwicklung zu begrenzen und den künftigen Personalbedarf zu sichern, hat Lufthansa auch im Jahr 2010 ihr ganzheitliches Demografie-Management ins Zentrum der Aktivitäten gerückt. Diesem liegen zwölf Handlungsfelder zugrunde wie zum Beispiel Beschäftigungsfähigkeit, Wissens- und Erfahrungsmanagement und Miteinander der Generationen.

Für ihren innovativen Umgang mit den Auswirkungen des demografischen Wandels hat Lufthansa im November 2010 den „International Innovative Employer Award 2010“ der American Association of Retired Persons (AARP) verliehen

bekommen. Die Organisation, die in den USA die Interessen von rund 40 Millionen Menschen über 50 Jahren vertritt, lobte insbesondere die effektiven Gesundheitsprogramme des Unternehmens, die zielgerichtete Personalentwicklung und die nachhaltige Förderung von Vielfalt in der Belegschaft. Positiv bewertete die Organisation auch das am Prinzip des lebenslangen Lernens ausgerichtete Weiterbildungskonzept und die flexiblen Arbeitszeitmodelle.

Im Jahr 2010 waren die Mitarbeiter des Lufthansa Konzerns durchschnittlich 40,7 Jahre alt. Ein Akzent des Demografie-Managements lag daher auf dem Erhalt der langfristigen Beschäftigungsfähigkeit. So fördert Lufthansa insbesondere das lebenslange Lernen von Mitarbeitern aller Altersstufen und stellt die hierfür notwendige Infrastruktur zur Verfügung. Darüber hinaus bietet das Unternehmen eine breite Palette an Angeboten, die Lufthansa-Seatens eine altersgerechte Qualifizierung und Weiterentwicklung ihrer Kompetenzen erlauben. Auch von umfassenden Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und Sicherung der Leistungsfähigkeit profitieren Belegschaft und Unternehmen gleichermaßen (siehe hierzu auch Kapitel „Arbeits- und Gesundheitsschutz, Seite 58ff.).

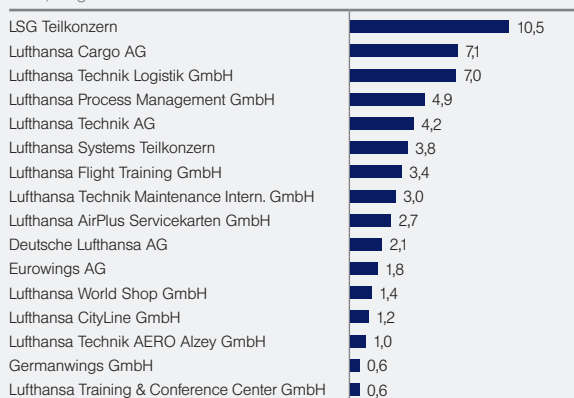
Behinderung muss kein Hindernis sein

Im Jahr 2010 wiesen 3,5 Prozent der Lufthansa-Seatens in Deutschland eine Behinderung auf. Für das Unternehmen ist es ein wichtiges personalpolitisches Ziel, Menschen mit Behinderung beruflich zu integrieren. Folgerichtig stehen im Diversity-Konzept des Konzerns nicht die körperlichen oder geistigen Defizite im Vordergrund, sondern die optimale Förderung vorhandener Stärken und Potenziale. Eine wichtige Voraussetzung hierfür sind individuell angepasste Arbeitsplätze, die optimale Entfaltungsmöglichkeiten bieten und zu Arbeitsergebnissen führen, die denen von Kollegen ohne Behinderung in nichts nachstehen.

Informationskampagne „Gesundheitsmanagement und Schwerbehinderung“

Im September 2010 hat Lufthansa die Informationskampagne „Gesundheitsmanagement und Schwerbehinderung“ aufgelegt, die Mitarbeiter für die vielfältigen Facetten des Themas sensibilisieren soll. Im Mittelpunkt der Veranstaltungen in Frankfurt, Berlin, Düsseldorf, München und Hamburg standen Podiumsdiskussionen zu den innerbetrieblichen Dimensionen des Schwerbehinderten-Status für Betroffene und Vorgesetzte sowie ein Marktplatz für den Informationsaustausch.

Schwerbehinderte im Lufthansa Konzern in Deutschland¹ 2010, Angaben in Prozent



¹ Schwerbehindertenquoten der konsolidierten Gesellschaften in Deutschland: Schätzwerte auf der Basis von Auswertungen zum 31.12.2010. Die endgültigen Zahlen werden vom Landschaftsverband Rheinland im Herbst 2011 ermittelt.



Aus- und Weiterbildung

Qualifizierung schafft Qualität

Lufthansa bietet seit vielen Jahren ein breites Spektrum an Ausbildungs- und Qualifikationsmöglichkeiten. Im Jahr 2010 hat das Luftfahrtunternehmen in Deutschland 1.128 Auszubildende in 24 unterschiedlichen Ausbildungsberufen beschäftigt. Das Spektrum umfasst nicht nur traditionelle Richtungen wie Servicekaufmann/-frau im Luftverkehr oder Koch/Köchin, sondern auch neu entstandene Berufe wie Kaufmann/-frau für Spedition und Logistikdienstleistung.

Zudem werden duale Studiengänge, die Kombination aus Ausbildung im Unternehmen und Hochschulstudium, immer bedeutender: Bei Lufthansa nutzten im Berichtsjahr 353 Nachwuchskräfte in 18 Studiengängen dieses Angebot. Darüber hinaus qualifizierte der Konzern 3.115 neue Mitarbeiter für die Kabine, während gleichzeitig 240 neue Flugschüler ihre Pilotenausbildung starteten. Für das Jahr 2011 plant Lufthansa die Einstellung von weiteren 4.000 Mitarbeitern vor allem im operativen Bereich.

Lufthansa School of Business

Die seit 1998 bestehende Lufthansa School of Business (LHSB) ist Deutschlands erste Corporate University. Unter dem Motto „There's no better way to learn“ sorgt sie für die bedarfsgerechte überfachliche Weiterbildung von Führungskräften und Mitarbeitern im gesamten Lufthansa Konzern. Über die Grenzen einzelner Gesellschaften hinweg bietet die LHSB nachhaltig wirksame Qualifizierungsprogramme sowie Dialog- und Netzwerkplattformen – mit Unterstützung des Lufthansa Training Conference Centers (LTCC) in Seeheim und in enger Abstimmung mit den Bildungsaktivitäten der Verbund-Airlines. Alle Maßnahmen basieren auf den konzernweit eingesetzten Kompetenzmodellen „Aviation Leadership Compass“ und „Aviation Competence Compass“. Diese ermöglichen es, Mitarbeiter und Führungskräfte bedarfsgerecht zu entwickeln und Positionen über Geschäftsfeld- und Verbund-Airline-Grenzen hinweg zielgerichtet zu besetzen. Mit Erfolg: Im Berichtsjahr nahmen Mitarbeiter aus dem eigenen Haus 95 Prozent aller freien Führungspositionen ein. Zu den Schwerpunkten der LHSB im Jahr 2010 zählte unter anderem, fachübergreifende Trainings im Konzern zu optimieren und weiterhin vermehrt digitale Lernwelten in Form von Web-based-Trainings zu gestalten. Insgesamt betrug im Jahr 2010 das interne Bildungsbudget 102 Millionen Euro.

Zusammenarbeit mit Hochschulen

Großen Wert legt Lufthansa auch auf eine enge Kooperation mit Universitäten und Fachhochschulen. Im Rahmen des Hochschulmarketings ist das Unternehmen auf Ausbildungsmessen präsent, beteiligt sich an Workshops, stellt Vortragsredner und organisiert Besuche. So nutzen im Rahmen des „Experience Lufthansa“-Tages alljährlich ausgewählte Studierende die Gelegenheit, den Luftfahrtkonzern näher kennenzulernen. Zudem organisierten Lufthansa und das Aviation Management Institute der EBS Business School im Jahr 2010 erstmals den internationalen Studentenwettbewerb „Lufthansa Case Challenge“, bei dem die Teilnehmer in Teams Fragestellungen aus dem Lufthansa Konzern bearbeiteten. „Davon profitieren alle Beteiligten. Die Studenten nehmen Einblick in die Praxis, während Lufthansa Impulse aus der internationalen Hochschullandschaft erhält und ihr Profil als innovatives Unternehmen schärft“, erläutert Christoph Fay, Leiter Hochschulmarketing und Nachwuchsführungskräfteprogramme bei Lufthansa. Rund 130 internationale Teams verschiedenster Fachrichtungen reichten ihre zukunftsweisenden Konzepte zum Thema „Social Media“ ein, die besten sechs konnten ihre Ideen im Finale vor einer Jury im Seeheimer LTCC präsentieren. Der zweite Lufthansa Case Challenge widmet sich 2011 dem Thema „Nachhaltigkeit“.



„Beim Lufthansa Case Challenge nehmen Studenten Einblick in die Praxis, während Lufthansa Impulse aus der internationalen Hochschullandschaft erhält und ihr Profil als innovatives Unternehmen schärft.“

Christoph Fay
Leiter Hochschulmarketing und Nachwuchsführungskräfteprogramme bei Lufthansa



Lufthansa – ein gefragter und attraktiver Arbeitgeber

Lufthansa gehört seit Jahren zu den beliebtesten Arbeitgebern in Deutschland. Regelmäßige Spitzenplätze in den wichtigsten Arbeitgeberrankings sind ein Beleg dafür, dass sich die Investitionen in die Entwicklung und Weiterbildung der Mitarbeiter und Führungskräfte auszahlen. Das spiegeln auch die Bewerberzahlen wider: Insgesamt haben sich im Jahr 2010 rund 115.000 Interessierte auf 2.000 ausgeschriebene Stellen beworben. Auf großes Interesse ist auch www.Be-Lufthansa.com gestoßen, das Job- und Karriereportal des Konzerns. Allein im Berichtsjahr besuchten im Schnitt mehr als 138.000 Besucher pro Monat diese Internetseite. Zudem ist Be-Lufthansa seit April 2010 mit einem eigenen Auftritt bei Facebook präsent, der sich mit über 12.000 Fans zu einem der beliebtesten Karriereportale deutscher Unternehmen in diesem Sozialen Netzwerk entwickelt hat.

Arbeits- und Gesundheitsschutz

Gesunde Mitarbeiter – Lufthansa setzt auf Vorsorge statt auf Nachsorge

Für ein Unternehmen ist das Thema Gesundheit sowohl ein ethisches als auch ein wirtschaftliches. Lufthansa ist sich der Verantwortung für ihre Mitarbeiter sehr bewusst und betreibt daher einen umfangreichen betrieblichen Arbeits- und Gesundheitsschutz.

Ziel ist es, die Arbeitsfähigkeit des Einzelnen zu unterstützen und Gesundheitsrisiken konsequent vorzubeugen.

Medizinischer Dienst

Ein wichtiger Baustein im Gesundheitskonzept von Lufthansa ist der Medizinische Dienst unter der Leitung von Prof. Dr. Uwe Stüben, den der Konzern in Deutschland betreibt. An den Standorten Frankfurt, Hamburg und München gewährleistet er die arbeits-, flug- und tropenmedizinische Betreuung der Mitarbeiter und verantwortet zudem den Arbeitsschutz zusammen mit der Konzern-Arbeitssicherheit und der betrieblichen Sozialberatung. Auch die Gesundheitsmanager der Konzerngesellschaften stehen in ständigem Kontakt, um sich über allgemeine und spezielle Gesundheitsfragen auszutauschen.

Im Fokus:

Gesundheitsvorsorge und -förderung

So unterschiedlich die Menschen sind, die täglich mit Lufthansa fliegen, so vielfältig und beanspruchend sind auch die Aufgaben der Mitarbeiter an Bord und am Boden – eine Variabilität, die hohe Anforderungen unter anderem an das Gesundheitsmanagement von Lufthansa stellt. Der Konzern unterstützt seine Mitarbeiter mit einem breiten Spektrum von Angeboten zur Gesundheitsvorsorge und -förderung. Hierzu zählen nicht nur Rückenschulskurse, Nichtraucherprogramme, Tipps zur Stress- und Suchtprävention sowie für altersgerechtes Arbeiten, Vorsorgeuntersuchungen zur Prävention chronischer Erkrankungen und Schutzimpfungen, sondern vor allem passgenaue Angebote wie



die 2009 eingeführte freiwillige „Weiterbildung Gesundheit“. In vielen Bereichen arbeitet der Konzern eng mit den Krankenkassen zusammen. Die Teilnahme an den Angeboten des Gesundheitsmanagements ist freiwillig. Um die Mitarbeiter für die Bedeutung des Themas Gesundheitsmanagement zu sensibilisieren und über entsprechende Angebote zu informieren, erscheinen zudem regelmäßig Artikel im Intranet und in der Mitarbeiterzeitung Lufthansa Seat.

Darüber hinaus trifft sich vier Mal jährlich der Arbeitskreis Gesundheit des Kabinenpersonals, dem Vertreter des Medizinischen Dienstes, der Arbeitssicherheit, der Sozialberatung, des Personal- und des Gesundheitsmanagements Kabine angehören. Ziel ist es, sich auf breiter Basis über alle gesundheitsrelevanten Themen auszutauschen und einen abteilungsübergreifenden Informationsfluss sicherzustellen.

Die Frage, wie Kabinenmitarbeiter sich wirksam vor Erkältungskrankheiten schützen können, war Thema der Aktionswoche „Gesund durch den Winter – so haben Schnupfen und Co. keine Chance“, die das Gesundheitsmanagement Kabine vom 1. bis 5. November 2010 in Frankfurt organisierte. Im Mittelpunkt standen insbesondere Tipps für eine die körpereigene Abwehr stärkende Ernährung.

Gesundheitswoche im Lufthansa Aviation Center

Wertvolle Impulse für einen gesunden Lebensstil lieferten auch im Jahr 2010 die wiederkehrenden Gesundheitstage und -wochen, die der Konzern und seine Gesellschaften mit unterschiedlichen Schwerpunkten anboten. Der Zentralbereich zum Beispiel bot vom 14. bis 18. Juni 2010 zum zweiten Mal eine Gesundheitswoche im Lufthansa Aviation Center in Frankfurt an. Jeder Tag war dabei einem anderen Thema gewidmet, das Spektrum reichte von ausgewogener Ernährung und Stressmanagement über Diabetesberatung und Hautkrebs-screening bis hin zu Ergonomie und Bewegung. „Die Mischung aus kompetenter Beratung, interaktivem Angebot und qualifizierten Vorträgen kam bei den Beschäftigten gut an. Das zeigte sich auch daran, dass diesmal wesentlich mehr Mitarbeiter teilgenommen haben als im Vorjahr“, freut sich Monika Rühl, Leiterin Change Management und Diversity bei Lufthansa und Organisatorin des Events.

Aktionstage „Food-Life-Balance“ bei Lufthansa Technik

Ernährung und Bewegung haben enormen Einfluss auf die Gesundheit. Trotzdem fällt es vielen Menschen schwer, gesünder zu essen, mehr Sport zu treiben und ihr Gewicht zu reduzieren. Praktische Hilfestellungen auf diesem Weg erhielten die Mitarbeiter von Lufthansa Technik vom 23. bis 26. März 2010 in Hamburg im Rahmen der Aktionstage „Food-Life-Balance“. Diese fanden in Kooperation mit der Techniker Krankenkasse, dem Medizinischen Dienst, dem Lufthansa Sportverein und der Lufthansa Tochtergesellschaft LZ-Catering statt, die die Kantinen des Technikdienstleisters betreibt. Ziel war zudem, das Bewusstsein für die Eigenverantwortung der Mitarbeiter zu stärken.

Im Ernährungskonzept „Food Balance“ von LZ-Catering spielen fett- und zuckerarme Nahrungsmittel, Vollkornprodukte sowie viel frisches Obst und Gemüse seit jeher eine zentrale Rolle. Produkte, die eine gesunde Ernährung fördern, sind an den deutschen Kantinenstandorten deshalb mit dem „Food-Balance-Logo“ gekennzeichnet. Außerdem verfügen mit Köln und Norderstedt zwei der von LZ-Catering geführten Mitarbeiterkantinen über das „JOB&FIT“-Zertifikat der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE). Die Auszeichnung geht an Betriebsrestaurants, die ein ausgewogenes Angebot präsentieren, Speisen schonend zubereiten und über gesunde Ernährung informieren. JOB&FIT ist Teil von IN FORM, dem Nationalen Aktionsplan der Bundesregierung.



Rege Beteiligung der Mitarbeiter an den Angeboten im Rahmen der Gesundheitswoche 2010 im Lufthansa Aviation Center Frankfurt



Ein starkes Team: Im Jahr 2010 beteiligten sich mit 1.313 Läufern so viele Lufthansaer wie nie zuvor am JP Morgan Corporate Challenge in Frankfurt.

Sozialberatung

Die beruflichen und privaten Lebenssituationen von Erwerbstätigen sind vielfältig. Mögliche persönliche Problemlagen belasten die Betroffenen oftmals und wirken sich unter Umständen negativ auf die qualitative und quantitative Arbeitsleistung des Einzelnen oder von Gruppen sowie auf das Betriebsklima aus. Mitarbeiter des Lufthansa Konzerns, die berufliche oder private Herausforderungen zu bewältigen haben, finden seit Mitte der 1980er-Jahre Hilfe bei der Sozialberatung, die Standorte in Frankfurt, Hamburg, Köln und München unterhält.

Die professionelle psychosoziale Beratung ist ein historisch gewachsener und weiterentwickelter Teil der Personalarbeit. Neben den Unterstützungsangeboten zur Wiederherstellung der Arbeitsfähigkeit richtet sich der Fokus heute auf präventive Maßnahmen sowie die Förderung der Sozialkompetenz von Beschäftigten aller Hierarchiestufen. Die vorsorgenden Maßnahmen können das Entstehungspotenzial von Krankheit fördernden Strukturen reduzieren und leisten somit gemeinsam mit den interventiven Dienstleistungen der Sozialberatung einen – auch in betriebswirtschaftlicher Hinsicht – beachtlichen Erfolgsbeitrag für das jeweilige Unternehmen. Die Experten der Sozialberatung bieten auch Trainings für Führungskräfte an – etwa zu den Themen Stress-, Konflikt- und Suchtmanagement.

Im Jahr 2010 erarbeitete die Konzern-Sozialberatung zusammen mit den Fachärzten des Medizinischen Dienstes eine Leitlinie mit dem Titel „Psychische Gesundheit – Wenn Verhalten aus dem Rahmen fällt!“ Damit ist das Ziel einer verbesserten Wahrnehmung und eines adäquaten Umgangs mit psychischen Erkrankungen (insbesondere für die Führungskräfte in ihrer Verant-

wortung für ihre Mitarbeiter) und damit zusammenhängenden Verhaltensauffälligkeiten im Konzern verbunden. Sie vermittelt Basiswissen über die häufigsten psychischen Erkrankungen und Präventionsmöglichkeiten, gibt Handlungshilfen und zeigt auf, an welche (internen) Experten man sich in entsprechenden Situationen als fürsorglicher Unternehmensvertreter wenden kann. Die Umsetzung wurde durch eine Reihe von Kommunikationsveranstaltungen begleitet.

Sport fördert ein Leben in Balance

Studien belegen, dass Betriebssport das Arbeitsklima verbessert, das Zusammengehörigkeitsgefühl stärkt, die Belastungen des Arbeitsalltags ausgleicht und so die individuelle Leistungs- und Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter fördert. Reichlich Gelegenheit dazu bieten die derzeit 13 Lufthansa Sportvereine an 11 Standorten und die 2009 gegründete Aktion „Lufthansaer laufen“, die sich zu einer Erfolgsgeschichte entwickelt hat: Im Jahr 2010 beteiligten sich so viele Lufthansaer wie nie zuvor an Europas größtem Firmenlauf, dem JP Morgan Corporate Challenge in Frankfurt. Mit 1.313 Läufern stellte Lufthansa abermals das zweitstärkste Team. Zudem gingen am 19. März 2010 rund 350 Lufthansaer – das sind knapp zehn Prozent des gesamten Felds – an den Start des Frankfurt-Halbmarathons, den Lufthansa seit 2009 als titelgebender Hauptsponsor fördert.

Betriebliches

Wiedereingliederungsmanagement

Niemand ist davor gefeit, krankheitsbedingt über einen längeren Zeitraum auszufallen. Mitarbeiter, die binnen zwölf Monaten mehr als sechs Wochen krank sind, profitieren vom betrieblichen Wiedereingliederungsmanagement. Dieses erleichtert ihnen die Rückkehr an den alten



beziehungsweise die Suche nach einem angemessenen neuen Arbeitsplatz.

Arbeitssicherheit:

Organisation und Aufgaben

Um den Mitarbeitern sichere Arbeitsplätze anzubieten und ihre Beschäftigungsfähigkeit zu erhalten und zu steigern, entwickelt Lufthansa ihre Maßnahmen zum Arbeitsschutz kontinuierlich weiter. Die Koordination aller arbeitsschutzrelevanten Aktivitäten obliegt der Konzernarbeitssicherheit, die eng mit Ärzten, Sozialberatern und den Verantwortlichen in den Gesellschaften zusammenarbeitet. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Ermittlung und Beurteilung von Gefährdungen sowie auf Maßnahmen, mit denen sich die Unfallzahlen kontinuierlich weiter senken lassen. Eine weitere Aufgabe besteht darin, Risiken für Berufskrankheiten und andere arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren frühzeitig zu erkennen und abzuwehren.

Am Standort Hamburg stehen die Instandhaltungswerkstätten im Fokus der Arbeitssicherheit, in Frankfurt sind es die Flugbetriebs- und administrativen Bereiche. Unterstützung erhalten die Fachkräfte für Arbeitssicherheit – die meisten sind Sicherheitsingenieure – von ihren Kollegen in Berlin und München, um auch dort eine optimale Betreuung aller Lufthansa-Flüge zu gewährleisten. Sämtliche Arbeitsschutzmaßnahmen werden individuell an die jeweiligen lokalen Bedürfnisse angepasst. Darüber hinaus bietet der betriebliche Arbeitsschutz Beratungen zur Gesundheitsförderung, Sicherheitstrainings, Unterweisungen für Mitarbeiter im Lärm-Labor sowie Ausbau und Pflege gesundheitsbezogener Informationen im Intranet. Gegenwärtig engagieren sich mehr als 700 Lufthansa-Mitarbeiter ehrenamtlich als Sicherheitsbeauftragte. Wann immer Mitarbeiter technische oder organisatorische Mängel an ihrem Arbeitsplatz feststellen, fungieren die Sicherheitsberater als erste Anlaufstelle, die bei Bedarf Kontakt mit dem Vorgesetzten oder einer Fachkraft für Arbeitssicherheit aufnehmen.

Abteilung „Passenger Medical Care“ versorgt Passagiere

Lufthansa verfügt über ein branchenweit einzigartiges Sicherheitskonzept für Passagiere. Grundlage bildet die neue Abteilung „Passenger Medical Care“, die das Unternehmen im Sommer 2009 in Frankfurt eingerichtet hat. Herzstück des unter dem Dach des Medizinischen Dienstes angesiedelten Service ist das Medical Operation Center (MOC), das die medizinische Verantwor-



Gebündelt unter einem Dach: Das neue Medical Operation Center koordiniert Krankentransporte bei Lufthansa.

tung für den Transport kranker Fluggäste trägt. Bis zu 700 Einsätze im Monat koordinierte das MOC im Jahr 2010. Mehr als 20 Fachärzte kümmern sich um die Beförderung von Sitzend- und Liegendkranken sowie um die Sauerstoffversorgung von Passagieren mit Herz-Kreislauf-Leiden. Überdies hält Lufthansa ein „Patient Transport Compartment“ vor, eine abgeschlossene, als hochmoderne Intensivstation dienende Kabine, die allein 2010 rund 100 Mal zum Einsatz kam. „Wir reagieren mit diesem Angebot auf die steigende Nachfrage nach medizinischer Abklärung“, sagt Dr. Jürgen Graf, Leiter der Abteilung Passenger Medical Care bei Lufthansa. „Gerade auf Langstrecken kommt es immer wieder einmal vor, dass Fluggäste in Notfallsituationen geraten.“

Gleichsam unverzichtbare Säulen im Konzept von Lufthansa sind die Ausbildung der Crews, das medizinische Bordequipment, die Telemedizin und das 2006 eingeführte Arzt-an-Bord-Programm. Hierbei können sich Ärzte registrieren lassen, damit die Crew im Notfall weiß, auf welchem Platz ein Arzt sitzt. Selbstverständlich ermöglichen die Mediziner des MOC auch den Rücktransport erkrankter oder verletzter Crewmitglieder. Im Ausland tätigen Mitarbeitern steht darüber hinaus das vor mehr als 40 Jahren gegründete weltweite Vertragsärzte-Netzwerk zur Verfügung, dessen Mitglieder alle vier Jahre zum wissenschaftlichen Erfahrungsaustausch zusammenkommen.

