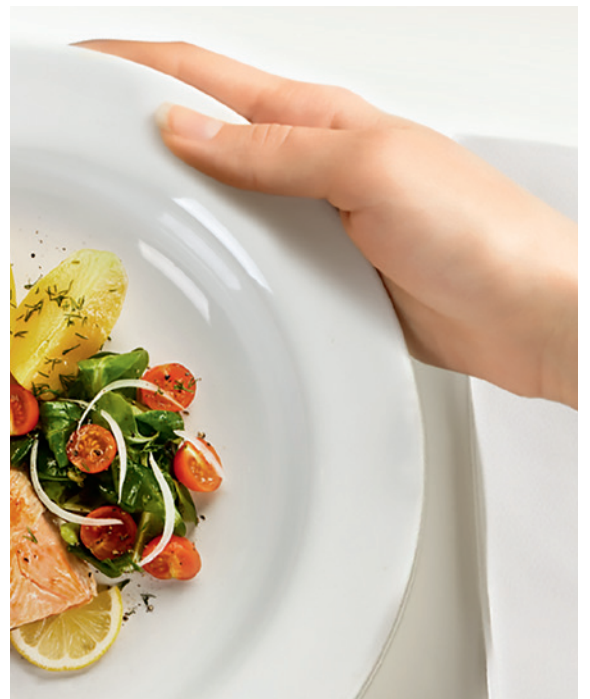




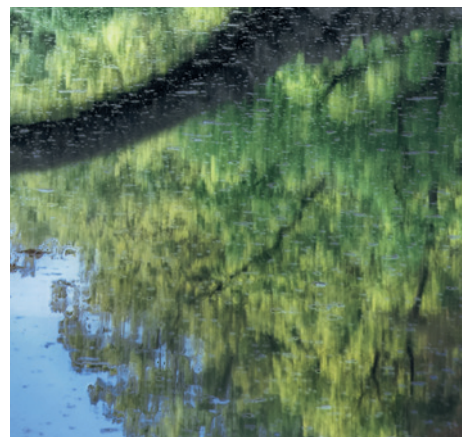
LUFTHANSA GROUP

BALANCE

Nachhaltigkeitsbericht, Ausgabe 2018



Titelstory
**Nachhaltig
Mehrwert
schaffen**



INHALT

- 1_ Über diesen Bericht
- 2_ Auf einen Blick
- 4_ Die Lufthansa Group

TITELSTORY: NACHHALTIG MEHRWERT SCHAFFEN

- 8_ Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette
- 10_ Nachhaltig fliegen
- 14_ Nachhaltiger Jobmotor
- 16_ Nachhaltig reisen
- 17_ Nachhaltig Mehrwert schaffen



UNTERNEHMEN & VERANTWORTUNG

- 20_ Strategie und Management
- 28_ Compliance und Menschenrechte
- 31_ Nachhaltigkeit in der Lieferkette
- 32_ Flottenentwicklung
- 36_ Nachhaltige Innovation, Forschung und Entwicklung

PRODUKT & KUNDE

- 84_ Service und Kundenorientierung
- 88_ Flugsicherheit und Gesundheitsschutz
- 92_ Datenschutz und Datensicherheit



KLIMA & UMWELT

- 40_ Umweltmanagement
- 43_ Treibstoffverbrauch und Emissionen
- 54_ Energie- und Ressourcenmanagement
- 57_ Aktiver Schallschutz

SERVICE & INFORMATIONEN

- 95_ Datenabgrenzung
- 96_ Umwelt-/Personalkennzahlen
- 102_ Glossar
- 106_ GRI-Inhaltsindex
- 112_ Impressum
- 113_ Ansprechpartner
- 114_ Übersicht: Lärmstandards
- 115_ Flottenübersicht
- 117_ Preise und Auszeichnungen



MITARBEITER & GESELLSCHAFT

- 62_ Vielfalt und Chancengleichheit
- 68_ Partnerschaftliche Beschäftigungspolitik
- 70_ Talent Management
- 72_ Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- 74_ Gesellschaftliches Engagement

ÜBER DIESEN BERICHT

Balance, der Nachhaltigkeitsbericht der Lufthansa Group, informiert Stakeholder und die interessierte Öffentlichkeit über die Ziele, Aktivitäten und Fortschritte des Konzerns auf den Feldern Ökonomie, Soziales, Umwelt, Produkt und Gesellschaft. Er ergänzt und erweitert damit die Berichterstattung des Geschäftsberichts.

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

- Wirtschaftliche Nachhaltigkeit
- Corporate Governance und Compliance
- Klima- und Umweltverantwortung
- Soziale Verantwortung
- Produktverantwortung
- Gesellschaftliches Engagement

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI Standards, Option Kern, erstellt. Die Publikation dient zudem als Fortschrittsbericht hinsichtlich der Umsetzung von Maßnahmen zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact, dem die Lufthansa Group im Jahr 2002 beitrug und sich seit 2018 als „Participant“ engagiert. Die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen hat der Konzern 2016 im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse ermittelt, die auf den Ergebnissen einer Stakeholder-Befragung basiert. 2017 wurde eine interne Überprüfung vorgenommen (siehe Seite 22).

Datenabgrenzung und Vergleichbarkeit

Sofern nicht anders vermerkt, beziehen sich die Daten dieses Berichts auf das Geschäftsjahr 2017. Erläuterungen zur Datenabgrenzung und Berechnungsmethodik der absoluten und spezifischen Ressourcenverbräuche der Lufthansa Group finden sich auf Seite 95. Berichtsgegenstand sind die Aktivitäten der Lufthansa Group. Gemäß dem Aspekt der Wesentlichkeit fokussiert die Berichterstattung primär auf das Produkt Fliegen ohne vor- und nachgelagerte Prozesse. Betreffen Inhalte nur einzelne Konzerngesellschaften, ist dies im Text kenntlich gemacht. Aufgrund der Portfolioveränderungen in den vergangenen Jahren ist es nur eingeschränkt möglich, die im Bericht dargestellten Personal- und Umweltkennzahlen mit denen der Vorjahre zu vergleichen. So wurde im Berichtsjahr erstmals die seit Anfang Januar 2017 vollständig zur Lufthansa Group gehörende Fluggesellschaft Brussels Airlines in die Berichterstattung einbezogen. Zudem gibt es im Vergleich zum Geschäftsbericht unterschiedliche Betrachtungsweisen bei der Berücksichtigung der Passagierzahlen und der sich daraus ableitenden Kennzahlen (siehe Erläuterungen zur Übersicht Seite 2, Auf einen Blick).

Erscheinungsweise des Berichts

Balance, der Nachhaltigkeitsbericht der Lufthansa Group, erscheint einmal jährlich in einer deutschen und in einer englischen Ausgabe. Die letzte Ausgabe erschien am 03. Juli 2017. Der Konzern berichtet seit 1994 regelmäßig über seine Umweltleistungen und hat die Berichterstattung seitdem kontinuierlich auf die weiteren Dimensionen der unternehmerischen Verantwortung ausgedehnt.

Zusatzinformationen im Internet

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

➔ www.lufthansagroup.com/verantwortung

Vorbehalt bei zukunftsgerichteten Aussagen

Die im vorliegenden Bericht enthaltenen Daten wurden mit größter Sorgfalt erhoben und verarbeitet. Dennoch sind Übertragungsfehler niemals vollständig auszuschließen. Bei den in diesem Bericht veröffentlichten Angaben, die sich auf die zukünftige Entwicklung der Lufthansa Group und ihrer Gesellschaften beziehen, handelt es sich lediglich um Prognosen und Einschätzungen und damit nicht um feststehende Tatsachen. Sie dienen allein informatorischen Zwecken und sind erkennbar an zukunftsgerichteten Begriffen wie zum Beispiel: glauben, erwarten, vorhersagen, beabsichtigen, prognostizieren, planen, schätzen, rechnen mit, können, könnten, sollten oder bestreben. Diese zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf gegenwärtig erkennbaren und verfügbaren Informationen, Fakten und Erwartungen.

Es gibt eine Vielzahl von Faktoren, die auf die berichteten Tatsachen und Prognosen einwirken und zu großen Teilen außerhalb des Einflussbereiches der Lufthansa Group liegen. Dazu gehören unter anderem Veränderungen nationaler und internationaler Gesetze und Vorschriften oder grundsätzliche Veränderungen des wirtschaftlichen und politischen Umfelds.

Es besteht die Möglichkeit, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse und die Entwicklung des Unternehmens von den in den zukunftsgerichteten Aussagen vorhergesehenen Ergebnissen wesentlich unterscheiden. Die Lufthansa Group übernimmt keine Verpflichtung und beabsichtigt nicht, zukunftsgerichtete Aussagen an später eintretende Ereignisse beziehungsweise Entwicklungen anzupassen. Eine Haftung oder Garantie für Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit dieser Daten und Informationen wird demnach weder ausdrücklich noch konkludent übernommen.

1 Aus dem Geschäftsbericht 2017 der Lufthansa Group. **2** Für das Berichtsjahr 2017 sind in Balance folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa (inklusive Lufthansa CityLine und Air Dolomiti), SWISS (inklusive Edelweiss Air), Austrian Airlines, Eurowings (inklusive Germanwings), Brussels Airlines und Lufthansa Cargo. Exklusive der Dienste von Dritten, d.h. Fluggesellschaften, die außerhalb der Datenabgrenzung von Balance liegen, aber Dienste von Lufthansa übernehmen, z.B. bei Kapazitätsengpässen (siehe Seite 96, Tabelle Anteile Dritter). **3** Betrachtete Flugarten: alle Linien- und Charterflüge. **4** Siehe Seite 96, Tabelle Treibstoffverbrauch. **5** Balance: Teilstrecken (operative Sicht); Geschäftsbericht: Wegstrecken (Kundensicht). Eine Wegstrecke kann mehrere Teilstrecken enthalten, zum Beispiel bei Zwischenstopps. **6** Balance: auf Basis aller an Bord befindlichen Passagiere; Geschäftsbericht: auf Basis aller Zahlgäste. **7** Erfasste Gesellschaften wie 2, jedoch inklusive der Dienste von Dritten, da diese zum Ergebnis des Konzerns beitragen. Flugart wie 3, jedoch inklusive Ferryflüge, da diese einen Kostenfaktor darstellen.

AUF EINEN BLICK

WIRTSCHAFTSKENNZAHLEN¹		2017	2016	Veränderung
Umsatzerlöse	Mio. €	35.579	31.660	+ 12,4%
davon Verkehrserlöse	Mio. €	28.399	24.661	+ 15,2%
EBIT	Mio. €	3.310	2.275	+ 45,5%
Adjusted EBIT	Mio. €	2.973	1.752	+ 69,7%
EBITDA	Mio. €	5.362	4.065	+ 31,9%
Konzernergebnis	Mio. €	2.364	1.776	+ 33,1%
Bilanzsumme	Mio. €	36.267	34.697	+ 4,5%
Operativer Cashflow	Mio. €	5.037	3.246	+ 55,1%
Investitionen (brutto)	Mio. €	3.005	2.236	+ 34,4%
Eigenkapitalquote	Prozent	26,5	20,6	+ 5,9 PP

PERSONALKENNZAHLEN		2017	2016	Veränderung
Mitarbeiter (jeweils per 31.12.)		129.424	124.306	+ 4,1%
davon in Deutschland		69.142	68.181	+ 1,4%
davon im Ausland		60.282	56.125	+ 7,4%
Personalaufwand	Mio. €	8.172	7.354	+ 11,1%
Umsatz/Mitarbeiter	Tsd. €	275	255	+ 7,8%
Personalaufwand/Umsatz	Prozent	23,0	23,2	- 0,2 PP
Durchschnittsalter	Jahre	42,2	42,2	± 0,0 Jahre
Teilzeitquote absolut	Prozent	28,6	27,4	+ 1,2 PP
Teilzeitquote Männer	Prozent	14,4	14,0	+ 0,4 PP
Teilzeitquote Frauen	Prozent	45,3	43,4	+ 1,9 PP
Anteil Frauen im Management (Deutschland)	Prozent	16,5	16,9	- 0,4 PP
Anteil Frauen im Management (weltweit)	Prozent	15,1	15,6	- 0,5 PP

UMWELTKENNZAHLEN^{2,3}		2017	2016	Veränderung
Ressourcenverbrauch				
Treibstoffverbrauch ⁴	Tonnen	9.618.095	9.055.550	+ 6,2%
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Passagierbeförderung	l/100 pkm	3,68	3,85	- 4,5%
Treibstoffverbrauch, spezifisch, Frachttransport	g/tkm	215	224	- 4,1%
Emissionen				
Kohlendioxid-Emissionen	Tonnen	30.296.998	28.524.981	+ 6,2%
Kohlendioxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	kg/100 pkm	9,27	9,71	- 4,5%
Stickoxid-Emissionen	Tonnen	151.402	139.008	+ 8,9%
Stickoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	46,1	47,0	- 1,9%
Kohlenmonoxid-Emissionen	Tonnen	21.922	19.320	+ 13,5%
Kohlenmonoxid-Emissionen, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	7,2	7,1	+ 2,4%
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe	Tonnen	2.226,1	1.880,4	+ 18,4%
Unverbrannte Kohlenwasserstoffe, spezifisch, Passagierbeförderung	g/100 pkm	0,7	0,7	+ 7,8%

TRANSPORTLEISTUNGSKENNZAHLEN		Balance^{2,3}	Veränderung z. Vj.	Geschäftsbericht⁷	Veränderung z. Vj.
Flüge ⁵		990.794	+ 5,8%	1.130.008	+ 10,6%
Fluggäste ⁶	Tsd.	118.964	+ 12,3%	130.040	+ 18,6%
Angebote Sitzkilometer, SKO	Mio. pkm	304.916	+ 9,2%	322.821	+ 12,7%
Angebote Frachttonnenkilometer, FTKO	Mio. tkm	15.344	+ 4,8%	15.619	+ 3,3%
Passagierkilometer, PKT ⁶	Mio. pkm	252.660	+ 11,6%	261.156	+ 15,2%
Frachttonnenkilometer (mit Fremdleistungen), FTKT	Mio. tkm	10.173	+ 9,6%	10.819	+ 7,4%

”
Wir wollen auch beim wichtigen
Aspekt der Nachhaltigkeit eine
führende Rolle in unserer Industrie
einnehmen.



Liebe Leserinnen und Leser,

das Geschäftsjahr 2017 war für die Lufthansa Group das erfolgreichste in der Geschichte des Unternehmens. Wir haben das beste Ergebnis aller Zeiten erzielt. Dazu haben alle Gesellschaften des Konzerns beigetragen. Insgesamt haben die Airlines der Lufthansa Group im vergangenen Jahr mehr als 130 Millionen Fluggäste befördert und damit wieder einen neuen Passagierrekord aufgestellt. Gleichzeitig haben wir den durchschnittlichen Kerosinverbrauch pro Passagier und 100 Kilometer um 4,5 Prozent auf 3,68 Liter reduziert – ebenfalls ein neuer Rekordwert! Das ist das erfreuliche Resultat unserer kontinuierlichen Flottenmodernisierung und Effizienzprogramme.

Um unseren Flugbetrieb so umweltverträglich wie möglich zu gestalten, werden wir auch weiterhin in wirtschaftliche, sparsame und leise Flugzeuge investieren. Der Aufsichtsrat hat im Mai 2018 einer Bestellung von bis zu 16 weiteren Flugzeugen zugestimmt. Damit haben wir rund 190 Flugzeuge geordert.

Die Titelgeschichte dieser Ausgabe von Balance „Nachhaltig Mehrwert schaffen“ gibt einen Einblick, wie wir unser Kerngeschäft und die vor- und nachgelagerten Prozesse nachhaltig aufstellen. Wir wollen auch beim wichtigen Aspekt der Nachhaltigkeit eine führende Rolle in unserer Industrie einnehmen. Deshalb achten wir bei unseren unternehmerischen Aktivitäten darauf, nachhaltig und verantwortungsvoll zu wirtschaften. Dabei orientieren wir uns als „Participant“ des UN Global Compact konsequent an dessen zehn Prinzipien und haben im Berichtsjahr weitere Maßnahmen gestartet, um diese Selbstverpflichtungen in unserem Einflussbereich aktiv umzusetzen. So dokumentiert unser 2017 verabschiedeter Code of Conduct unsere Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards im täglichen Wettbewerb. Dazu gehört auch die Achtung der Menschenrechte.

Als modernes und weltoffenes Unternehmen entwickeln wir uns kontinuierlich weiter. Unsere weltweit rund 130.000 Mitarbeiter stehen für unseren Unternehmenserfolg. Sie zu fördern, etwa über unsere Nachwuchs- und Führungskräfteprogramme, ist eine unserer wichtigsten Aufgaben im Personalmanagement.

Und nicht zuletzt ist auch das gesellschaftliche Engagement Teil unserer nachhaltigen Unternehmensführung. Wir konzentrieren uns auf die Handlungsfelder „Education/Enabling“ und „Life/Health“. Unter dem Dach unserer gemeinnützigen Hilfsorganisation help alliance haben wir allein 2017 weltweit 37 Hilfsprojekte unterstützt. Diese Aktivitäten wollen wir noch weiter ausbauen und enger mit unserer Personalstrategie verknüpfen.

Ich danke Ihnen für Ihr Interesse und wünsche eine spannende Lektüre.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'C. Spohr', written in a cursive style.

Carsten Spohr

Vorsitzender des Vorstands
Deutsche Lufthansa AG

DIE LUFTHANSA GROUP

Die Lufthansa Group ist ein weltweit operierender Luftverkehrskonzern mit insgesamt mehr als 550 Tochterunternehmen und Beteiligungsgesellschaften. Das Unternehmensportfolio besteht aus den Network Airlines, der Eurowings Group und den Aviation Services. Ziel der Lufthansa Group ist es, bei Aktionären, Kunden, Mitarbeitern und Partnern erste Wahl im Bereich Luftfahrt zu sein und auch zukünftig den globalen Aviation-Markt wesentlich mitzugestalten. 2017 hat die Lufthansa Group das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte erzielt. Auch die Fluggesellschaften der Lufthansa Group haben mit mehr als 130 Millionen beförderten Passagieren einen neuen Passagierrekord aufgestellt.

➔ www.lufthansagroup.com

EIN TAG IN DER LUFTHANSA GROUP



1.700

Flugzeuge werden betreut



3.096

Flüge



356.274

Fluggäste



1,91 Mio.

Mahlzeiten

AUF EINEN BLICK



Unternehmenssitz
Köln



Rechtsform
Aktiengesellschaft



Umsatz 2017
35,6 Mrd. €



Mitarbeiter per 31.12.2017
129.424



Nationalitäten
147

DIE AUFSTELLUNG DER LUFTHANSA GROUP

NETWORK AIRLINES



Zum Geschäftsfeld Network Airlines gehören die Fluggesellschaften Lufthansa, SWISS und Austrian Airlines. Sie bieten ihren Kunden ein Premium-Angebot und durch die Multi-Hub-Strategie ein umfassendes Streckennetz bei gleichzeitig höchster Reiseflexibilität.

➤ www.lufthansa.com | www.swiss.com | www.austrian.com

EUROWINGS GROUP



Zum Geschäftsfeld Eurowings Group zählen die Flugbetriebe der Eurowings Group sowie Brussels Airlines und die Beteiligung an SunExpress. Sie bieten ein innovatives und wettbewerbsfähiges Angebot für preissensible und serviceorientierte Kunden im wachsenden Segment der Direktverkehre.

➤ www.eurowings.com | www.brusselsairlines.com

AVIATION SERVICES

Die auf dem Weltmarkt führenden Aviation Services stärken das Portfolio der Lufthansa Group. Hierzu gehören die Geschäftsfelder Logistik, Technik und Catering sowie weitere Gesellschaften und Konzernfunktionen.

Lufthansa Cargo

Die Lufthansa Cargo AG mit Sitz in Frankfurt am Main ist der Spezialist für das Logistikgeschäft der Lufthansa Group und die führende europäische Frachtfluggesellschaft.

➤ www.lufthansa-cargo.com

Lufthansa Technik

Die Lufthansa Technik AG mit Sitz in Hamburg ist der weltweit führende herstellerunabhängige Anbieter von Wartungs-, Reparatur und Überholungsleistungen für zivile, kommerzielle Flugzeuge.

➤ www.lufthansa-technik.com

LSGgroup

Die LSG Group bietet ein komplettes Portfolio von Produkten rund um den Bordservice an. Mit der etablierten Marke LSG Sky Chefs, dem weltweit größten Küchennetzwerk, und ihrer Expertise ist sie Branchenführer für hochwertige Bordverpflegung. Die Konzernmuttergesellschaft ist die LSG Lufthansa Service Holding AG mit Sitz in Neu-Isenburg.

➤ www.lsgskychefs.com



Drehkreuze
**Frankfurt am Main,
München, Zürich, Wien**



Flugzeuge
in der Konzernflotte
728



Fluggäste im Jahr 2017
> 130 Millionen



Anzahl Destinationen
(Sommerflugplan 2018)
343 Ziele in 103 Ländern

NACHHALTIG
MEHRWERT
SCHAFFEN





Verantwortungsvoll und nachhaltig wirtschaften – in allen Unternehmensbereichen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dieser Anspruch ist für die Lufthansa Group Basis der Geschäftstätigkeit und tagtägliche Maßgabe. Ob in der Beschaffung, im Flugbetrieb oder beim Reiseerlebnis der Kunden: Nachhaltiges Handeln mit dem besonderen Fokus auf Qualität, Effizienz und Innovation generiert ökonomischen, sozialen und ökologischen Mehrwert. Zugleich stellt der Ansatz der wertorientierten Unternehmensführung und -steuerung sicher, dass verantwortungsbewusstes und zukunftsorientiertes Denken in sämtlichen Entscheidungsprozessen verankert ist. Die langfristige Wertschöpfung auf einer soliden Finanzbasis ist grundlegende Voraussetzung für die Lufthansa Group, um auch künftig Kurs zu halten.

Folgen Sie uns entlang der Wertschöpfungskette: Auf den nächsten Seiten zeigen wir Ihnen, wie nachhaltig das „Produkt Fliegen“ heute bereits ist.

NACHHALTIGKEIT

ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Die nachfolgende Übersicht zeigt eine vereinfachte Wertschöpfungskette der Lufthansa Group. Beispielhaft wird so deutlich, wie der Konzern Nachhaltigkeitsaspekte insbesondere im Kerngeschäft, aber auch bei vor- und nachgelagerten Prozessen berücksichtigt.

Forschung & Entwicklung



Beteiligung an Forschungs- und Innovationsprojekten mit Flugzeugherstellern, Flughäfen, Treibstoffproduzenten und Wissenschaft

Der Lufthansa Innovation Hub entwickelt und testet Geschäftsmodellinnovationen.

Lieferkette & Beschaffung



Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Beschaffungsprozess

Kontinuierliche Investition in neue Flugzeug- und Triebwerkstechnologien

Kerngeschäft

AIRLINES



Vier-Säulen-Strategie als Basis für alle klimarelevanten Aktivitäten der Lufthansa Group. Dazu zählen der Einsatz moderner und verbrauchsarmer Flugzeuge sowie Maßnahmen zur Steigerung der operativen Energie- und Ressourceneffizienz.

Einsatz geräuscharmer Flugzeuge und weiterer Maßnahmen, um die Lärmemissionen im Flughafenumfeld merklich zu reduzieren.

Sukzessiver Ausbau der Umweltmanagementsysteme

Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit in der Lufthansa Group

Qualifizierung und Weiterbildung von Mitarbeitern

Ganzheitlicher Gesundheits- und Arbeitsschutz



Wertorientierte Unternehmenssteuerung und -führung hinsichtlich finanzieller, sozialer und ökologischer Aspekte als Grundvoraussetzung, um den Unternehmenswert langfristig zu steigern.



Verantwortungsbewusstes und gesetzeskonformes Verhalten ist wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur. Der Lufthansa Group Code of Conduct fasst Grundsätze und Leitlinien zusammen und ist für alle Organe, Führungskräfte und Mitarbeiter der Lufthansa Group verbindlich.

„Produkt Fliegen“

AVIATION SERVICES

 **Lufthansa Cargo**

 **Lufthansa Technik**

LSGgroup



Schonender Umgang mit Ressourcen durch ein effektives Abfallmanagement an Bord und Boden

Effiziente Wartungsmethoden für Flugzeuge und aerodynamische Verbesserungen

Förderung von E-Mobility bei den Bodenservices

KUNDEN & VERTRIEB



Angebote für nachhaltigen Konsum:

- Kunden können den CO₂-Ausstoß ihres Fluges freiwillig kompensieren.
- Lufthansa Express ermöglicht es Kunden, ihre Flüge mit Bahn, Bussen oder Car-Sharing zu kombinieren.
- Digitale Prozesse und Services reduzieren das Papieraufkommen.

Regelmäßige Messung der Kundenzufriedenheit zur Steigerung der Kundenorientierung

Flugsicherheit und Gesundheit von Passagieren und Mitarbeitern haben für die Lufthansa Group oberste Priorität.

Verwertung & Entsorgung



Nach der Ausflottung:

- Verkauf der Flugzeuge und Weiterbetrieb durch neue Besitzer
- Ausmusterung des Flugzeugs und Recycling oder Upcycling

Mülltrennung und Recycling von Wertstoffen

*help*alliance

Gesellschaftliches und soziales Engagement mit der help alliance als zentrale Säule

NACHHALTIG **FLIEGEN**



Experteninterview

JÖRG HENNEMANN

Leiter Commercial Fleet Management der Lufthansa Group

HERR HENNEMANN, WAS ZEICHNET DIE FLOTTE DER LUFTHANSA GROUP AUS?

Unsere Airlines betreiben eine moderne und wettbewerbsfähige Flotte, die viele verschiedene Marktsegmente abdeckt. Dabei kommen Flugzeuge unterschiedlicher Größen zum Einsatz. Das reicht vom 76-sitzigen Turboprop bis zum Airbus A380 mit über 500 Sitzen. Die Lufthansa Group ist ein Vorreiter bei der Einführung neuer, umweltfreundlicher Technologien, wie zuletzt mit dem Airbus A350-900, der weltweit zu den modernsten und effizientesten Langstreckenflugzeugen zählt.



MIT IHREM TEAM VERANTWORTEN SIE FLOTTENGRÖSSE, FLOTTENZUSAMMENSETZUNG UND -ZUORDNUNG FÜR DIE GESAMTE LUFTHANSA GROUP. AUF WAS KOMMT ES DABEI BESONDERS AN?

Flottenplanung bedeutet, lange im Voraus die Strukturen zu konzipieren. Unser Fokus liegt aktuell auf zwei großen Themen: Wir wollen unsere Konzernflotte weiter harmonisieren und unsere Effizienz ausbauen. Wir sind stolz darauf, mit den aktuell rund 190 offenen Bestellungen die umweltfreundlichsten, derzeit am Markt verfügbaren Flugzeuge in unsere Flotte integrieren zu können.

190
OFFENE
BESTELLUNGEN

WELCHE ROLLE SPIELT DABEI DAS THEMA NACHHALTIGKEIT?

Nachhaltigkeit spielt bei allen Flottenentscheidungen eine wichtige Rolle. Übrigens gehen Ökologie und Ökonomie hier glücklicherweise Hand in Hand. Zum Beispiel beim Treibstoffverbrauch: Das ist immer noch der wichtigste einzelne Kostentreiber einer Airline – durch neue Flugzeuge mit geringerem Verbrauch sinken ja nicht nur unsere Kosten, sondern auch der CO₂-Ausstoß. Auch beim Lärm gilt dieser Zusammenhang: Neue, leisere Flugzeuge führen nicht nur zu geringeren Flughafenentgelten, sondern auch zu einer Entlastung für die Anwohner im Flughafenumfeld.

WELCHE MÖGLICHKEITEN HABEN SIE, UM DIE UMWELTVERTRÄGLICHKEIT DER KONZERNFLOTTE WEITER ZU VERBESSERN?

Mein Team und ich sind hier auf drei Gebieten aktiv: Erstens – und das ist der größte Hebel – der Kauf effizienter Flugzeuge. Zweitens – effizienzsteigernde oder lärmindernde Maßnahmen an Flugzeugen unserer Bestandsflotte. Und last but not least nehmen wir Einfluss auf die Entwicklungsziele der Hersteller bei neuen Flugzeugprogrammen.

WORAUF ACHTET DIE LUFTHANSA GROUP BEI DER PLANUNG UND DEM KAUF VON NEUEN FLUGZEUGEN BESONDERS?