Fakten 2010 und Ausblick 2011 (beispielhafte Auswahl)

Bereich	Fakten 2010	Ausblick 2011
Ausbildung / Berufseinstiegsqualifikation	<ul style="list-style-type: none"> • Ende 2010 waren 1.603 junge Menschen in Ausbildungsgängen beschäftigt. 778 neue Auszubildende und Studierende in dualen Studiengängen wurden in diesem Jahr eingestellt. • Weiterhin hat Lufthansa 2010 rund 3.580 Service Professionals ausgebildet und eingestellt, die überwiegend als Flugbegleiter und in der Passagierbetreuung eingesetzt werden. • Besonders im kaufmännischen und im allgemein-technischen Segment konnte die Zahl der Neueinstellungen deutlich gesteigert werden. • Im Jahr 2010 wurden bei der Lufthansa Flight Training GmbH in Bremen 240 neue Flugschüler eingestellt. Damit ist der Gesamtbestand an Flugschülern ähnlich hoch wie im Vorjahr. 	<ul style="list-style-type: none"> • Auch künftig wird eine intensive bedarfsorientierte Ausbildung eine zentrale Rolle bei der Sicherung qualifizierten Nachwuchses für Lufthansa spielen. • Dabei wird Änderungen in den Ausbildungssystemen – wie zum Beispiel der Einrichtung von Bachelor-Abschlüssen als Standard an vielen Hochschulen – verstärkt Rechnung getragen werden. • Das Ausbildungsportfolio der Lufthansa ist somit in einem permanenten Wandel begriffen.
Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none"> • Der Aufwand für die Weiterbildung der Service Professionals Cabin ist im Jahr 2010 deutlich angestiegen. • Der Einsatz von eLearning, Blended Learning und Mobile Learning wurde durch Lufthansa strategisch und konzernweit weiterentwickelt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Im Rahmen des Bologna-Prozesses, der das lebenslange Lernen in den Vordergrund setzt, unterstützt Lufthansa auch in Zukunft die nebenberufliche Qualifikation ihrer Mitarbeiter.
Employability	<ul style="list-style-type: none"> • Für einen nachhaltigen und dauerhaften Unternehmenserfolg müssen Mitarbeiter entsprechend den Anforderungen des Arbeitsmarkts gefördert und weitergebildet werden. Hierzu gehören auch die Förderung der Internationalisierung der Mitarbeiter und die permanente Weiterentwicklung der Soft und Hard Skills. Diesbezüglich wurden diverse Tools und Lernprogramme eingeführt, die die Fremdsprachenkompetenz und die interkulturelle Kompetenz der Mitarbeiter deutlich erhöhen. • Im Lufthansa Intranet ist ein eigener Bereich für die interkulturelle Kompetenzerweiterung entstanden, in dem sich die Mitarbeiter über länder-spezifische Gegebenheiten der wichtigsten Destinationen von Lufthansa informieren können. Übersetzungshilfen und elektronische Wörterbücher ergänzen das Gesamtpaket. • Die Lufthansa School of Business bietet darüber hinaus interkulturelle und Fremdsprachentrainings für alle Mitarbeiter an. 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Lufthansa School of Business wird im Jahr 2011 die moderne Arbeitswelt in den Mittelpunkt ihrer Qualifikationsprogramme stellen. Dazu gehören Themen wie „Der Umgang mit den Neuen Medien“, „Business Knigge und moderne Umgangsformen“, „Effektives Lernen im Alter“, aber auch der „Erfolgfaktor Resilienz: Die Kraft der Stehauf-Menschen“. • Diese Themenvielfalt unterstützt die Employability der Mitarbeiter und belegt, dass Lufthansa ihrer Rolle als sozial und gesellschaftlich verantwortungsvoller Arbeitgeber gerecht wird.
Arbeits- und Gesundheitsschutz	<ul style="list-style-type: none"> • Der Medizinische Dienst erbrachte auch im Jahr 2010 in großer Zahl regelmäßig eine Fülle von Leistungen für alle Konzernmitarbeiter: Medicals für das Bordpersonal, Einstellungsuntersuchungen, Vorsorgeuntersuchungen für das Bodenpersonal, Begehungen und Sitzungen im Arbeitsschutz, Impfungen, Ambulanz etc. • Außerplanmäßige Aktivitäten 2010: Schadstoffmessungen und Risikoeinschätzung in Moskau anlässlich der dortigen Waldbrände, um ein mögliches Risiko für Besatzungen und Fluggäste auszuschließen zu können. • Die betriebliche Gesundheitsförderung liegt in der Eigenverantwortung der Konzerntöchter. Sie organisieren sich hier selbst mit unterschiedlichsten Angeboten für ihre Mitarbeiter, so zum Beispiel Info-Stände, Aktionen und Schulungen, die den besonderen Belangen der Mitarbeiter Rechnung tragen. • Im Jahr 2010 erfolgte eine Weiterentwicklung des Arbeitsschutzes, unter anderem über WBTs (Web-based-Trainings) zum Arbeits- und Gesundheitsschutz. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsmanagement weiter fortführen und ausbauen
Demografischer Wandel	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsmaßnahmen dezentral intensiviert • Mehr Teilnehmertage bei Qualifizierungsmaßnahmen • Dezentrale Umsetzung von Maßnahmen, um den Herausforderungen zu genügen 	<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterten Konsolidierungskreis einbeziehen • Maßnahmen für den demografischen Wandel in der Führungslandschaft definieren und einleiten
Diversity	<ul style="list-style-type: none"> • Anteil von Frauen in Führungspositionen absolut gestiegen, relativ allerdings gesunken (Portfolio-Effekte) • Detaillierte Ursachen-Analysen (qualitativ und quantitativ) zu Frauen in Führungspositionen erfolgt • Maßnahmen-Katalog zu Frauen in Führungspositionen erarbeitet • Zusammenarbeit mit Verbund-Airlines intensiviert 	<ul style="list-style-type: none"> • Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen umsetzen • Work-Life-Infrastruktur erweitern • Stärkere Internationalisierung fördern
Dialog mit Mitarbeitern	<ul style="list-style-type: none"> • Town Meetings und Klausurtagungen • Cockpit-Dialog • Service-Dialog (Austausch-Veranstaltung zwischen Bord- und Boden-Mitarbeitern) • Veranstaltungen für AT-Mitarbeiter • eTeaming als interne Online-Plattform zum engeren Austausch und zur Diskussion ausgebaut • Kommunikationsraum für Stationsmitarbeiter (m.i.n.d. lounge) als Ort für Wissen/Information und Dialog 	<ul style="list-style-type: none"> • Weiterführung der Mitarbeiter-Dialoge • Einführung einer neuen Dialog-Veranstaltung „Airline Dialog“ für Mitarbeiter und Führungskräfte aus allen Funktionsgruppen
Dialog mit Sozialpartnern	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbsinduzierte Verteilungskonflikte durch konstruktive Schlichtungsdialoge erfolgreich und ausbalanciert gelöst • Wahlen zu den Mitarbeitervertretungen des Bodenpersonals begleitet und reibungslosen Ablauf sichergestellt; Förderung der Arbeitsfähigkeit und Qualifikation der neuen Arbeitnehmervertreter • Einstieg in den Dialog zu betrieblichen Veränderungsnotwendigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortführung des sozialpartnerschaftlichen Dialogs • Wettbewerbsinduzierte Verteilungskonflikte durch intensiven Dialog und konstruktive Lösungsansätze entschärfen • Reibungslose Wahlen zu den Mitarbeitervertretungen in Deutschland sichern; Arbeitsfähigkeit und Qualifikation der neuen Arbeitnehmervertreter fördern • Betriebliche Veränderungsnotwendigkeiten gemeinsam und sozial ausgewogen gestalten



Klima- und Umweltverantwortung



Die Umwelt fest im Blick

Mithilfe zahlreicher Maßnahmen arbeiten Lufthansa und ihre Konzerngesellschaften kontinuierlich daran, die ökologische Effizienz im Flugbetrieb nachhaltig zu steigern. Hierzu zählt neben den Milliardeninvestitionen in eine moderne und emissionsarme Flotte beispielsweise auch die Anwendung neuester Technologien bei der Wartung. Zudem werden alle gewichtsrelevanten Vorgänge mit größter Sorgfalt betrachtet.

Das Engagement zahlt sich aus: Der spezifische Treibstoffverbrauch der Konzernflotte sank nach dem Bestwert im Jahr 2009 nochmals um 2,4 Prozent auf 4,20 Liter pro Passagier und 100 Kilometer. Die nachhaltige Reduktion von Schadstoffemissionen, Lärmbelastungen und Energieverbrauch steht auch weiterhin im Vordergrund der Umweltstrategie.

Kerosin und Emissionen

Spezifischer Kerosinverbrauch so niedrig wie noch nie

Der spezifische Kerosinverbrauch der Lufthansa Konzernflotte ist im Jahr 2010 mit durchschnittlich 4,20 Liter Treibstoff pro 100 Passagierkilometer auf den niedrigsten Stand in der Geschichte des Unternehmens gesunken. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies eine weitere Reduzierung um 2,4 Prozent.

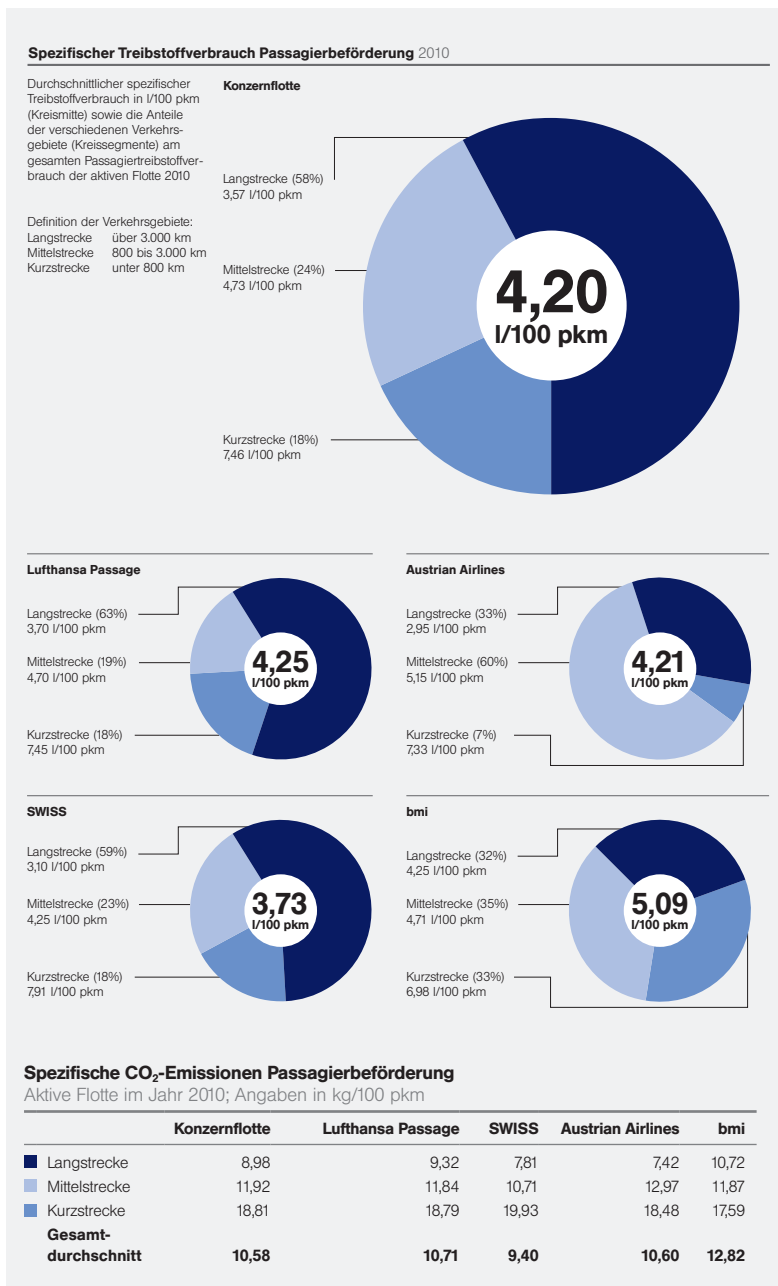
Zugleich ging 2010 auch der spezifische CO₂-Ausstoß um 2,4 Prozent auf 10,58 Kilogramm pro 100 Passagierkilometer zurück.

Der Airbus A380, das neue Flaggschiff des Lufthansa Konzerns, verbrauchte in seinem ersten Betriebsjahr im Schnitt 3,41 Liter pro 100 Passagierkilometer. Von den Konzerngesellschaften ist es vor allem Lufthansa Passage und SWISS gelungen, ihren spezifischen Treibstoffverbrauch im Berichtsjahr zu reduzieren. Die Gründe hierfür reichen von der kontinuierlichen Flottenmodernisierung über Gewichtsreduzierungen, technische Verbesserungen und eine höhere Auslastung bis hin zum Fliegen mit variablen Geschwindigkeiten und optimierten Flugrouten.

Der absolute Kerosinverbrauch sämtlicher regulärer Flüge im Konzern, also der Linien- und Charterflüge, erhöhte sich 2010 indes um 10,1 Prozent auf 8,46 Millionen Tonnen. Dieses deutliche Plus erklärt sich zum einen dadurch, dass Lufthansa im Berichtsjahr die beiden Neuerwerbungen Austrian Airlines und bmi erstmals voll konsolidierte und zum anderen dadurch, dass die Nachfrage an Transportleistung des gesamten Konzerns insgesamt stieg. Im Bereich der Passagierbeförderung konnte Lufthansa diesen Transportzuwachs in den vergangenen 20 Jahren jedoch nachhaltig von den Umwelteffekten entkoppeln: So nahm die Transportleistung seit 1991 um 302 Prozent zu, während sich der Treibstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen nur um 170 Prozent vergrößerten (siehe nebenstehende Grafik).

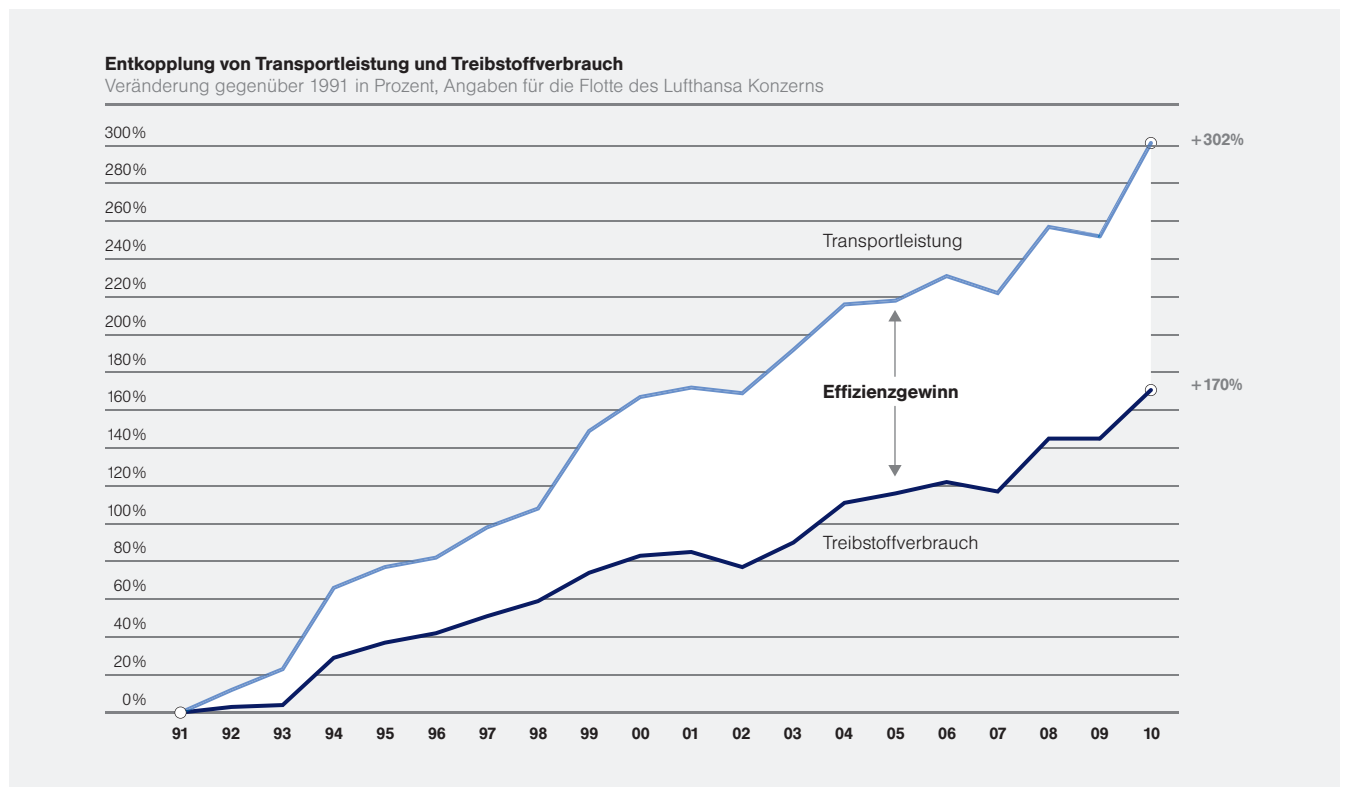
Fuel Dumps: Sicherheit steht an erster Stelle

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. Fuel Dumps betreffen nur Langstreckenflüge, Kurz- und Mittelstreckenflugzeuge können auch voll beladen und betankt landen.





Der Lufthansa Airbus A380 erfüllt die in ihn gesetzten Erwartungen: Der spezifische Treibstoffverbrauch lag im Berichtsjahr bei 3,41 Liter pro 100 Passagierkilometer.



Fuel Dumps

2010

		Veränderung gegenüber 2009
Ereignisse, gesamt	22	- 5
Menge, gesamt	605 Tonnen	- 15,5%
Medizinische Gründe	6	- 11
Technische Gründe	16	+ 7
Andere Gründe	0	- 1

Spezifischer Treibstoffverbrauch Passagierbeförderung

Veränderung in Prozent

	2010	2009	Veränderung
Konzernflotte	4,20	4,30	- 2,4
Lufthansa Passage	4,25	4,38	- 3,0
SWISS	3,73	3,88	- 3,9
Austrian Airlines	4,21	4,14	+ 1,5
bmi	5,09	4,70	+ 8,4

Treibstoffverbrauch¹

2010 (Angaben in Tonnen)

	Passagiere	Fracht	Gesamt	Anteil
Reguläre Flüge^{2,3}				
Lufthansa	4.535.845	1.731.801	6.267.646	(72,5%)
SWISS	864.878	330.829	1.195.707	(13,8%)
Austrian Airlines	591.725	93.062	684.787	(7,9%)
bmi	295.433	15.682	311.115	(3,6%)
Dritte ⁴	139.250	30.336	169.586	(2,0%)
Sonstige Flüge⁵			14.498	(0,2%)
Alle Flüge			8.459.255	(100,0%)

Emissionen^{3,6}

2010 (Angaben in Tonnen)

	Passagiere	± Vj.	Fracht	± Vj.	Gesamt	± Vj.
CO₂	19.806.828	(+9,8%)	6.839.827	(+11,0%)	26.646.655	(+10,1%)
NO_x	100.152	(+20,4%)	34.592	(+17,5%)	134.744	(+19,6%)
CO	16.176	(+14,6%)	3.461	(+6,3%)	19.640	(+13,0%)
UHC	1.635	(+7,9%)	473	(+1,5%)	2.109	(+6,4%)

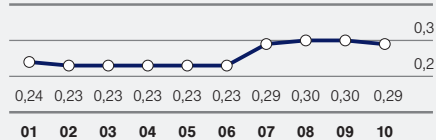
Anteile Dritter⁴

2010

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

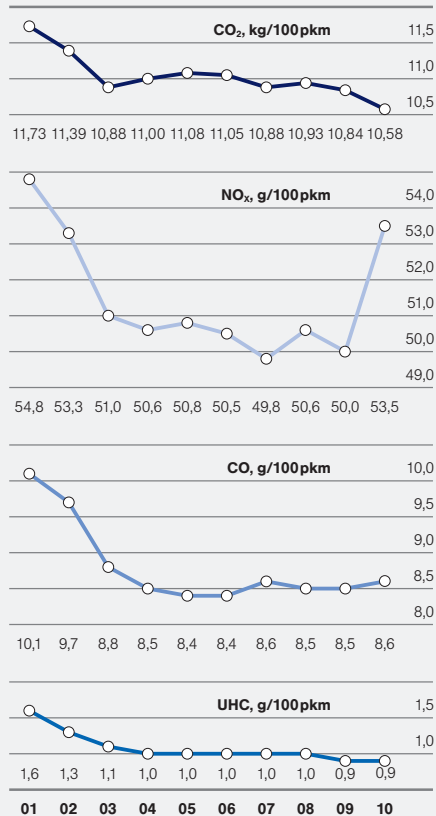
Spezifischer Treibstoffverbrauch Frachttransport⁸

Angaben in Liter/Tonnenkilometer



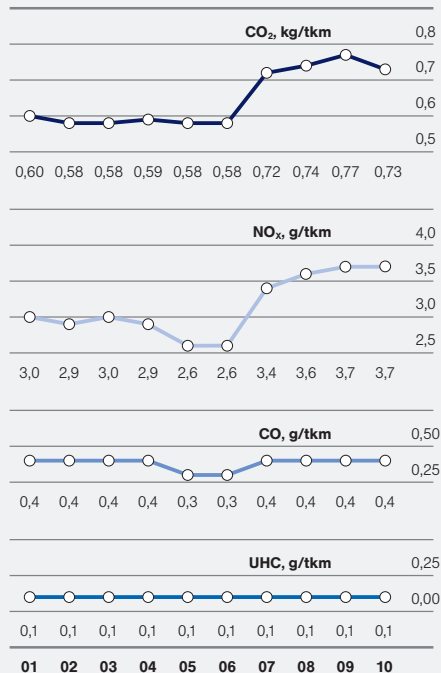
Spezifische Emissionen Passagierbeförderung

Angaben in Kilogramm, Gramm/100 Passagierkilometer



Spezifische Emissionen Frachttransport⁸

Angaben in Kilogramm, Gramm/Tonnenkilometer



- 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.
- Linienflüge, Charterflüge.
- Für das Berichtsjahr 2010 sind in *Balance* folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa Passage (inklusive Lufthansa Italia und Lufthansa Regional: Lufthansa CityLine, Air Dolomiti, Eurowings, Contact Air, Augsburg Airways), Lufthansa Cargo, SWISS, Austrian Airlines und bmi. Exklusive der Dienste von Dritten, da auf deren Performance und eingesetztes Fluggerät kein Einfluss genommen werden kann (siehe Tabelle „Anteile Dritter“).
- Beinhaltet Flüge mit nicht zum Konzern gehörenden Fluggesellschaften, die kurzfristig Dienste im Auftrag von Lufthansa übernehmen, zum Beispiel bei Kapazitätsengpässen.
- Ferryflüge, Spezialflüge, Trainingsflüge, Testflüge, Flugabbruch.
- 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).
- Ohne Road Feeder Service und ercharterte Teilkapazitäten der Lufthansa Cargo, da für diese Leistungen keine Treibstoffverbräuche und Emissionen vorliegen.
- Auf Basis von Frachtkilometern (FKT), transportiert sowohl auf Fracht- wie auch auf Passagiermaschinen.



Biokraftstoff im Langzeittest – mit ihrer heutigen Forschungs- und Entwicklungsarbeit sichert Lufthansa die Mobilität von morgen

Der weltweite Bedarf an Mobilität steigt, doch die Ressourcen an fossilen Brennstoffen sind endlich. Dieser Zielkonflikt erfordert neue Strategien für nachhaltige Mobilität und neue Ansätze beim Thema Treibstoff. Zum Beispiel ist noch wenig über die Wirkung und das Verhalten von Biokraftstoffen im Routinebetrieb bekannt. Lufthansa leistet daher Pionierarbeit und wird als weltweit erste Airline sechs Monate lang Biokraftstoff im regulären Flugbetrieb einsetzen.



Der Langzeittest hat vornehmlich zum Ziel, Erfahrungen zu sammeln – und zwar im Hinblick auf einen späteren großtechnischen Einsatz, der auch die Logistik am Boden vor gänzlich neue Herausforderungen stellt. Mit ihrem Engagement gibt Lufthansa der Forschung zur Nutzung von alternativen Treibstoffen im Luftverkehr eine Richtung.

Biokraftstoffe spielen für die Zukunft der Luftfahrt eine sehr wichtige Rolle. Tatsache ist, dass bio-synthetische Treibstoffe im Flugverkehr langfristig ihre fossilen Vorgänger ersetzen werden, da die Branche im Gegensatz zu allen anderen Verkehrsträgern auf absehbare Zeit nur Verbrennungsmotoren nutzen kann und daher praktikable Alternativen zu fossilen Energieträgern finden muss. Diese Aufgabe geht einher mit dem Bekenntnis der Luftfahrtindustrie zum Klimaschutz: Bis 2020 soll eine Verbesserung der Treibstoffeffizienz um jährlich 1,5 Prozent den CO₂-Ausstoß der Branche bremsen. Und bis 2050 streben die in der International Air Transport Association (IATA) zusammengeschlossenen Fluggesellschaften an, die CO₂-Emissionen aus fossilen Kraftstoffen im Vergleich zum Jahr 2005 um die Hälfte zu senken. „Diese enormen Herausforderungen lassen sich nur durch ein umfangreiches Maßnahmenbündel meistern, wozu auch der Einsatz von Biotreibstoffen zählt“, sagt Joachim Buse, Leiter des Projekts Aviation Biofuel bei Lufthansa. Zusätzlich zu den Branchenvorgaben hat sich der Lufthansa Konzern vorgegeben, dem herkömmlichen Kerosin bis 2020 einen synthetisch erzeugten Treibstoffanteil entsprechend den dann vorherrschenden Verfügbarkeiten beizumischen. Dabei legt das Unternehmen großen Wert auf eine nachhaltige Produktion.

Mit Pure Sky® in eine umweltfreundliche Zukunft

Unter dem Namen „Pure Sky®“ bündelt Lufthansa über die im Jahr 2009 eingerichtete Abteilung Aviation Biofuel alle Aktivitäten des Unternehmens im Bereich der zukünftigen

Nutzung alternativer Kraftstoffe. Die Steuerung dieses Engagements ist Teil der Konzernstrategie, dem Konzernvorstand direkt unterstellt und damit von höchster Priorität. Voraussetzungen für die Nutzung von Biokraftstoffen sind ihre Verfügbarkeit und Wirtschaftlichkeit sowie positive Folgen für die Umwelt, zum Beispiel eine Reduzierung der CO₂-Emissionen. „Ziel unserer Arbeit ist es, eine Perspektive für technische Machbarkeit zu entwickeln, die wirtschaftliche und ökologische Sinnhaftigkeit von Biokraftstoffen aufzuzeigen und die Versorgungssicherheit für Lufthansa zu gewährleisten“, sagt Buse. Auch die anderen zum Lufthansa Konzern gehörenden Fluggesellschaften sind über einen regelmäßigen Austausch eng in die Initiative eingebunden.

Projekt burnFAIR:

Alltagsbetrieb mit Biotreibstoff

Lufthansa wird als weltweit erste Airline Biokraftstoff im normalen Flugbetrieb erproben. Sechs Monate lang fliegt ein Airbus A321 im Rahmen des Forschungsprojekts burnFAIR regelmäßig zwischen Hamburg und Frankfurt, dessen eines Triebwerk zu 50 Prozent mit bio-synthetischem Kerosin betrieben wird. Hauptziel dieses Langzeitversuchs ist es, Erfahrungen zu sammeln und langfristige Messdaten zu erheben. Zugleich

Biokraftstoff im Langzeittest

- Dauer: 6 Monate
- Typ: Airbus A321
- Biokraftstoffanteil: 50 Prozent auf einem Triebwerk
- Gesamtinvestitionen: 6,6 Millionen Euro
- Jeder Liter ist nachhaltig hergestellt.

lassen sich die Auswirkungen von Biokraftstoffen auf die Umwelt sowie auf die Wartung und Lebensdauer der Triebwerke untersuchen. Weiterer positiver Nebeneffekt: Allein durch den Versuch wird Lufthansa voraussichtlich rund 1.500 Tonnen CO₂ einsparen. „Mit dem Langzeittest leisten wir Pionierarbeit, da Airlines Biokraftstoffe bislang ausschließlich in einzelnen Testflügen erprobt haben“, erläutert Buse. Die Gesamtkosten des Luftfahrtunternehmens für burnFAIR werden sich auf rund 6,6 Millionen Euro belaufen.

Projektpartner von Lufthansa bei burnFAIR ist das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR). Dessen Wissenschaftler sind unter anderem für die Abgasmessungen direkt am Triebwerk zuständig und werten sämtliche Erkenntnisse gemeinsam mit den Lufthansa Experten aus. Die Bundesregierung



„Für Lufthansa ist Biotreibstoff nur dann sinnvoll, wenn der gesamte Testprozess eine positive CO₂-Bilanz, also eine CO₂-Reduktion, ergibt. Mit dem Langzeittest leisten wir Pionierarbeit, da Airlines Biokraftstoffe bislang ausschließlich in einzelnen Testflügen erprobt haben.“

Joachim Buse
Leiter des Projekts Aviation Biofuel bei Lufthansa

unterstützt über das Luftfahrtforschungsprogramm LuFo sowohl burnFAIR als auch das übergeordnete Vorhaben FAIR (Future Aircraft Research) mit jeweils rund 2,5 Millionen Euro. Im Rahmen von burnFAIR untersuchen die Technischen Universitäten Hamburg-Harburg und München, das Bauhaus Luftfahrt in München, die Airbus Operations GmbH, EADS in München, der Triebwerkshersteller MTU Aero Engines und der Flughafen Hamburg die Verträglichkeit von Biokraftstoffen. Hinzu kommen zusammenhängende Forschungsthemen zur Analyse und Bewertung möglicher Produktionswege für verschiedene Kraftstoffe, in dem die beteiligten Fachleute die Erfolg versprechendsten Sorten auswählen werden.

Nachhaltig zertifizierter Treibstoff

Synthetischer Kraftstoff aus Biomasse ist vom derzeitigen Forschungsstand her die beste Alternative für die umweltfreundliche und nachhaltige Treibstoffversorgung von morgen. Im Rahmen

des Langzeitversuchs wird Lufthansa rund 800 Tonnen Biokraftstoff einsetzen, die ausschließlich auf nachhaltig angebauten Rohstoffen basieren, deren Zertifizierung sich bis zu den jeweiligen Plantagen zurückverfolgen lässt. Der Biotreibstoff unterscheidet sich dabei nicht vom üblichen jet A-1-Kraftstoff. Bei der Beschaffung der Treibstoffe achtet Lufthansa sehr auf ein umweltschonendes Liefer- und Herstellverfahren: Die lizenzierten Lieferanten müssen die Nachhaltigkeit ihrer Prozesse und ihrer Rohstoffe nachweisen. Produzent des bio-synthetischen Kerosins ist das finnische Mineralölunternehmen Neste Oil, das über langjährige Erfahrungen in der Produktion von Biokraftstoffen verfügt. Basis für den von Lufthansa verwendeten Treibstoff ist reine Biomasse (Biomass to Liquid – BtL).

Als Rohstoffe für das bio-synthetische Kerosin kommen unter anderem Rapsöl, Palmöl und tierische Fette infrage, auf lange Sicht aber auch ölhaltige Energiegewächse wie Jatropha, Camelina oder Algen. Neste Oil greift bei der Kraftstoffproduktion für die burnFAIR-Flüge auf Jatrophaöl aus Indonesien und Rapsöl zurück, während der dritte Bestandteil, tierische Reststoffe, direkt aus Finnland kommt. Aus Sicht von Lufthansa stellt Jatropha die beste Basis für den Biokraftstoff dar. „Doch davon gibt es heutzutage noch nicht genug“, erläutert Buse. Daher werden wir höchstwahrscheinlich nicht die erforderliche Menge Jatrophaöl erwerben können, die wir für 1.400 Testflüge benötigen. Die Fehlmenge müssen wir notgedrungen durch nachhaltig zertifiziertes Palmöl auffüllen, um die Flüge überhaupt realisieren zu können. Es ist eine Übergangslösung, die wir angesichts der herausragenden Perspektiven für vertretbar halten.“

Der Schutz der Regenwälder ist Lufthansa ein wichtiges Anliegen. Aus diesem Grund ist das Luftfahrtunternehmen Mitglied in der Sustainable Aviation Fuel Users Group (SAFUG) und damit auch Mitglied im Roundtable for Sustainable Biofuels (RSB). Dieser „Runde Tisch für nachhaltige Biokraftstoffe“ legt an die Umweltverträglichkeit der Biomassegewinnung strenge Maßstäbe, um nachteilige Effekte für die Landwirtschaft und den Naturschutz zu verhindern. Mitglieder im RSB sind unter anderem der WWF International, die International Union for Conservation of Nature (IUCN), das Öko-Institut und die Gold Standard Foundation. „Für den von Lufthansa verwendeten Biokraftstoff wird kein Regenwald gerodet. Und es entsteht auch keine Konkurrenz zur Futter- und Nahrungsmittelproduktion“, betont Buse.



Ein positiver Umwelteffekt ist eine weitere Voraussetzung für die geplante Langzeiterprobung im normalen Flugbetrieb. „Für Lufthansa ist Biotreibstoff nur dann sinnvoll, wenn der gesamte Testprozess eine positive CO₂-Bilanz, also eine CO₂-Reduktion, ergibt. Daran messen wir uns, und daran werden wir gemessen“, fügt der Projektleiter Aviation Biofuel hinzu.

Logistik und Infrastruktur aufgebaut

Neben der Beschaffung einer ausreichenden Menge an Biotreibstoff erwies sich im Vorfeld des Versuchs auch die dahinter stehende Logistik als Herausforderung. So wird der Airbus A321 aus logistischen Gründen ausschließlich in Hamburg betankt. Lufthansa mietet dazu im Hamburger Hafen einen Hochtank an, der speziell für die Lagerhaltung von Flugkraftstoffen ausgerüstet ist. Am Hamburger Flughafen übernehmen zwei Flugfeldtankwagen das Befüllen des Flugzeugs, das nacheinander mit jet A-1 und dann mit dem Gemisch aus jet A-1 und HVO-Biokerosin (Hydrotreated Vegetable Oil – hydriertes Pflanzenöl) betankt wird. Auch muss Lufthansa für diesen Test intern zahlreiche Prozesse umstellen, da das Unternehmen ein Flugzeug im Regelfall nicht ausschließlich auf einer Strecke einsetzt, sondern immer in einer Umlaufkette mit zahlreichen Zielen. Zugleich leistet Lufthansa wichtige Vorarbeiten, um eine nachhaltige Lieferkette aufzubauen. Unter anderem müssen die lizenzierten Treibstofflieferanten die Umweltverträglichkeit ihrer Prozesse nachweisen.

Vier Säulen für den Klimaschutz

Der Einsatz von bio-synthetischem Kerosin ist ein Element der bewährten Vier-Säulen-Strategie der Luftfahrtindustrie, um die Gesamtemissionen der Branche zu senken und das Klima zu schützen. Dieses Konzept umfasst zum einen Neuerungen bei der Flugzeug- und Triebwerkstechnologie, wozu auch alternative Kraftstoffe gehören. Hinzu kommen Aktivitäten im operativen Flugbetrieb (unter anderem optimale Flugrouten und -geschwindigkeiten) und ökonomische Instrumente wie ein weltweiter Emissionshandel. Das größte Einsparpotenzial eröffnet jedoch eine verbesserte Infrastruktur, insbesondere mit der angestrebten Realisierung des Einheitlichen Europäischen Luftraums (Single European Sky – SES) als größtes Klimaschutzprogramm in Europa. Nur durch eine Kombination aus unterschiedlichen Maßnahmen wird es dem Luftverkehr auch in Zukunft gelingen, seine ambitionierten Umweltziele zu erreichen. Der Biokraftstoff-Einsatz im Linienverkehr setzt die Nachhaltigkeitsstrategie konsequent fort, die Lufthansa seit Jahren erfolgreich verfolgt.



Ölhaltige Energiegewächse wie Jatropha sind Rohstoffe für das bio-synthetische Kerosin.

Lufthansa Konzern bereitet sich auf Emissionshandel vor

Der Schutz des Klimas genießt in der Luftfahrtindustrie einen unverändert hohen Stellenwert. Die Branche hat sich ambitionierte Ziele zur weltweiten CO₂-Reduzierung gesetzt und für den Weg dorthin eine weitreichende Vier-Säulen-Strategie entwickelt. Ab 1. Januar 2012 wird der Luftverkehr zudem in den EU-Emissionshandel einbezogen. Damit müssen Fluggesellschaften für alle in der Europäischen Union startenden und landenden Flüge entsprechende CO₂-Zertifikate vorlegen. Im Vergleich zur global ausgerichteten Vier-Säulen-Strategie ist der EU-Emissionshandel jedoch nur ein regionaler Regelungsansatz mit schwerwiegenden Wettbewerbsnachteilen und kostenintensiven Folgen für die europäischen Fluggesellschaften.

Bei Lufthansa sind die Vorbereitungen zur Teilnahme am Emissionshandel bereits weit fortgeschritten – trotz schwieriger Rahmenbedingungen, Themen von hoher Komplexität und zahlreicher offener Fragen. Beispielsweise fehlt ein gemeinsamer EU-Standard, was den bürokratischen Aufwand für alle Beteiligten erhöht: Allein im Lufthansa Konzern werden nach heutigem Stand 16 Gesellschaften am Emissionshandel teilnehmen, die künftig an sieben nationale Behörden mit unterschiedlichen Formaten und Anforderungen berichten müssen.

Lufthansa und mit ihr die gesamte Luftfahrtbranche sehen einen wirksamen Klimaschutz nicht durch regionale Einzelmaßnahmen, sondern nur durch globale Lösungen erreichbar. Ein sinnvoll ausgestaltetes Emissionshandelsystem sollte daher alle Länder und Fluggesellschaften umfassen, sodass Wettbewerbsneutralität gewährleistet ist.

Fuel Efficiency im Lufthansa Konzern – effizient und nachhaltig Treibstoff einsparen

Treibstoffeffizienz ist das beste Beispiel dafür, dass ökonomische und ökologische Ziele im Luftverkehr keine Gegensätze sein müssen: Indem eine Fluggesellschaft ihren Treibstoffverbrauch reduziert, spart sie Geld und schont zugleich die Umwelt.

Der sparsame Umgang mit Treibstoff war eines der zentralen Themen der Mitte Februar 2010 erfolgreich abgeschlossenen unternehmensweiten Initiative „Upgrade to Industry Leadership“ (siehe *Balance*, Ausgabe 2010, Seite 51f.). Zu den wichtigsten Ergebnissen gehört die Entwicklung eines Kennzahlensystems. Ziel ist es, die Effizienz erfolgter Sparaktivitäten detaillierter analysieren und weitere Sparpotenziale aufdecken zu können. Hierfür haben die Lufthansa Fachleute mehr als 20 Kennzahlen identifiziert, die in Zusammenhang mit dem Treibstoffverbrauch stehen. Die Kennzahlen lassen sich in verschiedene Wirkungsbereiche wie Flugbetrieb, Gewicht oder Technik einteilen.

Alle Fluggesellschaften des Konzerns verfolgen eigenverantwortlich Treibstoffsparmaßnahmen und stehen hierbei untereinander in regelmäßigem Austausch. Innerhalb der einzelnen Fluggesellschaften kooperieren verschiedene Bereiche wie das Produktmanagement oder der Flugbetrieb mit den Treibstoffsparverantwortlichen. Aber auch zwischen den Konzerntöchtern gibt es eine enge Zusammenarbeit, zum Beispiel beim Testen von Lightweight-Containern durch Lufthansa Cargo, beim Optimieren der Flugplanung in Zusammenarbeit mit Lufthansa Systems oder bei der Implementierung von technischen Maßnahmen durch Lufthansa Technik. Des Weiteren sind alle Mitarbeiter aufgerufen, ihr Wissen einzubringen. Eine aktive Kommunikation, interne eLearning-Spiele zum Thema Treibstoffeffizienz,

diverse Austauschplattformen und das Lufthansa Ideenmanagement stellen sicher, dass Ideen aller Mitarbeiter Gehör finden und auch im täglichen Flugbetrieb eine Sensibilisierung für das Thema Treibstoffsparen stattfindet.

Ganzheitlicher Ansatz des Projektes Fuel Efficiency

Lufthansa Passage trägt der Wichtigkeit des Themas Rechnung, indem sie im Oktober 2009 das Projekt „Fuel Efficiency“ initiiert hat. Dieses hat zum Ziel, den Treibstoffverbrauch im Flugbetrieb durch geeignete Maßnahmen zu reduzieren, um einen der höchsten Kostenfaktoren nachhaltig zu senken. Dazu haben die Beteiligten in den vergangenen Jahren mehr als 100 interne Teilprojekte auf den Weg gebracht. Auf Basis der bereits umgesetzten Maßnahmen ist es gelungen, dauerhaft Treibstoff zu sparen und die CO₂-Emissionen entsprechend zu begrenzen.

Merkliche Einspareffekte lassen sich durch optimierte Flugverfahren und ein effizientes Luftraummanagement ebenso erzielen wie durch optimierte Prozesse am Boden, ein geringeres Gewicht der Flugzeuge und technische Verbesserungen. Zudem tragen ein pünktlicher Abflug und ein effizient geplanter Flugplan zur Wirtschaftlichkeit eines Fluges bei. Die effektivste Methode, Treibstoff zu sparen, gibt es nicht. Der optimale Weg ist das minutiöse Zusammenwirken aller an einem Flug beteiligten Partner, also ein ganzheitlicher Ansatz.

Wie vielfältig die Teilprojekte sind, machen folgende Beispiele deutlich:

Ein großer Hebel, um Treibstoff einzusparen, sind Gewichtsreduzierungen. Neue, leichtere Bordtrolley von LSG Sky Chefs helfen, den Treibstoffverbrauch deutlich zu senken. Zudem lassen sich im Zuge von Kabinenerneuerungen erhebliche Mengen einsparen, so zum Beispiel durch die Einführung der neuen Kabinen der Europa-Flotte und bei der Boeing 747-400 durch den Einbau leichterer Sitze.

Zu den technischen Verbesserungen zählt die Modifizierung der Trent-700-Triebwerke für die A330-Flotte (weitere Beispiele siehe Übersicht „Fuel Efficiency“, Seite 72f.).



Leichtgewicht

Der von LSG Sky Chefs entwickelte neue Leichtbau-Trolley „Quantum“ bringt gegenüber herkömmlichen Modellen eine Gewichtsersparnis von bis zu 40 Prozent. Er wurde von einer Jury internationaler Luftfahrtexperten als innovativstes Kabinenprodukt mit dem „Crystal Cabin Award“ ausgezeichnet. Nach sehr positiven Tests soll er künftig auf der gesamten Langstreckenflotte von Lufthansa zum Einsatz kommen.





Die Sitze der neuen Europakabine überzeugen durch reduziertes Gewicht bei gleichzeitig verbessertem Sitzkomfort.

Faktor Luftraumstruktur

Eine ineffiziente Luftraumstruktur führt zu einem erheblichen Treibstoffmehraufwand. Hier ist eine enge Zusammenarbeit zwischen Politik, Flugsicherungen und Fluggesellschaften nötig. Um die europäische Luftraumstruktur langfristig zu verbessern, unterstützt Lufthansa daher das europäische Projekt Single European Sky (SES) mit einer eigenen Abteilung (siehe „Air Traffic Management – auf dem Weg zum Einheitlichen Europäischen Luftraum“, Seite 74f.). In Kooperation mit der Flugsicherung lassen sich jedoch durch Maßnahmen wie Routenabkürzungen oder Fliegen in größeren Flughöhen schon kurzfristig Teilverbesserungen erwirken. Ein gemeinschaftliches Projekt der Deutschen Lufthansa AG, der Deutschen Flugsicherung und der Bundeswehr führt dazu, dass sogenannte Temporary Restricted Areas außerhalb ihrer militärischen Nutzungszeiten für die Zivilluftfahrt freigegeben und so Umwege vermieden werden. Auch die für den oberen westeuropäischen Luftraum zuständige Flugsicherung Eurocontrol ermöglichte durch Routenabkürzungen deutliche Einsparungen für Lufthansa Passage im Jahr 2010.

Das Sparen von Treibstoff ist eine Daueraufgabe. Gerade im Hinblick auf die geplante Einbindung des Luftverkehrs in den EU-Emissionshandel und die Volatilität des Ölpreises gibt es für die Fluggesellschaften des Lufthansa Konzerns keine andere Möglichkeit, als den Fokus im Flugbetrieb auf Treibstoffeffizienz zu richten. Nur so kann das Luftfahrtunternehmen langfristig zukunftsfähig sein und im Wettbewerb bestehen.

Kerosin sparen mit Lufthansa Systems

Als einer der führenden Dienstleister für die Aviation-Industrie entwickelt Lufthansa Systems unter anderem innovative IT-Lösungen, die den Fluggesellschaften helfen, Kerosin zu sparen.

Ladeplanung

NetLine/Load von Lufthansa Systems ermöglicht es Fluggesellschaften, ihre Ladeplanung zu optimieren. Durch die automatisierte Berechnung des Schwerpunkts können Airlines den Treibstoffverbrauch um bis zu 0,5 Prozent reduzieren, was für eine mittelgroße Airline eine Ersparnis von fünf Millionen Liter Kerosin pro Jahr bedeutet. NetLine/Load ist mit täglich über 3.500 abgefertigten Flügen eine der weltweit führenden Weight-&-Balance-Lösungen.

Flugwegplanung

Mit der Flugwegplanungslösung Lido/Flight von Lufthansa Systems können Airlines für jeden Flug aus einer Vielzahl von Möglichkeiten die jeweils optimale Route errechnen. Beispielsweise kann ein Flugzeug auf dem Weg von Frankfurt nach Los Angeles vier Tonnen Kerosin sparen und die Umwelt so um zwölf Tonnen CO₂ entlasten. Zusätzliche Einsparungen ergeben sich, weil Lido/Flight für die Berechnung des Treibstoffbedarfs nicht Standardwerte zugrunde legt, sondern die exakten Verbrauchswerte des einzelnen Flugzeugs. Auf diese Weise vermeiden die Piloten unnötige Treibstoffreserven, deren Transport den Gesamtverbrauch erhöht.

Planung und Steuerung

Auch in der Planung und Steuerung einer Airline kann IT einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten, da hohe Sitzladefaktoren zu einem niedrigeren Treibstoffverbrauch pro Passagierkilometer führen. Möglich ist dies dank IT-Lösungen, die Fluggesellschaften beispielsweise eine gezielte Überbuchung erlauben, weil sie auf präzise Prognosedaten zugreifen können. Die Integrated Commercial Platform (ICP) von Lufthansa Systems verzahnt alle Kernprozesse des Netzmanagements von der Marktanalyse, der lang- und mittelfristigen Flugplanung über das Flugplan- und Codeshare-Management bis hin zum Ertragsmanagement und zur Preisgestaltung.

Fuel Efficiency – über 100 Maßnahmen in fünf Bereichen

Das Projekt Fuel Efficiency erarbeitet Maßnahmen zur Senkung des Kerosinverbrauchs und damit zur Reduktion der CO₂-Emissionen.

Das Spektrum erstreckt sich von Technik und Gewichtsreduktion über Anpassungen von Bodenabfertigung und Netz sowie politische Strukturprojekte bis hin zu Verfahren im Flugbetrieb. Einige Maßnahmen sind bereits in Routine überführt, andere befinden sich noch in Prüfung oder in der Einführungsphase. Nachfolgend eine Auswahl beispielhafter Projekte aus den fünf Bereichen:



1. Politische Strukturprojekte

Zeitweise gesperrte Lufträume

Gemeinsame Projekte von Bundeswehr, DFS und Lufthansa. Sie verfolgen das Ziel, aktuell für den Überflug gesperrte Lufträume außerhalb der militärischen Betriebszeiten für den Zivilverkehr freizugeben. So können erhebliche Umwege vermieden werden.