Unsere Flottenentscheidungen folgen zunächst primär wirtschaftlichen Entscheidungskriterien – nur eine nachhaltig wirtschaftlich zu betreibende Flotte ist aus unternehmerischer Sicht vertretbar. Darüber hinaus muss das Flugzeug sicher und sehr zuverlässig fliegen, die hohen Kundenerwartungen an das Bordprodukt erfüllen und natürlich zu den anderen Flugzeugen in der Lufthansa Group Flotte passen. Auch Umweltaspekte spielen eine wichtige Rolle – nur besonders umweltfreundliche Flugzeuge betrachten wir dabei als nachhaltige Investition.



WELCHEN STELLENWERT HAT DAS THEMA FORSCHUNG & ENTWICKLUNG BEI DER AUSWAHL NEUER FLUGZEUGE?

Das ist ein wichtiges Thema. Wir befinden uns zum Beispiel kontinuierlich im Austausch mit den Flugzeug- und Triebwerksherstellern bezüglich aktueller Technologie- und Produktentwicklungen. So können wir unsere Anforderungen an die Nachhaltigkeit neuer Flugzeugprogramme frühzeitig einbringen. Bei der Boeing 777-9 werden wir beispielsweise als Erstkunde, als sogenannter „launching customer“, vorne mit dabei sein. Wir engagieren uns bereits seit Jahren bei der Spezifikation dieses Langstreckenflugzeugs. Und noch ein gutes Beispiel: Mit der C Series und der A320neo haben wir aktiv die Einführung einer neuen Generation besonders leiser und sparsamer Triebwerke der Firma Pratt & Whitney unterstützt.

Nicht unerwähnt lassen möchte ich, dass Lufthansa bereits 2011 als erste Airline weltweit den Einsatz von Biokraftstoff im realen Flugbetrieb erprobt hat.

WELCHE STANDARDS UND VORGABEN BIETEN ORIENTIERUNG HINSICHTLICH DER UMWELTPERFORMANCE VON FLUGZEUGEN?

In der Regel orientieren wir uns an den Vorgaben der Internationalen Zivilluftorganisation ICAO. In allen wichtigen Bereichen wie Lärm, Emissionen und CO₂-Ausstoß gibt es aktuelle Zulassungsvorschriften, die ein Flugzeug erfüllen muss. Dabei achten wir nicht nur auf die Erfüllung heute gültiger Grenzwerte, sondern auch auf zukünftige. Weiterer wichtiger Orientierungspunkt sind die unterschiedlichsten lokalen Anforderungen, zum Beispiel strenge Lärmgrenzwerte oder aber auch Emissionsentgelte.

STICHWORT „LIFE-CYCLE-MANAGEMENT“: WERDEN AN DER BESTEHENDEN FLOTTE AUCH OPTIMIERUNGEN VORGENOMMEN, UM DIE ÖKOEFFIZIENZ IM FLUGBETRIEB ZU STEIGERN?

Ja, Verbesserungen an der Bestandsflotte sind ein integraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Hierzu gehören Optimierungen an den Triebwerken zur Verringerung des Treibstoffverbrauchs, die Nachrüstung von Sharklets, lärmmindernde Maßnahmen, wie Wirbelgeneratoren am Airbus A320 oder auch spezielle Verkleidungen an den Triebwerkseinlässen.

WAS PASSIERT MIT DEN FLUGZEUGEN NACH DER AUSFLOTTUNG?

Einige Flugzeuge werden nach dem Ausflotten noch von anderen Betreibern geflogen. Die meisten Flugzeuge, die unsere Flotte verlassen, sind jedoch am Ende ihres kommerziellen Lebens, beinhalten aber noch viele wertvolle Teile. Diese Flugzeuge werden in der Regel zerlegt und die noch brauchbaren Teile für die weitere Nutzung vermarktet. Der Rest des Flugzeugs wird nach Wertstoffen getrennt recycelt.

WANN FLIEGT BEI DER LUFTHANSA GROUP DAS ERSTE E-FLUGZEUG?

Nach heutigem Stand der Technik ist der Einsatz großer Flugzeuge mit reinem E-Antrieb auf absehbare Zeit nicht realistisch. Dazu ist die Energiedichte von Batterien einfach zu gering. Allerdings werden wir den vermehrten Einsatz elektrischer Systeme an Bord beobachten. Dieser Trend wird sich weiter verstärken und dabei helfen, Flugzeuge immer effizienter zu machen.

Boeing 777-9, ab 2020 bei Lufthansa im Einsatz, Bombardier CS300 von SWISS und Boeing 777 von Austrian Airlines. (v. l.)



Neues Leben für alte Flugzeugteile

Wenn die Lufthansa Group ein Flugzeug aus ihrer Flotte ausmustert, wird es entweder verkauft und bei einer anderen Airline weiter betrieben – oder recycelt. Denn ein ausgemustertes Flugzeug enthält zahlreiche wertvolle Materialien und Bauteile. Von einem Jumbo-Jet können zum Beispiel bis zu 92 Prozent der Bauteile aufbereitet und wiederverwertet werden. Die Komponenten werden sorgfältig geprüft, repariert sowie zertifiziert und dann dem Komponenten-Pool zugeführt.

Die Zerlegung ausgemusterter Flugzeuge liegt in den Händen der Lufthansa Technik Component Services (LTCS) in Tulsa, USA. Seit 2012 hat die Tochtergesellschaft der Lufthansa Technik bereits 37 Flugzeuge demontiert und recycelt: 30 Boeing 737CL, fünf Boeing 747-400 und zwei Boeing MD11. Nach Abschluss der Zerlegearbeiten ist in der Regel nur noch die Flugzeughülle übrig, die dann als Altmetall recycelt wird.

DIE LUFTHANSA GROUP – EIN NACHHALTIGER JOBMOTOR

Die Lufthansa Group gehört mit weltweit rund 130.000 Mitarbeitern zu den größten Arbeitgebern und attraktivsten Unternehmen Deutschlands. Zugleich ist der Konzern auch ein

nachhaltiger Jobmotor, wie die Zahlen zeigen: Allein

2018 plant die Lufthansa Group, mehr als 8.000 neue Mitarbeiter einzustellen, darunter 4.000 Flugbegleiter bei den Group Airlines.

> 8.000

NEUEINSTELLUNGEN
IM JAHR 2018

Oft geht die Stationierung neuer Flugzeuge an einem Drehkreuz mit der Einstellung neuer operativer Mitarbeiter einher. Die nebenstehende Übersicht macht deutlich, wie groß Beschäftigungswirkung und Wirtschaftskraft eines einzelnen Flugzeugs sind.

So viele Arbeitsplätze sichert ein Flugzeug

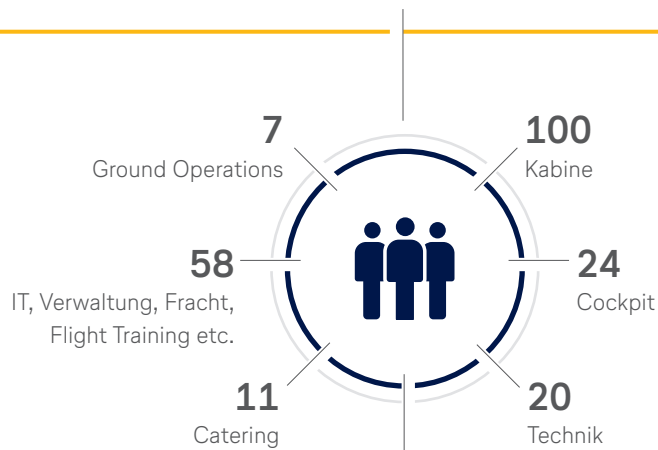
Jedes neue Flugzeug ist mit der Ansiedlung eines Unternehmens zu vergleichen. So entfaltet beispielsweise ein Langstreckenflugzeug vom Typ Airbus A350-900 die Beschäftigungswirkung eines Großunternehmens: Innerhalb der Lufthansa Group sichert jedes dieser Flugzeuge rund 220 Arbeitsplätze. Bei einem Langstreckenflugzeug vom Typ Airbus A380 sind es sogar rund 400. Dazu kommen zahlreiche weitere Stellen bei Flughäfen, der Flugsicherung, dem Hersteller, bei Zulieferern und Speditionen.

BESCHÄFTIGUNGSWIRKUNG AM BEISPIEL DER LUFTHANSA A350-900

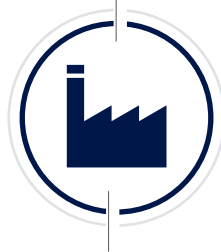
220

ARBEITSPLÄTZE

sichert ein Langstreckenflugzeug vom Typ Airbus A350-900 innerhalb der Lufthansa Group.



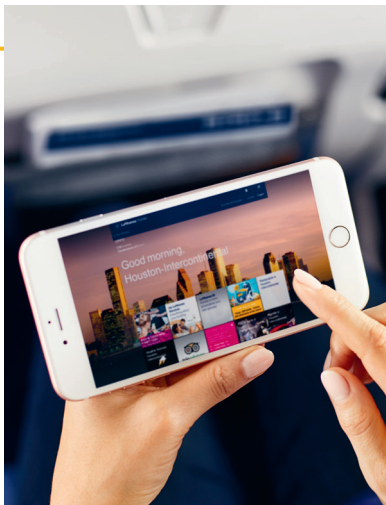
Dazu kommen **ZAHLREICHE WEITERE STELLEN** bei Flughäfen, der Flugsicherung, dem Hersteller, bei Zulieferern und Speditionen.



Ein Langstreckenflugzeug vom Typ Airbus A350-900 entfaltet die Beschäftigungswirkung eines **GROSSUNTERNEHMENS**.

NACHHALTIG REISEN

Die Airlines der Lufthansa Group möchten ihren Fluggästen stets ein perfektes Reiseerlebnis bieten. Daher gilt es, sämtliche Services entlang der Reisekette kontinuierlich zu überprüfen und gleichzeitig innovative Produkte zu entwickeln. Digitalisierung und Nachhaltigkeitsaspekte spielen dabei eine wichtige Rolle.



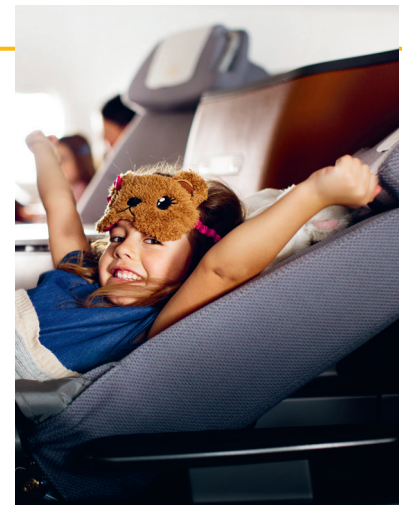
SMILE

Eines der zentralen Digitalisierungs- und Personalisierungsprojekte der Lufthansa Group ist SMILE. Das Programm dient dazu, die Kommunikation mit jedem Kunden entlang der gesamten Reisekette so personalisiert wie möglich zu gestalten, um ihm weiteren Mehrwert zu bieten. Mithilfe dieser digitalen Innovation kann der Konzern noch besser verstehen, was der einzelne Fluggast für das perfekte Reiseerlebnis benötigt (siehe Seite 55, Balance 2017).



CO₂-NEUTRALES FLIEGEN

Fluggäste der Lufthansa Group Airlines fliegen dank moderner Flugzeuge und Fuel-Efficiency-Programme bereits besonders treibstoffeffizient. Darüber hinaus bietet der Konzern seinen Kunden schon heute in weiten Teilen die Möglichkeit zur freiwilligen CO₂-Kompensation: Die Spenden fließen in zertifizierte Projekte, die klimafreundliche Energiequellen fördern.



ENTSPANNT ANKOMMEN

Ob Jetlag, Ohrenschermerzen oder Reisekrankheit: Die Lufthansa Group unterstützt ihre Fluggäste mit umfangreichen reisemedizinischen Informationen. Kunden mit einem erhöhten Betreuungsbedarf profitieren zudem von gezielten Hilfsleistungen, die ihnen am Boden und an Bord einen optimalen Komfort bieten.

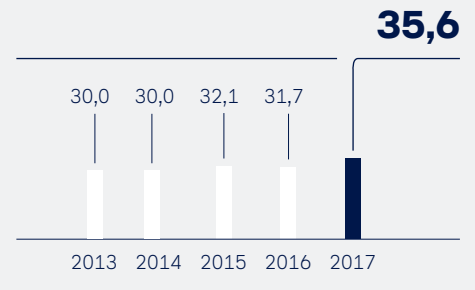
Weitere Informationen zu Services entlang der Reisekette siehe Seite 12 f., Balance 2017, und Seite 68 f., Balance 2016 sowie in diesem Bericht auf Seite 84 ff., Service und Kundenorientierung.

NACHHALTIG MEHRWERT SCHAFFEN

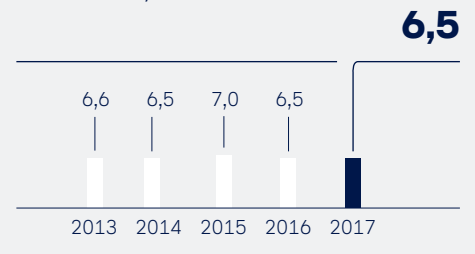
Die Lufthansa Group hat im Jahr 2017 das beste Ergebnis ihrer Unternehmensgeschichte erzielt. Dieser Erfolg basiert auf dem Modernisierungskurs mit Kostensenkungen bei gleichzeitigen Investitionen in die Qualität. Zudem leistet eine nachhaltige Unternehmensführung hinsichtlich finanzieller, sozialer und ökologischer Aspekte einen wesentlichen Beitrag, um den Unternehmenswert langfristig weiter zu steigern.

Entwicklung finanzieller KPIs

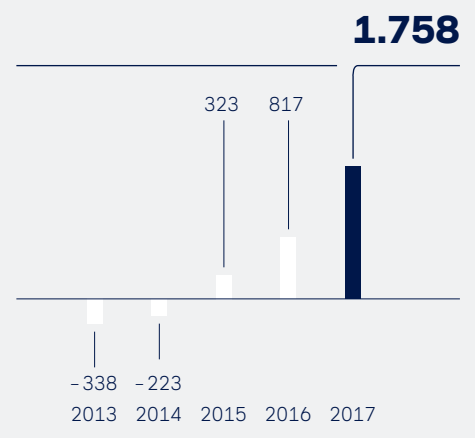
UMSÄTZE (IN MRD. EURO)
STEIGEN UM 12 PROZENT



STÜCKKOSTEN¹ (IN EURO CENT)
SINKEN UM 0,4 PROZENT



1,8 MRD. EURO WERT GESCHAFFEN (EACC)²



¹ Währungsbereinigter CASK exkl. Treibstoff
Bei den Stückkosten (CASK) handelt es sich um die operativen Aufwendungen dividiert durch die angebotenen Sitzkilometer.

² EACC (Earnings After Cost of Capital)
= Gewinn nach Kapitalkosten (€m)

Das Wichtigste zum Thema

UNTERNEHMEN & VERANTWORTUNG



01

- 20_ STRATEGIE UND MANAGEMENT
- 28_ COMPLIANCE UND MENSCHENRECHTE
- 31_ NACHHALTIGKEIT IN DER LIEFERKETTE
- 32_ FLOTTENMANAGEMENT
- 36_ NACHHALTIGE INNOVATION,
FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG



Gesellschaftliche Entwicklungen haben einen großen Einfluss auf die Geschäftstätigkeit und die Nachhaltigkeitsagenda der Lufthansa Group. Zu den weltweiten Megatrends und Herausforderungen gehören das Bevölkerungswachstum, die steigende Mobilität, der technologische Fortschritt und die voranschreitende Digitalisierung zahlreicher Prozesse. Zugleich gewinnt der Umweltschutz angesichts von Klimawandel und Ressourcenverknappung weiter an Bedeutung. Diesen Entwicklungen zu begegnen, heißt für die Lufthansa Group, nachhaltig und verantwortungsbewusst zu handeln. Der Konzern legt den Fokus dabei auf jene Aspekte, bei denen er eine große Wirkung erzielen kann. Hierzu zählt insbesondere die Begrenzung umweltrelevanter Auswirkungen des Flugbetriebs durch umfangreiche Investitionen in neue Flugzeuge, Technologien und Produkte.

Die Lufthansa Group ist ein Dienstleistungsunternehmen, dessen wirtschaftlicher Erfolg maßgeblich vom Engagement und der Motivation seiner Mitarbeiter abhängt. Der verantwortungsvolle und nachhaltige Umgang mit Ressourcen, der Umwelt und den Mitarbeitern sichert neben der langfristigen finanziellen Stabilität auch innerhalb und außerhalb des Unternehmens die Akzeptanz für das Geschäftsmodell und die Attraktivität für Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und Partner. Hierzu gehören auch eine umsichtige Steuerung von Chancen und Risiken, ein konsequentes Lieferkettenmanagement und der konstruktive Dialog mit den vielfältigen Anspruchsgruppen. Damit unterstreicht der Konzern das Ziel, seiner Rolle als führendes Unternehmen in der Aviation-Industrie auch in Sachen Nachhaltigkeit weiterhin gerecht zu werden.

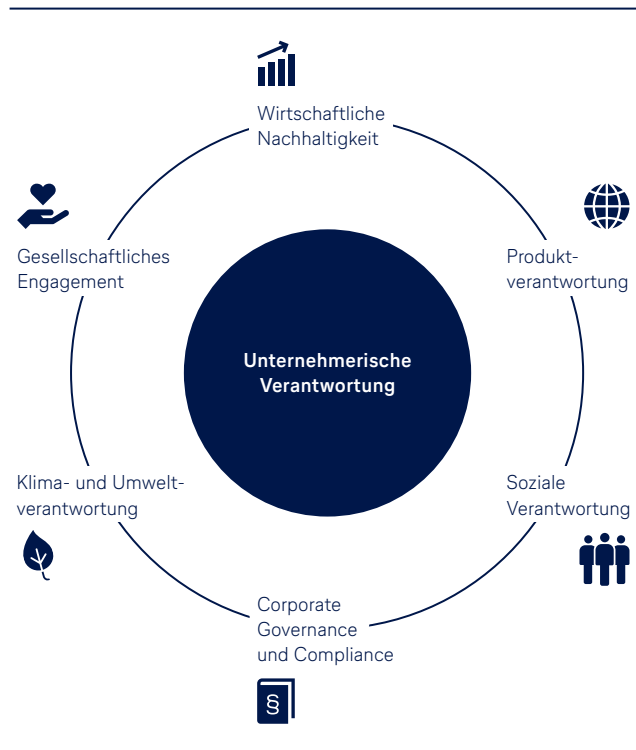
STRATEGIE UND MANAGEMENT

Die Lufthansa Group verfolgt eine umfangreiche Nachhaltigkeitsagenda, die sechs Dimensionen umfasst und eine verantwortungsvolle Unternehmensführung in allen Geschäftsbereichen gewährleistet (siehe untenstehende Grafik). Die wertorientierte Unternehmenssteuerung ist für den Konzern ein integraler Bestandteil nachhaltiger Unternehmensführung. Mit dem Ziel der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts hat die Lufthansa Group ihre Finanzstrategie im Geschäftsjahr 2017 erneuert. Die drei Dimensionen Steigerung der Profitabilität, Fokussierung des Kapitaleinsatzes und Sicherung der finanziellen Stabilität stehen hierbei im Vordergrund. Das Konzept und die dazugehörigen Kennzahlen werden ausführlich im Kapitel „Finanzstrategie und wertorientierte Steuerung“ des Geschäftsberichts 2017 (siehe Seite 16 ff.) dargestellt. Die

wichtigsten Kennzahlen sind zudem in diesem Bericht zu finden (siehe Seite 2, „Auf einen Blick“).

Durch nachhaltiges Wirtschaften kann die Lufthansa Group sich bietende Chancen nutzen, aber auch Risiken minimieren oder ganz vermeiden, die unter anderem aus verschärften regulatorischen Vorschriften resultieren können. Das Management von Chancen und Risiken ist in alle Geschäftsprozesse integriert. Im Berichtsjahr hat die Lufthansa Group ihr Konzern-Risikomanagementsystem um Auswirkungen aus den nicht-finanziellen Aspekten auf externe Stakeholder erweitert. (siehe Seite 66, Geschäftsbericht 2017).

Corporate Responsibility Dimensionen der Lufthansa Group



Führungsstruktur und Organisation

Das oberste Kontrollorgan im Bereich der nachhaltigen Unternehmensführung ist der Aufsichtsrat. Die Koordination und Weiterentwicklung nachhaltigkeitsrelevanter Aktivitäten und Initiativen innerhalb der Lufthansa Group übernimmt das Corporate Responsibility Council (CRC). Dieses interdisziplinäre und bereichsübergreifende Gremium ist auf oberer Managementebene angesiedelt. Dem CRC gehören die Leiter der Konzernabteilungen Strategie, Politik, Umweltkonzepte, Personal, Recht, Kommunikation, Investor Relations, Controlling und Corporate Sourcing an. Die jeweiligen Führungskräfte sind für die Umsetzung konkreter Maßnahmen und Projekte verantwortlich. Sie bündeln und organisieren die in ihrem Zuständigkeitsbereich liegenden Themen.

Im Berichtsjahr hat die Lufthansa Group Nachhaltigkeitsaspekte noch stärker mit der Konzernstrategie verzahnt: Eine von der Abteilung geleitete Arbeitsgruppe setzt nun konzernweit entsprechende Steuerungsimpulse und überwacht deren Umsetzung. Ihr gehören Experten aus den gleichen Fachabteilungen und Stabsbereichen an, die das CRC bilden. Das Team tagt zwei Mal pro Monat und befasst sich mit aktuellen Fragen und Herausforderungen im Kontext der unternehmerischen Verantwortung. Ein Schwerpunkt der Arbeitsgruppe lag im Berichtsjahr auf der gesetzeskonformen Berichterstattung gemäß der CSR-Richtlinie und der Bedeutung der Menschenrechte im unternehmerischen Umfeld. Aufgrund der Wichtigkeit wurde zu diesem Thema eine eigene Projektgruppe eingerichtet (siehe Seite 30, Achtung der Menschenrechte).



Vier Fragen an CLAUDIA HÜGEL

Senior Director Group Strategy/Nachhaltigkeit
Claudia Hügel hat in der Lufthansa Group die
Erstellung des ersten nichtfinanziellen Berichts
nach CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz geleitet.

zudem ganz entscheidend von allen Mitarbeitern und deren Engagement ab. Darum ist es für uns auch in dieser Hinsicht wichtig, ein motivierendes Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem die Mitarbeiter ihre Ideen und Projekte einbringen können.

WO STEHT DIE LUFTHANSA GROUP IN PUNCTO NACHHALTIGKEIT?

Unser Engagement für Nachhaltigkeit hat viele Facetten: Eine besonders hohe Bedeutung haben für uns seit jeher der Klimaschutz und der aktive Schallschutz. Neben den ökologischen Aspekten wollen wir uns noch stärker mit unserer Lieferkette befassen. Als global agierendes Unternehmen möchten wir innerhalb des Konzerns und in der Lieferkette verantwortungsbewusst und gesetzeskonform handeln sowie sicherstellen, dass die Menschenrechte eingehalten werden. Mit unserem Code of Conduct und der Beteiligung am UN Global Compact haben wir hier bereits gute Grundlagen geschaffen. Jetzt geht es darum, den Managementansatz weiterzuentwickeln und gemeinsam mit anderen Unternehmen in der Branche das Bewusstsein für unternehmerische Verantwortung zu stärken.

WAS BEDEUTET DAS KONKRET FÜR DIE LUFTHANSA GROUP?

Wir verfügen über ein breites Know-how und ein Netzwerk zu Themen der unternehmerischen Verantwortung. Das wollen wir noch besser steuern und die bisherige Organisationsstruktur weiterentwickeln. So können wir Nachhaltigkeitsthemen mit noch mehr Schlagkraft vorantreiben und das Profil der Lufthansa Group als führendes Unternehmen in der Airline-Branche – auch in Sachen Nachhaltigkeit – weiter schärfen. Der Erfolg unserer Nachhaltigkeitsbemühungen hängt

WAS SIND IN DIESEM ZUSAMMENHANG DIE NÄCHSTEN SCHRITTE?

Wir arbeiten im Konzern seit einiger Zeit in einer Matrixorganisation. Aufgaben und Themen werden prozessorientiert gesteuert. Das nutzen wir, um ausgehend von der bisherigen Aufstellung die konzernübergreifende Steuerung für nichtfinanzielle Aspekte zu optimieren. Wir nehmen bei unseren Kunden, Aktionären, Mitarbeitern und weiteren Stakeholder-Gruppen seit einigen Jahren ein erhöhtes Interesse an Nachhaltigkeitsthemen wahr. Das bestärkt uns in unserem Weg und spornt uns an, hier noch aktiver zu werden und vor allem auch die damit verbundenen Chancen stärker zu nutzen.

WELCHE BEDEUTUNG HAT DIE BETEILIGUNG AM UN GLOBAL COMPACT FÜR DIE LUFTHANSA GROUP?

Wir sind seit mehr als 15 Jahren im UN Global Compact aktiv. Die Einhaltung der zehn Prinzipien – und seit 2015 auch die Unterstützung der Sustainable Development Goals – sind Teil unserer unternehmerischen Aktivitäten. 2018 haben wir unser diesbezügliches Commitment mit der neuen Teilnahme-Option „Participant“ noch einmal unterstrichen. Im nächsten Schritt werden wir uns intensiv damit befassen, wie wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie noch deutlicher an den globalen Entwicklungszielen der Agenda 2030 orientieren können.

Stakeholder-Dialog

➤ GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-44

Der kontinuierliche Austausch mit den Stakeholdern leistet einen wichtigen Beitrag für die Weiterentwicklung der Lufthansa Group, ihrer Nachhaltigkeitsstrategie und für die jährliche Berichterstattung zu wesentlichen Themen der unternehmerischen Verantwortung (Corporate Responsibility). Die Bandbreite der Stakeholder reicht von Kunden und Mitarbeitern über Investoren und Lieferanten bis hin zu Politikern, Kommunen, Anrainern, NGOs und Wissenschaftlern. Der Konzern legt großen Wert auf einen offenen, beständigen und vertrauensvollen Dialog mit seinen internen und externen Interessengruppen und sucht mithilfe vielfältiger Formate aktiv den Austausch mit ihnen (siehe nebenstehende Seite, Stakeholder-Dialog: Die wichtigsten Aktivitäten 2017 auf einen Blick).

Dieser Dialog ermöglicht es dem Konzern, die Bedürfnisse, Erwartungen und Wünsche unterschiedlicher Interessengruppen besser zu verstehen und in sein unternehmerisches Handeln einzubeziehen.

So hat der Konzern 2017 Schlüsselthemen und wichtige Anliegen der Mitarbeiter über die konzernweite Mitarbeiterbefragung „involve me!“ erhalten. Insgesamt haben die Beschäftigten rund 31.200 offene Kommentare abgegeben, unter anderem zu den Themenfeldern Arbeitsbedingungen, Führung, Gesundheit und zum Unternehmen als Arbeitgeber. Die Auswertung liefert Aufschluss über etwaige Handlungsfelder. Auf Basis der „involve me!“-Ergebnisse 2015 wurde beispielsweise das Handlungsfeld „Feedback-/ Fehlerkultur“ abgeleitet. Die Maßnahmen, die der Konzern in diesem Bereich ergriffen hat, zeigen Wirkung. Auch im Bereich des gesellschaftlichen Engagements nimmt die Lufthansa Group die Wünsche und Meinungen der Stakeholder ernst: Der Konzern hat das zunächst zugunsten der Fokussierung auf soziale und humanitäre Themenfelder reduzierte Engagement im Bereich Kranichschutz auf Basis des breiten Stakeholder-Feedbacks revidiert und die Fortführung beschlossen (siehe Seite 81, Weiteres Engagement).