2. Flugbetrieb / Air Traffic Management / Air Traffic Control

Routenabkürzung

In dem von Eurocontrol kontrollierten Luftraum konnten im Jahr 2010 durch Routenabkürzungen durchschnittlich 4,9 NM pro Lufthansa Flug realisiert werden. Das reduziert den Treibstoffverbrauch.

Random Routes East Trial – Federal Aviation Authority (FAA)

Im US-Luftraum an der Ostküste werden Flugverkürzungen durch Random Routes angestrebt, welche die Flugzeit um bis zu zwei Minuten verkürzen. Dies betrifft bis zu 10 tägliche Lufthansa Flüge. Derzeit testet die FAA das Verfahren mit Unterstützung von Lufthansa.

Ohne Umwege über Großbritannien

Im UK-Luftraum sind Direct Routings vor 5:30 UTC möglich, was die Flugzeit um bis zu drei Minuten verkürzt. Dies entspricht Treibstoffeinsparungen von bis zu 400 kg pro Flug. Das Projekt beruht auf einer Kooperation von NATS, Eurocontrol, IAA und dem Center Maastricht.

Optimierung von Standardstrecken

Durch die Expertise und technischen Lösungen der von Lufthansa Systems entwickelten Navigationssoftware Lido OC können für den Flugbetrieb vorgefertigte Standardstrecken optimiert werden.



3. Technische Performance

Cyclean Engine Wash

Mit einem von Lufthansa Technik entwickelten Verfahren zur Triebwerkswäsche wird der Motor thermisch geringer beansprucht, wodurch sich seine Lebensdauer verlängert und die Wartungskosten sinken. Außerdem arbeitet er thermodynamisch effizienter.

Modifikation Trent 700 Triebwerke

Durch eine Modifikation der Rolls-Royce Triebwerke des Typs Trent 700 (A330-Flotte) erwartet Lufthansa Einsparungen von ca. einem Prozent des Treibstoffverbrauchs.



4. Netz/Boden

Optimierung von Blockzeiten

Aufgrund einer Blockzeitanpassung auf eine verbrauchsoptimierte Blockzeit von sechs der elf treibstoffintensivsten Strecken wird eine erhebliche Treibstoffeinsparung erreicht.





5. Reduktion des Flugzeuggewichts

Nur ein Kilogramm weniger Gewicht auf allen Flugzeugen der Lufthansa Passage spart 25 Tonnen Treibstoff pro Jahr.



- Catering**
- Beladeänderungen
 - Optimierung
 - Gewichtseinsparungen

- Leichtere Ausstattung**
- Leichtere Bordtrolleys
 - Leichtere Sitze
 - Leichtere Kabinenausstattung (unter anderem leichtere Öfen)
 - Leichtere Sauerstoffflaschen
 - Abbau der Werbemittel / Postkartenregale in der Kabine

- Optimierte Betankung**
- Frischwasser
 - Treibstoff

Cyclean Engine Wash

- Leichtere Lademittel**
- Frachtcontainer
 - Gepäckcontainer
 - Ladehilfsmittel

Vier Säulen für den Klimaschutz

1. Technischer Fortschritt	2. Verbesserte Infrastruktur	3. Operative Maßnahmen	4. Ökonomische Instrumente
<ul style="list-style-type: none"> • Neuerung bei Flugzeug- und Triebwerkstechnologien • Alternative Treibstoffe 	<ul style="list-style-type: none"> • Bessere Nutzung der Lufträume • Dem Bedarf angepasste Flughafeninfrastrukturen 	<ul style="list-style-type: none"> • Effiziente Flugzeuggrößen • Optimale Flugrouten und -geschwindigkeiten • Optimierte Prozesse am Boden 	<ul style="list-style-type: none"> • Ein global angelegter Emissionshandel als Ergänzung zu den drei anderen Säulen
<ul style="list-style-type: none"> • Flottenmodernisierung: (siehe Seite 27ff.) • Einsatz modernster Triebwerke, Optimierung an bestehenden Triebwerken (siehe Seite 82ff.) • Projekt Fuel Efficiency • Forschung im Bereich alternativer Kraftstoffe im Rahmen des Projektes Aviation Biofuel (siehe Seite 67ff.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Projekt Fuel Efficiency • Engagement im Projekt SESAR (siehe Seite 74f.) • Flugroutenoptimierung • Politische Strukturprojekte • Investition in bedarfsgerechte Infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> • Projekt Fuel Efficiency • Fliegen mit variablen Geschwindigkeiten • Wartung: Effiziente Triebwerkswäsche • Optimierung der Flugzeugauslastung 	<ul style="list-style-type: none"> • Freiwillige CO₂-Kompensation (Option für Kunden) • Vorbereitung auf Emissionshandel (siehe Seite 69)
Unsere Maßnahmen (Beispielhafte Auswahl)			

Lufthansa arbeitet kontinuierlich daran, operative Maßnahmen am Boden und in der Luft zu optimieren und Abläufe noch effizienter zu gestalten, um den Treibstoffverbrauch und damit die CO₂-Emissionen nachhaltig zu verringern. In Zusammenarbeit mit anderen Fluggesellschaften wurde ein Vier-Säulen-Modell für den Klimaschutz entwickelt. Diese Agenda deckt die ganze Bandbreite machbarer Maßnahmen ab. Aufgabe der Politik ist es, die Verkehrssteuerung so zu koordinieren, dass Warteschleifen in der Luft vermieden werden. Dazu gehört auch der bedarfsgerechte Ausbau von Flughäfen.

Air Traffic Management – auf dem Weg zum Einheitlichen Europäischen Luftraum

Der Einheitliche Europäische Luftraum ist das größte Klimaschutzprojekt der europäischen Luftfahrt. Laut Weltklimarat geht mit seiner Verwirklichung eine CO₂-Reduktion von bis zu zwölf Prozent einher. Um dieses Ziel bis 2020 zu erreichen, haben die EU-Kommission und die europäische Flugsicherungsbehörde Eurocontrol das Single European Sky ATM Research Programme (SESAR) ins Leben gerufen.

Diese paneuropäische Initiative arbeitet daran, die Dienste im Rahmen des europäischen Flugverkehrsmanagements (Air Traffic Management – ATM) zu vereinheitlichen, zu harmonisieren und zu synchronisieren. SESAR umfasst unter anderem die Einführung neuer Technologien und Prozeduren zur Flugsicherung, mit denen sich der zunehmende Luftverkehr sicherer, günstiger und umweltfreundlicher organisieren lässt. Wichtigstes europäisches Organ für die Entwicklungsphase ist das SESAR Joint Undertaking (SJU), mit dem Lufthansa als Luftnutzerin (Airspace User) eng zusammenarbeitet. Außerdem ist Lufthansa Mitglied der SESAR Airline Group, in der sich viele europäische Fluggesellschaften abstimmen, um das Gelingen des Single European Sky (SES) zu gewährleisten.

Im Rahmen des SJU haben sich erstmals in der europäischen Luftverkehrsgeschichte sämtliche am Flugverkehr beteiligten Akteure zusammengefunden: zivile und militärische Flugsicherungseinrichtungen, nationale und internationale Organisationen der Legislative, Flugzeugindustrie, Fluglinien, Flugzeugbetreiber und -nutzer sowie weitere Partner am Boden und in der Luft. Diese öffentlich-private Partnerschaft verwaltet ein Fördervolumen von 2,1 Milliarden Euro, das die Europäische Union, Eurocontrol und die beteiligten Unternehmen zu gleichen Teilen bereitstellen, um sich an den Entwicklungskosten von SESAR zu beteiligen.

Mehr Kapazität – weniger Emissionen

Zu den SESAR-Zielen gehört es, bis zum Jahr 2020 die Kapazität des europäischen Luftraums um 73 Prozent zu vergrößern und langfristig sogar zu verdreifachen – bei immer höherer Sicherheit. Zugleich sollen sich die Flugsicherungskosten von derzeit im Schnitt 800 Euro pro Flug bis 2020 auf 400 Euro halbieren. Selbstverständlich profitiert auch die Umwelt von SESAR: Laut SJU können sich die Zeiten eines Fluges auf diese Weise im Schnitt um 8 bis 14 Minuten verkürzen, was den Treibstoffverbrauch jeweils um 300 bis 500 Kilogramm und die CO₂-Emissionen um 948 bis 1.575 Kilogramm verringert. „Allein der Lufthansa Konzern kann auf diese Weise etwa 600.000 bis 700.000 Liter Kerosin pro Tag sparen“, sagt Manfred Mohr, Leiter des Projektbüros SESAR bei Lufthansa.

SESAR ist in den drei Abschnitten Definition, Entwicklung und Umsetzung organisiert. In der 2008 abgeschlossenen Definitionsphase haben die Beteiligten einen europäischen ATM-Masterplan erarbeitet. Die noch bis 2016 laufende und von der SJU verantwortete Entwicklungsphase umfasst sämtliche Aktivitäten, um die Einführung des zuvor definierten Masterplans vorzubereiten. Dazu gehören unter anderem detaillierte Aktionspläne und die notwendigen gesetzgeberischen Maßnahmen. Auch entwickeln die beteiligten Akteure neue Systeme und Normen. Insgesamt haben sie 21 Arbeitspakete mit derzeit mehr als 300 Einzelprojekten zu bewältigen, von denen bereits etwa 250 gestartet wurden. Für die Umsetzungsphase (2011 bis 2020) haben sich die Luftverkehrspartner verpflichtet, die zuvor beschlossenen Maßnahmen gemeinsam zu koordinieren, zu managen und im täglichen Betrieb anzuwenden. „SESAR kommt vor allem den Menschen in der EU zugute. Es wird weniger Treibhausgase, weniger Fluglärm und weniger Verspätungen geben. Zugleich wird das aktuell bereits extrem hohe Sicherheitsniveau noch einmal verbessert“, fasst Raymund Obst, Pilot und Referent im Projektbüro SESAR bei Lufthansa, zusammen.

An über 80 Projekten beteiligt

Die fliegenden Gesellschaften des Lufthansa Konzerns sind an mehr als 80 der über 300 Projekte beteiligt. Experten von Lufthansa, SWISS,



„Lufthansa sieht in ihrer Mitarbeit bei SESAR die Möglichkeit, einen Beitrag zum Schutz unserer Umwelt zu leisten. Ziel ist ein Flugverkehr, in dem Passagiere schnell und unbeschwert reisen und gleichzeitig den kleinstmöglichen ökologischen Fußabdruck hinterlassen.“

Manfred Mohr
Leiter des Projektbüros SESAR bei Lufthansa



Austrian Airlines, Brussels Airlines, bmi, Germanwings und Lufthansa Cargo bringen ihr Fachwissen aus unterschiedlichsten Gebieten ein, beispielsweise der Flugwegeplanung, den Verkehrszentralen für Luft und Boden, aber auch Flotte, Informationstechnologie und Finanzen. Unter anderem beteiligen sich die Fachleute an Workshops, begleiten Simulationen, sichten Unterlagen und prüfen Vorschläge. Auf diese Weise begleiten sie Vorhaben in Bereichen wie Flugzeugsysteme, operationelle Änderungen in der Luft (vierdimensionaler Flugweg, 4D Trajectory) und am Boden (beispielsweise dem operativen Flugeinsatzzentrum), Informationsmanagement sowie übergeordnete Querschnittsthemen.

Ein Beispiel dafür ist die aktive Mitarbeit von Lufthansa Fachleuten, um bodengestützte Anflugverfahren (Ground Based Augmentation System – GBAS) zu verbessern. Verschiedene Einzelprojekte in den Bereichen Flugzeugsysteme, Flughafen sowie Boden- und Cockpitabläufe haben das gemeinsame Ziel, die Anzahl der Ausweichlandungen zu verringern und zugleich durch hohe Positionsgenauigkeit auch unter Nebelbedingungen reibungslose Abläufe zu ermöglichen. Lufthansa ist unter anderem an der Entwicklung der hierfür nötigen Bordsysteme beteiligt. Dabei bringen die Experten auch ihr Know-how aus anderen Projekten ein wie das satellitengestützte Anflugverfahren oder das optimierte Bremsen, um möglichst genau von der Landebahn abzurollen und die korrekte Parkposition anzusteuern. „Lufthansa sieht in ihrer Mitarbeit bei SESAR die Möglichkeit, einen Beitrag zum Schutz unserer Umwelt zu leisten. Ziel ist ein Flugverkehr, in dem Passagiere schnell und unbeschwert reisen und gleichzeitig den kleinstmöglichen ökologischen Fußabdruck hinterlassen“, betont Mohr.

AIRE – konkreter Klimaschutz

Ein wichtiges Teilstück von SESAR im Bereich Nachhaltigkeit ist AIRE (Atlantic Interoperability Initiative to Reduce Emissions), das transatlantische Programm zur Reduzierung der Luftfahrt-Emissionen, an dem insgesamt 40 Fluggesellschaften, Flughäfen, Flugsicherungen und Industrieunternehmen beteiligt sind. Für diese Klimaschutzinitiative hat das SJU, das AIRE auf europäischer Seite verantwortet, 18 förderungswürdige Projekte ausgewählt. Der Lufthansa Konzern ist mit vier Vorhaben vertreten.

Dazu zählt beispielsweise ein gemeinsames Projekt zur Emissionsreduzierung von Germanwings, Lufthansa und der Deutschen Flugsicherung (DFS) für neue Anflugverfahren auf dem Flughafen Köln.

Durch ihre benachbarte Lage teilen sich die Flughäfen in Köln und Düsseldorf den gleichen Luftraum, wozu sich noch der abfliegende Verkehr aus Frankfurt gesellt. Bisher leiten die Fluglotsen die Kölner Verkehrsströme unter den Düsseldorfern hindurch, wobei die geringere Flughöhe zu einem erhöhten Kraftstoffverbrauch führt. Beim neuen Verfahren verlaufen die Ströme in die beiden Rheinmetropolen länger gemeinsam in größerer Höhe, was Treibstoff spart und die CO₂-Emissionen reduziert. Vor allem für Germanwings ergibt sich an ihrem Heimatflughafen Köln nach ersten Auswertungen ein Einsparpotenzial von rund 200 Kilogramm Kerosin pro Flug. Weitere Tests sollen im Sommer 2011 folgen.

SWISS hat gemeinsam mit der Flughafen Zürich AG und dem Flugsicherungsunternehmen Skyguide das Projekt „Greener Wave“ gestartet, um mithilfe verschiedener operativer Maßnahmen vor allem die erste Anflugwelle am frühen Morgen besser zu steuern. Unter anderem lassen sich mit der Zuweisung von definierten Zeitfenstern für den Anflug die Warteschleifen der Flugzeuge verkürzen und so CO₂- und Lärmemissionen senken. Am Flughafen Wien arbeiten Austrian Airlines und Austro Control an einer Lösung, die Rollzeiten der Flugzeuge am Boden zu verringern und auf diese Weise CO₂-Emissionen zu sparen. Und am Flughafen Brüssel bereiten Brussels Airlines, Belgocontrol und die Flughafenbetriebsgesellschaft Maßnahmen vor, um Flugzeuge bei der Landung länger im kontinuierlichen Sinkflug fliegen zu lassen, einem besonders lärm- und emissionsarmen Anflugverfahren mit reduzierter Triebwerksleistung.

FABEC – ein Eckpfeiler des SES

Einen Meilenstein auf dem Weg zum SES haben Deutschland und seine fünf Nachbarländer Frankreich, Belgien, Luxemburg, Niederlande und Schweiz im Dezember 2010 erreicht: Sie vereinbarten, einen gemeinsamen Luftraum, den Functional Airspace Block Europe Central (FABEC), zu schaffen, der einen wichtigen Eckpfeiler für das Gesamtvorhaben SES darstellt. Das FABEC-Programm wird von zivilen und militärischen Partnern aus den sechs Staaten umgesetzt: Vertreter der Verkehrs- und Verteidigungsministerien sowie der zivilen und militärischen Flugsicherungsorganisationen einschließlich der von Eurocontrol betriebenen Kontrollzentrale in Maastricht. Lufthansa hat den Entstehungsprozess beratend begleitet. Mit FABEC erhält einer der verkehrsreichsten Lufträume weltweit eine einheitliche Flugverkehrsüberwachung. Rund 240 Flughäfen mit den großen Drehkreuzen Amsterdam, Frankfurt und Paris befinden sich in dem 1,7 Millionen Quadratmeter großen Gebiet. Pro Jahr sind dort über 5,5 Millionen Flugbewegungen zu verzeichnen, was mehr als der Hälfte des gesamten Luftverkehrs in Europa entspricht. Den Vorgaben des EU-Rechts folgend haben die sechs Unterzeichnerländer vereinbart, den gemeinsamen Luftraum bis Dezember 2012 einzurichten.

Umweltmanagement

Lufthansa richtet konzernweites Umweltforum neu aus

In ihrem strategischen Umweltprogramm hat sich Lufthansa unter anderem das Ziel gesetzt, das Umweltmanagement auf Konzernebene und in den Gesellschaften auszubauen und ihm weiteres Gewicht zu verleihen. Auf diesem Weg ist das Luftfahrtunternehmen im Jahr 2010 mit der Neuausrichtung des internen, konzernweiten Umweltforums einen wichtigen Schritt vorangekommen.

Bei Lufthansa verfügen die Vorstandsressorts und sämtliche Gesellschaften mit Umweltrelevanz über eine eigene Umweltschutzabteilung, einen Umweltschutzbeauftragten oder einen Ansprechpartner für diese Themen. Die konzernübergreifenden umweltbezogenen Ziele, Strategien und Maßnahmen koordiniert die Abteilung Umweltkonzepte Konzern. Alle Umweltschutzexperten treffen sich zwei Mal pro Jahr zum Umweltforum, um Aktivitäten und Erfahrungen zu diskutieren und neue Vorhaben zu entwickeln.

Geballte Umweltkompetenz

Mit der wachsenden Zahl von Gesellschaften unter dem Dach des Lufthansa Konzerns ist auch das Umweltforum immer komplexer geworden. Dieser Entwicklung trägt das Unternehmen mit der Neuausrichtung des Gremiums Rechnung, die vom Vorstand unterstützt wird. „Im Umweltforum ist die geballte Umweltkompetenz des Konzerns vertreten, die wir künftig noch aktiver nutzen werden. Daher setzen wir uns seit 2010 in Arbeitsgruppen mit ausgesuchten Themen auseinander, um aus den Konzerngesellschaften heraus Lösungsvorschläge für das gesamte Unternehmen zu erarbeiten“, erläutert Dr. Karlheinz Haag, Leiter Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa, die neue Struktur des Gremiums. Eine Arbeitsgruppe erarbeitet derzeit einen einheitlich definierten Satz von wichtigen Kennzahlen, die die

Umweltfaktoren innerhalb des Konzerns mess- und somit auch vergleichbar machen sollen. Ein zweites Team sammelt die Erfahrungen aus verschiedenen Gesellschaften bei der Einführung von Umweltschutzmanagementsystemen, um sie in einem Handbuch oder Leitfaden zusammenzufassen, an dem sich alle Unternehmensbereiche künftig orientieren können.

Zugleich fungiert das Umweltforum nun als Plattform, auf der sich Konzernthemen und -aktivitäten in den einzelnen Gesellschaften verzahnen. „In dem komplexer gewordenen Luftfahrtkonzern ist es besonders wichtig, dass Prozesse und Abstimmungen sowohl ‚von oben nach unten‘ als auch in umgekehrter Richtung verlaufen. Dies ermöglicht es uns, trotz der Diversifikation mit einer Stimme zu sprechen“, sagt Haag. Darüber hinaus tauschen sich die Umweltschutzexperten auch jenseits der etablierten Strukturen regelmäßig aus. Eine Möglichkeit dazu bietet beispielsweise das Kompetenznetzwerk „Umweltforum“ auf der unternehmensinternen Web-2.0-Plattform eTeaming.

Klimaschutz als Schwerpunkt

Eindeutiger Schwerpunkt der Umweltstrategie von Lufthansa ist die Frage, wie der internationale Luftverkehr den Herausforderungen des Klimawandels begegnet. Dazu hat die Branche ein klares Konzept mit der Vier-Säulen-Strategie und einem CO₂-neutralen Wachstum ab 2020 entwickelt, das es umzusetzen gilt. Weitere wichtige Themen sind die Minderung des Fluglärms und ein effektiver Umgang mit den Ressourcen am Boden. Damit Lufthansa ihre Umweltziele erreicht, haben die Umweltschutzexperten des Konzerns in den Vorjahren zahlreiche Maßnahmen begleitet und umgesetzt. Im Jahr 2010 reichte das Spektrum von leichteren Sitzen für die Europaflotte bis hin zur Vorbereitung eines Langzeittests mit Biotreibstoff im Linienverkehr.



„Im Umweltforum ist die geballte Umweltkompetenz des Konzerns vertreten, die wir künftig noch aktiver nutzen werden. Daher setzen wir uns seit 2010 in Arbeitsgruppen mit ausgesuchten Themen auseinander, um aus den Konzerngesellschaften heraus Lösungsvorschläge für das gesamte Unternehmen zu erarbeiten.“

Dr. Karlheinz Haag
Leiter Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa



Neues aus den Gesellschaften

Die folgenden Beispiele informieren über die wichtigsten Umweltmanagement-Aktivitäten ausgewählter Konzerngesellschaften:

Lufthansa Passage

- Im Rahmen des internen Projekts „Fuel Efficiency“ arbeitet Lufthansa Passage daran, ihren Treibstoffverbrauch mittels geeigneter Maßnahmen nachhaltig zu reduzieren (siehe Seite 70ff.).
- Experten von Lufthansa Passage helfen mit, einen Einheitlichen Europäischen Luftraum zu schaffen, den Single European Sky (SES). Mit ihm können die Emissionen im europäischen Luftverkehr um bis zu zwölf Prozent sinken (siehe Seite 74f.).
- Ein sechsmonatiger Testlauf zur Erprobung alternativer Treibstoffe im Routinebetrieb ist in Vorbereitung.

Lufthansa CityLine

- Lufthansa CityLine hat im April 2010 die Überwachungs-Validierung nach ISO 14001 und EMAS erneut erfolgreich absolviert.
- Im Jahr 2010 haben die Mitarbeiter in den Bereichen Verwaltung und Technik ein computerbasiertes Training (CBT) zum Thema Umweltschutz absolviert. Ziel der Aktion war es, die Mitarbeiter für einen schonenden Umgang mit der Umwelt zu sensibilisieren. Zudem wurden die „Umweltwochen“ und die Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr gut angenommen.
- Zu den Schwerpunkten 2011 gehört unter anderem, den Energieverbrauch des Flugzeughangars zu senken und die Klimatisierung des Verwaltungsgebäudes zu optimieren. Lufthansa CityLine prüft derzeit, ob ein externer Energieberater dabei zum Einsatz kommen soll.

SWISS

- SWISS hat im Jahr 2010 ein eLearning zum Thema Umwelt lanciert. Das sechs Module umfassende Lernprogramm richtet sich an alle SWISS-Mitarbeiter und zeigt Problemfelder und Lösungsansätze im Bereich Umwelt und Luftfahrt auf. Ziel war es, das Thema Umwelt noch tiefer in der Unternehmenskultur zu verankern.



Die Umwelt fliegt mit: SWISS informiert ihre Fluggäste regelmäßig über die Umweltaktivitäten der Fluggesellschaft.

- Das abteilungsübergreifende Umweltprojektteam hat SWISS-weit über 30 Umweltprojekte analysiert. So wurde zum Beispiel der Papierverbrauch im Ground Handling reduziert, die Einführung von leichteren Crew-Koffern beschlossen sowie eine regelmäßige Umweltkommunikation im Onboard-Magazin implementiert.

Austrian Airlines

- Austrian Airlines haben im Jahr 2007 ein eigenes Umweltmanagement gestartet. Seit 2006 nimmt die Fluggesellschaft auch am Ökobusinessplan Wien teil und verfügt damit über die wesentlichen Teilaspekte eines Umweltmanagementsystems, zum Beispiel mit einem fortlaufenden Umweltprogramm.
- Mittelfristig sollen Austrian Airlines über ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem verfügen.
- Austrian Airlines veröffentlichten regelmäßig einen eigenen Umweltbericht.

bmi

- Ein Experte betreut die Themen Umwelt und Sicherheit im Einklang mit den Konzernthemen und berichtet direkt an den CEO.



Lufthansa Cargo hat alle deutschen Stationen erfolgreich nach ISO 14001 zertifiziert.

Lufthansa Cargo

- Lufthansa Cargo hat im Jahr 2010 die Zertifizierung des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 auf alle deutschen Stationen ausgedehnt, nachdem die Standorte Frankfurt und Leipzig dieses internationale Gütesiegel bereits in den Vorjahren erhalten hatten. Die externen Gutachter haben keine Abweichungen festgestellt.
- Auf dem Mitarbeiterfest 2010 konnten sich die Beschäftigten an drei Ständen über die Themen Energie, Treibstoffeffizienz und Mobilität informieren. Anziehungspunkt war ein Elektroauto, zudem konnten die Mitarbeiter elektrische Stehroller testen.
- Lufthansa Cargo hat im Jahr 2010 „eFreight“, ihr internationales Angebot für den papierlosen Luftfrachttransport, weiter ausgebaut. Es ist nun an allen deutschen Standorten verfügbar. An der Ersten Deutschen eFreight Konferenz des Unternehmens nahmen rund 150 Fachleute teil.



Lufthansa Technik weist als erstes MRO-Unternehmen eine integrierte, prozessorientierte Zertifizierung in den Bereichen Qualität, Umwelt, Luftrecht, Arbeitsschutz und internationale Standards auf.

Lufthansa Technik

- Lufthansa Technik hat sich zum Ziel gesetzt, die CO₂-Emissionen bis 2012 um 30 Prozent gegenüber 2006 zu reduzieren. Davon sind bis Ende 2010 bereits 23 Prozent erreicht worden.
- Im Jahr 2010 wurde der Lufthansa Technik-Standort Sofia nach ISO 14001 und der Arbeitsschutz-Spezifikation OHSAS 18001 zertifiziert. Somit wiesen bis Ende November 2010 bereits acht wichtige Tochtergesellschaften diese Zertifizierungen auf. Bis 2013 sollen alle Überholungsstandorte entsprechend zertifiziert sein.
- Lufthansa Technik hat den Einsatz von chlorhaltigen Lösungsmitteln und Lackentfernern verboten und diese durch umweltfreundliche Substanzen ersetzt. Zudem recycelt das Unternehmen mehr als 70 Prozent aller Abfälle.

LSG Sky Chefs

- LSG Sky Chefs hat im Jahr 2010 den ersten eigenen Umweltbericht vorgestellt, der umfassend über das Umweltmanagement des Unternehmens informiert.
- Im Jahr 2011 identifiziert LSG Sky Chefs an sechs repräsentativen Standorten die Umweltaspekte ihrer Aktivitäten und Services, die bedeutende Auswirkungen auf die Umwelt haben. Die gesammelten Daten dienen dazu, die bereits bestehenden sechs Umweltprogramme zu verbessern. Zugleich stellen sie die Basis für den künftigen Umfang des internen Umweltmanagement-Systems dar.

LZ-Catering

- Die hundertprozentige Lufthansa Tochtergesellschaft LZ-Catering arbeitet daran, ihr Umweltmanagement auszubauen und zum integralen Bestandteil der Unternehmenspolitik zu machen. Ziel der Gesellschaft ist es, die Zertifizierung nach ISO 14001 im Jahr 2012 zu erreichen.
- Im Jahr 2011 nimmt LZ-Catering am Ökoprofit-Projekt Hamburg teil, einem Förderprogramm für den Umweltschutz in Unternehmen. In diesem Rahmen ergreift die Gesellschaft unterschiedliche Maßnahmen und optimiert beispielsweise unternehmensweit die gesamten Drucksysteme.
- LZ-Catering strebt an, im Jahr 2011 den Anteil an nachhaltigen Produkten um zehn Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu erhöhen sowie ein Drittel des Fischsortimentes aus biologischen und nach dem MSC-Standard (Marine Stewardship Council) zertifizierten Erzeugnissen zu generieren.



Lufthansa Global Tele Sales (GTS)

- Die hundertprozentige Tochtergesellschaft Lufthansa GTS hat ein Umweltmanagementsystem eingeführt, das im September 2010 nach der europäischen Öko-Audit-Verordnung EMAS zertifiziert wurde. GTS ist damit das erste Unternehmen der Service-Center-Branche in Europa, das diese Validierung besitzt.
- GTS hat im Jahr 2010 eine umfassende Umwelterklärung veröffentlicht, die über die entsprechenden Strategien, Ziele und Maßnahmen des Unternehmens informiert. Unter anderem plant GTS, mehr Green-IT einzusetzen und nachhaltige Richtlinien für Lieferanten zu entwickeln.



Vorreiterrolle: Lufthansa Global Tele Sales ist das erste Unternehmen der Service-Center-Branche in Europa, das nach EMAS zertifiziert wurde.

Energie- und Ressourcenmanagement

Alternative Antriebstechniken bei bodengebundenen Verkehrsmitteln im Test

Lufthansa prüft seit geraumer Zeit in verschiedenen Projekten den Einsatz alternativer Antriebstechniken bei bodengebundenen Verkehrsmitteln auf Basis von Strom und Erdgas. Der Fokus liegt dabei auf der Frage, wie sich Abfertigung und Wartung von Flugzeugen so ressourcenschonend wie möglich gestalten lassen.

Die nachfolgenden Praxisbeispiele geben einen Überblick über entsprechende Aktivitäten in ausgewählten Konzerngesellschaften.

Elektrofahrzeuge im Praxistest bei Lufthansa Technik

Lufthansa Technik testet seit November 2010 im Wartungsbetrieb den Einsatz zweier elektrisch angetriebener Fahrzeuge an den Standorten Düsseldorf und Frankfurt. Der vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung geförderte siebenmonatige Praxistest soll vor allem Aufschluss darüber geben, ob diese Elektromobile in dem sehr anspruchsvollen Umfeld der Flugzeugwartung die notwendige Zuverlässigkeit, Verfügbarkeit und Dauerbelastbarkeit erfüllen. Jedes Fahrzeug ist mit einer modernen Lithium-Ionen-Batterie ausgestattet, die eine Reichweite von bis zu 120 Kilometern hat und dank einer 400-Volt-Ladetechnik binnen maximal vier Stunden wieder aufgeladen ist. Im Zentrum der Untersuchungen stehen die Erfassung und Auswertung detaillierter Messdaten. Sie sollen Auskunft über die durchschnittlichen Fahr-

strecken und Fahrzeiten geben, über Standzeiten und Ladezyklen, die Pannenstatistik sowie mögliche Veränderungen beim Strombedarf, wenn beispielsweise die Heizung oder ein Laptop hinzugeschaltet wird. Sollte der Test positiv aus-



Bernd Utesch (Mainova), Dr. Thomas Stüger (Vorstandsmitglied Lufthansa Technik), Gaby Schock (Stadtwerke Düsseldorf) und Harald Weinand (Referat Umwelt Lufthansa Technik) bei der Präsentation der neuen Elektrofahrzeuge für Lufthansa Technik



Umfangreicher Testlauf mit einem zum TaxiBot-Versuchsfahrzeug umgebauten LEOS-Schlepper am Flughafen Frankfurt

fallen, will Lufthansa Technik den gesamten Fuhrpark der Flugzeugwartung Schritt für Schritt auf Elektrofahrzeuge umstellen. Beide Probewagen – Hersteller ist das sächsische Unternehmen CitySax – sind mit einem drehmomentstarken Antrieb ausgerüstet, der sich insbesondere für kurze Entfernungen eignet. Der Energieverbrauch beträgt 20 Kilowatt auf 100 Kilometer, was einem Kraftstoffverbrauch von rund 1,5 Litern entspricht.

Probeinsatz von Elektroschleppern bei Lufthansa LEOS

Ob Flugzeuge sich auch stromgetrieben aus ihrer Parkposition zurückschieben lassen, bis sie selbstständig rollen („Pushback“), hat Lufthansa LEOS von Juli bis Dezember 2010 auf dem Vorfeld des Flughafens Düsseldorf getestet. Hierfür nutzte die hundertprozentige Tochtergesellschaft von Lufthansa Technik, die sich auf Bodendienstleistungen an den deutschen Großflughäfen spezialisiert hat, einen Elektroschlepper der Firma TLD aus Frankreich, der exakt für diesen Zweck konzipiert ist. „Es ist erstaunlich zu sehen, dass die normalen Arbeitsabläufe auch ohne einen Verbrennungsmotor und die dazugehörigen Abgase funktionieren“, sagt Armin Stadler, Leiter Operative Dienste bei Lufthansa LEOS. Der TPX 100 E hat nicht nur das Potenzial, den Treibstoffverbrauch und damit die CO₂-Emissionen am Boden zu senken. Er arbeitet auch hörbar leiser als dieselgetriebene Schlepper, riecht nicht, ist leicht zu bedienen, wartungsarm und kosteneffizient. Die Reichweite des Elektroschleppers hängt von den Distanzen ab, die das umweltfreundliche Gefährt auf dem Vorfeld zurücklegen muss, sodass sein Stromvorrat durchschnittlich für 12 bis 16 Pushbacks reicht.

TaxiBot-System im Test

Eine weitere innovative Alternative zum Operational Towing ist die noch in Entwicklung befindliche Technologie TaxiBot, die Lufthansa LEOS gemeinsam mit der Israel Aerospace Industries (IAI) vorantreibt. Bei TaxiBot handelt es sich um einen diesel-elektro-betriebenen Flugzeugschlepper, mit dessen Hilfe Verkehrsflugzeuge bei ausgeschalteten Triebwerken vom Gate zur Startbahn rollen („Towing Dispatch“). Das spart nicht nur erhebliche Mengen Treibstoff, sondern reduziert auch die CO₂- und Lärmemissionen auf dem Flughafengelände deutlich. Die Steuerung des TaxiBot erfolgt durch den Piloten im Cockpit. Ein erster umfangreicher Testlauf mit einem zum TaxiBot-Versuchsfahrzeug umgebauten LEOS-Schlepper am Drehkreuz Frankfurt im Dezember 2010 war nicht nur in ökologischer Hinsicht viel versprechend: Es zeigte sich, dass die für den Test verwendete Boeing 747 dank TaxiBot noch präziser steuerbar war, als wenn sie aus eigenem Antrieb gerollt wäre. Zudem erfordert die Technologie keine Modifikationen am Flugzeug selbst. Ab Anfang 2012 sollen die ersten Prototypen des neuen Flugzeugschleppers zur Verfügung stehen.

Erdgasbetriebenes Hubfahrzeug bei LSG Sky Chefs

Weitere Beispiele für den versuchsweisen Einsatz umweltfreundlicher Antriebstechniken liefert LSG Sky Chefs. So testeten die Catering-Spezialisten des Lufthansa Konzerns zum einen im September 2010 einen strombetriebenen Kleinwagen auf dem Gelände des Frankfurter Flughafens, dessen Batterie eine Reichweite von 120 Kilometern ermöglicht. Zum anderen testet die Lufthansa Tochtergesellschaft seit Ende Februar 2011 am Standort München drei Monate lang ein erdgasbetriebenes Hubfahrzeug. Es findet in den Bereichen Catering und Transport Verwendung und verfügt über eine Reichweite von etwa 300 Kilometern. Eine abschließende Beurteilung der Testergebnisse steht noch aus.

Lufthansa Systems verbraucht fünf Prozent weniger Strom

Das Rechenzentrum von Lufthansa Systems in Kelsterbach gehört zu den modernsten in Europa. In den Jahren 2008 bis 2010 ist es dem Unternehmen gelungen, den Stromverbrauch um fünf Prozent zu reduzieren – während die Server-Leistung gleichzeitig zugenommen hat. Dies entspricht einer Minderung der CO₂-Emissionen um insgesamt 140 Tonnen. Einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung der Energieeffizienz leistete ein umfangreiches Modernisierungsprojekt,





Rechenzentrum von Lufthansa Systems: Durch ein umfangreiches Modernisierungsprojekt konnte eine wesentliche Steigerung der Energieeffizienz erzielt werden.

das der IT-Dienstleister im Jahr 2010 erfolgreich abgeschlossen hat. Ziel war es, die Server- und Speichersysteme zu erneuern sowie die Netzwerke und die unterbrechungsfreie Stromversorgung zu modernisieren.

Neben dem Einsatz von energieeffizienten Servern hat Lufthansa Systems weitere Maßnahmen ergriffen, um den Energieverbrauch in ihrem Kelsbacher Rechenzentrum zu senken. Ein Handlungsfeld war die Klimatisierung von Räumen, denn um IT-Systeme sicher zu betreiben, bedarf es einer konstanten, von der Außentemperatur unabhängigen Raumtemperatur. Nach der Erneuerung der Lüftungsanlagen hat Lufthansa Systems deshalb begonnen, moderne Kältemaschinen mit hohem Leistungsfaktor zu installieren, die eine optimale Kühlung bei möglichst geringem Energieverbrauch erlauben. Darüber hinaus setzt das Unternehmen Wärmerückgewinnung ein, um mit der warmen Abluft aus dem Rechenzentrum die Büroflächen zu heizen.

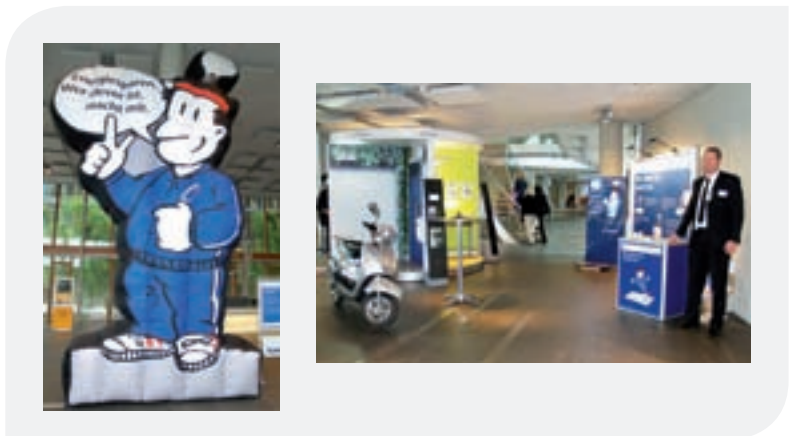
Aktionswoche zum Thema Energieeffizienz in Frankfurt

Im Jahr 2010 lag ein Fokus auch darauf, Mitarbeiter des Konzerns für einen noch bewussteren Umgang mit der Ressource Energie zu sensibilisieren. Hierzu zählte unter anderem die Aktion „Energiesparen. Wer clever ist, macht mit.“, die der Konzern in Kooperation mit dem Energieversorger Mainova vom 16. bis 20. August 2010 im Lufthansa Aviation Center (LAC) in Frankfurt veranstaltet hatte. Erklärtes Ziel der Initiative war es, den individuellen Energieverbrauch der Mitarbeiter und die damit verbundenen CO₂-Emissionen durch bewusstes Verhalten nachhaltig zu senken – sowohl im Büro als auch zu Hause. Die Aktionswoche war Teil des vom Bund für Umwelt

und Naturschutz Deutschland ausgezeichneten Mainova Klima Partner Programms und wurde durch die interne Kommunikation begleitet. Zu den zentralen Elementen zählten unter anderem ein Informationsbereich mit themenbezogenen Stellwänden und Filmen, ein Leporello mit Energiespartipps sowie ein tägliches Energiequiz im Intranet, an dem sich rund 2.500 Lufthansateen beteiligten. Attraktiver Hauptgewinn war ein Elektroroller.

Konzernweites Energieforum

Mit dem Ziel, die Infrastrukturverantwortlichen im Konzern zu vernetzen, hat Lufthansa im Jahr 2004 das Energieforum etabliert. Die ein Mal pro Jahr stattfindende Veranstaltung dient als Grundlage für den Erfahrungs- und Meinungsaustausch und fungiert zudem als Informationsbörse für aktuelle Entwicklungen in der Energiebranche.



Energieeffizienz-Aktionswoche im Lufthansa Aviation Center

Lärmemissionen

Lufthansa setzt Engagement bei Lärmreduzierung konsequent fort

Lufthansa setzt sich kontinuierlich dafür ein, die Lärmemissionen des Fliegens deutlich zu reduzieren, indem sie bei neuen Flugzeugen und ihren Triebwerken auf modernste Technologie setzt und ihre Bestandsflotte zugleich immer weiter optimiert. Bestes Beispiel dafür sind die jüngsten Investitionen in weitere wahrnehmbare Lärmschutzmaßnahmen am Frankfurter Flughafen.

Bis Ende 2011 werden die Triebwerke der gesamten in Frankfurt stationierten Boeing 737-Flotte mit einem neuen Schalldämpfer ausgestattet, wodurch sich die Lärmemissionen bei An- und Abflug um bis zu 2,4 Dezibel reduzieren, was die äußerst hohe Effektivität der Umrüstung deutlich macht.

Die freiwillige Leistung ist Teil des vom Forum Flughafen und Region (FFR) im Juni 2010 vorgestellten „Ersten Maßnahmenpakets Aktiver Schallschutz“ am Frankfurter Flughafen. Zugleich stellt die Flottenumrüstung auch einen Erfolg der langjährigen Forschungs- und Entwicklungsarbeit dar, in der Lufthansa zusammen mit ihren Partnern systematisch nach praktikablen Lösungen zur Lärmreduzierung sucht. Rund ein Fünftel der Flugbewegungen in Frankfurt wird Lufthansa künftig mit Flugzeugen des Typs Boeing 737-300 und 737-500 absolvieren.

Neue Panels verhindern Schallausbreitung

„In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt sowie Experten von Lufthansa Technik haben wir an verschiedenen Triebwerken die Eigenschaften der direkt vor dem Fan befindlichen Schalldämpfer eingehend untersucht. So sind wir auch auf die Mög-

lichkeit gestoßen, dass sich durch den Austausch der Schalldämpfer an den Triebwerken der Boeing 737 eine deutliche Lärmreduzierung erzielen lässt“, berichtet Dr. Gerd Saueressig, Referent Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa. An den Flugzeugen befinden sich jeweils zwölf Schallschluckplatten (Acoustic Panels) im Einlass ihrer CFM56-3-Triebwerke. Der Austausch gegen die neuen Hard Wall Forward Acoustic Panels (HWFAP) führt zu deutlich niedrigeren Lärmemissionen, denn bisher wird ein großer Teil der Schallenergie an den Stoßstellen der alten Schalldämpfer nach außen umgelenkt, weil dort ein anderer Schallwiderstand herrscht als entlang der restlichen Panel-Oberfläche. Die neuen HWFAP-Schalldämpfer bilden dagegen eine schallharte, homogene Oberfläche (Hard Wall) mit einem gleichmäßigen Schallwiderstand, die diesen Effekt unterdrückt.

Die positive Folge: Eine umgerüstete Boeing 737-300 oder 737-500 wird lärmärmer starten und landen. „Weil sie sowohl beim Ab- als auch beim Anflug ihre Wirkung entfaltet, ist die neue Schallschutzmaßnahme als äußerst effektiv zu bezeichnen“, sagt Saueressig. Laut Angaben des Flugzeugherstellers Boeing sinken die Geräuschpegel an den von der Internationalen Zivilluftfahrtorganisation ICAO festgelegten Zertifizierungsmesspunkten deutlich, und zwar beim Starten (noch nahe am Boden) um rund -0,5 EPNdB, im weiteren Verlauf des Abflugs um rund -1,5 EPNdB und im Anflug um -2,4 EPNdB.

Lärmforschung für leiseres Fliegen

Die Flugzeughersteller lösen diese Problematik bei neuen Flugzeugen derart, dass sie die Acoustic Panels aus einem Stück ohne Stoßstellen fertigen. Bei Lufthansa sind sowohl der Airbus A380 als auch die bestellten Boeing 747-8 bereits mit entsprechenden Panels ausgerüstet. Durch den Einsatz moderner Flugzeuge gelingt es der Luftfahrtindustrie, nach und nach die ambitionierten Vorgaben des Advisory Council



„Nach ersten Schätzungen kann der Einsatz des Airbus A380 und der Boeing 747-8 Intercontinental die Zahl der Hochbetroffenen im Frankfurter Fluglärmindex um zehn Prozent reduzieren.“

Dr. Gerd Saueressig
Referent Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa





Der Airbus A380 ist rund 30 Prozent leiser als vergleichbare Vorgängermodelle.

for Aeronautics Research in Europe (ACARE) zu erfüllen. Das europäische Beratungsgremium für die Luft- und Raumfahrt hat in seiner Vision 2020 Ziele für die europäische Luftfahrtforschung formuliert, wozu unter anderem die Halbierung der wahrgenommenen Lärmemissionen von Flugzeugen gehört. ACARE besteht aus Vertretern der EU-Mitgliedsstaaten, der Europäischen Kommission, der Herstellerindustrie, von Fluggesellschaften und Flughäfen sowie von Forschungsunternehmen. Hauptaufgabe ist es, eine strategische Forschungsagenda zu erarbeiten und umzusetzen.

Die systematische Analyse von Lärmquellen stellt eine fundamentale Voraussetzung dar, um effiziente Lärminderungsmaßnahmen entwickeln zu können – dies gilt sowohl in Bezug auf die Schallentstehung als auch beim Vergleich der Bedeutung verschiedener Quellen. Lufthansa leistet im Rahmen des Forschungsverbunds „Leiser Verkehr“ gemeinsam mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) seit 1999 grundlegende Forschungs- und Entwicklungsarbeiten, um Schallquellen am Flugzeug zu identifizieren und auf dieser Basis Lärminderungsmaßnahmen zu entwickeln.

Im Rahmen verschiedener Projekte wie beispielsweise FREQUENZ und LANAb haben die Forschungspartner unter Federführung von Lufthansa von 2001 bis 2008 fünf Überflugmessungen mit verschiedenen Flugzeugmustern realisiert, drei Mal mit einem Airbus A319 sowie jeweils ein Mal mit einer Boeing MD-11F und einer Boeing 747-400. Die Fachleute untersuchten dabei einzelne Schallquellen am Flugzeug durch die systematische Variation der Fluggeschwindigkeit, der Triebwerksleistung, der

Klappenstellungen und der Fahrwerkspositionen. Gezielte Messungen mit umfangreichen Mikrofonsystemen ermöglichten es den Experten, die Geräuschquellen im Flug zu verfolgen und zu vermessen. Hinzu kamen Untersuchungen am Triebwerksprüfstand mit neuester Mikrofon-Messtechnik. Die so gesammelten Daten dienen auch dazu, das computergestützte Fluglärmsimulationsprogramm SIMUL des DLR zu verbessern.

Um das bisher auf Daten des Airbus A320 basierende SIMUL weiterzuentwickeln, ist es nötig, seine Datenbasis auf andere Flugzeugtypen auszudehnen. Beispielsweise haben DLR und Lufthansa bereits Messungen an der Boeing 747-400 realisiert, die Datenauswertung und die Integration der Ergebnisse in SIMUL stehen jedoch noch aus, weil ein entsprechend beantragtes Projekt im Luftfahrtforschungsprogramm der Bundesregierung bisher nicht genehmigt wurde. Mit einem erweiterten SIMUL könnten Experten Lärmquellen und Maßnahmen künftig genauer untersuchen und bewerten, um nicht zuletzt unter Kostenaspekten die effizientesten Lösungen zu identifizieren.

Lärmentlastung durch Flottenerneuerung

Die größten Fortschritte in der Fluglärmreduktion erreicht eine Fluggesellschaft jedoch durch den Einsatz moderner Flugzeuge. Im Rahmen des größten Flottenerneuerungsprogramms ihrer Geschichte plant Lufthansa, weitere 155 effizientere und vor allem leisere Flugzeuge bis 2016 anzuschaffen (siehe „Investitionen in neue Flugzeuge zahlen sich aus – ökonomisch wie ökologisch“, Seite 27ff.). So ist der Airbus A380, das neue Flaggschiff der Lufthansa Flotte, um rund 30 Prozent leiser als vergleichbare Vorgängermodelle. Gleiches gilt für die Boeing 747-8, die

Lufthansa ab 2012 in den Dienst stellen wird. Sie ist ebenfalls rund 30 Prozent leiser als ihre derzeit noch aktive Vorgängerin, die B 747-400. „Nach ersten Schätzungen kann der Einsatz dieser beiden neuen Flugzeugmuster die Zahl der Hochbetroffenen im Frankfurter Fluglärmindex um zehn Prozent reduzieren“, hebt Saueressig hervor.

Im Rahmen der Flottenerneuerung hat der Lufthansa Konzern im Berichtsjahr unter anderem Flugzeuge der Typen Airbus A320 und A321 bestellt, wobei der Triebwerkshersteller CFM International die A320 mit seinem neuesten Triebwerk CFM56-5B ausstatten wird – was die Geräuschemissionen der Flugzeuge noch einmal reduziert. Der Listenpreis der Triebwerksbestellung beträgt rund 300 Millionen US-Dollar. Die Flugzeuge werden ab 2013 Stück für Stück in die Lufthansa Flotte eingegliedert.