Stakeholder der Lufthansa Group



Kunden
Verbraucher



Investoren
Aktionäre
Analysten
Rating-Agenturen



Regierung
Gesetzgeber
Politik
Behörden



Anrainer
Öffentlichkeit
Soziale Netzwerke



Nichtregierungsorganisationen
(NGOs)
Verbände
Vereinigungen



Wissenschaft
Forschung & Bildung



Mitarbeiter
Arbeitnehmervertreter



Lieferanten
Vertragspartner

Stakeholder-Dialog: Die wichtigsten Aktivitäten 2017 auf einen Blick

KUNDEN

- Kontinuierliche, weltweite Passagierbefragungen
- Kundenevents, Kundenforen und Beteiligung an Diskussionsforen
- Monatlich erscheinende Kunden-Bordmagazine und regelmäßige Newsletter
- Lufthansa InTouch Service Center stellen 24-Stunden-Erreichbarkeit zu allen Fragen rund um die Flugbuchung sicher
- Digital Aviation Forum 2017
- Veranstaltung „Lufthansa Cargo im Dialog“ mit mehr als 160 Vertretern der Logistikindustrie
- Format „Lufthansa FlyingLab“: Fluggäste können auf ausgewählten Flügen innovative Produkte und Services an Bord live erleben, selbst testen und Feedback geben (siehe Seite 37)
- Besucherdienst „Discover Lufthansa“ übernimmt wichtige Funktion der Kundenpflege am größten Standort Frankfurt. Maßgeschneiderte Programme für deutsche und internationale Topkunden sowie für Flughafenrainer, Verbände, Forschungseinrichtungen und Partnerhochschulen der Lufthansa Group

MITARBEITER

- Konzernweite Mitarbeiterbefragung „involve me!“ (siehe Seite 69)
- Customer Centricity Days (siehe Seite 84)
- Cabin Air Quality Forum
- Neues Format „Pilots Convention“ – Piloten im Dialog mit Vertretern des Managements
- Kontinuierliche Kommunikation über die in der Produktgruppe „One“ gebündelten Formate: Alle zwei Monate erscheinendes Mitarbeiter-Magazin „One“, News App „One“, „eBase One“ (Nachrichtenwelt im Intranet), „Connection One“ (Community im Social Intranet) und die neu eingeführten Großbildschirme an zentralen Standorten, „Screens One“
- Fortführung der Dialogforen für Kabinen- und Cockpitmitarbeiter
- Fortführung der CabCons: Dialogveranstaltungen für Flugbegleiter bei Lufthansa
- Fortführung der Dialogreihe „Offen gesagt ...“ mit dem Vorstandsvorsitzenden der Lufthansa Group an unterschiedlichen Unternehmensstandorten und Liveübertragung im Intranet
- Live-Chats, Webcasts und weitere persönliche Dialogveranstaltungen für verschiedene Mitarbeitergruppen und Führungskräfte in verschiedenen Geschäftsfeldern
- Fortführung des Veranstaltungsformats „Marktkonferenzen“: Dialogveranstaltungen mit Führungskräften und dem Vorstandsvorsitzenden der Lufthansa Group in verschiedenen Geschäftsregionen (2017 in Delhi, Brüssel und Chicago)

INVESTOREN/ AKTIONÄRE/ ANALYSTEN

- Kontinuierlicher und intensiver Anlegerdialog
- Vorstand, Aufsichtsrat und Investor Relations erläuterten institutionellen Investoren 2017 über die Quartalskonferenzen hinaus die aktuellen Entwicklungen des Konzerns auf 34 Roadshows, 24 Investorenkonferenzen und anderen Veranstaltungsformaten. Dabei wurden insgesamt rund 400 persönliche Einzel- und Gruppengespräche geführt
- Fünf speziell für Privatanleger ausgerichtete Foren
- „Aktionärsinfo“ für Privatanleger
- Zusätzlich zu Geschäfts- und Zwischenberichten wird der Kapitalmarkt monatlich über die Entwicklung der Verkehrszahlen der Fluggesellschaften der Lufthansa Group informiert
- Alle Veröffentlichungen, Finanzberichte, Präsentationen, Hintergrundinformationen, Reden, aktuelle Nachrichten und relevante Termine sind abrufbar unter: www.lufthansagroup.com/investor-relations

POLITIK UND BEHÖRDEN

- Kontinuierlicher und intensiver Austausch mit Vertretern aus Politik und Behörden sowie Teilnahme an zahlreichen Veranstaltungen und Podiumsdiskussionen
- Mit den Formaten „Politikbrief“ und „Aeropolitics“ informieren die Lufthansa Group und SWISS Entscheider in Politik, Medien und Wirtschaft über Entwicklungen in der Luftfahrtbranche und luftfahrtpolitische Themen

WISSENSCHAFT UND FORSCHUNG

- Vielfältige Kooperationen mit wissenschaftlichen Forschungseinrichtungen
- Teilnahme an Diskussionsforen und Konferenzen

ANRAINER UND LOKALE GEMEINSCHAFTEN

- Regelmäßige Informationsveranstaltungen und Diskussionsrunden mit Landes- und Kommunalpolitikern an den Drehkreuzen der Lufthansa Group
- Engagement im Forum Flughafen und Region in Frankfurt sowie im Dialogforum Flughafen Wien
- Engagement in den deutschen Fluglärmkommissionen
- Seit Mai 2015 ist LSG Sky Chefs Mitglied im von der Stadt Frankfurt initiierten Netzwerk „LEEN 100“ (Lernendes Energie-Effizienz-Netzwerk), das dazu beitragen soll, die CO₂-Emissionen der Region zu senken und den Anteil erneuerbarer Energien zu erhöhen
- Lufthansa CityLine ist seit September 2015 Mitglied des fünften „Umweltpakts Bayern“. Ziel ist es, Anreize für eine nachhaltige Entwicklung und eine kontinuierliche Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes in Bayern zu schaffen
- Engagement von Lufthansa Technik und LZ-Catering in der „Umwelt-Partnerschaft Hamburg“ und von Lufthansa Technik in Frankfurt in der „Umweltallianz Hessen“



ZUSAMMENGEFASSTER NICHTFINANZIELLER BERICHT

Für das Geschäftsjahr 2017 hat die Deutsche Lufthansa AG entsprechend dem am 19. April 2017 verabschiedeten CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) erstmals und ab dann jährlich im Geschäftsbericht 2017 einen zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht in Übereinstimmung mit den §§ 315b und 315c in Verbindung mit 289c bis 289e HGB veröffentlicht. Die Deutsche Lufthansa AG hat einen gesonderten nichtfinanziellen Bericht auf Gesellschaftsebene sowie einen gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht gemeinsam als zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht vorgelegt. Er fasst die wesentlichen Sachverhalte zu den fünf Aspekten Umweltbelange, Arbeitnehmerbelange, Bekämpfung von Korruption und Bestechung, Achtung der Menschenrechte und Sozialbelange inhaltlich zusammen. Zusätzlich werden an anderen Stellen im zusammengefassten Lagebericht Maßnahmen und Initiativen der Lufthansa Group erläutert, die das vielfältige Engagement des Unternehmens im Bereich der unternehmerischen Verantwortung belegen. Darauf wird im Bericht an den jeweiligen Stellen verwiesen. Der zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht wurde einer freiwilligen betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 (revised) mit begrenzter Sicherheit unterzogen. Er orientiert sich an den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative (GRI Standards 2016). Zusätzlich erfolgt eine umfassende Berichterstattung zu nichtfinanziellen Themen im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht.

➔ www.lufthansagroup.com/investor-relations

Wesentlichkeitsanalyse

➔ GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-44, GRI 102-46, GRI 102-47, GRI 102-49

Die Lufthansa Group hat im Jahr 2016 eine breit angelegte Stakeholder-Befragung durchgeführt und auf Basis der hierbei gewonnenen Erkenntnisse eine umfassende Wesentlichkeitsanalyse erstellt (siehe Seite 22 f., Balance 2016, und Seite 19, Balance 2017). Sie dient dem Konzern als Basis für die strategische Weiterentwicklung des Corporate Responsibility Managements. Ferner nutzt das Unternehmen die Wesentlichkeitsanalyse dazu, die Inhalte für den Nachhaltigkeitsbericht und den nichtfinanziellen Bericht (siehe nebenstehende Infobox) festzulegen beziehungsweise anzupassen.

Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse unterzog die Lufthansa Group im Berichtsjahr einer internen Überprüfung. Als Ergebnis wurde das Thema „Datenschutz und Datensicherheit“ aufgrund seiner wachsenden Bedeutung in die Liste der wesentlichen Themen aufgenommen. Auch die Themen Flugsicherheit und Achtung der Menschenrechte wurden ergänzt. Sie waren 2016 nicht Bestandteil der Wesentlichkeitsanalyse, da sie die Lufthansa Group als Grundlagen der Geschäftstätigkeit betrachtet. Die Themen Mitarbeitersensibilisierung für Nachhaltigkeit, nachvollziehbares politisches Engagement und lokale Wertschöpfung sind mit Blick auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung 2017 nach GRI keine wesentlichen Themen.

Corporate Responsibility: Wesentliche Themen im Überblick¹

- Flugsicherheit
- Wirtschaftlichkeit
- Nachhaltige Innovation, Forschung und Entwicklung
- Antikorruption
- Nachhaltigkeit in der Lieferkette
- Menschenrechte
- Klimaschutz
- Energie- und Ressourcenmanagement
- Aktiver Schallschutz
- Service und Kundenorientierung
- Datenschutz und Datensicherheit
- Arbeitgeberattraktivität
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- Gesellschaftliches Engagement

¹ Weiterführende Informationen zu den wesentlichen Themen (Ansatz, Wirkung, Ziele) finden sich im Nachhaltigkeitsbericht Balance, Ausgabe 2017, Seite 20 f.

Werte und Verhaltensstandards

Um die auf Vertrauen und Integrität basierende Unternehmenskultur fortzuschreiben und den nachhaltigen Unternehmenserfolg zu sichern, hat die Lufthansa Group 2017 für alle Organe, Führungskräfte und Mitarbeiter einen Code of Conduct verbindlich eingeführt (siehe Seite 28 f.). Bereits seit 2002 bekennt sich der Konzern zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact für eine nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung. Ziel der Initiative ist es, die Globalisierung sozial- und umweltverträglich zu gestalten. Seit 2018 engagiert sich die Lufthansa Group in diesem Bündnis zwischen Vereinten Nationen und Unternehmen in der Voll-Teilnahmeoption „Participant“. Damit bekräftigt der Aviation-Konzern noch einmal seine Selbstverpflichtung, die Geschäftsstrategie an den zehn weltweit anerkannten Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auszurichten. Am Jahrbuch „Global Compact Deutschland 2017“ hat sich die Lufthansa Group mit einem Good-Practice-Beispiel zum Thema „Digitalisierung unterstützt nachhaltige Entwicklung“ beteiligt. Darin zeigt der Konzern auf, wie die Digitalisierungsprogramme einen Beitrag zur UN-Agenda 2030 leisten.

Sustainable Development Goals

Kernstück der im September 2015 von den Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen verabschiedeten Agenda 2030 sind 17 globale Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs, siehe www.un.org/sustainabledevelopment). Die SDGs spiegeln sich in den wesentlichen Handlungsfeldern der Lufthansa Group wider. Ein Großteil der globalen Nachhaltigkeitsziele ist für den Konzern relevant, wenn auch in unterschiedlicher Intensität und Ausprägung.

Von besonderer Bedeutung für die unternehmerische Tätigkeit der Lufthansa Group sind die Unterstützung der Klimaziele (13) und der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen (12). Dort sieht das Unternehmen die größten Einflussmöglichkeiten, um einen messbaren Beitrag leisten zu können. Gleiches gilt für die Förderung weiblicher Beschäftigter (5) und die stetige Verbesserung der Arbeitsbedingungen (3, 8). Bei Innovations- und Digitalisierungsprojekten (9) achtet die Lufthansa Group ebenfalls verstärkt auf die soziale und ökologische Verträglichkeit. Dies betrifft unter anderem die papierlose Luftfahrt, die Förderung der Intermodalität, die Elektromobilität am Flughafen und den aktiven Schallschutz.



DIE ZEHN PRINZIPIEN DES UN GLOBAL COMPACT

Die Lufthansa Group beteiligt sich bereits seit 2002 am UN Global Compact, der weltweit größten Initiative für verantwortungsvolle und nachhaltige Unternehmensführung. Die teilnehmenden Unternehmen verpflichten sich, ihre Geschäftstätigkeit und Strategien an zehn Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auszurichten.

MENSCHENRECHTE

1. Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten und
2. sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

ARBEITSNORMEN

3. Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren,
4. für die Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit eintreten,
5. für die Abschaffung von Kinderarbeit eintreten und
6. für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.

UMWELT

7. Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen,
8. Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern und
9. die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.

KORRUPTIONSPRÄVENTION

10. Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

➔ www.unglobalcompact.org

Zusätzlich zur unternehmerischen Tätigkeit engagiert sich die Lufthansa Group mit ihrer gemeinnützigen Gesellschaft help alliance, die zum 1. Januar 2017 auf eine neue Basis gestellt wurde, insbesondere auf den Feldern Bildung und Enabling (4). Seit jeher genießt eine hochwertige Aus- und Weiterbildung im gesamten Unternehmen einen hohen Stellenwert. Darüber hinaus unterstützt der Konzern die SDGs durch Kooperationen mit Wissenschaft und Forschung sowie aktive Mitarbeit in verschiedenen nationalen und internationalen Gremien und Arbeitsgruppen (17). Beispiele dafür sind das Mitwirken bei econsense, dem Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft und die Unterstützung der Klimaforschung (siehe Seite 36 f., Nachhaltige Innovation, Forschung und Entwicklung).

Eine Übersicht der wichtigsten nachhaltigkeitsrelevanten Mitgliedschaften findet sich unter:

➤ www.lufthansagroup.com/verantwortung

Kommunikation und Mitarbeitersensibilisierung



Unter dem Motto „Travel.Enjoy.Respect.“ haben die Vereinten Nationen und die Welttourismus-Organisation (UNWTO) das Jahr 2017 zum „Internationalen Jahr des Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung“ erklärt. Die Lufthansa Group unterstützte die Kampagne und deren Ziele als „Friend of the International Year“, unter anderem in den Sozialen Medien sowie in weiteren in- und externen Kommunikationskanälen.

Im Berichtsjahr hat der Konzern zur Mitarbeiterinformation und -sensibilisierung Nachhaltigkeitsthemen noch stärker als bisher in seine Kommunikation eingebunden, zum Beispiel über Erklärvideos, Interviews, Hintergrundinformationen und Themenwochen. Darüber hinaus werden Mitarbeiter für relevante Themen mit Nachhaltigkeitsbezug auch über freiwillige beziehungsweise teilweise verpflichtende Schulungsangebote sensibilisiert.



„
Kommunikation leistet einen wichtigen Beitrag,
um den Anspruch der Lufthansa Group an
eine nachhaltige Unternehmensführung
kontinuierlich und transparent zu vermitteln.“

Steffen Milchsack

Head of Corporate Responsibility Communications, Lufthansa Group



Externe Bewertung

Nachhaltigkeitsanalysten und Ratingagenturen bewerten regelmäßig die Aktivitäten der Lufthansa Group nach den Gesichtspunkten einer verantwortungsvollen Unternehmensführung. 2017 war die Lufthansa Aktie erneut in den folgenden Nachhaltigkeitsindizes vertreten:

FTSE4Good

Im FTSE4Good ist die Lufthansa Aktie bereits seit 2001 gelistet. Der Index führt lediglich jene Unternehmen, die international anerkannten Standards unternehmerischer Verantwortung gerecht werden.

MSCI Global Sustainability Index Series

In der MSCI Global Sustainability Index Series ist die Lufthansa Aktie seit 2015 gelistet. Die Index-Familie bildet Unternehmen ab, die sich in besonderem Maße in Umwelt-, Sozial- und Governance-Angelegenheiten (Environmental, Social and Governance, ESG) engagieren.

ECPI

Die Lufthansa Aktie ist in den Nachhaltigkeitsindizes ECPI EMU Ethical Equity, ECPI Euro Ethical Equity, ECPI Euro ESG Equity und ECPI World ESG Equity gelistet. ECPI bietet seit 1997 eine Auswahl an ESG-Indizes an und benutzt dabei eine hauseigene Bewertungsmethode, die sowohl auf Ausschlusskriterien als auch auf Positivkriterien in den

Kategorien Umwelt, Soziales und Corporate Governance basiert. In diese Indizes werden nur wenige hundert Unternehmen aufgenommen, die nach Bewertung des ECPI geeignete, nachhaltige Investitionen darstellen.

Die Lufthansa Group erhielt 2017 folgende Ratings:

CDP: Scoring Ergebnis „A-“

In der Klimawandelberichterstattung 2017 der internationalen gemeinnützigen Rating Organisation CDP erreichte die Lufthansa Group mit dem Climate Scoring Ergebnis „A-“ (Vorjahr: „B“) den Leadership-Status im globalen Ranking. Der Aviation-Konzern gehört damit nach CDP-Bewertung nicht nur erneut zu den Besten der Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz, sondern wird nunmehr im höchsten Ranking-Segment gelistet. Ferner erhielt die Lufthansa Group im „CDP Supply Chain Information Request for Climate Change 2017“, an dem weltweit rund 4.800 Unternehmen teilnahmen, ebenfalls das Ranking „A-“.

oekom Corporate Rating: Prime Status

Im oekom Corporate Rating vom November 2017 erhielt die Lufthansa Group erneut den „Prime“-Status. Damit gehört der Konzern von insgesamt 69 bewerteten Unternehmen der Branche zur Gruppe „Industry Leaders“. In dem Rating-Prozess wird die Sozial- und Umweltverträglichkeit von Unternehmen anhand von mehr als 100 branchenspezifisch ausgewählten sozialen und ökologischen Kriterien bewertet.

COMPLIANCE UND MENSCHENRECHTE

Compliance und die Achtung der Menschenrechte sind wesentliche Bestandteile des unternehmerischen Handelns der Lufthansa Group. Für den Konzern ist es selbstverständlich, sowohl geltendes Recht und freiwillige Selbstverpflichtungen einzuhalten als auch ethische Grundsätze aktiv zu berücksichtigen.

Der 2017 verabschiedete und 2018 intern wie extern kommunizierte Lufthansa Group Code of Conduct fasst die Grundsätze und Leitlinien zusammen, die für alle Organe, Führungskräfte und Mitarbeiter im Geschäftsalltag verbindlich sind. Zudem dient er als Orientierungshilfe für die Geschäftspartner. Die Lufthansa Group erwartet auch von ihnen, dass sie die darin niedergelegten Grundsätze beachten. Der Code of Conduct ist in neun Sprachen veröffentlicht und im Intra- sowie Internet des Konzerns einsehbar.

Weitere Selbstverpflichtungen ergeben sich für die Lufthansa Group aus der Teilnahme am UN Global Compact (siehe Seite 25), der Mitgliedschaft in der Anti-Korruptions-Organisation „Transparency International“, der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und den vier Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO).

Die Lufthansa Group ist bestrebt, eine gute Unternehmensführung im Sinne einer wirkungsvollen Corporate Governance auszuüben. Hierunter ist insbesondere auch integriertes Verhalten der Mitarbeiter als wesentliche Voraussetzung für nachhaltigen Unternehmenserfolg zu verstehen.

Zum Ausdruck bringt die Lufthansa Group dies durch eine verantwortungsbewusste und auf nachhaltige Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensleitung und -kontrolle. Diese entspricht hohen internationalen Standards und ist von zentraler Bedeutung, um Transparenz gegenüber den Aktionären zu wahren und um das Vertrauen in die Unternehmensführung kontinuierlich zu steigern.

Wesentliche Grundlagen dafür sind das deutsche Aktiengesetz und der Deutsche Corporate Governance Kodex. Die im Dezember 2017 aktualisierte Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex ist im Internet unter www.lufthansagroup.com/investor-relations veröffentlicht.

Zudem ist die Lufthansa Group in das Transparenzregister der EU-Kommission und des EU-Parlaments eingetragen. Ziel dieses öffentlich zugänglichen Registers ist es, auf freiwilliger Basis die Transparenz von Entscheidungsprozessen zu erhöhen. Zugleich soll so sichergestellt werden, dass Interaktionen zwischen EU-Institutionen und Organisationen, Verbänden und Unternehmen gesetzeskonform und auf Basis ethischer Grundsätze erfolgen.

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

Korruptionsrisiken können weltweit in Unternehmen auftreten, auch innerhalb der Lufthansa Group oder bei ihren Geschäftspartnern. Daher ist das Thema Antikorruption wesentlich für den Konzern, denn es leistet einen wichtigen Beitrag zur Stärkung von fairem Wettbewerb, Integrität und verantwortungsvollem Handeln. Ziel der Lufthansa Group ist, das Bewusstsein für das Thema Antikorruption im Unternehmen weiter zu stärken sowie gesetzes- und regelkonformes Verhalten sicherzustellen.

Durch ihre weltweite Geschäftstätigkeit ist die Lufthansa Group zur weltweiten Einhaltung der jeweils landesspezifischen und teilweise auch exterritorial geltenden Gesetze gegen Korruption verpflichtet. Verstöße können für die betroffenen Personen und das Unternehmen nicht nur Straf- und Bußgeldrisiken zur Folge haben, sondern auch zu nicht abschätzbaren Reputationsschäden führen. Die Bekämpfung und Verhinderung von Korruption und Bestechung ist ebenfalls integraler Bestandteil des Code of Conduct und wesentlich für die Geschäftstätigkeit des Konzerns.

Um dies sicherzustellen, verfügt die Lufthansa Group über ein Compliance Management System, mit dem die Mitarbeiter und das Unternehmen vor Gesetzesverstößen bewahrt und gleichzeitig darin unterstützt werden sollen, Gesetze richtig anzuwenden. Das Compliance Management System setzt sich aus den Bausteinen Competition-, Kapitalmarkt-, Integrity- (Antikorruption) und Embargo Compliance zusammen (siehe Seite 25, Balance 2017).

Corporate Compliance Office

Für die konzernweite Implementierung, Weiterentwicklung und Kommunikation des Lufthansa Group Compliance Management Systems ist das zur zentralen Rechtsabteilung gehörende Corporate Compliance Office zuständig. Es wird durch ein weltweites Netz an Compliance Managern in den Konzerngesellschaften unterstützt. Kontinuierliche Self-Audits und Revisionsprüfungen stellen die effektive Umsetzung des Compliance-Programms sicher.

Der Leiter der Rechtsabteilung und Chief Compliance Officer untersteht direkt dem Vorstand für Personal und Recht und berichtet zweimal jährlich im Rahmen von Compliance-Berichten an den Vorstand. Darüber hinaus wird der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrates zweimal jährlich über aktuelle Compliance-relevante Entwicklungen im Konzern informiert.

Antikorruptions-Training

Sämtliche Führungskräfte, Teamleiter und Mitarbeiter aus relevanten Bereichen werden im zweijährigen Turnus über ein IT-basiertes Antikorruptions-Training verpflichtend geschult, um sie für potenzielle Gefahren zu sensibilisieren.

Automatisierte IT-Prozesse stellen sicher, dass alle Mitarbeiter und Organmitglieder der Lufthansa Group regelmäßig die für sie relevanten Web-based Compliance-Trainings durchlaufen.

Die Beschäftigten der Konzerngesellschaften haben Zugriff auf diese E-Learning-Kurse, sind teilweise bereits in den automatisierten Versand eingebunden oder haben entsprechende eigene Prozesse. Ergänzend führt das Corporate Compliance Office weltweit Präsenzs Schulungen durch und bietet Workshops an. So hat das Corporate Compliance Office im Berichtsjahr 110 Schulungen und Workshops mit insgesamt mehr als 1.300 Teilnehmern durchgeführt. Die Schulungsangebote richten sich an Führungskräfte als Entscheider und Multiplikatoren sowie an Mitarbeiter, die zur Erledigung ihrer Aufgaben vertiefte Compliance-Kenntnisse benötigen.

Risikobasierte Third Party Due Diligence

Die Integrität von Lieferanten und Dienstleistern soll durch einen risikobasierten Third Party Due Diligence-Prozess sichergestellt werden. Im Rahmen der Prüfung führen die Mitarbeiter des Corporate Compliance Offices sogenannte Compliance-Screenings durch. Hierfür stellen sie zunächst die Identität des Geschäftspartners sicher, um dann einen sogenannten Negativ-Datenbankabgleich in den Kategorien Compliance, Embargo, Sanktionen, PEP (Politically Exposed Person) und Watchlists hinsichtlich vorhandener Einträge durchzuführen. In Abhängigkeit vom Resultat können für den Umgang mit dem geprüften Geschäftspartner verschiedene Maßnahmen notwendig werden, die das Corporate Compliance Office gemeinsam mit der Abteilung Corporate Security vorschlägt.

Code of Conduct

Die im Code of Conduct der Lufthansa Group verankerten Grundsätze sind Grundlage für einen fairen Wettbewerb und helfen, rechtliche Risiken und Reputationsrisiken zu erkennen und zu vermeiden.

Zusätzlich zum Code of Conduct ergänzen eine Reihe unternehmensinterner Richtlinien die darin verankerten verbindlichen Grundsätze und Verhaltensmaßstäbe. Hierzu gehört insbesondere das Lufthansa Group Compliance Programm, das sich aus folgenden Bausteinen zusammensetzt:



COMPETITION



INTEGRITY



KAPITALMARKT



EMBARGO

Um vertrauliche Hinweise auf potenzielle Straftaten oder Verstöße gegen Gesetze oder Regelungen zu ermöglichen, hat die Lufthansa Group ein Ombudssystem eingerichtet.

Prüfung auf Korruptionsrisiken

Über die oben genannten Maßnahmen hinaus prüft die Lufthansa Group derzeit alle Konzerngesellschaften weltweit auf Korruptions- und Kartellrechtsrisiken mittels eines Compliance Risk Assessments (siehe Seite 26, Balance 2017). Abschließende Ergebnisse mit Empfehlungen für weitere Verbesserungen lagen im April 2018 für alle untersuchten Einheiten vor. Nach Abschluss des Compliance Risk Assessments beginnt die Lufthansa Group mit der Umsetzung der daraus folgenden Empfehlungen zur Ergriffung von Maßnahmen zur Mitigation der identifizierten und bewerteten Risiken.

Ombudssystem

Die Lufthansa Group hat bereits im Jahr 2008 ein Ombudssystem eingerichtet, um vertrauliche Hinweise bei Verdacht auf Straftaten, insbesondere bei potenziellen Verstößen gegen Antikorruptions-Gesetze oder -Regelungen, zu ermöglichen. Die Funktion des Ombudsmanns nimmt mit Dr. Rainer Buchert aus Frankfurt ein externer, unabhängiger Rechtsanwalt wahr. Er unterliegt in vollem Umfang der gesetzlichen berufsständischen Schweigepflicht. Hinweisgeber können Informationen telefonisch, schriftlich oder persönlich an den Ombudsmann übermitteln. Der Ombudsmann leitet alle ihm übermittelten Sachverhalte unter Geheimhaltung von Namen und Identität des Hinweisgebers an die Lufthansa Group weiter. Eine Offenbarung der Identität des Hinweisgebers gegenüber dem Unternehmen oder Dritten ist ohne dessen Zustimmung ausgeschlossen.

Achtung der Menschenrechte

Die Sicherstellung der Menschenrechte ist für die Lufthansa Group als weltweit agierendes Unternehmen selbstverständlich und integraler Bestandteil der Unternehmenskultur. Dies spiegelt sich unter anderem in den Arbeitsbedingungen, der Vereinigungs- und Versammlungsfreiheit, in Regelungen zur Geschlechtergleichstellung und der Inklusion von Minderheiten wider. Die Teilnahme am UN Global Compact seit Ende 2002 und der im Jahr 2017 verabschiedete Code of Conduct bringen unter anderem die Bedeutung von Menschenrechten für die Lufthansa Group zum Ausdruck.

Die Notwendigkeit, Menschenrechte als Teil des verantwortlichen Unternehmenshandelns zu verstehen, gewinnt insbesondere für international agierende Unternehmen weiter an

Bedeutung. In dem am 21. Dezember 2016 verabschiedeten Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) hat die Bundesregierung die Erwartungen an die Umsetzung von Maßnahmen menschenrechtlicher Sorgfalt im Unternehmen verankert.

Übergeordnetes Ziel der Lufthansa Group ist es, durch organisatorische und prozessuale Maßnahmen Menschenrechtsverletzungen zu vermeiden. In der Konzerneinkaufsrichtlinie (siehe Seite 31) ist darüber hinaus festgehalten, dass die Lufthansa Group auch von ihren Lieferanten die Einhaltung von Menschenrechten erwartet. So sollen Verträge Sanktionsmöglichkeiten bis hin zur sofortigen Kündigung des Geschäftsverhältnisses enthalten.