Auch auf der Kurz- und Mittelstrecke sinkt mit jeder neuen Flugzeuggeneration der Lärmpegel, wie zum Beispiel die neue CSeries des kanadischen Herstellers Bombardier beweist. So ersetzt SWISS im Regionalflugverkehr ab dem Jahr 2014 20 Avro RJ100 durch 30 Flugzeuge der CSeries. Ein Flugzeug der CSeries ist im Schnitt 10 bis 15 Dezibel leiser als eine Avro RJ100, wodurch sich der Lärm für das menschliche Geräuschempfinden um etwa die Hälfte vermindert. Laut Herstellerangaben soll die CSeries den sogenannten Kapitel-4-Grenzwert der ICAO deutlich um 20 dB(A) unterschreiten.

Darüber hinaus setzt Lufthansa auf neue Flugzeuge vom Typ E-190 und E-195 des brasilianischen Flugzeugbauers Embraer, die ebenfalls mit einer geringen Lärmbelastung punkten. Und bereits seit 2006 verstärkt die hochmoderne CRJ900 von Bombardier die Regionalflotte des Konzerns. Außerhalb des Flughafens ist eine CRJ900 beim Start in der Regel nicht lauter als ein vorbeifahrender Pkw. Lufthansa hat im Jahr 2010 acht Embraer 195 und acht CRJ900 NextGen für den Einsatz bei Lufthansa Regional bestellt.

Aktiver Schallschutz am Frankfurter Flughafen

Das im Juni 2010 vorgestellte „Erste Maßnahmenpaket Aktiver Schallschutz“ des Forums Flughafen und Region (FFR) umfasst insgesamt sieben Vorhaben, durch die sich die Zahl der Hochbetroffenen im Nahbereich des Flughafens tagsüber um 16 Prozent und nachts sogar um 40 Prozent reduzieren lässt. Mit der Unterstützung von Lufthansa Piloten hat das Expertengremium des FFR, in dem Lufthansa maßgeblich mitgearbeitet hat, sämtliche Vorhaben auf Umsetzbarkeit und Lärmauswirkung geprüft. Die Maßnahmen im Einzelnen:

1. Einen wesentlichen Beitrag zur Lärmentlastung liefert der im nebenstehenden Artikel beschriebene Schalldämpfertausch der B 737-Flotte der Lufthansa. Dieses Projekt soll bis zur Inbetriebnahme der neuen Landebahn im Oktober 2011 am Frankfurter Flughafen abgeschlossen sein.
2. Auf bestimmten Abflugstrecken wird auf den ersten elf Kilometern eine Geschwindigkeitsbegrenzung beim Start eingeführt. Der Effekt: Die vorhandene Leistung der Turbinen wird in größerer Flughöhe umgesetzt, wodurch weniger Lärm am Boden ankommt.
3. Mithilfe einer besseren Nutzung der „Rückenwindkomponente“ werden die Zeiten verringert, in denen Flugzeuge aufgrund der Windverhältnisse die Siedlungsgebiete unmittelbar westlich des Flughafens besonders niedrig überfliegen.
4. Der sogenannte geknickte Anflug (Segmented Approach) sorgt in der Nacht dafür, dass Flugzeuge dicht besiedelte Gebiete südlich umfliegen.
5. In verkehrsarmen Nachtzeiten wird der Flugverkehr gezielt auf bestimmte Bahnen und Abflugrouten konzentriert. Ein regelmäßiger Wechsel der Bahnen bringt jeweils echte, kalkulierbare Lärmpausen.
6. Durch eine andere Steuerung der Deutschen Flugsicherung (DFS) soll die Quote der Anflüge im kontinuierlichen Sinkflug (Continuous Descent Approach – CDA) erhöht werden. Diese Anflüge benötigen weniger Triebwerksleistung und sind daher lärmarm und Treibstoff sparend.
7. Nach Inbetriebnahme der neuen Landebahn soll der Anflugwinkel dort bei bestimmten Wetterbedingungen von 3 auf 3,2 Grad angehoben werden, was insgesamt eine größere Überflughöhe im Anflug und somit eine Verringerung des Lärms bewirkt.

Im Januar 2011 hat der Probebetrieb für die im „Ersten Maßnahmenpaket Aktiver Schallschutz“ enthaltenen Lärm mindernden Flugverfahren begonnen. Unter anderem testet Lufthansa Cargo nachts den geknickten Anflug. Ziel des Testlaufs ist es, operationelle Erfahrung zu sammeln und durch Lärmmessungen die prognostizierte Entlastung im Praxisbetrieb zu überprüfen.

Die hessische Landesregierung hat das FFR im Jahr 2008 gegründet, in dem Luftverkehrswirtschaft, Kommunen, Landesregierung, Verbände und Interessengemeinschaften Fragen rund um Ausbau und Betrieb des Frankfurter Flughafens diskutieren. Wichtiger Bestandteil des FFR ist das „Expertengremium Aktiver Schallschutz“, in dem Verfahren zur Lärminderung entwickelt und geprüft werden.



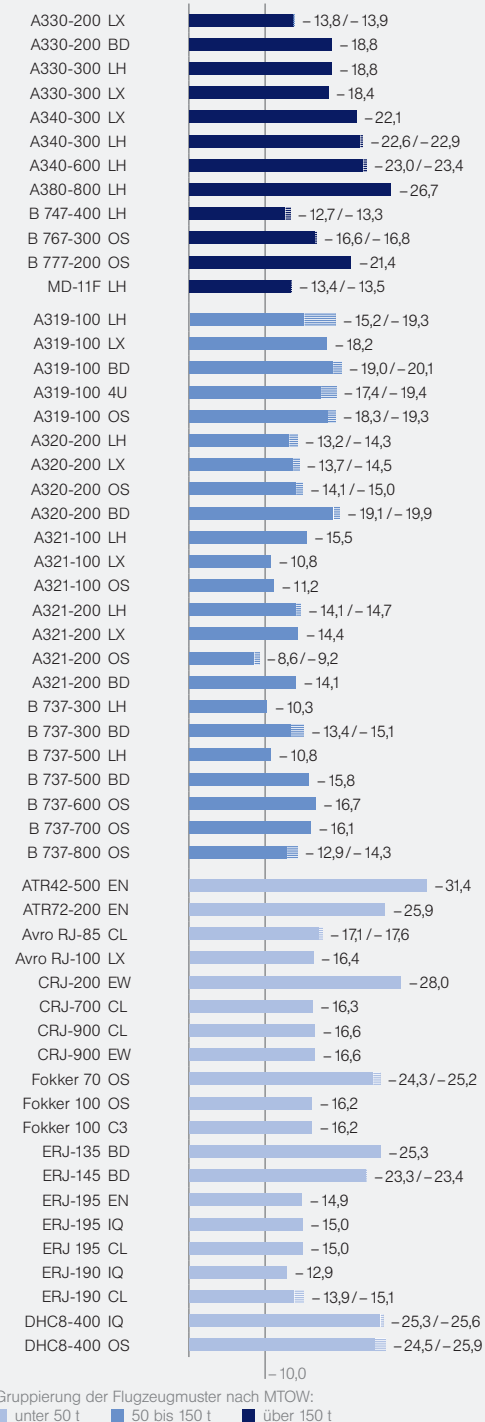
Unterschreitung des ICAO-Kapitel-3-Lärmgrenzwertes¹

In der Balkengrafik ist für jedes Flugzeug die Summe der Differenzen zwischen Messwert und Grenzwert an den drei Referenzpunkten (kumulierte Marge) dargestellt. Wo nötig, sind die Werte auf Basis des im Flugbetrieb genutzten reduzierten maximalen Startgewichts angegeben. Zur transparenteren Darstellung wurde schon für die vorangegangene Ausgabe von *Balance* eine verfeinerte Auswertemethodik entwickelt, in der erstmals die individuellen Lärmzeugnisdaten aller Konzern-Flugzeuge einfließen. Unterschiedliche Ausführungen des Flugzeugs und seiner Triebwerke je nach Baujahr werden so besser 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. Auch im Berichtsjahr 2010 wurden wieder zahlreiche Flugzeuge nach dem neuen anspruchsvolleren ICAO-Kapitel-4-Standard rezertifiziert. In den neuen Lärmzeugnissen werden auch zwischenzeitliche Veränderungen am Flugzeug oder Triebwerk berücksichtigt, die in einigen Fällen zu veränderten Lärmdaten und kumulierten Margen führen. Darüber hinaus führen zahlreiche Zugänge und Abgänge in einzelnen Flotten zu Veränderungen in den berichteten Wertebereichen.

4U = Germanwings
 BD = bmi
 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

Lufthansa Konzernflotte (aktive Flotte per 31.12.2010)
 Angaben in EPNdB



Forschungsprojekte

Klimaforschung per Linienflug

Die globale Klimaveränderung stellt eine der größten Herausforderungen für die Menschheit dar. Verlässliche Prognosen über die künftige Entwicklung des Klimas sind daher von fundamentaler Bedeutung. Lufthansa trägt maßgeblich dazu bei, den Zustand der Erdatmosphäre zu beobachten, und engagiert sich als weltweit einzige Fluggesellschaft seit fast zwei Jahrzehnten in der Klimaforschung.

So liefern zum Beispiel regelmäßige Messflüge die notwendige Datenbasis, um Klimamodelle zu validieren und stetig zu verbessern. Dieser Ansatz bildet die Grundlage, um die Auswirkungen des Luftverkehrs auf die Umwelt sachlich bewerten zu können und eine effektive Umweltvorsorge zu betreiben.

In der Klimaforschung arbeitet Lufthansa eng mit renommierten wissenschaftlichen Instituten aus Belgien, England, Frankreich, den Niederlanden, Schweden, der Schweiz und Deutschland zusammen. Zu den gemeinsamen Projekten zählen unter anderem MOZAIC, CARIBIC und IAGOS (weiterführende Informationen dazu gibt es im Internet unter www.lufthansa.com/verantwortung). Die Kooperationen zielen unter anderem darauf ab, Geräte zu entwickeln, die die tägliche und globale Messung von klimarelevanten Spurengasen ermöglichen. Entsprechende Daten und Luftproben erhebt Lufthansa auf eigens dafür umgerüsteten Flugzeugen, die im Liniendienst zum Einsatz kommen.

CARIBIC-Container im Sondereinsatz „Vulkanasche“

CARIBIC beispielsweise ist ein Projekt, das die Grundlagen der Erdatmosphäre erforscht. Der dafür eingesetzte Messcontainer gilt als der weltweit bestausgerüstete in der Klimaforschung. Das voll automatisierte Labor geht seit Dezember 2004 in

der Regel ein Mal pro Monat auf Forschungsreise – an Bord eines Lufthansa Airbus A340-600. Im Frühjahr 2010 jedoch hat der Ausbruch des isländischen Vulkans Eyjafjallajökull dem CARIBIC-Messcontainer einen Sondereinsatz beschert: Am 20. April sowie am 16. und 19. Mai fanden insgesamt drei Messflüge statt, um die Aschekonzentration der Vulkanwolke über Europa zu bestimmen. Die Zulassung dazu hatten Lufthansa und die beteiligten Forschungspartner innerhalb von zwei Tagen erhalten. „Dieses kurzfristige Engagement war nur möglich, weil der Airbus bereits für die Klimaforschung umgerüstet ist und Lufthansa seit Jahren Klimaforschung betreibt. Wir waren als einzige Fluggesellschaft in der Lage, eigene Messungen zur Ermittlung der Aschekonzentration vorzunehmen. Damit hat Lufthansa ein Mal mehr ihre Vorreiterrolle in der Klimaforschung bewiesen“, betont Dr. Andreas Waibel, Manager Umweltkonzepte Konzern bei Lufthansa.

Im Rahmen der drei Forschungsflüge haben die Messgeräte unter anderem Luftproben für genaue Analysen genommen, die Größe und Zahl der Aschepartikel ermittelt sowie allgemeine Daten zur Atmosphäre gesammelt. Während der Messflüge konnten nur relativ geringe Konzentrationen von Aschepartikeln bis zwei Mikrometer Durchmesser detektiert werden. Der Großteil der Messwerte lag zwischen 20 und 125 Mikrogramm pro Kubikmeter Luft. Zum Vergleich: Der EU-Grenzwert für EU-Feinstaub am Boden beträgt 50 Mikrogramm pro Kubikmeter Luft. Mit den Messungen konnten die Forscher nachweisen, dass sich die Wolke durch Vermischung mit anderen Luftmassen wie erwartet stark verdünnt hatte. Auch eine anschließende boroskopische Untersuchung der Triebwerke durch Lufthansa Technik ergab keinen Hinweis auf etwaige Schäden durch die Aschewolke.

Die beteiligten Forschungspartner haben ihre Ergebnisse den Modellierern von atmosphärischen Ausbreitungsmodellen zur Verfügung gestellt. Auf diese Weise tragen die im Frühjahr 2010 gewonnenen Erkenntnisse dazu bei, künftige Vorhersagen zur Entwicklung von Aschewolken infolge von Vulkanausbrüchen oder Waldbränden zu verbessern.



CARIBIC-Messcontainer bei der Verladung in die Lufthansa A340-600 „Leverkusen“



Corporate Citizenship



Weltweit verantwortungsvoll handeln

Als international tätiges Luftfahrtunternehmen, das zu Hause und in der Welt Verantwortung für gesellschaftliche Belange übernimmt, unterstützt der Konzern seit vielen Jahren ausgewählte Projekte in den Bereichen Soziales, Umwelt und Natur, Kultur und Bildung sowie Sport. Darüber hinaus engagieren sich zahlreiche Mitarbeiter ehrenamtlich in Projekten und Initiativen. Lufthansa schafft hierzu entsprechende Rahmenbedingungen und Empfehlungen für Corporate Volunteering.

Im Interesse größtmöglicher Transparenz und nachhaltiger Effekte legt Lufthansa hohe Qualitätsmaßstäbe an ihr soziales Engagement. Dreh- und Angelpunkt sämtlicher Aktivitäten bilden die Kernkompetenzen des Unternehmens: der Transport von Menschen und Gütern sowie die Bereitstellung von technischem und ökonomischem Know-how. Im Jahr 2010 kamen diese angesichts zahlreicher Naturkatastrophen vor allem der humanitären Soforthilfe zugute.

Soziales Engagement

Humanitäre Soforthilfe: Lufthansa zeigt Solidarität mit den Opfern von Naturkatastrophen

Als weltweit tätiges Luftfahrtunternehmen leistet Lufthansa seit vielen Jahren umfassende humanitäre Soforthilfe bei Naturkatastrophen. Diese trägt dazu bei, in Krisensituationen ebenso rasch wie effizient das Überleben von Menschen in Not zu sichern.

So stellte der Konzern auch im Jahr 2010 Transportkapazitäten zur Verfügung, um Hilfsgüter zur Bewältigung der Erdbebenkatastrophe nach Haiti zu bringen. „Lufthansa hat sofort mit dem Krisenstab der Bundesregierung Kontakt aufgenommen und Unterstützung angeboten“, sagt Wolfgang Mayrhuber, der den Lufthansa Konzern bis Dezember 2010 leitete.

Kostenloser Transport von 200 Tonnen Hilfsgütern

Bereits wenige Tage nach dem Unglück schickte Lufthansa Cargo im Auftrag des Technischen Hilfswerks ein Frachtflugzeug vom Typ MD-11F Richtung Haiti. An Bord befanden sich 80 Tonnen Hilfsgüter, vor allem Lebensmittel, Medikamente und technische Ausrüstung. Einen Monat später brachte die Frachtfluggesellschaft zum Selbstkostenpreis eine weitere MD-11F auf den Weg, um für die Metro Group 65 Tonnen Hilfsgüter in das Unglücksgebiet zu transportieren – darunter Zelte, Satellitentelefone, Dieselgeneratoren und Hygieneartikel. Rund 200 Tonnen Hilfsgüter beförderte Lufthansa Cargo im Rahmen der Haiti-Soforthilfe insgesamt. Zudem stellte die Lufthansa Tochtergesellschaft zahlreiche Mitarbeiter frei, die vor Ort die Teams des Technischen Hilfswerks unterstützten. Auch an Bord der Flug-

zeuge der Lufthansa Passage wurden Hilfsgüter auf dem schnellsten Weg nach Miami gebracht. Von dort transportierte das US-Militär die Waren über eine Luftbrücke weiter in die Hauptstadt Port-au-Prince.

Unternehmensleitung und Mitarbeiter ziehen an einem Strang

Unter dem Eindruck des Erdbebens rief der Vorstand wie schon nach dem Tsunami in Südostasien zu einer Spendenaktion auf. Hierbei stifteten die Mitarbeiter Arbeitsstunden und Geld im Wert von insgesamt 220.000 Euro, die Lufthansa auf 440.000 Euro verdoppelte.

Wiederaufbau von sechs „kleinen Schulen“

Die Gesamtsumme wurde auf ein Spendenkonto überwiesen, das die HelpAlliance eigens für Haiti eingerichtet hatte. Das Geld versetzt die Mitarbeiterorganisation in die Lage, vor Ort projektbezogene, langfristige Wiederaufbauhilfe zu leisten – insbesondere mit Blick auf zerstörte Bildungseinrichtungen. Ein Beispiel dafür ist die Kooperation der HelpAlliance mit der Nachbarschaftsinitiative „kleine Schulen“, die die Salesianer Don Boscos in den 1950er-Jahren ins Leben gerufen haben. Ziel ist es, bis Sommer 2011 sechs dieser kleinen Schulen wiederaufzubauen und zugleich die Finanzierung von Lehrergehältern, Schulbüchern, Stiften, Heften und Schulessen sicherzustellen. Ebenfalls im Schulterschluss mit dem katholischen Orden ermöglichte die HelpAlliance die Finanzierung von 300 „schools in a bag“.

Flutkatastrophe in Pakistan

Akute Nothilfe leistete Lufthansa gleichsam nach den sintflutartigen Überschwemmungen in Pakistan, die im August 2010 weite Teile des Landes unter Wasser gesetzt hatten. Angesichts dieser neuerlichen Naturkatastrophe war die Hilfsbereitschaft der Lufthanseseiten enorm: Die Spendengelder summierten sich rasch auf rund 100.000 Euro, die die Unternehmensleitung abermals verdoppelte und an das Pakistan-Spendenkonto der HelpAlliance weiterleitete. Darüber hinaus steuerte die HelpAlliance als Sofortmaßnahme einen



Schnell und unbürokratisch: Lufthansa Cargo transportierte auf drei Sonderflügen insgesamt rund 200 Tonnen Hilfsgüter im Rahmen der Haiti-Soforthilfe.



Sockelbetrag in Höhe von 10.000 Euro bei. Da es vor allem an sauberem Trinkwasser mangelte, ermöglichte die Mitarbeiterorganisation den Kauf von 600.000 Wasserreinigungstabletten, die ein Sonderflug von Lufthansa Cargo nach Islamabad transportierte. „Damit konnten sechs Millionen Liter Trinkwasser aufbereitet werden“, berichtet Rita Diop, Erste Vorsitzende der HelpAlliance.

Um sicherzustellen, dass die Wasserreinigungstabletten auch wirklich bei den Menschen ankommen, hat ein Generalagent von Lufthansa Cargo die Lieferung in Empfang genommen, persönlich weitergeleitet und in den Notlagern verteilt. „Jeder gespendete Cent der Lufthansa kam somit auch zu hundert Prozent in Pakistan an“, sagt Carsten Hernig, Regional Director South Asia and Middle East bei Lufthansa Cargo. An Bord des Lufthansa Cargo-Frachters befanden sich zusätzlich 50 Tonnen Hilfsgüter wie etwa medizinische Ausrüstung für den United Nations Population Fund. Darüber hinaus beförderte das Logistikunternehmen im Auftrag der UNICEF mit einem weiteren Sonderflug unentgeltlich 23 Tonnen einer Zucker-Salz-Mischung nach Karachi, mit denen an Durchfall erkrankte Kinder gezielt behandelt werden konnten. Angesichts der kritischen Lage arbeitete die HelpAlliance eng mit dem Deutschen Generalkonsulat in Karachi zusammen, um beispielsweise ein Flüchtlingscamp im Süden des Landes mit 200 Zelten zu versorgen.

Dank der guten Verbindungen von Lufthansa Cargo in Pakistan sind zwischenzeitlich auch langfristige Hilfsmaßnahmen angelaufen. Diese konzentrieren sich unter anderem darauf, rund 500 Familien in 15 Dörfern eine neue Lebensgrundlage zu schaffen, damit sie ihre Existenz künftig wieder aus eigener Kraft sichern können.

Hurrikan in El Salvador

Auf ein Zeichen der Hoffnung waren auch die Opfer des Hurrikans Ida angewiesen, der im November 2009 in El Salvador eine Spur der Verwüstung hinterließ. Mit dem Ziel, einige der völlig zerstörten Häuser in dem mittelamerikanischen Land wiederaufzubauen, sammelten Mitarbeiter von Lufthansa Systems und die HelpAlliance 2010 gemeinsam mehr als 16.000 Euro für die Opfer des Tropensturms. Das Geld kam der Hilfsorganisation „Un Techo para mi País“ (UTPMP – „Ein Dach für mein Land“) zugute, die damit in der Region La Paz (Bolivien) 15 neue Häuser errichten konnte – mit tatkräftiger Unterstützung von Mitarbeitern des IT-Dienstleisters, die Bretter festgenagelt, Türen und Fenster angepasst und eingebaut



Carsten Hernig, Regional Director South Asia and Middle East bei Lufthansa Cargo, koordiniert das Hilfsprojekt der HelpAlliance in Pakistan.

haben: „Die Familien waren sehr glücklich, endlich wieder ein eigenes, festes Dach über dem Kopf zu haben“, erinnert sich Franz Simon, Service-Manager bei Lufthansa Systems TACA.

Erdbeben, Tsunami und Reaktorkatastrophe in Japan

Am 23. März 2011 hat Lufthansa Cargo in Zusammenarbeit mit der EU-Kommission einen kostenlosen Sonderflug nach Tokio durchgeführt, um schnelle Unterstützung für die von dem schweren Erdbeben betroffene japanische Bevölkerung zu leisten. An Bord der Frachtmaschine vom Typ MD-11F befanden sich vor allem Decken, die im Norden Japans, der vom kalten Winterwetter betroffen war, dringend benötigt wurden. Die Hilfsgüter wurden von den Regierungen aus Dänemark, den Niederlanden sowie Litauen gespendet. „Es ist für Lufthansa Cargo selbstverständlich, bei einer solchen humanitären Katastrophe schnelle und unbürokratische Hilfe zu leisten“, so Karl Ulrich Garnadt, Vorstandsvorsitzender der Lufthansa Cargo AG.

Auch die Mitarbeiter-Hilfsorganisation HelpAlliance zeigte sich solidarisch mit den Menschen in Japan und rief alle Konzernmitarbeiter – wie schon bei dem Erdbeben in Haiti und der Flutkatastrophe in Pakistan – zu Spenden auf. Nach Abschluss der Spendenaktion wird über den Einsatz der Gelder entschieden.

HelpAlliance: Hand in Hand für Bildung, Ernährung und Gesundheit



Die „HelpAlliance e.V. – Mitarbeiter engagieren sich“ ist eine gewachsene humanitäre Organisation, die seit mehr als zehn Jahren Hilfe zur Selbsthilfe leistet. Weltweit setzt sich der politisch und weltanschaulich unabhängige Verein, den Lufthansa-Mitarbeiter im Jahr 1999 gegründet haben, für soziale Hilfsprojekte – vor allem in Afrika, Asien und Lateinamerika – ein.

Im Fokus stehen vornehmlich Existenzgründungen, Ausbildungseinrichtungen, Waisenhäuser, Straßenkinderprojekte und Buschkrankenhäuser, die die Mitarbeiter persönlich und ehrenamtlich in ihrer Freizeit oder in ihrem Urlaub vor Ort betreuen. Lufthansa unterstützt das Engagement der HelpAlliance seit ihrer Gründung nach Kräften: durch Voll- und Teilzeitfreistellungen, durch Überlassung von Büroräumen am Frankfurter Flughafen samt der hierfür erforderlichen IT- und Telekommunikations-Infrastruktur. Darüber hinaus leistet der Konzern logistische und kommunikative Unterstützung.