2017 hat der Konzern eine Arbeitsgruppe Menschenrechte im Vorstandsressort Personal und Recht etabliert, in der alle relevanten Stabsfunktionen und potenziell risikobehaftete Konzerngesellschaften vertreten sind. Sie hat die aus dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz und dem Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte resultierenden Vorgaben in ein Management-Konzept umgesetzt und sorgt für eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Programms. Basierend auf einer Auswertung der Beratungsgesellschaft Maplecroft wurde eine Übersicht aller Konzerngesellschaften erstellt, die in „High Risk“- und „Extreme Risk“-Ländern operieren, das heißt Länder, in denen die Gefahr für Menschenrechtsverletzungen besonders hoch ist. Die Führungskräfte und Personaldienste der Gesellschaften sollen hinsichtlich ihrer Sorgfaltspflichten zur Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen sensibilisiert werden. Dies erfolgt unter anderem über ein intern entwickeltes Schulungstool, das im Laufe des Jahres 2018 eingesetzt werden soll. Die betreffenden Gesellschaften werden darüber hinaus aufgefordert, Menschenrechtsrisiken zu erfassen und diese zentral zu melden. Individuelle Beschwerden können an Vorgesetzte oder an die Personalabteilungen adressiert werden. Das Ombudssystem steht auch Dritten zur Verfügung.

Der Vorstand soll jährlich über Art und Anzahl von Verdachtsfällen informiert werden. Das bereits in der Lufthansa Group bewährte interne Beschwerdeverfahren, das für die in Deutschland ansässigen Mitarbeiter in einer Betriebsvereinbarung geregelt ist und das schon für viele Arten von Beschwerden zum Einsatz kommt, soll auch für Beschwerden bezüglich Menschenrechtsverletzungen genutzt werden.

NACHHALTIGKEIT IN DER LIEFERKETTE

Die Lufthansa Group hat mehr als 40.000 Lieferanten. Das jährliche Einkaufsvolumen beträgt rund 18 Milliarden Euro.

Um den Ansprüchen an die Nachhaltigkeit der eigenen Produkte zu genügen, setzt die Lufthansa Group auf eine enge Zusammenarbeit mit Lieferanten, die diese Ansprüche teilen und umsetzen. Dies ist auch Bestandteil des Lufthansa Group Code of Conduct. Der Konzern erwartet von seinen Zulieferern, dass sie im Hinblick auf fairen Wettbewerb, Integrität und verantwortungsvolles Handeln geltende Gesetze, Richtlinien und Regelungen uneingeschränkt einhalten (siehe Seite 28 ff., Compliance und Menschenrechte).

Eine transparente Lieferkette gestattet es der Lufthansa Group, Beschaffungsprozesse gezielt zu steuern. So lassen sich Engpässe und Schwachstellen schnell erkennen und Gegenmaßnahmen einleiten. Insofern hat der Auf- und Ausbau einer nachhaltigen Lieferkette für die Lufthansa Group eine strategische Bedeutung.

Seit Oktober 2017 sind die Einkaufseinheiten der Lufthansa Group im Rahmen einer einheitlichen Berichtslinie innerhalb des Vorstandsressorts Finanzen organisiert. Sie informieren den Vorstand regelmäßig über aktuelle Entwicklungen. Die Einkaufseinheiten sind teilweise zentral organisiert, vor allem für airlinespezifische Leistungen wie Flugzeug- oder Kerosineinkauf, sowie dezentral bei eher speziellen Einkaufsgattungen in den Konzerngesellschaften. Die Berichtslinien sind entlang von Warengruppenverantwortlichkeiten und Konzerngesellschaften angeordnet. Die Warengruppenorientierung optimiert die Aufstellung des Einkaufs in den Beschaffungsmärkten. Die Berichtslinie entlang der Konzerngesellschaften stellt die Versorgung sicher.

Durch die Einführung einer prozessorientierten Matrixorganisation wird die Etablierung der Nachhaltigkeitsstandards vereinfacht, da zunehmend einheitliche Verfahren und IT-Systeme angewendet werden. Zusätzlich wird angestrebt, die Nachhaltigkeitsstandards dadurch besser durchsetzen zu können. Die zum 1. Oktober 2017 in Kraft getretene Umstrukturierung der Organisation dient dazu, die Effizienz zu erhöhen, die Kosten langfristig zu senken und durch ein stringentes Prozessmanagement Risiken in der Lieferkette noch besser vorzubeugen. Vertrauliche Hinweise auf potenzielle Straftaten

oder Verstöße gegen Gesetze oder Regelungen ermöglicht zudem das Ombudssystem des Konzerns.

Die Konzerneinkaufsrichtlinie beinhaltet die Verpflichtung zu sozialer und ökologischer Verantwortung. Sie ist eine übergeordnete Vorgabe für alle Einkaufsrichtlinien der Konzerngesellschaften. Darüber hinaus dient sie als Handbuch für Einkäufer und alle Mitarbeiter mit Kontakt zum Beschaffungsmarkt. So ist unter anderem die Aufnahme folgender Verpflichtungen in Verträge mit Lieferanten vorgesehen:

- die Einhaltung der zehn Prinzipien des UN Global Compact (siehe Übersicht Seite 25);
- die Einhaltung der vier Grundprinzipien der International Labour Organization (ILO);
- die Durchführung angekündigter und unangekündigter Audits durch Unternehmen der Lufthansa Group;
- die Einräumung des Rechts, bei Verstoß gegen diese Vereinbarungen das Vertragsverhältnis zu kündigen.

Durch diese Vorgaben strebt die Lufthansa Group an, ein verantwortungsvolles Handeln bei den unmittelbaren Lieferanten sicherzustellen und damit der eigenen unternehmerischen Verantwortung gerecht zu werden.

Derzeitig überarbeitet die Lufthansa Group ihre Konzerneinkaufsrichtlinie. Zugleich befindet sich ein gruppenweites, einheitliches und strukturiertes Lieferanten-Screening, das im Einkaufsprozess integriert wird, in Umsetzung.

Verpflichtende Vorgaben für Chemikalien

Produktverantwortung in der Lieferkette umfasst für die Lufthansa Group auch die sichere Verwendung von Chemikalien. Dazu hat Lufthansa Technik Anfang 2017 eine weitreichende Chemikalienpolitik („Restricted and Declarable Substance List“) verabschiedet. In dieser verbindlichen Vorgabe verpflichtet die Konzerngesellschaft ihre Lieferanten, besonders besorgniserregende Substanzen in Produkten, die an Lufthansa Technik geliefert werden, zu deklarieren und – soweit technisch möglich und luftrechtlich zulässig – zu ersetzen. Mit dieser Auflistung stellt das Unternehmen zugleich sicher, dass so genannte Konfliktminerale nicht in seinen Produkten enthalten sind.

FLOTTENMANAGEMENT

Die Lufthansa Group setzt auf eine moderne, effiziente und gut strukturierte Flotte und investiert weiterhin in deren grundlegende Erneuerung. Damit kann der Aviation-Konzern auch zukünftig führende Produktqualität anbieten und zugleich immer sparsamer und leiser fliegen. Zudem lassen sich so die Stückkosten weiter reduzieren. Die währungsbereinigten Stückkosten vor Treibstoff der Passagier-Airlines sind 2017 um 0,4 Prozent gesunken (siehe Seite 33, Geschäftsbericht 2017).

Im Jahr 2017 erhielt die Lufthansa Group insgesamt 29 neue Flugzeuge, darunter sieben Langstreckenflugzeuge (siehe Seite 20 ff., Geschäftsbericht 2017). Damit bestand die Konzernflotte zum Jahresende 2017 aus 728 Flugzeugen mit einem Durchschnittsalter von 11,4 Jahren (siehe Seite 35, Tabelle: Die Flotte der Lufthansa Group). Der Zuwachs von 111 Flugzeugen im Vergleich zum Vorjahr ist ausschließlich auf die Konsolidierung von Brussels Airlines und die Übernahme von Flugzeugen der Air Berlin-Gruppe zurückzuführen.

Die Lufthansa Group hat aktuell (Stand: 7. Mai 2018) insgesamt 192 Flugzeuge mit Auslieferungsdaten bis 2025 geordert. Im Geschäftsjahr 2018 erwartet der Konzern den Zugang von bis zu 30 neuen Flugzeugen. Die bestellten Flugzeuge dienen vorwiegend dem Ersatz älterer Flugzeuge.

Nach wie vor befindet sich der weit überwiegende Teil der Flotte im unbelasteten Eigentum der Lufthansa Group. Hinzu kommt ein kleiner Anteil an geleasteten Flugzeugen. Der Großteil der Flugzeuge soll auch in Zukunft finanziell unbelastet und in uneingeschränktem Eigentum des Konzerns bleiben. Ebenso wird die Lufthansa Group stetig in die Modernisierung der Flotte, des Bord- und Bodenprodukts sowie der Infrastruktur investieren. Für weitere Anschaffungen wiegt der Aviation-Konzern zwischen neuen und gebrauchten Flugzeugen ab. So kann er variabel auf Nachfrageschwankungen reagieren, das Angebot kurzfristig erhöhen beziehungsweise senken, und zugleich seine hohe finanzielle Flexibilität erhalten.

In der Lufthansa Group steuert das Flottenmanagement die konzernweite Flottenplanung und ist damit zuständig für die Größe und Zusammensetzung der Flotte sowie die Zuordnung zu den fliegenden Gesellschaften (siehe Seite 10 ff., Interview Jörg Hennemann). Die interne Matrixstruktur sorgt dafür, dass der Konzern das in den Group Airlines vorhandene Fachwissen optimal bündelt. Auf Basis von Marktanalysen und definierten Parametern wählen die Experten ein Flugzeugmuster aus und legen die zu bestellende Anzahl fest. Der Prozess von der Entscheidung für einen Flugzeugtyp bis zu dessen Auslieferung dauert etwa drei bis fünf Jahre. Zugleich berechnet das Flottenmanagement den optimalen Zeitpunkt für den Ersatz eines Flugzeugs, womit sich auch die Planungssicherheit für Vertrieb, Netzplanung und Technik erhöht.

Die Network Airlines im Konzern wachsen im Wesentlichen über den Ersatz älterer Flugzeuge durch modernere Modelle mit höheren Sitzplatzkapazitäten und verbesserter Treibstoffeffizienz – ohne dass sich die Gesamtzahl der Flugzeuge signifikant erhöht. Gleichzeitig reduziert die Lufthansa Group mit ihrer Flottenstrategie seit einigen Jahren die Anzahl der Flugzeugmuster, sodass sich die Komplexität vermindert und die Effizienz zunimmt. Durch die Harmonisierung der Flotte lassen sich Wartungs- und Betriebskosten senken sowie Synergien heben, angefangen bei der Lizenzierung für Piloten und das Kabinenpersonal über einheitlichere Abläufe an Bord bis hin zum Vorhalten von Ersatzteilen. Nach der Ausflottung werden Flugzeuge entweder verkauft oder recycelt (siehe Infobox Seite 13 und Seite 56, Balance 2016). Der Großteil der Flotte besteht aus Flugzeugen von Airbus und Boeing. Auf Kurz- und Mittelstrecken setzen die Konzern-Airlines auch Flugzeuge der Hersteller Bombardier und Embraer ein, während Flugzeuge von Fokker und BAE Systems seit Ablauf des Jahres 2017 nicht mehr zum Einsatz kommen.

Die Lufthansa Group treibt überdies die Standardisierung ihrer Airbus A320-Flotte für mehr Flexibilität und Synergien voran (siehe Infografik Seite 33): Austrian Airlines, Brussels Airlines, Eurowings, Lufthansa und SWISS entwickeln derzeit eine Standardspezifikation für die Airbus A320-Flotte, wobei die

Airline-Marken durch einen unterschiedlichen Markenauftritt gewahrt bleiben. Das gilt für Flugzeuge der A320-Familien, die ab 2019 an den Konzern ausgeliefert werden. Die Flugzeuge sollen künftig von vornherein so konfiguriert und vereinheitlicht werden, dass sie sich innerhalb kurzer Zeit und mit wenig Aufwand umbauen lassen, wenn sie zwischen den Konzern-Airlines transferiert werden. Auf diese Weise kann die Lufthansa Group schneller und flexibler auf aktuelle Entwicklungen reagieren sowie Flugzeuge und Kapazitäten einfacher und effizienter zwischen den Airlines und Hubs bewegen.

Die Flottenentwicklung der fliegenden Gesellschaften im Überblick:

Lufthansa

Lufthansa hat 2017 fünf Flugzeuge vom Typ A320neo in Dienst gestellt. Die A320neo ist deutlich treibstoffeffizienter als vergleichbare Vorgängermodelle und zeichnet sich durch entsprechend geringere CO₂-Emissionen aus (siehe Seite 28 f., Balance 2017, und Seite 30 f., Balance 2016). Zudem ist die 85-Dezibel-Lärmkontur einer startenden A320neo nur rund halb so groß wie die vergleichbare Kontur einer A320 der Bestandsflotte (siehe Seite 58, Balance 2016). Im gesamten Kontinentalverkehr setzt Lufthansa auf eine Flotte, die nur noch aus der Airbus A320-Familie besteht und per 31. Dezember 2017 insgesamt 170 Flugzeuge der Typen A319, A320 und A321 umfasste.

Lufthansa Group Airlines standardisieren die A320-Flotte

Einheitliche Spezifikation für alle Flugzeuge der Airbus A320-Familie, die ab 2019 an die Lufthansa Group ausgeliefert werden



GALLEY

Eine modulare Standardkonfiguration vereinfacht den Umbau airlinespezifischer Besonderheiten bei Wechsel des Operators.



FRACHT

Ein standardisiertes modulares Cargo Loading System, das die Bedarfe der Airlines abbildet, ist in Entwicklung.



SAFETY EQUIPMENT

Weitestgehend einheitliche Ausrüstung unter Berücksichtigung aller airlinespezifischen Stauorte.



SITZE

Ein Sitz für alle Lufthansa Group Airlines, der Sitzbezug variiert mit farblichen Akzenten markenspezifisch.



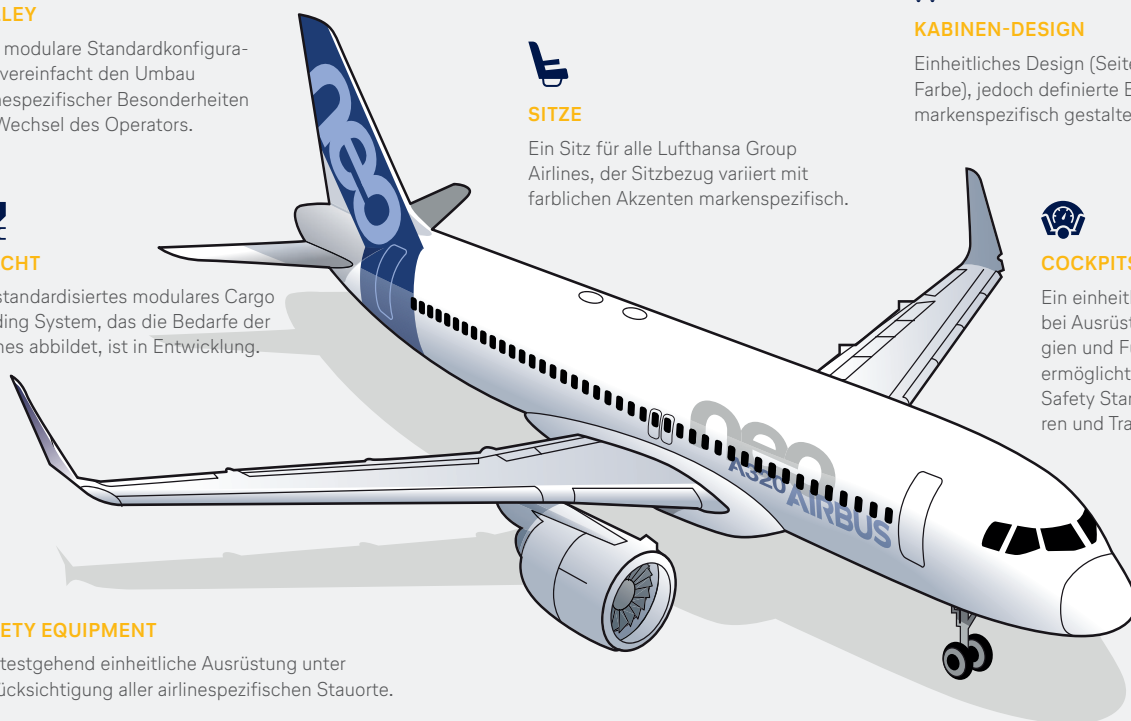
KABINEN-DESIGN

Einheitliches Design (Seitenwände, Farbe), jedoch definierte Bereiche für markenspezifisch gestaltete Elemente.



COCKPITSYSTEME

Ein einheitlicher Standard bei Ausrüstung, Technologien und Funktionalitäten ermöglicht einheitliche Safety Standards, Verfahren und Trainingsprozesse.





Boeing 777-300ER von SWISS



Airbus A320 von Eurowings

Für den Langstreckenverkehr hat Lufthansa die ersten Airbus A350-900 in München stationiert. Sie verbrauchen rund 25 Prozent weniger Treibstoff, erzeugen entsprechend weniger CO₂-Emissionen und sind bei Start und Landung wesentlich leiser als vergleichbare Flugzeugtypen (siehe Seite 57 ff., Aktiver Schallschutz). Zusätzlich hat die Airline fünf ihrer insgesamt 14 Flugzeuge vom Typ Airbus A380 von Frankfurt nach München verlegt. Seit dem Sommerflugplan 2018 fliegen die Flugzeuge die Destinationen Los Angeles, Hongkong und Peking an, um das Wachstum am Drehkreuz München weiter voranzutreiben.

Ab 2020 soll Lufthansa außerdem die ersten, hocheffizienten Langstreckenflugzeuge vom Typ Boeing 777-9 erhalten, in denen erstmals die neue Business Class zum Einsatz kommen soll. Diese zeichnet sich vor allem durch neue Sitze aus, die den Passagieren viel Privatsphäre und einen optimalen Schlafkomfort bieten.

Lufthansa CityLine indes fliegt seit 25 Jahren erfolgreich mit der Bombardier CRJ-Serie. Die Flugzeuge vom Typ CRJ900 stehen für Treibstoffeffizienz, niedrige Emissionswerte und eine geringe Lärmbelastung. Derzeit bilden 35 CRJ, neben den Flugzeugen der Typen Embraer 190/195, den wesentlichen Bestandteil der Flotte.

Nach rund 30 Jahren erhält die Lufthansa Flotte eine neue Lackierung. Seit Anfang Februar 2018 präsentieren sich die ersten Flugzeuge im neuen Markendesign, das die Modernisierung der Airline auch nach außen sichtbar macht.

SWISS

SWISS hat 2017 das größte Flottenerneuerungsprogramm ihrer Firmengeschichte weiter vorangetrieben. Auf der Langstrecke ersetzten im Berichtsjahr zwei Boeing 777-300ER Flugzeuge vom Typ Airbus A340-300. Bereits im Vorjahr hatte die Airline sechs B777-300ER eingeflottet, die ebenfalls als Ersatz für die A340-300 dienten (siehe Seite 30, Balance 2017). Auf der Kurzstrecke stellte SWISS drei Bombardier CS100 und sieben Bombardier CS300 in Dienst, die jeweils Flugzeuge vom Typ Avro RJ100 ablösten. Den letzten von ursprünglich 21 Avro RJ100 hatte die Airline am 15. August 2017 aus dem Flugbetrieb verabschiedet. Die C Series-Flugzeuge setzen dank neuester Technologien Maßstäbe in puncto Komfort, Wirtschaftlichkeit und Umweltverträglichkeit. Bis Anfang 2019 sollen zwei weitere Bombardier CS100, 13 Bombardier CS300 und zwei B777-300ER in die Flotte integriert werden.

Austrian Airlines

Austrian Airlines hat den 2015 begonnenen Austausch ihrer Fokker-Flotte durch 17 moderne Kurzstreckenflugzeuge vom Typ Embraer 195 im Berichtsjahr abgeschlossen. Ende Dezember 2017 verließ die letzte Fokker 100 die Flotte. Die Embraer verbraucht pro Sitzplatz rund 18 Prozent weniger Treibstoff als die Fokker und ist damit wesentlich umweltschonender. Darüber hinaus hat Austrian Airlines 2017 fünf Airbus A320 aus dem Bestand von Air Berlin übernommen.

Eurowings

Eurowings ist die am schnellsten wachsende Airline Europas. Die Flotte ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gewachsen. Eurowings ist inzwischen Marktführer an den vier deutschen Standorten Köln/Bonn, Stuttgart, Hamburg und Düsseldorf. Dazu hat auch die im ersten Halbjahr 2017 erfolgreich abgeschlossene Umflottung von 23 Bombardier-Flugzeugen des Typs CRJ900 in ebenso viele Airbus A320 beigetragen.

Brussels Airlines

Seit 9. Januar 2017 ist die Lufthansa Group alleinige Gesellschafterin von Brussels Airlines. Die belgische Fluggesellschaft wurde dem Geschäftsfeld Eurowings Group zugeordnet (siehe Seite 5). Ende Oktober 2017 flottete Brussels Airlines ihren letzten Avro RJ100 aus. Damit besteht die Flotte nur noch aus Airbus-Flugzeugen der Typen A330-300, A330-200, A320-200 und A319-100.

Lufthansa Cargo

Lufthansa Cargo hatte Ende 2017 fünf Frachtflugzeuge vom Typ Boeing 777F im Einsatz. Dieses Flugzeug gilt als der leiseste und treibstoffeffizienteste Frachter seiner Klasse und zeichnet sich durch seine hohe Zuverlässigkeit und große Reichweite aus. Zudem gehören zwölf Boeing MD-11F zur Flotte.



LUFTHANSA AVIATION TRAINING

Die Flugschule von Lufthansa Aviation Training in Phoenix (Arizona) ersetzt ihre bestehende Bonanza-Flotte durch einmotorige Cirrus SR20. Insgesamt hat die Flugschule 25 dieser Propellerflugzeuge bestellt, von denen die ersten sechs Ende Oktober 2017 übergeben wurden.

Darüber hinaus steht im Lufthansa Aviation Training Center in Frankfurt seit Ende 2017 ein neuer A320neo-Full Flight Simulator FT75 für Trainingseinheiten bereit, der sowohl als A320neo-Simulator mit Triebwerken von Pratt & Whitney als auch als A320-Simulator mit CFM-Triebwerken genutzt werden kann. Der FT75 ist der 16. Simulator aus der Airbus A320-Familie bei Lufthansa Aviation Training. Sechs von ihnen stehen in Frankfurt, je zwei in München, Berlin, Essen, Wien und Zürich.

DIE FLOTTE DER LUFTHANSA GROUP STAND 31.12.2017

(Veränderungen gegenüber 2016)

	Bestand ¹				In Operation ²			
	Anzahl		Alter		Anzahl		Alter	
Lufthansa (inklusive Regionalpartner)	357	(+7)	10,9	(+0,8)	337	(+7)	10,9	(+0,7)
Eurowings (inklusive Germanwings)	136	(+58)	10,4	(-0,9)	87	(-9)	10,2	(-0,4)
SWISS (inklusive Edelweiss Air)	91	(+2)	11,0	(-1,3)	91	(+2)	11,0	(-1,3)
Austrian Airlines	83	(+2)	13,7	(-1,2)	83	(+2)	13,7	(-1,2)
Brussels Airlines (neu ab Geschäftsjahr 2017)	44	(+44)	15,3	-	44	(+44)	15,3	-
Lufthansa Cargo	17	(-2)	14,1	(+0,6)	17	(±0)	14,1	(+1,0)
Konzernflotte	728	(+111)	11,4	(+0,1)	659	(+46)	11,5	(+0,2)

¹ Im Bestand der Lufthansa Group befindliches Gerät

² Betrieben durch Gesellschaften der Lufthansa Group

NACHHALTIGE INNOVATION, FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Lufthansa Group und ihre Konzerngesellschaften arbeiten sowohl individuell als auch geschäftsfeldübergreifend fortlaufend an Produktinnovationen sowie Forschungs- und Entwicklungsprojekten. Diese Aktivitäten werden teilweise zentral koordiniert. Der Großteil wird jedoch, bedingt durch die unterschiedlichen Tätigkeitsschwerpunkte, dezentral in den Geschäftsfeldern betrieben (siehe Seite 42 ff., Geschäftsbericht 2017).

Im digitalen Zeitalter ist Innovationsfähigkeit mehr denn je eine Grundvoraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg. Für einen Konzern wie die Lufthansa Group heißt das: strategisch denken und handeln in einem äußerst wettbewerbsintensiven Umfeld. Digitalisierung ist daher das zentrale Innovations- und Zukunftsthema in allen Geschäftsbereichen des Konzerns. Sie ermöglicht die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, Lösungen und Produkte. So können alle Unternehmen der Lufthansa Group ihre Kundenschnittstellen neu gestalten und differenzierte Kundenbedürfnisse besser adressieren. Der Aviation-Konzern nutzt aktiv die Chancen der Digitalisierung, um hierdurch einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen und die Qualitätsstrategie zu unterstützen. Dazu zählt unter anderem SMILE, die Initiative

zur Entwicklung zunehmend personalisierter Angebote, die sich nach Flugstatus, Standort, Interessen und Bedürfnissen richten (siehe Seite 16, Nachhaltig reisen). Gleiches gilt für die von Lufthansa Technik entwickelte, offene und neutrale Plattform AVIATAR für digitale MRO-Lösungen (siehe Seite 9, Balance 2017).

Lufthansa Technik ist darüber hinaus der wichtigste Ideengeber innerhalb der Lufthansa Group. Rund 40 Millionen Euro pro Jahr spart der weltweit führende Anbieter von flugzeugtechnischen Dienstleistungen, indem er kreative Verbesserungsvorschläge der Belegschaft aus Hangars, Werkstätten und Büros umsetzt. Mit dem im Berichtsjahr implementierten neuen Ideen-Management „my ideas“ will das Unternehmen dieses Potenzial künftig noch besser nutzen.

Um Chancen aus Branchenveränderungen und Digitalisierungstrends noch strukturierter zu identifizieren und zu steuern, hat die Lufthansa Group bereits 2014 einen Innovation Hub in Berlin eingerichtet. Ziel ist es, die ausgeprägte Innovationskultur und -kraft des Konzerns weiterzuentwickeln und Chancen fokussiert zu nutzen.



”

Die nachhaltige Stärkung der Innovationskraft ist für die Lufthansa Group zentral. Die Digitalisierung ist dabei der Schlüssel für eine erfolgreiche Zukunft.

Dr. Christian Langer

Leiter Digital Strategie, Innovation und Transformation der Lufthansa Group



Die Lufthansa Group verleiht jährlich die Innovator Awards für herausragende Innovationsprojekte.

Fester Bestandteil der gruppenweiten Innovationskultur ist überdies der Innovator Award. Diese interne Auszeichnung für herausragende Innovationsprojekte, die einmal jährlich in verschiedenen Kategorien verliehen wird, unterstützt die Entwicklung neuer Ideen und fördert den Innovationsgeist in der Lufthansa Group. Seit dem Start der Innovator Awards im Jahr 2014 wurden mehr als 500 Projekte eingereicht, davon allein 128 im Berichtsjahr.

Seit 2014 können außerdem Projekte verschiedener Konzerngesellschaften über einen internen Innovation Fund gefördert werden. Den größten Anteil machen Innovationen aus dem Digitalisierungsumfeld aus, gefolgt von solchen, die sich Ansätzen zu neuen Geschäftsmodellen widmen.

Am Flughafen Frankfurt fand im Januar 2017 das erste Lufthansa Digital Aviation Forum statt, das den Austausch zu Themen, Trends und Fragen rund um die fortschreitende Digitalisierung des (Reise-)alltags zum Ziel hatte.

Mit dem Format FlyingLab hat die Lufthansa Group darüber hinaus eine offene Innovationsplattform geschaffen: Auf ausgewählten Lufthansa Flügen können Fluggäste innovative Produkte und Services an Bord live erleben, selbst testen und Feedback geben. 2017 fanden vier FlyingLabs statt. Auf dem Weg zur weltweit größten Digitalkonferenz South by Southwest (SXSW) in Austin gewährten am 9. März 2017 beispielsweise acht Sprecher Einblick in Digitalisierungsthemen.



Lufthansa hat erstmals einen humanoiden Roboter getestet, der mit künstlicher Intelligenz ausgestattet ist.

Zur Sicherung der weltweiten Vorreiterrolle im Bereich Digitalisierung und Innovation in der Luftfahrtbranche stellt die Lufthansa Group 2018 mit dem neuen Lufthansa Digital Fund (LDF) 20 Millionen Euro für digitale Geschäftsmodelle sowie Technologie- und Wagniskapitalprojekte zur Verfügung. Ziel ist es, damit Vorhaben und Projekte schnell skalieren zu können, die oftmals über die bestehenden Strukturen in den Lufthansa Geschäftsbereichen hinausgehen. Somit wird die Anzahl von erfolgreichen digitalen Geschäftsmodellen signifikant erhöht.

Die Lufthansa Group kooperiert zudem mit Flugzeugherstellern, Flughäfen, Treibstoffproduzenten und Wissenschaft, um auf Basis fundierter Daten sowohl Innovationen voranzutreiben als auch das eigene Umweltengagement immer weiter zu verbessern. Fester Bestandteil ist dabei seit mehr als 25 Jahren das Engagement für die Klimaforschung, mit dem der Konzern einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung von Klimamodellen und Wettervorhersagen leistet (siehe Seite 51, Balance 2017). Im Berichtsjahr hatte die Lufthansa Group drei Flugzeuge in Betrieb, die mit speziellen Messinstrumenten ausgerüstet sind und auf globaler Basis atmosphärische Spurenstoffe und Wolkenteilchen messen. Die erfassten Daten werden nach jeder Landung ausgelesen, verarbeitet und von Forschungseinrichtungen analysiert.

Das Wichtigste zum Thema

KLIMA & UMWELT



02

- 40 _ UMWELTMANAGEMENT
- 43 _ TREIBSTOFFVERBRAUCH UND EMISSIONEN
- 54 _ ENERGIE- UND RESSOURCENMANAGEMENT
- 57 _ AKTIVER SCHALLSCHUTZ



Der globale Luftverkehr ist ein Wachstumssektor und wird für einen nicht absehbaren Zeitraum weiterhin fossile Treibstoffe benötigen. Zu den wesentlichen Auswirkungen des Flugbetriebs auf die Umwelt zählen deshalb vor allem Klimaeffekte infolge der durch die Verbrennung des benötigten Flugkerosins entstehenden CO₂-Emissionen sowie von startenden und landenden Flugzeugen verursachte Geräusche. Zudem verbrauchen vor- und nachgelagerte Aktivitäten Ressourcen wie Energie und Wasser und erzeugen Abfälle.

Vor diesem Hintergrund sind Klima- und Umweltverantwortung Kernanliegen der Lufthansa Group. Der Konzern engagiert sich bereits seit vielen Jahren dafür, die Umweltauswirkungen seiner Geschäftstätigkeit zu begrenzen. Dies geht einher mit wirtschaftlichen Interessen, da sowohl der Verbrauch von Treibstoff als auch der Erwerb von CO₂-Zertifikaten sowie lärmabhängige Entgelte Kosten verursachen. Gemäß dem Aspekt der Wesentlichkeit konzentriert die Lufthansa Group ihr Engagement vor allem auf das Kerngeschäft „Produkt Fliegen“. Zentrale Handlungsfelder sind die Reduzierung von Emissionen, aktiver Schallschutz, Energie- und Ressourcenmanagement sowie Forschungsengagement und die Implementierung von Umweltmanagementsystemen nach ISO 14001 oder EMAS (European Management and Audit Scheme).

Die Lufthansa Group hat den Anspruch, in allen Unternehmensbereichen nachhaltig und verantwortungsvoll zu wirtschaften. Ziel ist es, dem wachsenden Mobilitätsbedarf mit umweltverträglichen Produkten zu begegnen und die Ökoeffizienz im Flugbetrieb kontinuierlich zu steigern.

UMWELTMANAGEMENT

Grundsätze zur Umweltvorsorge hat die Lufthansa Group bereits seit 1996 fest in Umweltleitlinien verankert. Im Jahr 2008 verabschiedete der Vorstand das strategische Umweltprogramm bis 2020. Dort ist der kontinuierliche Ausbau der Umweltmanagementsysteme in den Konzerngesellschaften ebenso festgelegt wie wesentliche Handlungsfelder zu den Bereichen Treibstoffeffizienz und Klimaschutz, aktiver Schallschutz sowie Energie- und Ressourcenmanagement. Die Umsetzung der Umweltstrategie entfaltet somit in allen Bereichen der Lufthansa Group ihre Wirkung – vom operativen Betrieb und der technischen Wartung bis hin zum Einkauf, dem Facilitymanagement und der Verwaltung.

Der Konzern hat sich 2017 intensiv damit befasst, seine Umweltstrategie weiterzuentwickeln: Eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe legte bereits die wesentlichen Handlungsfelder der Lufthansa Group fest. Im nächsten Schritt definieren die beteiligten Fachleute die Zielwerte und -beiträge der einzelnen Geschäftsfelder und versehen sie mit den entsprechenden Maßnahmen. In diesem Zusammenhang sollen nach Möglichkeit auch weitere Steuerungsgrößen auf Konzernebene imple-

mentiert und die Umweltvorsorge noch stärker mit der Konzernstrategie verzahnt werden. Gleichzeitig hat die Abteilung Umweltkonzepte Konzern die bestehende Umweltdatenbank im Berichtsjahr auf ein effizienteres und flexibleres System umgestellt. 2018 wollen die Umweltextperten diese Datenbank weiter ausbauen, um zusätzlich zur Dokumentation und Steuerung auch die zunehmenden Berichterstattungsanforderungen noch besser bedienen zu können.

Die auf den Klimawandel und den Lärm bezogenen unternehmerischen Risiken bindet die Lufthansa Group in multidisziplinäre, unternehmensweite Risikomanagementprozesse ein. Zudem sind sie in einer Risikokarte zusammengefasst, die regelmäßig aktualisiert wird. Die umweltbezogenen Chancen und Risiken steuert der Konzern mithilfe der Umweltstrategie 2020, Umweltprogrammen und den Umweltmanagementsystemen.

In puncto Klima- und Umweltverantwortung orientieren sich die Gesellschaften der Lufthansa Group an freiwilligen externen Leitlinien und beteiligen sich an verschiedenen nachhaltigen Initiativen. Die Verpflichtungen daraus gehen zu großen Teilen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus.

Für die Definition, Abstimmung und Festlegung der übergreifenden Ziele und Maßnahmen der Lufthansa Group ist der Bereich Umweltkonzepte Konzern im Ressort des Vorstandsvorsitzenden zuständig. Zusätzlich verfügen alle größeren Tochtergesellschaften über eine eigene Umweltabteilung, einen Umweltbeauftragten oder -koordinator. Die Umweltbeauftragten und -koordinatoren treffen sich mindestens einmal im Jahr zum konzernweiten Umweltforum, um Strategien, Maßnahmen und Abläufe abzustimmen sowie Erfahrungen auszutauschen. Darüber hinaus werden hier neue oder geplante gesetzliche Regelungen und deren Auswirkungen auf die Lufthansa Group erörtert.



Impression vom Umweltform 2017 der Lufthansa Group.

Umweltmanagementsysteme

Zur systematischen Steuerung und kontinuierlichen Optimierung umweltrelevanter Prozesse treibt die Lufthansa Group die Implementierung von Umweltmanagementsystemen nach ISO 14001 oder EMAS in den Konzerngesellschaften kontinuierlich voran. Der aktuelle Stand im Überblick:

Vorreiter im Konzern ist **Lufthansa CityLine** mit ihrer langjährigen Erfahrung im Umweltbereich: 1999 war die Airline die weltweit erste, die ein professionelles Umweltmanagement aufsetzte und das anspruchsvollste europäische Validierungssystem EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) durchlief. Seitdem wird das Programm jährlich validiert. Zugleich ist die Airline auch nach der internationalen Umweltnorm ISO 14001 zertifiziert.

Der **Lufthansa Standort München** ist im Januar 2018 erstmals nach EMAS validiert und ISO 14001 zertifiziert worden. Nach der erfolgreichen EMAS-Validierung in München erwägt die Airline, das validierte und zertifizierte Umweltmanagementsystem auf weitere Standorte auszudehnen.

Lufthansa Cargo ist am Standort Frankfurt seit 2008 und weltweit seit Ende 2015 nach der Umweltmanagement-Norm ISO 14001 zertifiziert. 2017 fand die weltweite Re-Zertifizierung statt, erstmals nach den erhöhten Anforderungen der revidierten Norm. Diese umfasst die deutliche Ausarbeitung von umweltrelevanten Risiken und Chancen sowie eine Wesentlichkeitsanalyse und eine Lebenswegbetrachtung samt Lieferantenmanagement. Auch konnte der Geltungsbereich nach der Jettainer GmbH erfolgreich auf eine weitere Tochtergesellschaft, die time:matters GmbH, ausgeweitet werden.

Lufthansa Technik ist bereits seit 1999 nach ISO 14001 zertifiziert. Seit 2008 weist der MRO-Spezialist auch ein nach der internationalen Spezifikation OHSAS 18001 validiertes Arbeitsschutzmanagement auf. Im Jahr 2017 wurde die Zertifizierung von Lufthansa Technik Philippines in Manila erfolgreich abgeschlossen. Damit sind – neben Europa – alle Standorte der Lufthansa Technik Gruppe in der Asien-Pazifik-Region mittlerweile zertifiziert. Für 2018 wird die Zertifizierung an den Standorten Tulsa, Sun Valley und Puerto Rico fortgeführt, ebenso bereiten sich die im Aufbau befindlichen Triebwerksüberholungsstandorte in Wroclaw (XEOS) und Jasionka (EME Aero) bereits jetzt auf die Zertifizierung 2019 beziehungsweise 2020 vor.



”

Unser Umweltmanagementansatz führt nicht nur zu ökologischen, sondern auch zu wirtschaftlichen Verbesserungen. Unsere Mitarbeiter identifizieren sich stark mit dem Nachhaltigkeitsgedanken und engagieren sich in hohem Maße für unsere Umweltziele.

Peter Taubitz

Umweltbeauftragter am Lufthansa Hub München, Deutsche Lufthansa AG



Auftakt-Workshop der Umwelt-Koordinatoren zur Einführung eines Umweltmanagements am Lufthansa Standort München.

Die **LSG Group** verfügt seit 2008 über ein hauseigenes Umweltmanagementsystem, das wesentliche Kernelemente der ISO 14001 umfasst. An dieses System sind weltweit alle Betriebe angeschlossen, die sich vollständig im Besitz des Airline Caterers befinden. Die Bestandteile des Systems werden durch kurz- und langfristige Ziele, Aktivitäten und Programme kontinuierlich unterstützt. Zudem besitzt jede Region der LSG Group einen Regional Environmental Manager (REM), der gemeinsam mit dem regionalen Managementteam an der Umsetzung und dem Monitoring der Umweltprogramme vor Ort arbeitet.

LZ-Catering arbeitet am Aufbau eines Umweltmanagementsystems. Das Unternehmen ist „UmweltPartner“ der Stadt Hamburg und seit 2010 Ökoprofit-Mitglied. 2017 hat LZ-Catering in den Bartesse Coffeeshops einen Mehrwegbecher eingeführt, um dem Müllaufkommen entgegenzuwirken. LZ-Catering bietet in einem Großteil seiner Betriebsrestaurants seit Juli 2014 täglich mindestens ein klimafreundliches „CO₂-friendly“ Hauptgericht an. Individuelle Aktionsgerichte und Zutaten aus der Region ergänzen das Speisenangebot in den einzelnen Betriebsstätten.

Die Lufthansa Group verfolgt auf Basis ihres strategischen Umweltprogramms das Ziel, in den großen Konzerngesellschaften sukzessive zertifizierte Umweltmanagementsysteme einzurichten. Die Fluggesellschaften SWISS (inklusive Edelweiss Air), Air Dolomiti, Austrian Airlines, Eurowings und Brussels Airlines haben aktuell noch keine zertifizierten Umweltmanagementsysteme implementiert.

TREIBSTOFFVERBRAUCH UND EMISSIONEN

Die CO₂-Emissionen des Luftverkehrs machen gemäß der Internationalen Energieagentur (IEA) derzeit etwa 2,7 Prozent¹ aller von Menschen verursachten CO₂-Emissionen aus und zählen zu den wesentlichen globalen Umweltauswirkungen der Branche. Aufgrund des absehbar weiter steigenden Bedarfs an Mobilität werden der Luftverkehr und damit einhergehend die Emissionen auch künftig zunehmen. Die Luftfahrtbranche hat hierauf reagiert und sich im Jahr 2009 weltweit auf nachfolgende Ziele verständigt:

1. Die Treibstoffeffizienz soll bis 2020 pro Jahr um 1,5 Prozent gesteigert werden.
2. Ab 2020 soll das Wachstum des Luftverkehrs CO₂-neutral erfolgen.
3. Bis 2050 sollen die Netto-CO₂-Emissionen der Luftfahrt gegenüber dem Jahr 2005 um 50 Prozent sinken.

Die Lufthansa Group hat hieran maßgeblich mitgewirkt und teilt die Branchenziele. Das Unternehmen war sowohl in diversen Arbeitsgruppen der International Air Transport Association (IATA) wie dem Environmental Committee und dem Industry Affairs Committee als auch im Vorstandsgremium (Board of Governors) beteiligt.

Darüber hinaus hat sich die Lufthansa Group das eigene Ziel gesetzt, ihre spezifischen CO₂-Emissionen bis 2020 um 25 Prozent im Vergleich zu 2006 zu reduzieren. Davon hat sie 64 Prozent bis Ende 2017 erreicht. Vor dem Hintergrund einer verantwortungsvollen Mobilität sind Treibstoffeffizienz und Klimaschutz im Flugbetrieb sowohl unter ökonomischen als auch unter ökologischen Aspekten grundlegend für den Konzern. So lassen sich die Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft ebenso reduzieren wie die internen Kosten – wichtige Voraussetzungen, um den langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern. Zugleich entspricht die Lufthansa Group den (Transparenz-)Anforderungen ihrer Stakeholder und erfüllt nationale, regionale sowie branchenspezifische Energie- und Emissionsvorschriften.

Sämtliche Projekte rund um das Thema Verbesserung der Treibstoffeffizienz steuert der Bereich Flight Operations Efficiency & Innovation. Aufgabe der Experten ist es, Konzepte,

Projekte und Prozesse im Flugbetrieb zu identifizieren, zu entwickeln und umzusetzen – mit dem Ziel, die Treibstoffeffizienz der Lufthansa Group stetig zu verbessern (siehe Seite 48, Interview Jörg Pikolin). Zusätzlich zu den in dieser Abteilung gesteuerten Projekten und Prozessen ist die Modernisierung der Flotte ein elementarer Baustein des Konzepts zur Ressourcenschonung (siehe Seite 32 ff., Flottenmanagement).

Spezifischer Treibstoffverbrauch: Neuer Effizienzrekord

Die Lufthansa Group hat im Berichtsjahr einen neuen Effizienzrekord aufgestellt: 2017 benötigten die Flugzeuge der Passagierflotten durchschnittlich nur 3,68 Liter

Kerosin, um einen Fluggast 100 Kilometer weit zu transportieren (2016: 3,85

l/100pkm). Dies entspricht einer Verbesserung um 4,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Besonders erfreulich ist,

dass alle Passagierfluggesellschaften der Lufthansa Group ihren spezifischen Treibstoffverbrauch verbessert haben (siehe Seite 96). Effizienteste Konzern-Airline war erneut SWISS mit einem durchschnittlichen spezifischen Treibstoffverbrauch von nur 3,19

Liter pro 100 Passagierkilometer – eine Verbesserung um 7,3 Prozent gegenüber 2016. Der absolute Treibstoffverbrauch und damit die absoluten CO₂-Emissionen der Lufthansa Group erhöhten sich im Berichtsjahr um 6,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dieses Wachstum ist maßgeblich auf den vergrößerten Konsolidierungskreis durch die vollständige Übernahme von Brussels Airlines zurückzuführen. Dem gegenüber standen positive Effekte durch die Umsetzung von operativen Maßnahmen zur Treibstoffreduzierung und weitere Effizienzverbesserungen durch den Einsatz neuer Flugzeugmodelle.

3,68 l / 100 pkm

**EFFIZIENZSTEIGERUNG
UM 4,5 PROZENT IM
VERGLEICH ZUM VORJAHR**

¹ Quelle: International Energy Agency (IEA) 2017, Daten für 2015

PASSAGIERBEFÖRDERUNG 2017

SPEZIFISCHER TREIBSTOFFVERBRAUCH UND SPEZIFISCHE CO₂-EMISSIONEN



Angabe des spezifischen Treibstoffverbrauchs in Liter/100 Passagierkilometer (l/100 pkm)



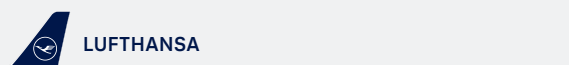
Angabe der spezifischen CO₂-Emissionen in Kilogramm/100 Passagierkilometer (kg/100 pkm)



LUFTHANSA GROUP

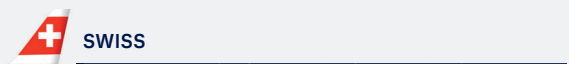
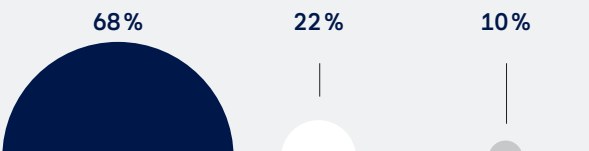
	Insgesamt	Lang-	Mittel-	Kurzstrecke
	3,68	3,36	3,88	5,52
	9,27	8,46	9,78	13,91

Anteil Treibstoffverbrauch nach Verkehrsgebieten¹



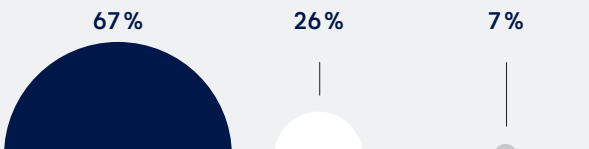
LUFTHANSA

	Insgesamt	Lang-	Mittel-	Kurzstrecke
	3,76	3,53	3,83	6,27
	9,46	8,89	9,66	15,79



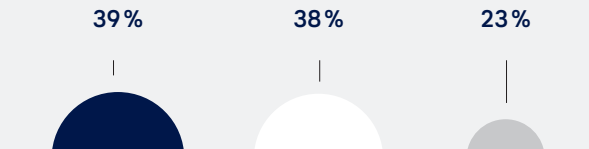
SWISS

	Insgesamt	Lang-	Mittel-	Kurzstrecke
	3,19	2,91	3,74	5,33
	8,04	7,33	9,42	13,44



AUSTRIAN AIRLINES

	Insgesamt	Lang-	Mittel-	Kurzstrecke
	3,83	3,04	4,15	5,58
	9,64	7,65	10,46	14,07



¹ Definition der Verkehrsgebiete: Langstrecke über 3.000 km | Mittelstrecke 800 bis 3.000 km | Kurzstrecke unter 800 km ² Alle Linien- und Charterflüge von Lufthansa (inklusive Lufthansa CityLine und Air Dolomiti), SWISS (inklusive Edelweiss Air), Austrian Airlines, Eurowings (inklusive

Germanwings), Brussels Airlines und Lufthansa Cargo. Davon ausgenommen sind Dienste von Dritten, da auf deren Performance kein Einfluss genommen werden kann.

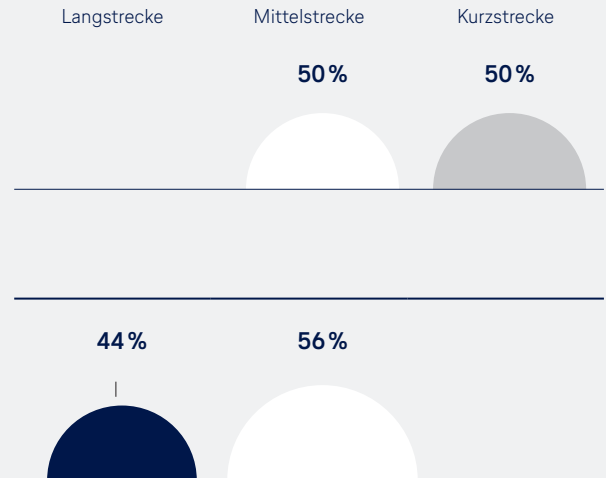


	Insgesamt	Lang-	Mittel-	Kurzstrecke
🔴	4,18	–	3,85	4,55
☁️	10,53	–	9,71	11,47



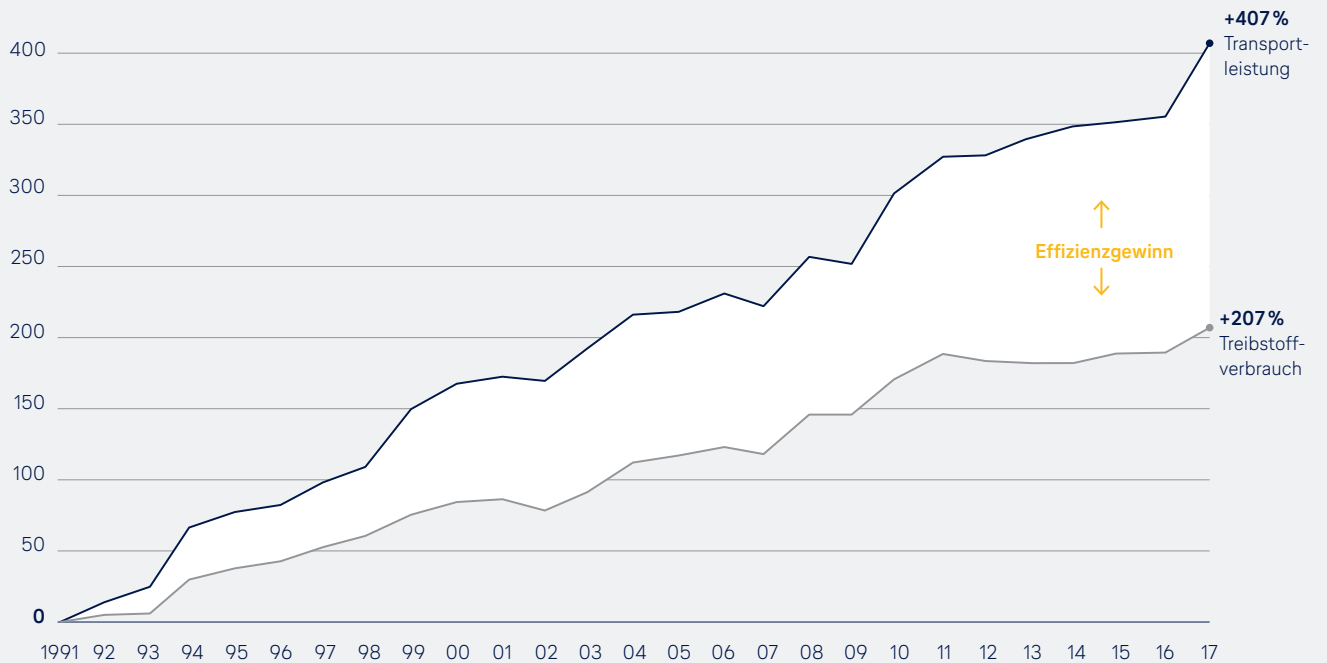
	Insgesamt	Lang-	Mittel-	Kurzstrecke
🔴	3,62	3,19	4,05	–
☁️	9,13	8,05	10,21	–

Anteil Treibstoffverbrauch nach Verkehrsgebieten¹



ENTKOPPLUNG VON TRANSPORTLEISTUNG UND TREIBSTOFFVERBRAUCH² SEIT 1991

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

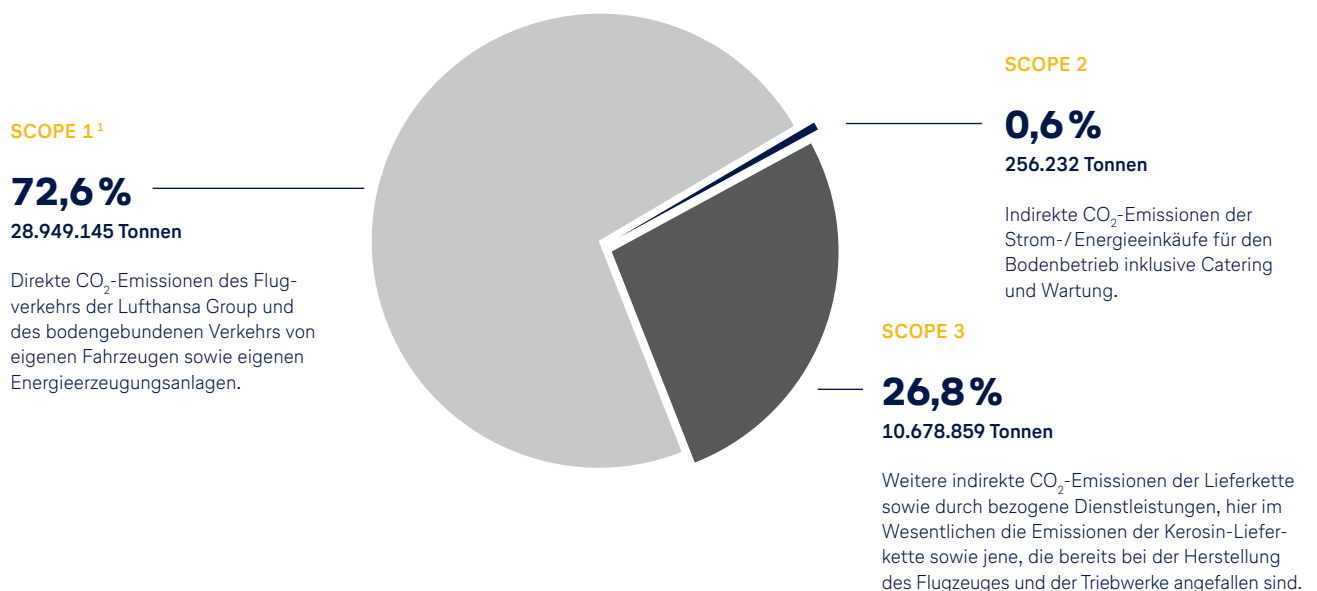


Weitere Umweltkennzahlen finden sich im Kapitel Service & Informationen auf Seite 96 ff.

CO₂-Emissionen laut GHG-Protocol

Die Lufthansa Group ermittelt ihre CO₂-Emissionen auf Basis des Greenhouse Gas Protocol (GHG-Protocol), das die Emissionen in drei Hauptbereiche (Scopes) einteilt. Sämtliche direkte Emissionen des Flugverkehrs, die in der Abbildung „Direkte und indirekte CO₂-Emissionen der Lufthansa Group“ aufgeführt sind, ließ das Luftfahrtunternehmen gemäß den Anforderungen des europäischen Emissionshandelssystems ermitteln und verifizieren. Darüber hinaus erfasst der Aviation-Konzern seit einigen Jahren auch die indirekten Emissionen, die seine Geschäftstätigkeiten verursachen. Alle erhobenen und berechneten direkten und indirekten CO₂-Emissionen wurden extern verifiziert (siehe Seite 99, Verifizierungserklärung). Der sogenannte CO₂-Fußabdruck hilft der Lufthansa Group, ihre wesentlichen Umweltauswirkungen genauer identifizieren und bewerten zu können, um anschließend gezieltere Minderungsoptionen zu entwickeln.

Direkte und indirekte CO₂-Emissionen der Lufthansa Group 2017



¹ Geprüft mit einer High Assurance. Ohne die Scope 1 – Emissionen der Flugzeug-Flotte der Brussels Airlines NV/SA. Diese wurden von einer anderen Prüfungsgesellschaft mit einer Limited Assurance geprüft und werden in dieser Darstellung daher nicht mit aufgeführt.

Vier-Säulen-Strategie für den Klimaschutz

Die Ziele im Hinblick auf Treibstoffeffizienz und Reduzierung der CO₂-Emissionen will die Luftfahrtindustrie durch die Bündelung verschiedener Maßnahmen unterschiedlicher Akteure (Hersteller, Flughafen, Flugsicherung, Luftfahrtgesellschaften, Politik) erreichen. Diese wurden auf der IATA-Versammlung im Jahr 2007 in der Vier-Säulen-Klimaschutzstrategie der Branche zusammengefasst (siehe untenstehende Übersicht). Diese Strategie ist auch Grundlage der Treibstoffeffizienz-Aktivitäten der Lufthansa Group. Zudem orientiert sich der Konzern im Bereich der Klima- und Umweltverantwortung an den Umweltpinzipien des UN Global Compact und den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (siehe Seite 25).

1. Technischer Fortschritt

Der wichtigste Hebel zur Reduzierung der CO₂-Emissionen aus dem Flugbetrieb ist es, kontinuierlich in moderne und besonders sparsame Flugzeuge und Triebwerkstechnologien zu investieren (siehe Seite 32 ff., Flottenmanagement). Die Fluggesellschaften der Lufthansa Group erhielten im Berichtsjahr 29 neue Flugzeuge. Neu in Betrieb genommen wurden beispielsweise fünf weitere Airbus A350-900, die rund 25 Prozent weniger CO₂-Emissionen erzeugen als vergleichbare Flugzeugtypen.