Die Palette der von der HelpAlliance geförderten Projekte ist vielfältig: Sie gliedert sich in langfristige, kurzfristige ereignisbezogene Projekte sowie Aktivitäten im Rahmen der Katastrophenhilfe wie nach dem Tsunami in Südostasien, dem Erdbeben auf Haiti oder den Überschwemmungen in Pakistan. Die Zahl der Projekte, die die Gemeinschaftsinitiative seit ihrer Gründung angeschoben, koordiniert und unterstützt hat, summierte sich Ende 2010 auf rund 70 mit einem Gesamtvolumen von knapp 5,5 Millionen Euro. Möglich machten diese Erfolge 13 ordentliche Mitglieder, 1.514 Fördermitglieder und ein weltweites Netzwerk von freiwilligen Helfern innerhalb und außerhalb des Lufthanzkonzerns.

Grundstein für ein besseres Leben

Armut, Gewalt und fehlende Bildungschancen sind Alltag in weiten Teilen Afrikas. Um ein nachhal-

tiges Zeichen der Hoffnung zu setzen, engagiert sich die HelpAlliance seit ihrem ersten Tag in diesem Teil der Welt. Ende 2010 belief sich die Zahl der in Afrika unterstützten Projekte auf 19 – mehr als auf allen anderen Erdteilen. Die Hilfe währt dabei teilweise schon mehr als zehn Jahre. Auf rund 404.000 Euro beziffert die HelpAlliance die Gesamtfördersumme für Projekte in Afrika im Jahr 2010. Geld, das gut angelegt ist: „Die vielen kleinen und großen Erfolge zeigen, dass es sich lohnt, die Menschen in Afrika nicht aufzugeben“, bekräftigt Rita Diop, Erste Vorsitzende der HelpAlliance.

Ein Beispiel dafür ist das Langzeitprojekt Abèni in Djougou im Norden Benins, das jungen Mädchen zwischen neun und 18 Jahren eine schulische Ausbildung ermöglicht. Die HelpAlliance finanziert nicht nur Schulgeld, Lernmaterial und Nachhilfelehrer, sondern auch regelmäßige Mahlzeiten, Arztbesuche und Impfungen. Inzwischen hat die erste Schulabgängerin ein Universitätsstipendium erhalten. Im Unterschied dazu hat sich der Freundeskreis Ostafrikahilfe in erster Linie der Sanierung beziehungsweise dem Neubau von Kliniken in und um Mombasa verschrieben. Wesentliches Element dieses langfristigen HelpAlliance-Projekts ist die Akutversorgung unter- und fehlernährter Kinder in der „Malnutrition“-Station (engl. für Mangelernährung). Da lebensbedrohliche Ernährungsstörungen nicht allein der Nahrungsmittelknappheit, sondern oft auch dem Unwissen der Mütter geschuldet sind, spielen Aufklärung und die Vermittlung von Grundlagen der Kinderernährung eine bedeutende Rolle im Konzept dieses Hilfsprojekts. Dabei geht es vor allem um alltagstaugliche Tipps, die es den jungen Frauen ermöglichen sollen, die verfügbaren Lebensmittel so zu kombinieren, dass ihre Kinder mit allen lebensnotwendigen Nährstoffen und Vitaminen versorgt sind.

Bildungsrückstand aufholen

Ob Kinder in Entwicklungsländern eine Zukunft haben, hängt ganz wesentlich davon ab, ob sie Zugang zu Bildung erhalten. Dies zu verwirklichen ist Ziel des iThemba-Vorschulprojekts im Township Capricorn in der südafrikanischen Metropole Kapstadt. Dank zahlreicher Spenden von Passagieren und Lufthansa-Mitarbeitern



„Ich bin immer wieder fasziniert, mit welcher Hingabe sich die Lufthansa-Mitarbeiter für das gemeinsame Ziel einsetzen, die Zukunft anderer ein Stück besser zu machen. Diesen Anspruch der HelpAlliance fand ich bei meinem Besuch im Prana-Projekt in Indien eindrucksvoll bestätigt. Deshalb engagiere auch ich mich sehr gerne.“

Bettina Lauer
Schirmherrin der HelpAlliance





Kasten übergreifender Näh- und Schneiderinnen-Kurs im Rahmen des „Prana-Projekts“, einem weiteren von der HelpAlliance geförderten Projekt, in Pondicherry/Südindien.

sowie des großen Engagements der Beschäftigten von Lufthansa Global Tele Sales Kapstadt können 75 Kinder im Alter von bis zu sechs Jahren seit Januar 2010 dieses Angebot wahrnehmen. Der Vorschulkomplex besteht aus mehreren Klassenzimmern, einem Spielplatz und Verwaltungsgebäuden. Da eine ausreichende und gesunde Ernährung Voraussetzung dafür ist, dass Kinder lernen können, erhalten sie jeden Tag drei Mahlzeiten. „Untersuchungen zeigen, dass Kinder in den Townships zwei bis drei Jahre hinter dem Bildungsniveau anderer Mädchen und Jungen hinterherhinken“, erzählt Rita Diop. „Diese Lücke wollen wir mit gut geschulten Lehrern und englischsprachigem Unterricht schließen.“

Zukunftsperspektiven für Kinder in Indien

Nicht nur in Afrika, auch in Indien herrschen vielerorts bittere Armut und soziales Elend. Leidtragende sind ein Mal mehr die Kinder, denn häufig fehlen ihren Eltern die Mittel, um sie angemessen mit dem Nötigsten zu versorgen. In dieser Situation gleichen die Internate (Boardings) des Patenschaftskreises Indien e.V. – seit 2004 ebenfalls ein langfristiges HelpAlliance-Projekt – einem Silberstreif am Horizont. Zumeist leben die Kinder ganzjährig in einem der 20 Boardings, wo sie Kleidung, Schulbildung, regelmäßige Mahlzeiten und medizinische Versorgung erhalten. Außerdem trägt der Verein die Kosten für die Gehälter der Lehrer sowie für kleine Apotheken, die alle wichtigen Medikamente vorhalten, damit die von ärztlicher Versorgung normalerweise ausgeschlossenen Dorfbewohner angemessen behandelt werden können. Damit die rund 3.000 Kinder ihr späteres Leben aus eigener Kraft bewerkstelligen können, erlernen sie in einigen Internaten zusätzlich die Grundlagen von Ackerbau und Viehzucht. Darüber hinaus betreut der Patenschaftskreis Indien Kin-

der aller Altersklassen, die von ihren Eltern in Züge gesetzt werden in der Hoffnung, dass sie jemand findet und sich fortan um sie kümmert. Diese kommen häufig in speziellen Kinderhäusern unter, deren fachlich geschultes Personal sie mit Kleidung, Nahrung und Bildung versorgt und ihnen zudem Zuneigung schenkt. Die für den Betrieb der Einrichtungen notwendigen Gelder generiert der Verein auf Basis von Patenschaften: Schon 15 Euro reichen aus, um ein Kind einen Monat lang mit allem zu versorgen, was es täglich braucht.

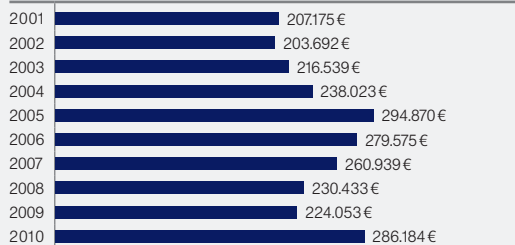
www.help-alliance.com

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

Mit dem On-Board-Collection-Programm „Kleines Geld für große Hilfe“ können Passagiere, die von Langstreckenflügen zurückkehren, Münzen und Scheine in ausländischer Währung einem guten Zweck zuführen. Speziell hierfür befinden sich seit Mai 2001 an Bord kleine verschließbare Tüten in der Sitztasche, die das fliegende Personal einsammelt und der HelpAlliance übergibt. Dasselbe Ziel verfolgen Spendensäulen in den Mitarbeiterbereichen, den öffentlichen Bereichen der Drehkreuze Frankfurt und München, den Lufthansa Lounges an deutschen Flughäfen und ausgewählten Lounges im Ausland.

On-Board-Collection-Programm

Entwicklung des Spendenaufkommens¹



Start der Beteiligung von Condor: Oktober 2003

¹ Da die finalen Zahlen bei Redaktionsschluss noch nicht vorlagen, sind alle in diesem Beitrag für das Jahr 2010 genannten Zahlen vorläufig.

Cargo Human Care: Hilfe für Kinder und Kranke



Lufthansa Cargo hat gegenwärtig 10.606 Container und 16.739 Paletten im Umlauf. Im Jahr 2010 befand sich darunter zwei Monate lang ein ganz besonderes Exemplar: der LD-3 Lightweight Container AKE63603LH, bedruckt mit Bildern aus der Cargo-Welt und Statements von mehr als 300 Führungskräften des Logistikspezialisten.

Die Vorbereitungen für die Weltreise des Containers traf Lufthansa Cargo im Rahmen einer internationalen Führungskräftekonferenz Ende September. Anschließend flog er im Wochentakt jeweils eine andere Lufthansa Cargo-Station an. Für jede geflogene Strecke spendete der Logistikspezialist 100 Euro zugunsten des humanitären Hilfsprojekts Cargo Human Care (CHC). Schließlich erreichte der Container im Januar 2011 sein eigentliches Ziel, das von CHC unterstützte Mothers' Mercy Home in Kianjogu nördlich der kenianischen Hauptstadt Nairobi. Im Inneren des Lademittels befanden sich zahlreiche Geschenke. Verbunden mit dieser Aktion war auch eine Spendenübergabe in Höhe von 2.200 Euro an CHC.

Kostenlose medizinische Hilfe

Cargo Human Care e.V. ist ein gemeinnütziger Verein, den Mitarbeiter von Lufthansa Cargo gemeinsam mit deutschen Ärzten im Jahr 2004 gegründet haben. Die Initiative geht auf Fokko Doyen zurück, Flottenchef MD-11F bei Lufthansa Cargo und erster Vorsitzender der Hilfsorganisation mit aktuell 640 Mitgliedern. Er hatte das Mothers' Mercy Home während eines Umlaufs zufällig entdeckt. Ein anderes Schwerpunktprojekt von CHC ist die medizinische Arbeit im eigenen Medical Centre direkt neben dem Waisenheim. Darüber hinaus unterstützt CHC das Medical Centre im SOS-Kinderdorf in Buru Buru. Seit seiner Gründung kann der Verein auf die Hilfe

der Unternehmensleitung von Lufthansa Cargo zählen. Zum einen in Form von kostenlosen Frachtkapazitäten an Bord der MD-11-Frachtflugzeuge, zum anderen in Gestalt von Flugtickets für die deutschen Ärzte, die drei Mal im Monat nach Afrika fliegen, um dort jeweils drei Tage lang ehrenamtlich vor Ort medizinische Hilfe zu leisten.

Erweiterungsbau des Medical Centers eingeweiht

Im Januar 2011 hat der neu errichtete Erweiterungsbau des Medical Centers im MMH seinen Betrieb aufgenommen. Grund war die stetig steigende Zahl der Patienten. Um jeden, der kommt, behandeln und alle medizinischen Geräte wie Zahnarztstuhl oder Ultraschallgerät auch nutzen zu können, bedurfte es dringend größerer Räumlichkeiten und mehrerer Behandlungszimmer. Durch den Anbau verfügt heute nicht nur die Apotheke über mehr Platz, sondern auch das Personal über einen eigenen Aufenthaltsraum.

Bibliothek für kleine und große Leser

Einen weiteren Erfolg markierte die Eröffnung der Bibliothek im Mothers' Mercy Home am 15. Januar 2011. Von den dort lebenden Kindern sehnsüchtig erwartet, versteht sich die Büchersammlung als zusätzliches, den Schulunterricht ergänzendes Bildungsangebot. Während die Kleinen vor allem Kurzgeschichten und Bilderbücher vorfinden, können die Großen aus einem umfangreichen Fundus an Romanen, Wissens- und Lehrbüchern wählen.

15 weitere Kinder finden ein Zuhause

Seit März 2010 bietet das Mothers' Mercy Home außerdem 15 weiteren Waisenkindern ein Zuhause. Um den Neankömmlingen die Eingewöhnung zu erleichtern, wurde den Jungen und Mädchen jeweils eines der älteren Kinder als Pate zur Seite gestellt. Drei hoch motivierte neue Betreuerinnen, die das MMH zeitgleich eingestellt hat, sorgen für eine angemessene Versorgung der neuen Bewohner.

Mit Begeisterung haben die derzeit 99 Kinder des MMH im August 2010 am Sommercamp teilgenommen, das reichlich Gelegenheit zum Basteln und Handwerken bot.

www.cargohumancare.de



Die Kinder des Mothers' Mercy Home freuen sich mit MD-11F Flottenchef Fokko Doyen über die zahlreichen Geschenke, die ihnen im Rahmen der Cargospirittour übergeben werden konnten.



Corporate Volunteering

Reden ist Silber, Handeln ist Gold – Corporate Volunteering bei Lufthansa

Corporate Volunteering, das freiwillige bürgerschaftliche Engagement von Mitarbeitern, ist ein Element im Corporate-Citizenship-Konzept von Lufthansa. Der Konzern fördert den ehrenamtlichen Einsatz seiner Beschäftigten durch ein vielfältiges Angebot, sich in der Freizeit projektbezogen oder dauerhaft einzubringen.

Hierzu zählen nicht nur bereits bestehende Initiativen wie die HelpAlliance, business@school oder Teach First Deutschland, sondern auch zahlreiche soziale Projekte, die Organisationen und Vereine in der Nähe der deutschen Lufthansa Standorte ins Leben gerufen haben. Um Lufthanseseuten den Einstieg zu erleichtern, ist als Orientierungshilfe im Intranet eine Liste von Organisationen hinterlegt, die für jede helfende Hand dankbar sind. Sämtlichen Projekten ist gemein, dass sie einen konkreten gesellschaftlichen Nutzen stiften und zugleich die individuellen Kompetenzen und Erfahrungen der Mitarbeiter erweitern.

JOBLINGE fördert Ausbildungsreife

Ein Beispiel dafür ist die Initiative JOBLINGE der Unternehmensberatung Boston Consulting Group (BCG). Diese hat sich zum Ziel gesetzt, die Ausbildungsfähigkeit von gering qualifizierten arbeitslosen Jugendlichen zwischen 15 und 25 Jahren zu verbessern und sie binnen eines halben Jahres fit für die Herausforderungen einer Arbeits- oder Lehrstelle zu machen. Ausgewählte Mentoren aus Partnerunternehmen – darunter auch Lufthansa – stehen den Jugendlichen dabei zur Seite.

www.joblinge.de

Schulprojekt JUSTAment

Im Schulprojekt JUSTAment engagieren sich Lufthanseseuten, die aus dem aktiven Berufsleben ausgeschieden sind oder demnächst in den Ruhestand gehen. Dort haben sie die Möglichkeit, ihr Fach- und Erfahrungswissen als „Seniorpartner“ ehrenamtlich an Jugendliche weiterzugeben. Der Verein für Internationale Jugendarbeit Frankfurt am Main e.V. hat das Mentoring-Projekt gemeinsam mit der Stadt Oberursel am Taunus entwickelt. Ziel ist es, die Chancen von Haupt- und Realschülern auf dem Arbeitsmarkt zu verbessern.

<http://frankfurt.vij.de>

Mentorenprogramm Big Brothers Big Sisters

Auf tatkräftige Unterstützung durch Lufthanseseuten kann auch die gemeinnützige Organisation Big Brothers Big Sisters Deutschland (BBBSD) bauen. Sie stellt Kindern und Jugendlichen zwischen sechs und 16 Jahren ein Jahr lang ehrenamtliche Mentoren zur Seite, die als Rollenvorbilder und Vertrauenspersonen fungieren. Unterstützt wird die gemeinnützige, unabhängige Einrichtung von der Benckiser Stiftung für Jugendförderung und verschiedenen Unternehmen.

www.bbbsd.org



business@school – Praxisnahe Wissensvermittlung

Seit dem Jahr 2002 unterstützt Lufthansa die von der Unternehmensberatung Boston Consulting Group gegründete Bildungsinitiative business@school, an der jährlich mehr als 70 Schulen mit gymnasialer Oberstufe teilnehmen. Ziel der Initiative ist es, Schülern der Klassen 10 bis 13 praxisnah Wirtschaftsthemen näherzubringen und sie zu ermutigen, eigene Geschäftsideen zu entwickeln. Im Jahr 2010 haben sich mehr als 50 Lufthansa Mitarbeiter ehrenamtlich engagiert, so auch Andrea Pernkopf, Leiterin Produktentwicklung Privatreise bei Lufthansa. „Es ist beeindruckend zu sehen, mit wie viel Engagement und Einsatzfreude die Schüler innerhalb eines Schuljahres Wirtschaftswissen erlangt haben und mit wie viel Kreativität ein neues Geschäftsmodell inklusive Businessplan entwickelt wurde“, schildert die business@school-Patin ihre Eindrücke.

Schüler der Internatsschule Hansenberg mit business@school-Patin Andrea Pernkopf (Bildmitte)

Umweltförderung

Wissen vermitteln: Wanderausstellung „World Champions of Nature“



Das Jahr 2010 stand einerseits im Zeichen der Artenvielfalt, zum anderen im Zeichen zahlreicher internationaler Sportereignisse. Auch in der Tierwelt werden tagtäglich Höchstleistungen erbracht.

„World Champions of Nature“ ist daher der Titel der Wanderausstellung, die Lufthansa gemeinsam mit der Umweltstiftung NatureLife-International entwickelt hat. Sie präsentiert außergewöhnliche physische Fähigkeiten und Phänomene in der Tierwelt und versteht sich als konkreter Beitrag, um das Wissen der Menschen über die Natur zu vertiefen und sie zugleich für den Artenschutz zu sensibilisieren.



Filmpräsentation im Rahmen der Ausstellung „World Champions of Nature“

Premiere feierte die Wanderausstellung am 10. August 2010 im Staatlichen Museum für Naturkunde Stuttgart, Schloss Rosenstein, anschließend gastierte sie im Deutschen Jagd- und Fischereimuseum München. Vom 29. Juni bis 15. Juli 2011 wird sie in Aachen sowie vom 29. November bis 16. Dezember 2011 in Pforzheim zu sehen sein. Außerdem sind weitere Stationen in Frankfurt, Berlin, Hamburg und anderen deutschen Großstädten geplant. Zusätzliche Informationen finden sich auf www.naturelife-international.org

Rainforestation Farming schafft artenreiche Sekundärwälder

Seit 2007 unterstützt die Lufthansa Umweltförderung das Projekt Rainforestation Farming im Westen Chinas im Grenzbereich zu Laos und Myanmar. Ziel ist es, ein nachhaltiges Landnutzungssystem zu etablieren, um die Folgen jahrelanger Übernutzung abzumildern. Die Umwelt-

stiftung NatureLife-International engagiert sich in dieser Region vor allem für das TianZi Biodiversity Research and Development Center in den Bulang Bergen. In den vergangenen vier Jahren wurde damit begonnen, ein etwa sechs Quadratkilometer großes Areal zu renaturieren. Das Modellprojekt zeigt, dass es möglich ist, vorhandene Restwälder durch Wiederaufforstung in artenreiche Sekundärwälder zu verwandeln. Neben dem Beitrag zum Natur-, Arten- und Klimaschutz schafft es Arbeitsplätze, die der ländlichen Bevölkerung eine wirtschaftliche Perspektive bieten.



Die Projektpartner bei einem Informationsbesuch auf der Insel Leyte

Die Methode des Rainforestation Farming wurde auf der philippinischen Insel Leyte von der Visayas State University, der Universität Hohenheim und der Stiftung NatureLife-International entwickelt. Das dortige Modellprojekt hat sich mittlerweile durchgesetzt: Zahlreiche Farmer und Kommunen wenden es auf der Insel Leyte bereits mit Erfolg an.



Kranichschutz

Patenschaften im Zoo Frankfurt

Zum ersten Mal seit 1962 schlüpfte im Mai 2010 wieder ein Jungfernkranichküken aus einem Ei im Frankfurter Zoo. Für den neugeborenen Nachwuchs und das Elternpaar übernahm Lufthansa eine mehrjährige Patenschaft. Bereits seit Längerem unterhält das Unternehmen eine Patenschaft für ein Mandschurenkranichpaar im Frankfurter Zoologischen Garten.

www.zgf.de

Lufthansa unterstützt Wiederansiedlung von Graukranichen in England

Seit dem 17. Jahrhundert gilt der Graue Kranich in Großbritannien als ausgestorben. Seit einiger Zeit versuchen der Wildfowl and Wetlands Trust (WWT) und die Royal Society for the Protection of Birds (RSPB), den Kranich wieder als Brutvogel anzusiedeln. Mit Unterstützung von Lufthansa wurden 2010 erste Eier von Brutpaaren aus dem Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin in Brandenburg in speziellen, luftverkehrserprobten Brutbehältern nach Großbritannien geflogen. Fünf Jahre lang sollen jeweils 30 Kranicheier ihren Weg auf die Britische Insel finden. Brut und Aufzucht der Jungvögel finden im Slimbridge Wetland Centre in Gloucestershire statt, wo man bereits über Erfahrungen mit der Aufzucht von Kranichküken verfügt.

7. Europäische Kranichtagung

Auf Einladung der Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland und mit maßgeblicher Unterstützung von Lufthansa trafen sich vom 14. bis 17. Oktober 2010 rund 130 Wissenschaftler und engagierte Kranichschützer aus über 20 Ländern zur 7. Europäischen Kranichtagung in Stralsund. Das Programm beinhaltete Vorträge und Diskussionen unter anderem zum Stand der Kranichforschung, zum Brut- und Rastverhalten und zu den Einflüssen des Klimawandels auf das Zugverhalten insbesondere des Eurasischen beziehungsweise Grauen Kranichs. In zwei Resolutionen forderten die Teilnehmer die entsprechenden Staaten und Regierungen auf, zusätzliche Maßnahmen zum Schutz der gefährdeten Kranichpopulationen zu ergreifen. Insbesondere forderten sie, die illegale Jagd auf Kraniche im Bereich des Adriatic-Flyways zu unterbinden und Schutzgebiete entlang den dortigen Zugrouten auszuweisen und zu garantieren. Ebenso appellierten die Experten an Armenien, Georgien, die Türkei und den Iran, die dortigen Zugrouten sowie

Brut- und Rastplätze des Eurasischen Kranichs zu schützen und grenzüberschreitende Schutzgebiete einzurichten.

Neues Kranichmobil für Groß Mohrdorf

Das Kranichinformationszentrum in Groß Mohrdorf, Mecklenburg-Vorpommern, erhielt im September 2010 ein neues Fahrzeug. Im Rahmen ihrer Umweltförderung übergab Lufthansa der dortigen Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland einen Kleinbus mit attraktiver Bemalung. Das Kranichmobil dient Rangern und Mitarbeitern für ihre Fahrten zu den in der Rügen-Bock-Region gelegenen Rast- und Brutgebieten der beeindruckenden Großvögel und ist zugleich Werbeträger für das Informationszentrum, das jährlich von mehr als 15.000 Kranich-Interessenten besucht wird.

www.kraniche.de



Über die Arbeitsgemeinschaft Kranichschutz Deutschland hinaus fördert 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



EuroNatur und Lufthansa: Einsatz für sichere Zugrouten

EURONATUR

Rund 300 Profi- und Hobbyfotografen aus 22 Ländern haben sich 2010 an der 17. Auflage des EuroNatur-Fotowettbewerbs „Naturschätze Europas“ beteiligt. Die gemeinnützige Stiftung EuroNatur richtet die Veranstaltung seit vielen Jahren gemeinsam mit Lufthansa, der Zeitschrift natur+kosmos und dem Naturfilmfestival „Natur-Vision“ aus. Knapp 1.400 Aufnahmen von Flora, Fauna und Landschaften in Europa hatten die Bewerber eingereicht. Die zwölf schönsten Bilder fanden Eingang in den EuroNatur-Kalender 2011 und wurden prämiert. Mit dem Verkauf des Kalenders finanziert EuroNatur einen Teil ihrer Naturschutzprojekte.

Dazu zählt unter anderem die langjährige Kampagne „Tatort Adria – Vogeljagd auf dem Balkan“, die Lufthansa kommunikativ und logistisch begleitet. Auf der Adria-Zugroute, die von Mittel-, Nord- und Osteuropa beziehungsweise Sibirien in Richtung Afrika führt, fliegen jährlich ca. zwei

Millionen Zugvögel in den sicheren Tod. Schuld daran sind Vogeljäger entlang dem Küstenstreifen zwischen Slowenien und Albanien, die die Bestände bedrohen. Unter den Opfern sind weltweit bedrohte Greifvogelarten und Arten wie Feldlerche und Wachtel, aber auch Kraniche. In Albanien, Kroatien und Montenegro konzentrieren sich die Jäger insbesondere auf die Küstenbereiche, denn genau hier liegen die wenigen intakten Rastplätze der Zugvögel. Nach einem kräftezehrenden Flug über das Mittelmeer kommen die Tiere völlig erschöpft an der Küste an, wo sie bereits von den Jägern erwartet werden.