Lufthansa war Erstkunde der A320neo, die im Vergleich zu Vorgängermodellen effizienter und leiser fliegt.

Darüber hinaus beteiligt sich die Lufthansa Group seit mehreren Jahren an der Erforschung und dem Einsatz von alternativen Kraftstoffen im Flugverkehr. Dazu zählt zum Beispiel das Forschungsprojekt airegEM, das die Eigenschaften von Bio-Kraftstoffen mit Unterstützung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie untersucht hat. Bevor die Flugzeuge der Konzern-Airlines alternative Kraftstoffe einsetzen, müssen diverse Grundvoraussetzungen erfüllt sein. Dazu zählen vor allem eine gesicherte Qualitätsspezifikation, Nachhaltigkeit in der Produktion und den Versorgungswegen und natürlich Wirtschaftlichkeit.

Vier Säulen für den Klimaschutz



1. Technischer Fortschritt

Neuerungen bei Flugzeug- und Triebwerkstechnologien

Alternative Kraftstoffe



2. Verbesserte Infrastruktur

Bessere Nutzung der Lufträume

Dem Bedarf angepasste Flughafenstrukturen



3. Operative Maßnahmen

Effiziente Flugzeuggrößen

Optimale Flugrouten und -geschwindigkeiten

Optimierte Prozesse am Boden



4. Ökonomische Instrumente

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



Vier Fragen an JÖRG PIKOLIN

Head of Flight Operations Efficiency &
Innovation Group Airlines

SIE UND IHR TEAM KÜMMERN SICH UM DIE „OPERATIONS EFFICIENCY“. WAS HAT ES DAMIT AUF SICH?

Unter Operations Efficiency verstehen wir, die bisherige rein treibstoffbasierte Optimierung weiterzuentwickeln. Treibstoffeffizient zu fliegen ist natürlich nach wie vor eines unserer vorrangigen Ziele. Wir wollen aber zudem unseren Blick von der Optimierung des einzelnen Fluges auf das Gesamte lenken und alle Ressourcenverbräuche im Zusammenspiel betrachten.

MIT WELCHEN MASSNAHMEN KANN MAN AM MEISTEN TREIBSTOFF EINSPAREN?

Die größte Einsparung erreichen wir durch neue Flugzeugtechnologien wie beispielsweise der A320neo. Wir konzentrieren uns auf diejenigen Bereiche, die wir aktiv beeinflussen können. Gewichtsreduktion ist nach wie vor eine Maßnahme, die den Treibstoffverbrauch effektiv vermindert, hier haben wir in der Vergangenheit schon viel umgesetzt. Unser Augenmerk gilt künftig jedoch mehr und mehr der Flugstreckenoptimierung und -verkürzung. Jede eingesparte Flugmeile bedeutet weniger Treibstoffverbrauch, weniger Emissionen und zudem eine kürzere Flugzeit.

WIE WICHTIG IST DIE ZUSAMMENARBEIT MIT ANDEREN FACHBEREICHEN?

Das ist für uns fundamental wichtig, da andere Bereiche oft die Einzelmaßnahmen umsetzen. Von daher entwickeln wir unsere Initiativen stets gemeinsam mit anderen Fachbereichen innerhalb der Lufthansa Group. Neben der mit den anderen Group Airlines etablierten Arbeitsgruppe zum Thema Fuel Efficiency arbeiten wir beispielsweise in Innovationsprojekten mit Lufthansa Technik zusammen.

WELCHE BEDEUTUNG HABEN THEMEN WIE DIGITALISIERUNG UND INNOVATIONEN FÜR IHRE ARBEIT?

Beide Themen haben für uns eine zentrale Bedeutung. Die Digitalisierung erlaubt es uns, auf Daten zuzugreifen, die früher nicht in digitaler Form vorlagen. Sie ermöglicht es uns zudem, die klassische „Postflight-Analyse“ um Methodiken wie „Predictive Analytics“ zu erweitern. So sind wir heute wesentlich besser in der Lage, die Ankunftszeit eines Fluges genauer vorherzusagen, da wir Wetter-, Flughafen- und allgemeine Verkehrsdaten sowie andere Datenpakete kombinieren.

Innovationen sind wichtig, um unserem Ziel, führend in der Airline-Branche zu sein, auch im Flugbetrieb immer wieder gerecht zu werden. Deswegen arbeiten wir mit Hochschulen und verschiedenen Kompetenzträgern im Konzern eng zusammen und haben auch stets die Entwicklungen in anderen Industrien im Blick. Täglich erreichen uns Ideen von Mitarbeitern, kleine Dinge zu verbessern oder eben auch mal etwas ganz anders zu machen.

2. Verbesserte Infrastruktur

Das größte Klimaschutzprojekt in der europäischen Luftfahrt ist ein einheitlicher Luftraum über Europa, der sogenannte Single European Sky (SES). Auf diese Weise könnten die Airlines laut Angaben der Europäischen Organisation zur Sicherung der Luftfahrt (Eurocontrol) bis zu zehn Prozent Treibstoff einsparen und ihre CO₂-Emissionen entsprechend reduzieren. In Europa sind noch rund 61 Flugverkehrszentren für die Flugsicherheit in 28 verschiedenen nationalen Systemen zuständig, wodurch Flugzeuge selten den optimalen Flugweg zum Ziel nehmen können.

Ziel des SES ist es, die Luftverkehrsströme wesentlich effizienter als bislang zu steuern. Ein wichtiger Meilenstein zur Erreichung dieses Ziels ist die Vereinheitlichung und Modernisierung der europäischen Luftfahrt-Infrastruktur, wofür die Europäische Kommission das Programm SESAR (Single European Sky ATM Research) ins Leben gerufen hat. SESAR soll die Entwicklung, Erprobung und europaweite Einführung neuer Technologien, Verfahren und Standards vorantreiben, die dazu beitragen, das europäische Flugverkehrsmanagement zu harmonisieren und zu optimieren.

Die Lufthansa Group engagiert sich für SESAR mit der klaren Erwartung, dass messbare operative Verbesserungen im Bereich Air Traffic Management Realität werden. Ziel ist es, direkte Vorteile für die Kunden und die Umwelt zu schaffen sowie die Flugsicherungskosten nachhaltig zu senken. Unter dem Dach des Industriekonsortiums SESAR Deployment Manager (SDM) wird die Umsetzung dieser Technologien ins Tagesgeschäft koordiniert. Die Lufthansa Group ist Mitglied dieses Konsortiums und stellt Experten vor Ort zur Verfügung. Zurzeit werden europaweit 299 Projekte durch den SDM koordiniert. Auch im Bereich der SESAR Forschungs- und Demonstrationsprojekte sind die verschiedenen Airlines der Lufthansa Group und Lufthansa Systems als IT-Provider aktiv beteiligt (siehe nebenstehenden Steckbrief).

Zusätzlich zur besseren Nutzung der Lufträume gilt es, auch die Voraussetzungen am Boden zu optimieren. Dort ermöglichen vor allem dem tatsächlichen Bedarf angepasste Flughafeninfrastrukturen einen effizienten Flugbetrieb. Einen weiteren Beitrag zur Verringerung der Umweltbelastung leistet die intelligente Verknüpfung der verschiedenen Verkehrsträger. Auch hier ist die Lufthansa Group aktiv und entwickelt intermodale Verkehrskonzepte, die den Luft-, Schienen- und Straßenverkehr systematisch miteinander verbinden. Das Angebot beinhaltet unter anderem die An- und Abreise per ICE, moderne Fernbusse und Car-Sharing.



STECKBRIEF

PROJEKTNAME:

AAL 2 (AUGMENTED APPROACHES TO LAND 2)

Im Nachfolgeprojekt von AAL (siehe Seiten 42 und 50, Balance 2017) optimieren Experten aktuelle Navigationsverfahren, um effizientere und emissionsreduzierte Anflugverfahren zu demonstrieren. Zudem erproben sie die Nutzbarkeit des Ground Based Augmentation Systems (GBAS) für Anflüge bei niedriger Sicht. Darüber hinaus soll mittels kontinuierlicher Sinkflugverfahren der Anflugverkehr länger hoch und dadurch auch leiser gehalten werden. Das Design der Verfahren, die zum Januar 2019 eingeführt werden sollen, ist bereits abgeschlossen.

THEMENBEREICH

SESAR (Single European Sky ATM Research) Demonstration

VIER-SÄULEN-STRATEGIE

Das Projekt zählt insbesondere auf die Säule „verbesserte Infrastruktur“ ein, aber auch auf „technischer Fortschritt“ und „operative Maßnahmen“.

BETEILIGTE EXPERTEN

Am interdisziplinären Projekt sind Systempartner aus der Luftfahrtbranche beteiligt, darunter Fluggesellschaften, Flugzeughersteller und Flugsicherung. Insgesamt sollen mehr als 300 Erprobungsflüge mit Flugzeugen der Typen A320, B 737NG und B 747-8 stattfinden.

ZIEL

Mit AAL 2 soll nachgewiesen werden, dass moderne Satellitennavigation in Kombination mit fortschrittlichen Anflugverfahren ökonomische und ökologische Vorteile bringt.

DAUER DER MASSNAHME

Februar 2018 bis Februar 2020



STECKBRIEF

PROJEKTNAME:

GLOBAL DISPATCH NETWORK (GDN)

Das Projekt Global Dispatch Network (GDN) einschließlich Mission Support bietet neue Planungsmöglichkeiten und -grundsätze, die den Treibstoffverbrauch deutlich reduzieren. Eine neue Software ermöglicht unter anderem die effizientere Ausnutzung der Start- und Landebahnen sowie flexiblere Flugrouten. Zudem hilft sie den Piloten, während des Fluges noch besser auf sich ändernde Wetterbedingungen zu reagieren (siehe Seite 47, Balance 2015).

THEMENBEREICH

Operations Efficiency, Evaluierung und Umsetzung von Optimierungsmaßnahmen im Flugbetrieb der Airlines der Lufthansa Group – das Spektrum der Ansätze reicht von Gewichtseinsparungen über technische Effizienzsteigerungen wie die effizienzsteigernde Triebwerkswäsche bis hin zu Flugroutenoptimierungen mithilfe der OMEGA Tracks.

VIER-SÄULEN-STRATEGIE

Das Projekt zählt ein auf die Säule „operative Maßnahmen“.

BETEILIGTE EXPERTEN

Die Fachbereiche Operations Efficiency aller Group Airlines tauschen sich regelmäßig aus. Hinzu kommt Lufthansa Technik als Partner für Projekte zur Steigerung der technischen Effizienz.

ZIEL

Mit dem Projekt kann die Lufthansa Group nachhaltig 40.114 Tonnen CO₂-Emissionen vermeiden.

DAUER DER MASSNAHME

Das Projekt lief von 2014 bis 2017.

3. Operative Maßnahmen

Operative Maßnahmen der Lufthansa Group umfassen den Einsatz effizienter Flugzeuggrößen, eine bessere Auslastung der Flüge, die Prüfung und Einführung neuer Flugverfahren sowie die Ermittlung optimaler Routen und Geschwindigkeiten (siehe nebenstehenden Steckbrief). Hinzu kommen Programme zur nachhaltigen Gewichtsreduzierung und die verstärkte Nutzung flugbetrieblicher Daten und Software (siehe Steckbrief Seite 51) sowie effizientere Prozesse am Boden, die dazu beitragen, den Kerosinverbrauch zu reduzieren. Ein Beispiel hierfür sind die IT-Systeme OMEGA bei Lufthansa und Socrates bei SWISS, die die Piloten mit besseren, digital aufbereiteten Informationen unterstützen (siehe Seite 44, Balance 2017). Zusätzlich trägt OMEGA durch systematische Analysefähigkeit dazu bei, die Effizienz und Sicherheit weiter zu steigern.

Zudem wird SWISS die Applikation PLATON (PrefLight Analytics On demaNd) auf jedem Personal Device ihrer Cockpit Crews bereitstellen. PLATON ist ein interaktives Ops Efficiency Briefing Tool für Piloten, das historische Flugdaten wie Treibstoffverbrauch, Verspätung, Distanz bis zum Flugziel und Umwege als Dashboards für das gewählte Städtepaar darstellt. Ziel ist es, den Piloten eine Entscheidungshilfe zu bieten, damit sie ihre Flüge optimal planen und effizient durchführen können.

Auch Lufthansa Cargo hat einen breitgefächerten Maßnahmenkatalog entwickelt, um den CO₂-Ausstoß ihrer Frachtflotte zu reduzieren. Auf diese Weise ermöglichte es der Logistikspezialist seinen Kunden, die spezifischen CO₂-Emissionen ihrer Sendungen jedes Jahr zu senken – und zwar seit 2005 um 17,5 Prozent. So verursachte eine fünf Tonnen schwere Sendung mit einem Frachtflugzeug von Lufthansa Cargo von Frankfurt nach New York im Jahr 2005 noch 17,03 Tonnen CO₂. Bis 2017 konnte das Frachtflugunternehmen diese Menge bei gleichem Gewicht und gleicher Strecke um fast 3 Tonnen auf 14,05 Tonnen CO₂ reduzieren. Mit OMEGA hat Lufthansa Cargo bereits im ersten Jahr der Nutzung weitere Maßnahmen implementiert, um die CO₂-Emissionen pro transportierte Tonne noch einmal in Summe um mehr als 10.000 Tonnen CO₂ pro Jahr zu senken.

Nach der Umrüstung auf leichtere Container (siehe Seite 42, Balance 2017) testet Lufthansa Cargo nun auch den Einsatz von leichteren Paletten für den Frachtaufbau. Während eine bislang übliche Standardpalette rund 100 Kilogramm wiegt, sind die Leichtgewicht-Varianten rund 20 bis 30 Kilogramm leichter. Bei einem Bestand von rund 18.000 Paletten würde eine Umrüstung deutliche Effizienzgewinne mit sich bringen. Unter anderem werden sechs Paletten von zwei Herstellern auf Flügen zwischen Budapest und Wien getestet. Mögliche Gewichtseinsparungen an Bord der Frachtflugzeuge eröffnen auch SquAIR-timber-Materialien, die die Ladehilfsmittel Holzbretter durch Pappe ersetzen sollen.

Lufthansa Technik entwickelt im Forschungsvorhaben FAMOS gemeinsam mit den Partnern Bremer Werk für Montagesysteme (bwm), Airbus Operations GmbH und dem Unterauftragnehmer Fraunhofer IFAM ein hoch automatisiertes System zum Auftragen strömungsgünstiger mikrostrukturierter Oberflächen für Verkehrsflugzeuge. Die sogenannten Riblets ähneln den feinen Strukturen auf den Schuppen schnell schwimmender Haie und werden daher auch als künstliche Haifischhaut bezeichnet. Der verringerte Reibungswiderstand der Luft führt zur Einsparung von rund 1,5 Prozent Treibstoff und einer entsprechenden Reduzierung der Schadstoffemissionen. 2017 stellten das Unternehmen und seine Partner ein Führungssystem vor, das die multifunktionalen Oberflächen von Verkehrsflugzeugen mit einer strömungsgünstigen „Haifischhaut“-Struktur automatisch beschichtet. Die Riblet-Platten und Patches wurden im letzten Jahr an dem in München stationierten Lufthansa Airbus A330 „Cuxhaven“ getestet. Derzeit werden die gewonnenen Erkenntnisse von den Systempartnern ausgewertet, um mit dem Produkt in naher Zukunft Marktreife zu erlangen.

Konzernweit hat die Lufthansa Group 2017 insgesamt 34 Projekte zur Treibstoffeinsparung umgesetzt, die die CO₂-Emissionen um rund 64.400 Tonnen nachhaltig reduziert haben. Die eingesparte Menge Kerosin betrug 25,5 Millionen Liter – dies entspricht dem Verbrauch von circa 250 Hin- und Rückflügen auf der Strecke München-New York mit dem Airbus A350-900. Der positive finanzielle Effekt dieser Maßnahmen betrug 7,7 Millionen Euro.



STECKBRIEF

PROJEKTNAME:
FUEL ORDER MODEL

Das Projekt Fuel Order Model soll Piloten auf Basis umfangreicherer Informationen und einer verbesserten Benutzeroberfläche bei der Berechnung der optimalen Extra-Treibstoffmenge unter Berücksichtigung von Sicherheit und Wirtschaftlichkeit unterstützen. Wichtig ist, die Erfahrungen nach dem Flug anderer Piloten für künftige Treibstoffentscheidungen zur Verfügung zu stellen.

THEMENBEREICH

Innovation & Digitalisierung – das Spektrum der Projekte reicht von Treibstoffberechnung und Flugverfahren über eine bessere Kapazitätsauslastung von Flughäfen und Luftraum-Infrastruktur bis hin zu Optimierungen an Flugzeughülle und Triebwerk.

VIER-SÄULEN-STRATEGIE

Das Projekt zählt ein auf die Säule „operative Maßnahmen“.

BETEILIGTE EXPERTEN

In diesem Projekt sind Experten des Flugbetriebes und von Operations Control, dem Fachbereich für Flugwegeplanung und operative Begleitung aktiv. In weiteren Projekten engagieren sich zudem Fachleute von Lufthansa Technik und aus dem Bereich Ground Operations.

ZIEL

Das geringere Abfluggewicht soll die CO₂-Emissionen von Lufthansa um gut 4.500 Tonnen CO₂ pro Jahr vermindern.

DAUER DER MASSNAHME

Das Fuel Order Model soll ab 2018 sukzessive bei den Group Airlines zur Anwendung kommen.



4. Ökonomische Instrumente

Mit dem im Oktober 2016 bei der International Civil Aviation Organization (ICAO) getroffenen Übereinkommen zum Klimaschutz (CORSIA – Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation) sollen ab 2020 wachstumsbedingte CO₂-Emissionen im internationalen Luftverkehr durch Klimaschutzprojekte kompensiert werden. Die Lufthansa Group wird deshalb ab 2020 für die Zunahme der CO₂-Emissionen von einbezogenen internationalen Flügen der Luftverkehrsbranche die entsprechenden CO₂-Kompensationskosten anteilig entrichten müssen, sofern es nicht gelingt, die CO₂-Emissionen entsprechend zu begrenzen. Im EU-Emissionshandelssystem für den Luftverkehr werden seit 2012 die CO₂-Emissionen durch einen Zertifikatehandel gesteuert und begrenzt. Die Lufthansa Group unterliegt diesem System mit allen Flügen innerhalb Europas. Diese emittieren rund 7,6 Millionen Tonnen CO₂, von denen 60 Prozent durch Zukauf von Emissionszertifikaten gedeckt werden müssen. Innerhalb Europas ist damit quasi das Ziel des CO₂-neutralen Wachstums bereits mehr als erfüllt.

Die Lufthansa Group bietet ihren Kunden schon heute in weiten Teilen die Möglichkeit zur freiwilligen CO₂-Kompensation an. Die Kompensation erfolgt über renommierte Agenturen, die bei der Auswahl und Umsetzung höchste Standards anlegen (siehe Seite 67, Balance 2016). Auch im Jahr 2017 nutzten viele Kunden der Konzern-Airlines wieder die Möglichkeit, CO₂-neutral zu reisen: Die Passagiere der Network Airlines Lufthansa, SWISS und Austrian Airlines sowie Kunden von AirPlus glichen im Berichtsjahr insgesamt 16.900 Tonnen Kohlendioxid aus. Somit wurden mehr als 333.000 Euro für Klimaschutzprojekte gespendet. Um noch mehr Fluggäste für die Option der freiwilligen CO₂-Kompensation zu sensibilisieren, plant die Lufthansa Group, ihr entsprechendes Internetangebot 2018/19 weiter zu optimieren.

Maßnahmen der Network Airlines zur nachhaltigen Reduzierung des Treibstoffverbrauchs und damit der CO₂-Emissionen (Auswahl)

Airline	Maßnahme	Erwartete CO ₂ -Einsparungen p.a. in metrischen Tonnen	Projektzeitraum/ Umsetzungsdauer
 Lufthansa	<ul style="list-style-type: none"> Die Trent 500-Triebwerke des Flugzeugtyps Airbus A340 werden durch den Einbau optimierter Bauteile modifiziert. 	34.062	2012 – 2020
	<ul style="list-style-type: none"> Die Software OMEGA visualisiert den Piloten im Flug historische Flugwege (sogenannte „Tracks“) auf ihren elektronischen Karten. So können sie frühzeitig Abkürzungen erkennen und Anflüge besser planen. 	26.937	2015 – 2017
	<ul style="list-style-type: none"> Die Trent 700-Triebwerke des Flugzeugtyps Airbus A330 werden durch den Einbau optimierter Bauteile modifiziert. 	13.227	2012 – 2019
 SWISS	<ul style="list-style-type: none"> Das Global Dispatch Network (GDN) einschließlich Mission Support bietet neue Planungsmöglichkeiten und -grundsätze, die den Treibstoffverbrauch deutlich reduzieren. 	40.114	2014 – 2017
	<ul style="list-style-type: none"> Bei den CFM56-5B Triebwerken des Flugzeugtyps A320 wurden die bestehenden Brennkammern sukzessive durch verbrauchsärmere Brennkammern ersetzt. 	6.600	2014 – 2017
	<ul style="list-style-type: none"> Die Analyse-Software SOCRATES (bei Lufthansa OMEGA) ermöglicht es, verschiedene, auf statistischen Analysen basierende Optimierungspotenziale zu identifizieren und zielgerichtet umzusetzen. 	> 1.134	2016 – 2017
 Austrian Airlines	<ul style="list-style-type: none"> Auf der gesamten Boeing- Langstreckenflotte wird durch die Einführung der Premium Economy Class-Sitze eine Gewichts- einsparung erzielt. 	2.100	2017 – 2018
	<ul style="list-style-type: none"> Ein Upgrade an den Hochdruckturbinen der PW4060-3-Triebwerke auf der B767-300ER Flotte (verbessertes Spaltmaß) senkt den Treibstoffverbrauch. 	1.398	2015 – 2017
	<ul style="list-style-type: none"> Die Printmedien wurden auf allen Flügen von Austrian Airlines nachhaltig reduziert. 	622	2014 – 2017

ENERGIE- UND RESSOURCENMANAGEMENT

Es gehört zur unternehmerischen DNA der Lufthansa Group, die Auswirkungen des Luftverkehrs so umweltschonend wie möglich zu gestalten. Diesen Anspruch setzt der Konzern nicht nur im Flugbetrieb konsequent um, sondern auch bei seinen Aktivitäten am Boden. Die entsprechenden Vorgaben und Ziele des Konzerns ergeben sich aus der 2008 implementierten Umweltstrategie 2020 (siehe Seite 36, Balance 2015). Die darin enthaltenen 15 Leitsätze weisen unter anderem den Weg auf, wie die Lufthansa Group ihr Energie- und Ressourcenmanagement bis 2020 fortschreitend optimiert. Berücksichtigt werden dabei auch energiesparende und ressourcenschonende Aspekte bei der Planung, Sanierung und beim Bau von Gebäuden der Lufthansa Group. Hinweise auf die energetische Optimierung von Bauwerken liefern insbesondere die Ergebnisse der Energieaudits gemäß der EU-Energieeffizienz-Richtlinie (siehe Seite 45, Balance 2017).

Nachhaltige Potenziale für einen schonenden Umgang mit Strom und Wasser zu generieren und entsprechende Lösungen zu entwickeln, ist für die Lufthansa Group ebenso bedeutsam wie das Bestreben, das Abfallmanagement im Catering zu optimieren. Innerhalb der neuen Matrixorganisation intensiviert der Aviation-Konzern deshalb fortlaufend die Zusammenarbeit seiner Gesellschaften im Bereich Energiemanagement, um Synergien zu erzeugen und den Best-Practices-Austausch zu vertiefen. Ein gruppenweites Monitoring ermöglicht es, die Energiesparmaßnahmen stringent umzusetzen und einen Überblick auf Sparpotenziale zu erhalten. Vor diesem Hintergrund beteiligt sich Lufthansa am Standort Frankfurt seit März 2017 auch am Business Energieeffizienz-Netzwerk des Versorgers Mainova.

Bei den energieintensiven Service-Gesellschaften Lufthansa Technik und LSG Group besitzt das Thema Energiemanagement einen besonders hohen Stellenwert. Daher nutzen sie eigene, auf die Besonderheit der Geschäftstätigkeit ausgerichtete Konzepte und Systeme.

Für Lufthansa Technik sind spezielle Umweltschutzlösungen für Kunden und entsprechende Maßnahmen bezüglich der eigenen Arbeitsprozesse und Standorte von zentraler Bedeutung. Das Unternehmen verfügt über ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem (siehe Seite 41). Ein eigener, unternehmensweit geltender Gebäudestandard hilft dem führenden Anbieter von MRO-Leistungen (Maintenance, Repair & Overhaul), die Energieeffizienz seiner Standorte weltweit zu steigern. Zudem hat die Lufthansa Technik Gruppe ein Carbon-Save-Programm aufgelegt. Ziel ist es, die CO₂-Emissionen bis 2018 um 30 Prozent gegenüber 2012 zu senken. Ende 2017 waren davon mehr als 70 Prozent erreicht.

Die LSG Group hat in den vergangenen Jahren zahlreiche Programme zur Einsparung von Energie- und Wasser angestoßen und diese im Berichtsjahr fortgeführt. Sie hat sich auch das Ziel gesetzt, im Jahr 2018 die Recycling-Quote – Abfall pro Mahlzeit in Gramm – messbar zu steigern. Der Catering-Spezialist überprüft zudem jährlich die Key Performance Indicator (KPI) zu Energie- und Abfallverbrauch und hat für den Zeitraum 2017 bis 2020 neue KPIs pro Region definiert (siehe Seite 46, Balance 2017). Die LSG Group arbeitet mit einem eigenen, an ISO 14001 angelehnten Umweltmanagementsystem (siehe Seite 42). Der für das jeweilige Gebiet zuständige Regional Environmental Manager (REM) setzt Umweltprogramme zusammen mit dem regionalen Managementteam um und begleitet auch das Monitoring. Weitere Bestandteile dieses Prozesses sind Schulungen der Mitarbeiter und lokale Workshops zum Thema Nachhaltigkeit. Außerdem ist die LSG Group Mitglied des von der Stadt Frankfurt gemeinsam mit der Unternehmensberatung Arqum initiierten „LEEN 100“-Netzwerks (Lernendes Energie-Effizienz-Netzwerk) für bessere CO₂-Werte im Rhein-Main-Gebiet.



Abfall- und Recyclingmanagement

Den Bordabfall permanent zu verringern beziehungsweise dessen Verwertungsquote beständig zu erhöhen, sind für die Lufthansa Group wichtige Faktoren beim Abfallmanagement. Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus trägt dazu die interne Initiative „Flygreener“ konzernweit bei. Sie verfolgt das Ziel, insbesondere im Flugbetrieb das Abfallaufkommen fortlaufend zu reduzieren und die entsprechenden Abläufe in den Flugzeugen zu verbessern. Auf dieser Basis hat der Aviation-Konzern in den vergangenen Jahren bereits zahlreiche Maßnahmen umgesetzt.

Flugbegleiter fungieren dabei als „Botschafter an Bord“ und unterstützen die Crew mit ihrem Know-how, um effektiver zu recyceln und den Müll an Bord zu dezimieren. Darüber hinaus sensibilisiert das Unternehmen sein fliegendes Personal regelmäßig mithilfe von Informationsständen. Mittelfristig sind praxisbezogene Schulungen wie webbasierte Trainings für das Bestandspersonal geplant. Zusätzlich sorgt die enge Zusammenarbeit zwischen der LSG Group und den Network Airlines der Lufthansa Group für Synergieeffekte.

Im Berichtsjahr haben Mitarbeiter von Lufthansa und der LSG Group erneut eine sogenannte Ausleeraktion initiiert. Dabei haben sie diesmal den Abfall von 15 Langstrecken- und 20 Kurzstreckenflügen in München und Frankfurt analysiert. Ziel war es, den Fortschritt bei der Reduktion von nicht-recycelbarem Müllaufkommen am Drehkreuz München zu bewerten und am Hub Frankfurt das Potenzial von recycelbaren Materialien festzustellen. Darüber hinaus wurde in Frankfurt die komplette Beladung von sieben Langstreckenflugzeugen sortiert und analysiert, um herauszufinden, ob es Überkapazitäten bei den Getränken an Bord gibt und wie diese vermieden werden können. Ferner wurde 2018 eine Projektgruppe ins Leben gerufen, die sich mit der Entwicklung eines speziellen Recycling-Trolleys befasst, um alternative Möglichkeiten zur Flüssigkeitsentsorgung zu etablieren.



Der vollelektrifizierte Catering-Hubwagen „eLift“ ist bei der LSG Group in Frankfurt im Einsatz.



E-Mobility-Projekte der Lufthansa Group

Treibstoffeffiziente und leise Flugzeuge sind die zentralen, aber nicht die einzigen Stellschrauben, um den Luftverkehr umweltschonender zu gestalten. Auch am Boden bieten sich zahlreiche Möglichkeiten, speziell bei der Abfertigung sowie bei den Roll- und Schleppvorgängen von Flugzeugen. Die Lufthansa Group treibt schwerpunktmäßig am Flughafen Frankfurt Projekte voran, die im Bodenverkehr den Verbrauch von Benzin oder Diesel senken. Einzelne Fahrzeugtypen sukzessive auf elektromobile Antriebstechniken umzurüsten, ist dort das ehrgeizige Ziel der Initiative E-PORT AN. In diesem Projekt engagieren sich neben der Lufthansa Group die Fraport AG, das Land Hessen und die Modellregion Elektromobilität Rhein-Main. Das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur fördert die Investitionen der Partner in Höhe von mehreren Millionen Euro in diese zukunftsweisenden Elektromobilitätsprojekte. Wissenschaftlich begleitet wird die Initiative von der Technischen Universität Darmstadt und der Technischen Universität Berlin.

So hat die LSG Group in enger Zusammenarbeit mit externen Partnern den vollständig elektrifizierte Catering-Hubwagen „eLift“ entwickelt, der am Hub Frankfurt keine CO₂-Emissionen verursacht und Lärmaufkommen im Betrieb signifikant reduziert. Die einzelnen Komponenten des Catering-Hubwagens der Zukunft wie das Lkw-Fahrgestell oder der Kofferaufbau



Lufthansa LEOS hat 2018 den zweiten „eSchlepper“ in Frankfurt in Empfang genommen.

können unabhängig voneinander gesteuert werden. Eine weitere Besonderheit ist der voll elektrifizierte Brückenmechanismus zum Verschieben der Frontplattform. In fahrzeugtechnischen Merkmalen und in der Bedienung unterscheidet sich der „eLift“ nicht von einem herkömmlichen Hubwagen. Die LSG Group hat den „eLift“ im dritten Quartal 2017 in den laufenden Betrieb integriert.

Der von der schwedischen Kalmar Motor AB entwickelte „eSchlepper“ ist der weltweit erste seiner Art und seit 2016 bei Lufthansa LEOS in Betrieb. Durch seinen Einsatz lassen sich bis zu 75 Prozent der Emissionen im Vergleich zu einem konventionellen, dieselbetriebenen Flugzeugschlepper einsparen. Er ist insbesondere für umweltschonende Wartungs- und Positionierungsschlepps großer Passagierflugzeuge wie einem Airbus A380 oder einer Boeing 747 geeignet und kann Flugzeuge bis zu einem maximalen Startgewicht von 600 Tonnen bewegen. Seit Februar 2018 ist ein zweites Fahrzeug im Einsatz. Bei dessen Bau wurden kleinere Verbesserungspotenziale berücksichtigt, die aufgrund der operationellen

Erfahrungen mit dem ersten „eSchlepper“ gemacht wurden. Das Elektrofahrzeug mit Allradantrieb und Allradlenkung wird durch Lithium-Ionen-Batterien mit Energie versorgt und extern über das Stromnetz geladen. Im Bedarfsfall können die Akkus auch während des Betriebs mithilfe eines integrierten Dieselmotors, dem Range Extender, aufgeladen werden. Das Dieselaggregat erfüllt somit eine absichernde Aufgabe.

Der im Kontext der Initiative für mehr Elektromobilität am Flughafen Frankfurt bei Lufthansa LEOS gemeinsam mit dem Hersteller weiterentwickelte TaxiBot-Schlepper wurde in den vergangenen Jahren intensiv im operativen Betrieb getestet und auf seine betriebliche Einsatzfähigkeit geprüft. Zwar ist das Fahrzeug operationell einsatzfähig, aber das kommerzielle Konzept ist nicht tragfähig – ein wesentlicher Grund ist unter anderem die geringe Dauer der Taxizeiten in Frankfurt. Daher wurde die Entscheidung getroffen, das Projekt TaxiBot bei Lufthansa unter den gegebenen Rahmenbedingungen nicht weiterzuführen.

AKTIVER SCHALLSCHUTZ

Der Betrieb von Flugzeugen verursacht Fluglärm, insbesondere beim Starten und Landen. Somit sind vor allem die Anwohner im Umfeld der Flughäfen davon betroffen. In größeren Höhen wie im Reiseflug haben die Geräusche keine Folgen. Die lärmbedingten Auswirkungen der Flugbetriebe der Lufthansa Group treten vornehmlich an den Hub-Standorten auf.






Die Lufthansa Group setzt sich dauerhaft mit vielfältigen Aktivitäten und Maßnahmen dafür ein, den Fluglärm merklich zu mindern. Vorrangiges Ziel ist es, den Lärm an der Quelle nachhaltig zu senken und zusammen mit den Systempartnern optimierte Flugverfahren zu entwickeln. Zudem umfassen die Aktivitäten zum Schallschutz auch eine ökonomische Komponente: Denn durch den Einsatz leiser Flugzeuge kann der Konzern möglichen Betriebsbeschränkungen vorbeugen.

So arbeitet die Lufthansa Group mit Nachdruck daran, möglichst geräuscharme Flugzeuge einzusetzen und ihre bestehende Flotte immer leiser zu machen. Mit Erfolg: Im Jahr 2017 erfüllten oder übererfüllten 99,5 Prozent der Flugzeuge – und

damit nahezu die gesamte operative Konzernflotte – das strenge minus 10-Dezibel-Kriterium des ICAO-Kapitel 4-Standards (siehe Übersicht Seite 114). Die Experten in Sachen Fluglärm aus den unterschiedlichen Fachbereichen des Konzerns sind über ein Netzwerk eng verknüpft. Zudem sind sie in Fluglärmkommissionen, Dialogforen sowie Forschungsprojekten aktiv, die sie zum Teil initiiert haben und koordinieren. Dazu zählt beispielsweise auch die Beteiligung an Erprobungsprojekten unter dem Dach von SESAR (Single European Sky ATM Research, siehe Seite 49).

Der aktive Schallschutz bei der Lufthansa Group umfasst fünf Dimensionen (siehe untenstehende Grafik). Zusätzlich zum vorliegenden Bericht Balance hat die Lufthansa Group diesen Ansatz auch im Geschäftsbericht als Bestandteil des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts veröffentlicht (siehe Infobox Seite 24).

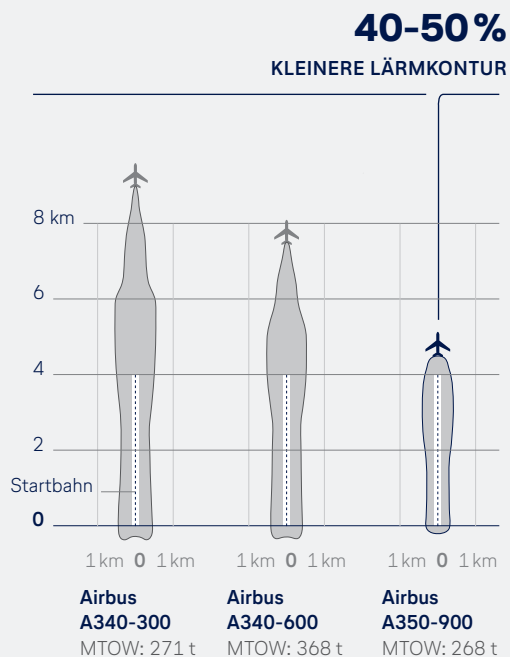
Maßnahmen für aktiven Schallschutz

				
1. Investitionen in leisere Flugzeuge	2. Lärmreduzierende Technologien für die Bestandsflotte	3. Beteiligung an der Lärmforschung	4. Optimierung der An- und Abflugverfahren	5. Dialog mit den Flughafenrainern und weiteren Interessengruppen
Einflottung modernster Flugzeuge beispielsweise des Airbus A320neo und Airbus A350-900	Umrüstung der Bestandsflotte mit schallreduzierenden Wirbelgeneratoren	Kontinuierliche Zusammenarbeit und Austausch mit Partnern aus Forschung und Industrie	Zusammenarbeit mit Systempartnern Entwicklung und Erprobung neuer Verfahren	Kontinuierlicher Austausch mit Anrainern beispielsweise in Form des Forum Flughafen und Region in Frankfurt
Ausflottung lauterer Modelle		Entwicklung und Untersuchung von neuen Maßnahmen zur Lärminderung	Nutzung neuer Navigationstechnologien	Aktive Beteiligung in Fluglärmkommissionen



Lärmkonturen im Vergleich A350-900 vs. A340-300/600

Der Airbus A350-900 weist im Vergleich zu Vorgängermodellen eine rund 40–50 Prozent kleinere Lärmkontur auf. Dargestellt sind die 85-dB(A)-Maximal-Schallpegel-Konturen für einen Abflug mit Lufthansa Standardabflugverfahren und mit maximalem Startgewicht (MTOW). Zum Vergleich: Ein Maximalschallpegel von 85 dB(A) wird etwa durch einen im Stadtverkehr im Abstand von fünf Metern vorbeifahrenden Lkw erzeugt.



Quelle: Airbus, Stand: 11/2016

1. Investitionen in leisere Flugzeuge

Der größte Hebel zur Reduktion des Fluglärms liegt in der Modernisierung der Flotte. Die Lufthansa Group arbeitet dabei eng mit den Herstellern zusammen und nimmt aktiv Einfluss auf die Spezifikation und den technischen Status von neuen Flugzeugen (siehe Seite 10 ff., Interview Jörg Hennemann). Im Jahr 2017 hat der Aviation-Konzern 29 neue Flugzeuge in Betrieb genommen, darunter fünf weitere vom Typ Airbus A320neo und zehn Bombardier C Series, die mit modernen Triebwerken ausgestattet sind (siehe Seite 32 ff., Flottenmanagement). Gleiches gilt für den Airbus A350-900, der zu den modernsten und umweltfreundlichsten Langstreckenflugzeugen zählt und wesentlich leiser ist als vergleichbare Flugzeugtypen (siehe nebenstehende Grafik). Dafür haben insgesamt 36 ältere Flugzeuge die Konzernflotte verlassen.

2. Lärmreduzierende Technologien für die Bestandsflotte

Zusätzlich zur Modernisierung kann auch die Nachrüstung der Bestandsflotte zu messbarer Fluglärminderung führen. Lufthansa stellte Anfang 2014 als weltweit erste Airline eine mit schallreduzierenden Wirbelgeneratoren ausgestattete A320 in Dienst und setzte damit einen Industriestandard (siehe Seite 49, Balance 2017). Flugzeuge mit Wirbelgeneratoren sind im Landeanflug bis zu vier Dezibel leiser. Mittlerweile hat der Konzern alle Flugzeuge der A320-Familie von Lufthansa und SWISS mit diesen Wirbelgeneratoren nachgerüstet. Die Umrüstung der A320-Familie von Austrian Airlines wird voraussichtlich im Jahr 2019 abgeschlossen sein. Die Nachrüstung von Flugzeugen mit Wirbelgeneratoren ist ein weiteres Beispiel dafür, dass bei vielen Maßnahmen Ökonomie und Ökologie Hand in Hand gehen: Mit diesem Projekt macht die Lufthansa Group einerseits Fortschritte im aktiven Schallschutz und entlastet insbesondere die Flughafenanrainer. Gleichzeitig entsteht ein positiver wirtschaftlicher Effekt, da beispielsweise der Flughafen Frankfurt im Rahmen der Lärm-entgelte-Abrechnung Flugzeuge mit Wirbelgeneratoren günstiger einstuft als vergleichbare Flugzeuge ohne diese Bauteile. In einem verstärkten Wettbewerbsumfeld wird künftig die Wirtschaftlichkeit solcher Maßnahmen zunehmend an Bedeutung gewinnen.

3. Beteiligung an der Lärmforschung

Die Lufthansa Group engagiert sich seit vielen Jahren in der Lärmforschung über Projekte wie MODAL (Modelle und Daten zur Entwicklung von aktiven Schallschutzmaßnahmen im Luftverkehr), die die Grundlagen für einen erfolgreichen aktiven Schallschutz legen.

Im Jahr 2017 ist das Projekt EffFlug (Effizienzsteigerung im Flugbetrieb) neu hinzugekommen. Es hat das Ziel, Effizienzmaßnahmen genauer als bisher hinsichtlich ihres Potenzials zur Lärmreduktion zu analysieren. Hierfür werden die vorhandenen Bewertungsmethoden erweitert und vertieft. Die Digitalisierung ermöglicht es, Flugbetriebsdaten noch intensiver zu analysieren und mit intelligenten Analysetools zu verknüpfen. Voraussetzung für die Beteiligung an EffFlug ist ein hohes Maß Expertenwissen und Cockpit-Erfahrung. Die Lufthansa Group arbeitet bei dem Projekt eng mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), der Fraport AG und der Flughafen München GmbH zusammen.

Kontinuierliche Forschungs- und Entwicklungsarbeiten, insbesondere bei Herstellern führen zu leiseren Flugzeug- und Triebwerksgenerationen sowie zu den gewünschten Optimierungen der Bestandsflotte. Für die Lufthansa Group ist es daher sehr wichtig, diesen stetigen Kreislauf aus intensiver Forschung sowie neuen Technologien und Produkten mitzugestalten, um weitere Effizienzsteigerungen bei Flugzeugen und Triebwerken zu erzielen.

4. Optimierung der An- und Abflugverfahren

Auch die Optimierung von Flugverfahren und Flugrouten trägt zur Lärmreduktion bei. Die Lufthansa Group ist auf diesem Gebiet auf vielfältige Weise mit internationalen Partnern wie Eurocontrol aktiv. So haben die Deutsche Flugsicherung (DFS), Lufthansa und Fraport im Juli 2017 in Frankfurt im Rahmen von SESAR eine neue Navigationstechnologie auf der so genannten Südumfliegung erfolgreich erprobt und eingeführt. Die neu zum Einsatz kommende Radius-to-Fix (RF)-Funktionalität erlaubt das Fliegen hochpräziser Kreisbahnsegmente mit festem Radius und fixem Ausgangspunkt und das in einer deutschlandweit bisher einmaligen Qualität. Dadurch ergeben sich tendenziell positive Effekte hinsichtlich der Lärmwirkungen für die Bewohner der Region. Der Betrieb wird von einem umfangreichen Monitoring in Zusammenarbeit von DFS und dem Umwelt- und Nachbarschaftshaus (UNH) begleitet. Perspektivisch will die DFS das Verfahren auf weiteren Abflugstrecken von Frankfurt aus anwenden.

5. Dialog mit den Flughafenanrainern und weiteren Interessengruppen

Seit 2001 beteiligt sich die Lufthansa Group aktiv und kontinuierlich an Maßnahmenpaketen zur Lärminderung im Rahmen von Dialogforen, unter anderem in Frankfurt und Wien. Ein Beispiel ist die Allianz für Lärmschutz in Frankfurt, an der die hessische Landesregierung, die Fraport AG, die Deutsche Lufthansa AG, das Forum Flughafen und Region (FFR), die DFS und der Luftfahrtverband BARIG beteiligt sind. Darüber hinaus arbeitet die Lufthansa Group auch aktiv in einigen vom Luftverkehrsgesetz vorgegebenen deutschen Fluglärmkommissionen mit.

Das FFR hat im Januar 2018 weitere 17 Maßnahmen vorgestellt, um die Fluglärmbelastung im Umfeld des Frankfurter Flughafens zu verringern oder bessere politische und rechtliche Rahmenbedingungen für eine schnellere Umsetzung von Maßnahmen zu ermöglichen. Erste Schritte haben die Beteiligten bereits im Jahr 2017 begonnen. Das neue Maßnahmenprogramm „Aktiver Schallschutz“ knüpft an die zwölf Schallschutzmaßnahmen an, die in der Vergangenheit in den Regelbetrieb gegangen sind, erschließt aber auch neue Wege wie zum Beispiel das Präzisionsnavigationssystem.

Gleichzeitig haben das hessische Wirtschafts- und Verkehrsministerium, die Frankfurter Fluglärmkommission, Lufthansa, Condor, BARIG, Fraport und das FFR eine freiwillige Lärmobergrenze am Flughafen Frankfurt vereinbart. Die Fluggesellschaften haben damit einen weiteren Anreiz, leiser zu fliegen: Denn nur so können sie die Zahl ihrer Flugbewegungen erhöhen. Die Lufthansa Group begrüßt diese verlässlichen, klaren und langfristigen Rahmenbedingungen, die Investitions- und Planungssicherheit für zukünftige Wachstums- und Flottenentscheidungen schaffen. Im Mai 2016 hatten das Land Hessen und die Luftverkehrswirtschaft bereits die freiwillige Einführung von Lärmpausen in einem „Bündnis für Lärmpausen“ besiegelt (siehe Seite 60, Balance 2016, und Seite 55, Balance 2015).

Das Wichtigste zum Thema

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

03

62_ VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT
68_ PARTNERSCHAFTLICHE BESCHÄFTIGUNGSPOLITIK
70_ TALENT MANAGEMENT
72_ ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ
74_ GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



Arbeiten in der Lufthansa Group hat viele Facetten. Im Zentrum steht jedoch immer der Mensch. Die Mitarbeiter mit ihrem Know-how und ihren vielfältigen Talenten sind eine zentrale Einflussgröße für den unternehmerischen Erfolg. Ziel des Konzerns ist es daher, sich dauerhaft als attraktiver Arbeitgeber zu etablieren und seiner sozialen Verantwortung nachzukommen. Die Lufthansa Group legt größten Wert darauf, ihren Beschäftigten ein ansprechendes Arbeitsumfeld mit transparenten Strukturen und Prozessen anzubieten, um auch zukünftigen Anforderungen gerecht werden zu können und die Innovationskraft im Unternehmen zu stärken.

Passgenaue Weiterbildungsangebote, lebensnahe Rahmenbedingungen für ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Beruf und Privatleben, ein ganzheitlicher Ansatz für Chancengleichheit und Vielfalt in allen Diversity Dimensionen, die intensive Förderung von Talenten – all das sind für den Luftfahrtkonzern maßgebliche Handlungsfelder, um den selbstgestellten Anspruch an einen fairen und partnerschaftlichen Umgang mit den Beschäftigten zu erfüllen. Dabei trägt er mit moderner Informationstechnologie der Tatsache Rechnung, dass die Berufswelt global, digital und vernetzt ist. Der Verpflichtung den Mitarbeitern gegenüber kommt der Konzern zudem mit seinem bewährten Arbeits- und Gesundheitsschutz nach.

Auch mit Blick auf die Gesellschaft handelt die Lufthansa Group verantwortungsvoll. Als Corporate Citizen engagiert sie sich in einem dynamischen Prozess für soziale und gesellschaftliche Belange und hat dabei das gezielte Engagement der Mitarbeiter fest in ihrer HR-Strategie verankert.

VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Für die Lufthansa Group sind Vielfalt und Chancengleichheit zentrale Elemente ihrer strategischen Ausrichtung. Sie sind unverzichtbar, um den Konzern global und generationsübergreifend als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren – heute und zukünftig. Vielfalt in all ihren Dimensionen ist zudem eine grundlegende Voraussetzung dafür, innovationsstark und wandlungsfähig zu bleiben und sich langfristig eine führende Position im Wettbewerb zu sichern.

Systematische Vielfalt und die mit ihr verbundene Wertschätzung aller Angestellten machen eine Organisation agiler, flexibler und kreativer. Diversity Management bezieht die Lebenswirklichkeiten aller Beschäftigten aktiv in das unternehmerische Handeln ein und trägt wesentlich dazu bei, Bedürfnisse von Stakeholdern klarer zu erkennen und Services zu optimieren. Vor diesem Hintergrund prägt eine ausgesprochene Vielfalt die Unternehmenskultur der Lufthansa Group und macht sie gleichzeitig offener für verschiedene Werte, Einstellungen und Lebenswirklichkeiten. Für den Luftfahrtkonzern ist Vielfalt eine entscheidende Grundlage seiner modernen Service-Philosophie und seiner Kundennähe. Darüber hinaus hilft sie, Risiken zu minimieren, indem die verschiedenen Blickwinkel gemischter Teams in Entwicklungs- und Entscheidungsprozesse einfließen.

Den Kerngedanken von Vielfalt repräsentiert die Lufthansa Group bereits heute: Eindrücklicher Beweis für gelebte Diversität sind die 147 Nationalitäten, die weltweit in verschiedensten Altersstufen auf Führungs- und Belegschaftsebene im Konzern vertreten sind. Sie bringen damit eine enorme Bandbreite an Sichtweisen und Kompetenzen in das Unternehmen ein. Daraus resultiert unter anderem ein differenzierteres Verständnis für Bedürfnisse, was wiederum maßgeblich zu einer kundenorientierten Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen beiträgt. Bedeutsam ist dies vor allem vor dem Hintergrund, dass die Lufthansa Group mit ihren unterschiedlichen Geschäftsfeldern ein breites Spektrum an Produkten anbietet und entsprechend vielfältige Kundengruppen bedient.



”

Für die Lufthansa Group ist Vielfalt der Hebel für Agilität, Kreativität und Innovation.

Juliane Grauer

Beauftragte für Chancengleichheit, Lufthansa Group



Willkommen Vielfalt!

Organisatorische Verankerung

Die Lufthansa Group verfolgt einen umfassenden Managementansatz, der Vielfalt im Sinne von Vielseitigkeit in Bezug auf Geschlecht, Demografie und Internationalität, Ideenreichtum und Durchmischung von Perspektiven versteht. Diversität und Chancengleichheit sind durch klare Verantwortlichkeiten in der aktuellen Personalstrategie und gleichzeitig in der gruppenweiten Organisationsstruktur fest verankert.

Durch die prozessorientierte Matrixorganisation sind gesellschaftsübergreifend sogenannte Process Owner definiert. Sie sind dafür verantwortlich, Maßnahmen zu erarbeiten und umzusetzen, mit denen sich die definierten Ziele erreichen lassen. 2017 wurde im Zuge dessen ein Process Owner „Diversity“ bestimmt. Er verantwortet die konzernweite Förderung von Vielfalt und verfolgt die Umsetzung der Ziele in den relevanten Prozessen. Regelmäßige Reportings, zum Beispiel zur Gender-Quote, ermöglichen eine Überprüfung der Effektivität des Managementansatzes und der zugehörigen Maßnahmen. Schließlich ist es auch der Austausch in Netzwerken oder mit anderen DAX-30-Unternehmen, über den die Entwicklungen durch externe Benchmarks verglichen werden können. Zusätzlich lassen sich so Erkenntnisse darüber gewinnen, wie wirksam bestimmte Maßnahmen sind.

Selbstverständlich besitzt der Konzern inzwischen seit mehr als 20 Jahren eine Beauftragte für Chancengleichheit, deren Auftrag und Rolle die strategische Weiterentwicklung des Themas im Konzern ist. Zusätzlich zur Linienverantwortung durch den Process Owner und der Stabsfunktion hat die Lufthansa Group 2016 ein Projekt zur Förderung von Frauen in Führungspositionen aufgesetzt, das Maßnahmen zur Erhöhung der Frauenquote in Führungspositionen initiiert und umsetzt (siehe Seite 66, Balance 2017: Drei Fragen an: Simone Marshall).

Ziele und zentrale Handlungsfelder

Mit ihrer diversity-orientierten Personalpolitik verfolgt die Lufthansa Group mehrere Ziele. So will sie das immense Potenzial der jetzt schon bestehenden Vielfalt ihrer rund 130.000 Mitarbeiter noch besser ausschöpfen und gleichzeitig noch mehr Diversität in Profile, Kompetenzen und Erfahrungen bis in die Managementebenen bringen. Zusätzlich zum expliziten Ziel, seine Attraktivität als Arbeitgeber zu festigen und auszuweiten, möchte der Luftfahrtkonzern über Diversity Management seine Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit sichern, die Innovationskraft steigern, den Zugang zu potenziellen Mitarbeitergruppen auf dem globalen Arbeitsmarkt erleichtern und die ausgeprägte Kundenorientierung weiter forcieren.



Anlässlich des Weltfrauentags 2018 starteten erneut Frauencrews der Lufthansa Group zu unterschiedlichen internationalen Destinationen.

Die Lufthansa Group geht die Aufgabe, Vielfalt und Chancengleichheit gemäß den Zielsetzungen zu realisieren, aus verschiedenen Richtungen an. So will sie den Frauenanteil im Management erhöhen und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessern – zwei zentrale Ziele innerhalb der Gender Diversity zur Gleichstellung von Männern und Frauen. Zudem stehen eine noch stärkere Internationalisierung der Belegschaft und die Inklusion von Menschen mit Behinderung auf der Agenda.

Gender Diversity

Konzernübergreifend beschäftigt die Lufthansa Group nahezu genauso viele Frauen wie Männer. Auch in Führungspositionen¹ sind Frauen längst selbstverständlich. Dennoch gilt es gerade hier, die Zahl weiter auszubauen. Weltweit waren zum Ende des Berichtsjahres 15,1 Prozent (2016: 15,6 Prozent) der Führungskräfte weiblich. Trotz konzernweiter Reorganisationsmaßnahmen und gleichzeitiger Reduzierung um eine Führungsebene ist im Vergleich zum Vorjahr lediglich eine (vorübergehende) Stagnation beziehungsweise ein leichter Rückgang zu verzeichnen. Die vielfältigen, gezielten Maßnahmen konnten hier einem stärkeren Rückgang entgegenwirken, und zukünftig wird von einem erneuten Zuwachs ausgegangen.

¹ Neben der gesetzlichen Gender-Quote, die die erste und zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands betrachtet, werden regelmäßig Gender-Daten des gesamten Managements und aller Vorgesetzten mit Personalverantwortung gemonitored und reportet.

Ebenso zählt die Erhöhung der Frauenquote in den Cockpits der Lufthansa Group zu den Zielen der Personalstrategie. Im Jahr 2017 lag der Anteil an Pilotinnen bei 6,1 Prozent (2016: 5,5 Prozent). Die Aussichten sind erfreulich: Aktuell sind bereits 15 Prozent der Nachwuchsflugzeugführer weiblich.

Die Lufthansa Group bedient sich eines breiten Portfolios aus Maßnahmen und Aktivitäten, um den Anteil an Frauen in Führungspositionen zu erhöhen. Seit 2015 kommt beispielsweise ein transparenter Stellenausschreibungsprozess für Managementpositionen zum Tragen und bei der Besetzung werden Diversity-Kriterien herangezogen.

Das interne Entwicklungs- und Mentoringprogramm „GoAhead“ ging 2017 in sein bereits viertes Jahr; es richtet sich an Frauen, die eine Führungsposition anstreben (siehe Seite 77, Balance 2015). Ab 2018 erfolgt die Auswahl für „GoAhead reloaded“. Das Programm geht 2018 gleich zweimal an den Start und ermöglicht damit doppelt so vielen weiblichen Talenten wie bisher die Teilnahme. Ebenfalls neu: Ab 2019 soll „GoAhead reloaded“ einmal pro Jahr für Teamleiterinnen und auch für Top-Referentinnen angeboten werden. Auf dem Weg in Führungspositionen unterstützt die Lufthansa Group weibliche Nachwuchskräfte darüber hinaus bereits seit vielen Jahren mit einem branchenübergreifenden Cross-Company-Mentoring. Neu hinzugekommen ist ein spezielles Coaching für weibliche Talente, die in Elternzeit gehen und ihren Wiedereinstieg planen.

Die Lufthansa Group hat im Rahmen eines Pilotprojektes den Einfluss gendgerechter Sprache auf das Bewerberverhalten und die Auswahl von Bewerbern untersucht. Konkret wurden die Stellenausschreibungen und die Auswahl von Bewerbungen für die ProTeam-Generation 2018 wissenschaftlich begleitet. Die Erkenntnisse nutzt das Unternehmen bereits für die Auswahl der nächsten Generation.

Seit Mitte 2016 engagiert sich die Lufthansa Group in der Initiative „Chefsache“, einem Netzwerk von Führungskräften aus Wirtschaft, Wissenschaft, Sozialwirtschaft, öffentlichem Sektor und Medien, die sich der Chancengleichheit von Frauen und Männern persönlich verpflichtet fühlen.