EuroNatur setzt sich seit ihrer Gründung im Jahr 1987 intensiv dafür ein, den Adriatic Flyway für die Zugvögel sicherer zu machen. Die beschriebene Kampagne will die Öffentlichkeit mit umfangreichen Informationen auf dieses brisante Thema aufmerksam machen.

www.euronatur.org

Forschungspreis zum Schutz wandernder Tierarten



Lufthansa stiftet seit dem Jahr 2004 einen internationalen Dissertationspreis, der die Bemühungen der „Konvention über wandernde, wildlebende Tierarten (CMS, Convention on the Conservation of Migratory Species of Wild Animals)“ unterstützt. Der mit 10.000 Euro ausgestattete Forschungspreis wird im November 2011 bereits zum dritten Mal verliehen; die Ausschreibungsfrist endete am 15. April 2011. Seit mehr als 30 Jahren setzen sich die Vertragsstaaten des Übereinkommens dafür ein, die Lebensgrundlagen

der weltweit schätzungsweise acht- bis zehntausend wandernden Tierarten zu schützen. Der Forschungswettbewerb „UNEP/CMS Thesis Award on Migratory Species Conservation“ richtet sich an Nachwuchswissenschaftler weltweit, die mit ihrer Dissertation neue Erkenntnisse zur Biologie und Ökologie wandernder Tierarten liefern und darüber hinaus konkrete Schutzmaßnahmen aufzeigen – zum Beispiel für Kraniche, Wale, Fledermäuse oder Elefanten.

www.cms.int



Ein Baum für jeden Passagier: Lufthansa engagiert sich für das „Million Tree Project“

Für jeden Passagier, der im September 2010 am Jungfernflug des neuen Lufthansa Airbus A380 „Peking“ von Peking nach Frankfurt teilnahm, wurde in der zur Inneren Mongolei gehörenden chinesischen Provinz Kulun Qi ein Baum gepflanzt. Das Luftfahrtunternehmen unterstützt damit das „Million Tree Project“ der Shanghai Roots & Shoots-Stiftung, die bis 2015 eine Million Bäume pflanzen will. Ziel ist unter anderem, das Vordringen der Wüste in bisher von Menschen genutzte Gebiete zu begrenzen und die Emissionen in China zu reduzieren. Zur Erinnerung erhielt jeder Passagier ein Pflanzertifikat.

www.jgi-shanghai.org



Artenschutz im Urlaub – Lufthansa Bordfilm weist den Weg

Viele Tier- und Pflanzenarten und ihre genetischen Ressourcen sowie ganze Ökosysteme sind heute bedroht. Um ein Schlaglicht auf den Rückgang der Artenvielfalt zu werfen, informiert Lufthansa im Bordprogramm zahlreicher Langstreckenflüge seit vielen Jahren regelmäßig über das Thema Artenschutz. Im Jahr 2010 hat das Unternehmen in Zusammenarbeit mit der Umweltstiftung NatureLife-International einen neuen Kurzfilm produziert. Unter dem Titel „Vielfalt Leben“ informiert er über die Hintergründe und Ziele des Artenschutzes. Zudem liefert er Hinweise für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Natur und trägt dazu bei, Reisende und Öffentlichkeit noch stärker für den Erhalt der Artenvielfalt zu sensibilisieren. Der Film eignet sich auch als Medium für die Umweltbildung sowie für die Informationsarbeit im Umwelt- und Artenschutz.



„Vielfalt Leben“ ist auch als DVD inklusive Begleitbroschüre erschienen und kann kostenlos unter www.lufthansa.com/verantwortung bestellt werden.

Kulturelles Engagement / Bildung

Lufthansa ist „First Global Partner“ des Kölner Gürzenich-Orchesters

Lufthansa engagiert sich zum ersten Mal langfristig für ein deutsches Sinfonieorchester: Seit dem Jahr 2010 ist das Luftfahrtunternehmen „First Global Partner“ des traditionsreichen Kölner Gürzenich-Orchesters, das 1827 von Bürgern der Domstadt gegründet wurde und zu den besten Klangkörpern Deutschlands zählt. „Wir wollen Verantwortung tragen und durch unser Engagement ein deutliches Signal für unsere Verbundenheit mit Köln setzen“, sagt Stephan Gemkow, Vorstand Finanzen und Aviation Services der Deutschen Lufthansa AG. In Köln hat die Lufthansa ihre Tradition, ihren juristischen Hauptsitz und mehr als 2.500 engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die finanzielle Unterstützung ermöglicht es dem Orchester, sein musikpädagogisches Angebot für Kinder und Jugendliche „Ohren auf“ nachhaltig zu stärken – in Form von Proben- und Konzertbesuchen, Musikprojekten, Workshops und Begegnungen. Als Vorreiter auf dem Gebiet der Musikvermittlung hat das Gürzenich-Orchester seit

der Spielzeit 2000/2001 bereits mehr als 50.000 Schüler und rund 10.000 Lehrende begeistert. Ein weiterer Schwerpunkt liegt darauf, Gastspiele des Gürzenich-Orchesters in wichtigen Musikmetropolen und bei namhaften Festivals zu unter-



Die Partnerschaft mit dem Gürzenich-Orchester belegt sowohl den Premium-Anspruch der Lufthansa als auch den hohen künstlerischen Rang und die Strahlkraft des Orchesters.

stützen und so das internationale Renommee der Musikstadt Köln zu fördern. Auch das Publikum in der Rheinmetropole wird von dem Sponsoring hörbar profitieren: durch die regelmäßige Verpflichtung erstklassiger Solisten und Gastdirigenten, die den jährlich rund 40 Sinfoniekonzerten des Orchesters in der Kölner Philharmonie ihre ganz eigene Note verleihen. Das Lufthansa

Engagement war zugleich Auftakt für die Gründung des Gürzenich-Orchester Sponsor's Club. Dieser soll die Basis dafür legen, langfristig mehr als eine Million Euro pro Jahr an Sponsoring-Einnahmen zu generieren.

www.guerzenich-orchester.de

Lufthansa Festival of Baroque Music in London

Das 26. Lufthansa Festival of Baroque Music stand 2010 unter dem Motto „Fountain of the Baroque – Italian Pioneers from Monteverdi to Vivaldi“. Zwischen dem 13. und 22. Mai wurde in zwölf Konzerten die besondere Einflussgröße der italienischen Komponisten des 17. und frühen 18. Jahrhunderts für die Entwicklung der Musik ohrenfällig gemacht: Italien als Wiege der Barockmusik, Quelle der Inspiration für alle nachfolgenden Generationen und Wegbereiter einer von Dogmen und erstarrten Riten befreiten „modernen“ Musik. Robert Hollingworth, Sänger und Leiter des Ensembles I Fagiolini, hat den Festivalbesuchern in der Lufthansa Lecture unter dem Titel „Monteverdi the Modern Man“ den musikgeschichtlichen Zusammenhang sehr anschaulich vermittelt. Die Veranstaltung präsentierte international renommierte Ensembles wie Gabrieli Consort & Players, das European Union Baroque Orchestra, La Risonanza, St James's Baroque mit dem Westminster Abbey Choir sowie La Venexiana, die mit Monteverdis Marienvesper ein grandioses Eröffnungskonzert bestritten. Darüber hinaus kamen mit Baroque Fever, Imaginarium und Paolo Pandolfo künstle-

risch absolut ebenbürtige, aber weniger bekannte Ensembles beziehungsweise Solisten nach St. John's Smith Square.

Das Publikum, darunter auch zahlreiche Lufthansa Kunden, war ebenso angetan wie die Presse. The Daily Telegraph fasste es in einem Satz zusammen: „The 10-day Lufthansa Festival doesn't try to be all things to all men. It just explores one thing – Baroque music – superlatively well.“ Und im kulturellen Jahresrückblick 2010 hat die Redaktion das Konzert des Ensembles Imaginarium unter der Leitung des Geigers Enrico Onofri zum „Classical Concert of the Year“ gewählt. Neu war 2010 die Einrichtung der Festival-Friends-Angebote für Konzertbesucher, die mehrere Konzerte buchen und sich dem Festival sehr verbunden fühlen. Das Publikum nahm diese Offerten so gut an, dass sie in den nächsten Jahren fortgeführt werden. Bewährt hat sich die seit Jahren bestehende Kooperation mit dem Lufthansa Systempartner Rolls-Royce und die Medienpartnerschaft mit BBC Radio 3. Die vom Sender ausgestrahlten Festival-Konzerte erreichen rund 800.000 Zuhörer in aller Welt.



Gabrieli Consort & Players gehören seit Jahren zu den Spitzenensembles der Alten Musik. Mit Händels La Resurrezione gestalteten sie in St. John's Smith Square einen der Festivalhöhepunkte.

Das nächste Lufthansa Festival of Baroque Music findet im Mai 2011 statt. Unter dem Motto „Hanseatic to Adriatic – Journey through the Heart of Europe“ schlägt die Veranstaltung einen großen Bogen von Nord- und Mitteldeutschland über Polen, Böhmen, Österreich nach Venedig. Von Buxtehude und Bach, Telemann, Zelenka und Biber bis Vivaldi. Mit dabei: das Collegium Vocale Gent unter Philippe Herreweghe, The English Concert, Gustav Leonhardt, Cantus Cölln, Hille Perl, St James's Baroque und die Sonatori della Gioiosa Marca.

www.lufthansafestival.org.uk



Gute Tradition: das Lufthansa Neujahrskonzert

Für Liebhaber klassischer Musik ist das Lufthansa Neujahrskonzert in Berlin stets ein erster Höhepunkt im musikalischen Jahreskalender. Die Traditionsveranstaltung, die am 18. Januar 2011 zum vierzehnten Mal stattfand, lockte rund 1.200 Gäste in das Konzerthaus am Gendarmenmarkt – unter ihnen zahlreiche Lufthansa Statuskunden sowie Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Kultur. Das RIAS-Jugendorchester unter der Leitung des amerikanischen Dirigenten Garrett Keast und der junge polnische

Ausnahme-Violinist Wojciech Wiczorek lieferten eine beeindruckende Kostprobe ihres Könnens; das musikalische Repertoire umfasste Meisterwerke von Mendelssohn Bartholdy und Beethoven. Zum ersten Mal begrüßte nicht mehr Wolfgang Mayrhuber das Publikum, sondern Christoph Franz, der neue Vorstandsvorsitzende der Deutschen Lufthansa AG.



Ganz öffentlich: „Kunst privat!“

Im Rahmen des Projekts „Kunst privat“ öffnete Lufthansa am 19. und 20. Juni 2010 die Türen des Frankfurter Lufthansa Aviation Centers (LAC), um interessierten Bürgern die von sieben Künstlern speziell für dieses Gebäude geschaffenen Kunstwerke zu präsentieren. An der Initiative des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, die 2010 zum sechsten Mal stattfand, beteiligten sich 30 internationale Konzerne und regionale Unternehmen aus Frankfurt, Wiesbaden und Darmstadt – darunter zahlreiche Banken, Versicherungen und mittelständische Unternehmen. Die privaten Sammlungen, die das kulturelle Engagement von Unternehmen unterstreichen, sind normalerweise nur für Mitarbeiter zugänglich. Nebenstehendes Bild zeigt die riesige Neonskulptur des walisischen Künstlers Cerith Wyn Evans im LAC.

Chancengerechtigkeit macht Schule: „Teach First Deutschland“

Bereits im dritten Jahr unterstützt Lufthansa die gemeinnützige Initiative „Teach First Deutschland“. Damit war der Konzern 2008 das erste DAX-30-Unternehmen, das sich für die Initiative eingesetzt hat. Teach First will bessere Bildungschancen für benachteiligte Kinder und Jugendliche schaffen. Die gemeinnützige Initiative fördert die Schulbildung von Schülerinnen und Schülern mit schlechten Startbedingungen, indem zusätzliche kompetente Fachkräfte (Fellows) für zwei Jahre an Schulen tätig werden. Seit Schuljahresbeginn 2010 arbeiten nun bereits rund 100 Fellows an Schulen in Baden-Württemberg, Berlin, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und Thüringen. Die Lufthansa School of Business unterstützt das Engagement mit kostenfreien Seminaren für die Fellows. Darüber hinaus bietet der Konzern den Fellows die Möglichkeit, die Lufthansa Welt

und ihre Einstiegsperspektiven bei Vorträgen und Besichtigungen der Lufthansa Betriebe kennen zu lernen.

www.teachfirst.de

Informationen über Aktivitäten, die Lufthansa gemeinsam mit Hochschulen aufgelegt hat, finden Sie im Kapitel „Aus- und Weiterbildung“, Seite 57.

Sportförderung

Lufthansa – „Airline des Sports“



Im Jahr 2010 hat Lufthansa ihre Rolle als „Airline des Sports“ weiter ausgebaut. So standen zu Beginn des Jahres insbesondere die Olympischen und Paralympischen Winterspiele in Vancouver im Fokus des Engagements. Das Unternehmen begleitete die deutschen Nationalmannschaften zu ihren Wettkämpfen und war vor Ort für die Sportler und Offiziellen des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) und des Deutschen Behindertensportverbandes (DBS) erster Ansprechpartner in allen Fragen der Mobilität.

Im Rahmen des Patenschaftsprogramms der Stiftung Deutsche Sporthilfe ist es drei von Lufthansa geförderten Nachwuchssportlerinnen in den Disziplinen Nordische Kombination, Ski Alpin und Biathlon gelungen, ihre Wettkämpfe mit dem Gewinn einer Medaille zu krönen. Diese Form der Nachwuchs-Eliteförderung ist ein Kernstück der Unterstützung der Deutschen Sporthilfe durch Lufthansa. Derzeit erhalten zehn Sportler einen finanziellen Zuschuss zur Grundförderung der Stiftung. Im Jahr 2011 liegt der Schwerpunkt auf den 2012 stattfindenden Sommerspielen in London.

Bereits seit 2007 ist Lufthansa erster nationaler Förderer der Stiftung und unterstützt regelmäßig deren Veranstaltungen wie beispielsweise die „Goldene Sportpyramide“, den „Ball des Sports“, das „Fest der Begegnung“ sowie das „Elite-Forum“ in Liebenberg. Darüber hinaus setzt Lufthansa sich für die im Januar 2010 unter dem

Slogan „Dein Name für Deutschland“ gestartete Kampagne der Sporthilfe ein, um bei Mitarbeitern, Fluggästen und Kunden des Luftfahrtkonzerns zusätzliche Mittel für den Spitzensport zu generieren. So konnte die Zahl der Spender im Berichtsjahr durch den Einsatz eines Deutschland-Tour-Trucks sowie weitere Veranstaltungen und Aktionen erheblich gesteigert werden.

Seit Januar 2010 ist Lufthansa zudem Nationaler Förderer der Bewerbungsgesellschaft für die Olympischen und Paralympischen Winterspiele 2018 in München. Mit umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen trägt das Unternehmen dazu bei, die Akzeptanz der Bevölkerung für die Bewerbung zu erhöhen und ein positives Umfeld für die Abstimmung des Internationalen Olympischen Komitees zu schaffen. So machte im März 2011 ein überdimensionales Begrüßungstor über dem Autobahnzubringer am Münchener Flughafen auf die Bewerbung aufmerksam. Unter dem Motto „Winning the Games“ zeigte sich auch das Terminal 2 in München in olympischer Optik. Über eine eigene Webseite bietet Lufthansa außerdem die Möglichkeit, selbst die Olympia-Bewerbung zu unterstützen.

Die Facetten des Lufthansa Sportengagements sind in der Broschüre „Lufthansa – Airline des Sports“ zusammengefasst.

www.lufthansa.com/verantwortung

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

www.lufthansa.com/fanflug

Die Bewerbung Münchens um die Olympischen und Paralympischen Winterspiele 2018 unterstreicht Lufthansa im Internet unter

www.lufthansa.com/muenchen2018



Lufthansa unterstützt Spitzensportler: Impression vom Sporthilfe-Aktionstag im Lufthansa Aviation Center Frankfurt mit der Biathletin und Lufthansa Patensportlerin Miriam Gössner.



Glossar

ACARE – Advisory Council for Aeronautics Research in Europe

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

www.acare4europe.org

AEA – Association of European Airlines
Europäischer Airline-Verband

www.aea.be

AIRE – Atlantic Interoperability Initiative to Reduce Emissions

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

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 Stox 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

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

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

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

BDI – Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.

www.bdi-online.de

BDL – Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft

www.bdl.aero

BDLI – Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie e.V.

www.bdli.de

Cashflow

Kennzahl zur Beurteilung der Finanz- und Ertragskraft eines Unternehmens, die aus dem Zufluss und Abfluss von Zahlungsmitteln und Zahlungsmittel-Äquivalenten aus der laufenden Geschäftstätigkeit ermittelt wird.

CDA – Kontinuierlicher Sinkanflug (Continuous Descent Approach)

Anflugverfahren, das sowohl den Treibstoffverbrauch mindert als auch die Lärmemissionen 20 bis 40 km vor der Landeschwelle (Frankfurt) reduziert. Am Flughafen Rhein-Main kann es aus Kapazitätsgründen nur nachts angewendet werden.

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)

Customer Profile Index (CPI)

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.

CVA – Cash Value Added

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

Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE)

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

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

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

DLR – Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt

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

www.dlr.de

Dow Jones Sustainability World Index

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

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

Hub – Drehkreuz

In der Luftfahrt ist ein Hub ein zentraler Verkehrsknotenpunkt bzw. der „Umsteige-flughafen“ einer Fluggesellschaft. Fluggäste sowie Güter werden zunächst von ihrem Abflugort zu einem „Heimat-flughafen“ 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.

HVO-Biokraftstoff – Hydrotreated Vegetable Oil

Biokraftstoff auf Basis von hydriertem Pflanzenöl, den Lufthansa sechs Monate

lang im regulären Flugbetrieb testet. Hydrierte Pflanzenöle sind Pflanzenöle, die durch eine katalytische Reaktion mit Wasserstoff (Hydrierung) in Kohlenwasserstoffe umgewandelt werden.

HWFAP – Hard Wall Forward Acoustic Panels

Schallschluckplatten mit schallharter und homogener Oberfläche im Einlass von Triebwerken, die die Lärmemissionen deutlich reduzieren.

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.

Lufthansa School of Business (LHSB)

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

Mentoring

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

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-Frills-Carrier

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

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.

Operational Towing

Verfahren, bei dem Flugzeuge mithilfe von speziellen Schleppfahrzeugen aus ihrer Parkposition zurückgeschoben werden, bis sie aus eigener Kraft rollen.

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.

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 Luftraumblöcken (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.

SJU – SESAR joint undertaking

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

Sitzkilometer

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



Sitzladefaktor (SLF)

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

Slot

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

Spurengase

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

Stakeholder

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

Stickoxide (NO_x)

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

Tonnenkilometer (TKT/TKO)

Maß für die Beförderungsleistung (Zuladung mal Entfernung). Man unterschei-

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

Transparency International

Antikorruptionsorganisation, der Lufthansa seit 1999 angehört.

www.transparency.de

Treibhausgase

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

Work-Life-Balance

Bezeichnet den Ausgleich zwischen Beruf und Privatleben.

WRI

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

Ansprechpartner

Umwelt

Umweltkonzepte Konzern

Dr. Karlheinz Haag

Leiter Umweltkonzepte Konzern

Telefon: +49 (0)69 696 94974

karlheinz.haag@dlh.de

Jan-Ole Jacobs

Umweltmanagement

Telefon: +49 (0)30 8875 3020

ole.jacobs@dlh.de

Dr. Gerd Saueressig

Lärmforschung

Telefon: +49 (0)69 696 90890

gerd.saueressig@dlh.de

Dr. Andreas Waibel

Emissionen/Klima

Telefon: +49 (0)69 696 93816

andreas.waibel@dlh.de

Jürgen Briese

Höhenstrahlung

Telefon: +49 (0)69 696 93964

juergen.briese@dlh.de

Konzernkommunikation

Stefanie Stotz

Teamleiterin Konzern- und Finanzkommunikation

Telefon: +49 (0)69 696 51014

stefanie.stotz@dlh.de

Dr. Peter Schneckenleitner

Pressesprecher Politik, Umwelt und Nachhaltigkeit

Telefon: +49 (0)69 696 94969

peter.schneckenleitner@dlh.de

Umweltförderung

Axel Kleinschumacher

Leiter Corporate & Internal Communications

Lufthansa Group

Telefon: +49 (0)69 696 36899

axel.kleinschumacher@dlh.de

Personal/Soziales

Konzern-Personalpolitik

Dr. Martin Schmitt

Bereichsleiter Konzern-Personalpolitik

Telefon: +49 (0)69 696 62328

martin.schmitt@dlh.de

Monika Rühl

Leiterin Change Management und Diversity

Telefon: +49 (0)69 696 28300

monika.ruehl@dlh.de

Arbeitssicherheit

Volker Schierle

Leiter Arbeitssicherheit

volker.schierle@dlh.de

HelpAlliance e.V.

Rita Diop

1. Vorsitzende

Telefon: +49 (0)69 696 47872

rita.diop@dlh.de

Cargo Human Care e.V.

Fokko Doyen

1. Vorsitzender

fokko.doyen@dlh.de

Investor Relations

Frank Hülsmann

Leiter Investor Relations

Telefon: +49 (0)69 696 28001

investor.relations@dlh.de

Jobst Honig

Investor Relations Manager

Telefon: +49 (0)69 696 28011

jobst.honig@dlh.de

Lufthansa Konzerngesellschaften

Ansprechpartner aus den Lufthansa Konzerngesellschaften finden Sie unter:

www.lufthansa.com/verantwortung

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



Mitgliedschaften

Lufthansa dokumentiert ihren Anspruch an verantwortungsvolles Handeln durch vielfältige umwelt- beziehungsweise nachhaltigkeitsrelevante Mitgliedschaften. Überdies sucht das Luftfahrtunternehmen im Rahmen verschiedener Initiativen aktiv den Austausch mit anderen Wirtschaftsorganisationen und gesellschaftlichen Gruppen. Ziel ist es, die Zukunft nachhaltigen Wirtschaftens und gesellschaftlicher Verantwortung gemeinsam zu gestalten und die eigenen Aktivitäten weiterzuentwickeln.

- B.A.U.M. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management
www.baumev.de
- BDI Initiative „Wirtschaft für Klimaschutz“
www.wirtschaftfuerklimaschutz.eu
- BDL – Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft
www.bdl.aero
- DNWE – Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik
www.dnwe.de
- EABA – European Algae Biomass Association
www.eaba-association.eu
- ecosense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V.
www.ecosense.de
- ICC Deutschland – International Chamber of Commerce, Sektion Deutschland
www.icc-deutschland.de
- Initiative „Luftverkehr für Deutschland“
www.initiative-luftverkehr.de
- Initiative Pro Recyclingpapier
www.papiernetz.de
- SAFUG – Sustainable Aviation Fuel Users Group
www.safug.org
- Transparency International
www.transparency.de
- UN Global Compact (siehe Seite 20)
www.unglobalcompact.org

Darüber hinaus ist Lufthansa unter anderem Mitglied in folgenden Gremien und Ausschüssen, die sich mit den Themen Nachhaltigkeit und Umwelt befassen:

- AEA – Environmental Standing Committee (Vorsitz Lufthansa), Climate Change Working Group
- BDI – Umweltausschuss
- BDLI – Arbeitsgruppe „Ökoeffizientes Fliegen“
- DRV – Deutscher Reiseverband e.V. – Ausschuss Nachhaltigkeit
- ecosense – Lenkungskreis sowie verschiedene Projektgruppen wie beispielsweise Nachhaltigkeitsmanagement, Nachwachsende Rohstoffe und Nachhaltigkeit/Finanzmärkte
- IATA – Environmental Committee
- Star Alliance – Environmental Concept Team
- VDR – Verband Deutsches Reisemanagement e.V. – Fachausschuss Nachhaltigkeit

Deutsche Lufthansa AG

Konzernkommunikation
Lufthansa Aviation Center
60546 Frankfurt am Main
Deutschland

Balance ist ein rechtlich geschützter Titel.

© Mai 2011

www.lufthansa.com/verantwortung