Anlässlich des Weltfrauentags 2018 starteten, wie auch im Vorjahr, erneut reine Frauencrews der Lufthansa Group zu unterschiedlichen internationalen Destinationen. Um an diesem Tag ein weiteres Zeichen zu setzen, präsentierte Lufthansa auf ihrem Flug nach Houston bei einer Inflight-Konferenz „FlyingLab“ Vorträge von Digital-Expertinnen. Aktiv engagiert war der Konzern auch am 5. Deutschen Diversity Tag, indem er sich an den unternehmensübergreifenden Diversity-Filmnächten beteiligte. Die Aktionen wurden zur Steigerung der Aufmerksamkeit umfangreich kommuniziert.

Intern ist die Chancengleichheit seit Langem in Betriebsvereinbarungen verankert. Der Grundsatz „Gleicher Lohn für gleiche Leistungen“ hat bei der Lufthansa Group bereits seit den 1970er-Jahren Bestand. Für alle Mitarbeiter einsehbare Vergütungstarifverträge und betriebliche, außertarifliche Entgeltssystematiken sind ein Beleg dafür. Der „Bericht zur Gleichstellung und Entgeltgleichheit“ wurde gem. §§ 21, 22 EntgTranspG für die Deutsche Lufthansa AG erstellt und im Internet veröffentlicht. Neben einem statistischen Teil enthält er Informationen zu Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern und deren Wirkung sowie Maßnahmen zur Herstellung von Entgeltgleichheit für Frauen und Männer. www.lufthansagroup.com/verantwortung

Wichtiges Thema der internen Kommunikation ist weiterhin die Sensibilisierung zum Thema „Unconscious Bias“. Für das Phänomen der unbewussten Denkmuster und deren Wirkung in Personalprozessen will der Konzern auch 2018 sensibilisieren. So sieht jeder Manager, bevor er oder sie eine Auswahlentscheidung fällt, ein kurzes Video zu diesem Thema. Diese Maßnahme wurde gemeinsam mit den Unternehmen der Initiative Chefsache erarbeitet.

MITARBEITER DER LUFTHANSA GROUP

KENNZAHLEN 2017¹

129.424

MITARBEITER Konzern gesamt

46,1%

FRAUENANTEIL Konzern gesamt

35,0%

FRAUENANTEIL an den Vorgesetzten mit Personalverantwortung

15,1%

FRAUENANTEIL an den Führungskräften

6,1%

FRAUENANTEIL im Cockpit

1.101

AUSZUBILDENDE

120.000

BEWERBUNGEN

¹ per 31. Dezember 2017

Auch die einzelnen Gesellschaften der Lufthansa Group verfolgen mit Nachdruck das Ziel der Gender Diversity und Chancengleichheit. Die LSG Group fördert seit Ende 2017 weibliche Talente beispielsweise mit dem Programm „Female Leadership“. Bei SWISS zielte das „Girls & Women Coding Event“ darauf ab, mehr junge Frauen für IT-Berufe zu begeistern, vor demselben Hintergrund beteiligte sich Lufthansa Systems als Partnerunternehmen am Berliner Hackathon „Hack like a girl“. Austrian Airlines thematisiert Diversity und Chancengleichheit zweimal jährlich in Impulsvorträgen. Bei Lufthansa Cargo konnte die bereits 2012 eingeführte Initiative Gender Balance den Anteil weiblicher Führungskräfte fast verdoppeln.

Work-Life-Integration

Die traditionellen Familien- und Beschäftigungsmodelle verändern sich. Die Lufthansa Group unterstützt ihre Mitarbeiter und Führungskräfte durch flexible Arbeitszeitmodelle, die dieser Entwicklung und den damit verbundenen unterschiedlichen Bedürfnissen in verschiedenen Lebensphasen Rechnung tragen, zum Beispiel mit Teilzeit- und Home Office-Regelungen. Damit lassen sich nicht nur berufliche und private Anforderungen besser in Einklang bringen, sie fördern auch Motivation und Gesundheit der Mitarbeiter. Über die konkreten Möglichkeiten informiert der Konzern ausführlich im Intranet und bei diversen Veranstaltungen; die verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen haben die Transparenz der Angebote verbessert und die Nachfrage erhöht.

Es besteht zum Beispiel die Möglichkeit, leitende Positionen im Tandem auszufüllen (Shared Leadership) oder auch befristete Auszeiten vom Arbeitsleben zu nehmen (Sabbaticals). In Frankfurt können Mitarbeiter zum Beispiel zwei Eltern-Kind-Büros und in Hamburg ein Eltern-Kind-Büro mit ihrem Nachwuchs nutzen, wenn sie einen Betreuungseingangs haben; Angebote wie das Sommerferien-Betreuungsprogramm „Die Luftkisse“ in Frankfurt und München, der „pme Familienservice“ deutschlandweit oder das Netzwerk der „Väter gGmbH“ hatten auch im Berichtsjahr 2017 Bestand (siehe Seiten 86 f., Balance 2016).

Eine große Rolle spielt auch das Thema der Vereinbarkeit von Beruf und Pflege von Angehörigen. Bereits 2015 hat die Lufthansa Group die hessische „Charta der Pflege“ unterzeichnet, zu den Schwerpunkten 2017 zählte eine interne Veranstaltungsreihe mit Vorträgen und Webinaren. Darüber hinaus bietet der Konzern eine regelmäßige Pflegesprechstunde in Frankfurt an. Dieser Service wird ab 2018 auch in Hamburg und München angeboten.

Internationalität

Durch die diversen Geschäftsfelder mit internationalen Standorten und globalen Geschäftsbeziehungen ist in der Lufthansa Group eine breitgefächerte kulturelle und sprachliche Vielfalt vorhanden. Diese gilt es weiterhin zu stärken, unterstützt sie doch die Geschäftsstrategie im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen. Der Konzern strebt daher eine noch größere Internationalisierung seiner Belegschaft an. Aktuell werden dafür verschiedene Maßnahmen auf den Weg gebracht, zum Beispiel die Entwicklung einer gruppenweiten Entsendungsrichtlinie oder noch mehr Internationalität bei Trainee- und Praktikantenprogrammen. Im Ausland stellt die Lufthansa Group gezielt lokale Mitarbeiter ein und fördert sie adäquat, um dann durch ausgewählte Entsendungen einerseits den Know-how-Transfer zwischen Regionen und Geschäftsfeldern zu ermöglichen und andererseits die individuelle Entwicklung und den Aufbau von interkultureller Kompetenz zu fördern.

Inklusion

Für die Lufthansa Group ist die Beschäftigung und Inklusion von Menschen mit Behinderungen nicht nur gesetzliche Pflicht, sondern auch Erfüllung der sozialen Verantwortung und damit ein wichtiges personalpolitisches Ziel. Die Lufthansa Group bekennt sich zur beruflichen Förderung sowie zu einem fairen und fürsorglichen Umgang mit behinderten Menschen. Geschäftsleitung, HR-Management und Schwerbehindertenvertretung erörtern in regelmäßigen Dialogrunden Maßnahmen zur Inklusion von Menschen mit Behinderung und treiben sie voran.

Zum Jahresende 2017 lag die Beschäftigungsquote von Menschen mit Behinderung in der Lufthansa Group in Deutschland bei 4,3 Prozent. Während einige Gesellschaften wie LSG Sky Chefs Quoten von mehr als 20 Prozent erreichen und damit die gesetzlich festgelegte Mindestquote von fünf Prozent übererfüllen, fällt die Beschäftigungsquote von Menschen mit Handicap bei den Passagierfluggesellschaften – teilweise auch aufgrund rechtlicher Vorschriften – deutlich niedriger aus. Die Lufthansa Group nutzt daher auch andere Wege der Behindertförderung, zum Beispiel die Vergabe von Aufträgen an Werkstätten für Behinderte (siehe Seite 79, Weiteres Engagement der Konzerngesellschaften) oder die Kooperation mit dem Deutschen Behindertensportverband (DBS).



Vier Fragen an CLAUDIA RAUTENBERG

Head of Cultural Transformation and
of Lufthansa Group CAMPUS

SIE SIND FÜR „CULTURAL TRANSFORMATION“ VERANTWORTLICH – BRAUCHT DER KONZERN EINE NEUE UNTERNEHMENS-KULTURELLE AUSRICHTUNG?

„Neu“ wird ja oft so verstanden, dass alles Bisherige verändert werden muss. Dabei arbeiten im Lufthansa Konzern schon heute Gesellschaften und Bereiche sehr erfolgreich zusammen, die kulturell durchaus unterschiedliche gewachsene Identitäten haben. Diese Fähigkeit wollen wir stärken und ausbauen. Zugleich aber müssen wir uns kulturell mit der gleichen Geschwindigkeit weiterentwickeln wie strukturell. Unser Geschäftsmodell wird heute durch neue Wettbewerber und auf gänzlich neue Art herausgefordert. Deshalb müssen wir schneller werden, unsere Innovationskraft weiter ausbauen und den Kunden mehr denn je in den Mittelpunkt stellen. Für das Unternehmen heißt das, dass wir unnötige organisationale Kompliziertheit ablegen. Gleichzeitig ist jeder einzelne Mitarbeiter gefordert, Verantwortung zu übernehmen, flexibel zu bleiben und kontinuierlich dazulernen.

CHANGE MANAGEMENT IST EINES DER ZENTRALEN SCHLAGWÖRTER IM HR-BEREICH, WARUM IST DAS SO WICHTIG?

Die Welt um uns herum verändert sich rasant. Dadurch muss sich auch die Lufthansa Group ständig weiterentwickeln – strukturell, aber auch in Haltung und Verhalten. Im Umgang mit

dieser Volatilität ist Professionalität gefragt. Das heißt, die Business Transformation muss effektiv und zugleich in verantwortungsbewusster Weise erfolgen. Insbesondere die Führungskräfte sind in einem früher nicht dagewesenen Ausmaß gefordert, Transformationen anzustoßen, sie mit ihren Teams zu steuern und gleichzeitig operative Stabilität sicherzustellen. Deshalb begleiten und beschleunigen wir diesen Prozess und sorgen so dafür, dass die Veränderung für Manager und Mitarbeiter möglichst nachvollziehbar und ohne große Reibungsverluste abläuft.

WELCHE PROGRAMME UND TOOLS HELFEN DABEI, DEN KULTURELLEN WANDEL VORANZUTREIBEN?

Kulturelle Entwicklung fördern wir zum einen durch Strukturveränderung. So haben wir unser auf individuelle Performance ausgelegtes Bonussystem durch einen Kollektivbonus ersetzt, der die gemeinschaftliche Leistung belohnt. Zum anderen haben wir unsere Führungsprogramme im vergangenen Jahr grundlegend aus- und umgebaut, denn kulturelle Entwicklung vollzieht sich vor allem durch ein entsprechendes Verhaltensvorbild der Führungskräfte. Im Fokus stehen Maßnahmen zur Unterstützung der Führungsrolle, agiles Arbeiten in der Matrix und Prozessorientierung.

WIE WICHTIG IST ES, IMPULSE AUS DER BELEGSCHAFT AUFZUGREIFEN UND WELCHE ROLLE SPIELT DABEI DIE KONZERNWEITE MITARBEITERBEFRAGUNG „INVOLVE ME!“?

Impulse aus der Belegschaft sind von sehr großer Bedeutung. An den Ergebnissen der Mitarbeiterbefragung können wir sehr klar ablesen, ob unsere Initiativen greifen. Außerdem liefert sie uns wichtige Impulse für weitere Maßnahmen und Veränderungsvorhaben. Feedback wie dieses ist ein selbstverständlicher Bestandteil jeder modernen Fehler- und Dialogkultur und damit essentiell für unsere Innovationskraft.

PARTNERSCHAFTLICHE BESCHÄFTIGUNGSPOLITIK

➤ GRI 102-41

Der Erfolg der Lufthansa Group hängt in hohem Maße von den Ideen, der Begeisterung und dem Engagement ihrer Mitarbeiter ab. Der Luftfahrtkonzern legt daher größten Wert darauf, seinen Beschäftigten ein attraktives Arbeitsumfeld und eine angemessene Vergütung zu bieten. Ebenso ist es gute Tradition, die ökonomischen Interessen des Unternehmens mit den Vorstellungen und Bedürfnissen der Mitarbeiter auszubalancieren. Die Lufthansa Group positioniert sich dabei durch die Entwicklung entsprechender personalpolitischer Standards als integrierter und verantwortungsvoll agierender Arbeitgeber. Die erfolgreiche Personalpolitik zeichnet sich im Konzern durch einen proaktiven Umgang mit einem Umfeld zunehmender Digitalisierung, Flexibilisierung und agiler Strukturen aus. Die Berücksichtigung sich dynamisch entwickelnder gesellschaftlicher und rechtlicher Rahmenbedingungen bei gleichzeitiger Einbindung sozialer Anforderungen ist dabei unerlässlich. Ziel ist es, für die Lufthansa Group nachhaltige und zukunftsfähige Arbeitsstrukturen und eine passgenaue Ressourcensteuerung sicherzustellen.

Tarifpartnerschaft

Es ist bewährte Unternehmenspolitik, Interessengegensätze zwischen der Unternehmensleitung und den Belegschaftsvertretungen transparent zu klären. Faires Miteinander in allen Bereichen schafft den nötigen Ausgleich, um die Lufthansa Group im Markt voranzubringen. Der Konzern beschäftigt seine Mitarbeiter zu Bedingungen, die ihnen nicht nur während, sondern auch nach ihrem Berufsleben soziale und materielle Sicherheit gewährleisten. Basis sind Tarifverträge, die der Konzern mit seinen Sozialpartnern Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), Vereinigung Cockpit (VC) und Unabhängige Flugbegleiter Organisation e. V. (UFO) abschließt. In Deutschland unterliegen fast alle Gesellschaften kollektivrechtlichen Vereinbarungen (beinahe 100 Prozent). Ziel der Lufthansa Group ist es, gemeinsam mit den Tarifpartnern langfristige und wirtschaftlich tragfähige Vereinbarungen zu schließen. Dies ermöglicht nachhaltigen Erfolg sowie Planbarkeit und Sicherheit, sowohl für das Unternehmen als auch

für seine Beschäftigten. Leitlinien gemeinsamer Anstrengungen sind dabei Flexibilität und Reagibilität.

Im Dezember 2017 haben die Lufthansa Group und die Pilotengewerkschaft Vereinigung Cockpit Verträge zu allen offenen Tarifthemen für Lufthansa, Lufthansa Cargo und Germanwings unterzeichnet. Die Verträge entsprechen inhaltlich im Grundsatz der im März 2017 erzielten Grundsatzvereinbarung. Unter anderem wurden neue Vergütungs- und Manteltarifverträge sowie Verträge zur Alters- und Übergangsvorsorge mit einer Laufzeit bis mindestens Juni 2022 geschlossen. Damit haben die Sozialpartner einen langfristigen Tariffrieden erreicht. Am 7. Februar 2018 haben die Lufthansa Group und die Gewerkschaft ver.di für die rund 28.000 Bodenmitarbeiter von Lufthansa, Lufthansa Cargo, Lufthansa Technik und LSG Group in Deutschland ebenfalls langfristige Tarifverträge geschlossen (siehe Seite 31, Geschäftsbericht 2017).

Aktive Tarif- und Sozialpolitik im In- und Ausland

Internationalisierung und Globalisierung bieten umfangreiche Chancen für die Geschäfts- und Personalprozesse im Konzern. Als international operierendes Unternehmen orientiert die Lufthansa Group ihre Tarif- und Sozialpolitik an den Rahmenbedingungen der jeweiligen Länder. Im Vordergrund steht dabei die langfristige Gestaltung der Beschäftigungsbedingungen, die sich nach den Bedürfnissen der Mitarbeiter, den betrieblichen Erfordernissen und dem lokalen Arbeitsmarkt richten – darunter Vergütungsregelungen, Arbeitsbedingungen und Versorgungssysteme. Die Lufthansa Group definiert diese Vereinbarungen in Zusammenarbeit mit betrieblichen Mitarbeitergremien und Sozialpartnern. Tarifverhandlungen führt der Konzern mit Sozialpartnern in rund 25 Ländern. In allen Ländern, in denen der Konzern unilateral handelt, überprüft das Unternehmen anhand von Benchmarks und unter Einbeziehung makroökonomischer Daten wie zum Beispiel der Inflation üblicherweise jährlich die Gehälter auf Markt- und

Wettbewerbsfähigkeit. In Ländern mit sehr hoher Inflation erfolgt diese Überprüfung, die in der Regel in einer Anhebung der Gehälter mündet, den Gegebenheiten entsprechend öfter. Somit gewährt die Lufthansa Group eine kontinuierliche Überprüfung und Anpassung der Arbeitsbedingungen für ihre lokal angestellten Mitarbeiter. Die Unterstützung der Vereinigungsfreiheit und die Anerkennung des Rechts auf Tarifverhandlungen dokumentierte die Lufthansa Group in ihrem Code of Conduct und als Unterzeichner des UN Global Compact für alle Mitarbeiter weltweit (siehe Infobox Seite 25). Mitarbeiter können sich in jedem Land, in dem Gesellschaften der Lufthansa Group aktiv sind, im Rahmen der gesetzlichen Bedingungen organisieren und so ihre Arbeitsbedingungen mitgestalten. Für den Berichtszeitraum 2017 wird bei keiner Geschäftstätigkeit der Lufthansa Group davon ausgegangen, dass die freie Ausübung der Rechte von Mitarbeitern auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen gefährdet war.



Mitarbeiterbefragung „involve me!“

Die regelmäßige Befragung der Belegschaft ist für die Lufthansa Group seit Langem ein wichtiges Instrument, um das Mitarbeiterengagement zu erfassen, Handlungsfelder zu identifizieren und gegebenenfalls erforderliche Veränderungen anzustoßen (siehe Seite 67, Interview Claudia Rautenberg).

Im Jahr 2015 hat die Lufthansa Group erstmals eine konzernweit einheitliche, freiwillige Mitarbeiterbefragung durchgeführt, die 2017 auf die wesentlichen Konzerngesellschaften (inkl. LSG Deutschland) ausgeweitet wurde: „involve me!“. Anhand dieser Befragung kann die Unternehmensführung Daten aus den einzelnen Gesellschaften direkt miteinander vergleichen und in einen transparenten, gruppenübergreifenden Dialog treten. 2017 konnten die Beschäftigten Fragen zu elf Themenfeldern beantworten. Mit 50 Prozent lag die Rücklaufquote ungefähr auf dem Niveau des Vorjahres.

Die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung werden unter anderem dem Aufsichtsrat und dem Vorstand vorgelegt. Auch auf Managementebene sowie heruntergebrochen auf einzelne Teams werden die Ergebnisse kommuniziert und diskutiert, um daraus strategische Maßnahmen für die gesamte Lufthansa Group und einzelne Organisationseinheiten abzuleiten und zu implementieren.

Auf Basis von „involve me!“ wird auch der „Engagement Index“ (EI) bestimmt. Dieser misst die Verbundenheit von Mitarbeitern mit dem Unternehmen, deren Einsatzbereitschaft und die Bereitschaft zur Weiterempfehlung. Zudem gibt er Auskunft über die Arbeitgeberattraktivität und ermöglicht einen branchenübergreifenden Vergleich mit anderen Arbeitgebern. Das Ergebnis wird auf einer Skala von 1 (besten Wert) bis 5 (niedrigster Wert) dargestellt.

Im Berichtsjahr hat die Lufthansa Group einen Engagement Index von 2,3 erreicht. Dies entspricht zwar einem leicht unterdurchschnittlichen Wert im deutschen Umfeld; gegenüber dem Vorjahr konnte aber eine Verbesserung von 0,1 Punkten erreicht werden. In den kommenden Jahren soll sich der Engagement Index jährlich verbessern und bis 2020 das Durchschnittsniveau vergleichbarer Unternehmen in Deutschland erreichen. Die Lufthansa Group ist sich bewusst, dass das reine Messen des Mitarbeiterengagements nicht ausreicht. Denn die größte Herausforderung beginnt nach der eigentlichen Befragung: Fortschritte lassen sich nur erzielen, wenn aus der Umfrage konkrete Maßnahmen abgeleitet werden und die Mitarbeiter daran erkennen, dass das Unternehmen ihre Antworten ernst nimmt (siehe Seite 22 f., Stakeholder-Dialog).

Parallel zum Engagement Index erhob die Lufthansa Group 2017 über „involve me!“ erneut den Leadership Index (LI), der sich an den fünf Leadership Principles des Konzerns orientiert (siehe Seite 73, Balance 2015). Im Berichtsjahr lag der LI bei 2,1 und damit um 0,1 Punkte höher als der Vorjahreswert.

Zudem hat der Konzern 2017 über „involve me!“ erstmals auch den Gesundheitsindex (siehe Seite 72 f., Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz) bestimmt und damit eine dritte, aussagekräftige Kennzahl erhalten.

TALENT MANAGEMENT

Arbeitsplätze in der Lufthansa Group üben eine unvermindert große Faszination aus: Im Berichtsjahr gingen erneut rund 120.000 Bewerbungen ein, in renommierten Arbeitgeber-rankings erreicht der Konzern seit vielen Jahren Spitzenposi-tionen. Um fachlich qualifiziertes sowie motiviertes Personal für alle Führungs- und Mitarbeiterebenen zu gewinnen, hat das Talent Management eine Schlüsselposition in der HR-Strategie des Konzerns inne. Es ist eine der tragenden Säulen im Bestreben der Lufthansa Group, sich dauerhaft sowohl nach innen als auch nach außen als attraktiver Arbeitgeber zu etablieren und die unternehmerische Zukunft zu sichern. So wirkt das Unternehmen zugleich dem zunehmenden Fach-kräftemangel entgegen und kann gefragte Kompetenzen im Unternehmen sicherstellen.

Die Talent Management-Philosophie hat die Lufthansa Group unter dem Leitmotto „Jeder Mitarbeiter hat Talent!“ 2014 im Unternehmen implementiert (siehe Seiten 83 f., Balance 2015). Dadurch haben alle Mitarbeiter die Möglichkeit, die eigene Karriere entsprechend ihren individuellen Talenten und Interes-sen im Konzern selbst zu gestalten. Dazu tragen ein konzernweit einheitlicher Potenzialerhebungsprozess und anschließende Programme bei. Dies führt zugleich zu einer erhöhten Transpa-renz und Sichtbarkeit von Talenten. Mitarbeiter werden in ihrer Eigenverantwortung gestärkt und Führungskräfte in die Lage versetzt, Potenziale zu identifizieren und konkret zu fördern.

Das Talent Management ist in der Organisation über Verant-wortlichkeiten verankert, die im Zuge der prozessorientierten Reorganisation des Konzerns 2017 klar definiert wurden.

„Spotlight on Talent“-Prozess

1. ERGEBNIS

Der „Profile-, Performance- und Talent-Prozess“ liefert die Zielgruppe für „Spotlight on Talent“.



2. KONTAKTAUFNAHME

Talente und Jobfamilienverantwortliche treten in Kontakt und lernen sich in einem Gespräch kennen.



JÄHRLICH
WIEDERKEHRENDER
PROZESS

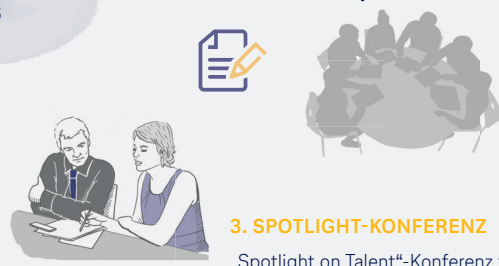
4. AUSTAUSCH

Tool/ Mailverteiler ermöglicht anschlie-Benden Austausch über offene Positionen und Kommunikation mit den Talenten.



3. SPOTLIGHT-KONFERENZ

„Spotlight on Talent“-Konferenz findet statt - Vorstellung der Talente und Diskussion der Talentsituation in der jeweiligen Jobfamilie.



Der ganzheitlich ausgerichtete Ansatz, der auch die Aus- und Weiterbildung umfasst, kommt konzernweit durch ein umfangreiches Maßnahmen-Programm zum Ausdruck. Sein Ziel: Talente fördern und mit deren unterschiedlichen Kompetenzen, Erfahrungen und Perspektiven nicht zuletzt die Innovationskraft der Lufthansa Group steigern. Dabei legt die Lufthansa Group großen Wert auf Vielfalt und Chancengleichheit. So ist es dem Konzern unter anderem ein besonderes Anliegen, die Karriereentwicklung von weiblichen Talenten zu fördern (siehe Seite 62 ff., Vielfalt und Chancengleichheit).

Das Thema Talent Management kommt regelmäßig im Vorstand, im HR-Board und im Aufsichtsrat zur Vorlage; die Gremien können dadurch bei Bedarf Anpassungen und Ergänzungen initiieren. Darüber hinaus gewährleistet ein regelmäßiger Austausch in Netzwerken die Validierung der Maßnahmen.

Aussagekräftige Daten zur Entwicklung von Mitarbeitern in der Lufthansa Group liefert jährlich das interne Leistungs- und Talenteinschätzungsinstrument „Profile“. Basierend auf dieser Datengrundlage kann der Konzern überprüfen, inwieweit die Maßnahmen zum Talent Management effektiv sind und bis zu welchem Grad gesteckte Ziele erreicht werden. Im Berichtsjahr haben rund 12.000 Mitarbeiter in der Lufthansa Group den Performance- und Talent-Prozess durchlaufen beziehungsweise gestartet. Die dazugehörige Plattform „eProfile“ wird sukzessive auf weitere Mitarbeitergruppen ausgerollt und ermöglicht so konzernweit einen Überblick über die Talente der Lufthansa Group.

Förderung interner Talente

Die Formate und Initiativen im Talent Management der Lufthansa Group richten sich an alle Mitarbeiter und beschränken sich bei Weitem nicht nur auf den vertikalen Aufstieg. Sie haben ebenfalls zum Ziel, definierte Kompetenzen zu fördern und Talente für bestimmte Jobfamilien sowie unterschiedliche Karrierewege zu identifizieren und auszubauen. Die Programme reichen von Traineeprogrammen bis hin zu Initiativen auf Topmanagement-Ebene. Die strategische Personalplanung berücksichtigt dabei stets die unterschiedlichen Phasen des Berufslebens.

Bedeutendes Format ist die 2016 eingeführte Sichtbarkeitsplattform „Spotlight on Talent“ (siehe Seite 70, Balance 2017). Im Berichtsjahr hat die Lufthansa Group dieses Format deut-

lich ausgeweitet. Der jährlich stattfindende Prozess dient dazu, Talenten in bestimmten Jobfamilien eine Sichtbarkeit zu ermöglichen, und zwar über alle Grenzen der zum Konzern gehörenden Gesellschaften hinweg (siehe nebenstehende Grafik). Gleichzeitig soll das Format der Lufthansa Group einen Überblick über die Talentsituation in den einzelnen Jobfamilien geben.

Im geschäftsfeldübergreifenden Traineeprogramm „ProTeam“ hat die Lufthansa Group 2017 zwei neue Module eingeführt: „ProInnovation“ und „ProSocial“. Das Modul „ProInnovation“, das 2018 weiter ausgebaut werden soll, basiert auf einem Tandemkonzept: Es kombiniert das Erfahrungswissen ausgewählter Mitarbeiter (erfahrene Fachleute und Führungskräfte unterschiedlicher Hierarchiestufen aus dem gesamten Konzern sowie Betriebsrats- und Aufsichtsratsmitglieder) mit Mitarbeitern aus diversen Trainee-Programmen. Absicht der so erreichten Kommunikation auf Augenhöhe ist die gemeinsame, verantwortungsvolle Gestaltung der Zukunft mithilfe der Diversität in Alter, Ausbildung, Hierarchie und Fachwissen.

Die zweite neue „ProTeam“-Säule, das Modul „ProSocial“, umfasst einen vierwöchigen Einsatz in einem sozialen Projekt. Es zielt darauf ab, soziale und interkulturelle Kompetenzen, Teamfähigkeit und Verantwortungsbewusstsein bei den Teilnehmern zu stärken. Erstmals hat die Lufthansa Group das Programm im Oktober 2017 in Zusammenarbeit mit ihrer gemeinnützigen Hilfsorganisation help alliance realisiert (siehe Seite 75 ff., help alliance).

Die Lufthansa Group ist bestrebt, ihre Attraktivität auch für externe Talente stetig zu steigern. Über ein innovatives Employer Branding positioniert sie sich als attraktiver Arbeitgeber am Bewerbermarkt und betont dabei die Vielfalt und die spezifischen Stärken der einzelnen Unternehmen. Einstiege in die Arbeitswelt des Konzerns finden Interessierte über das Karriere-Portal www.Be-Lufthansa.com (siehe Seite 9, Balance 2016). Für eine zeitgemäße Personalbeschaffung betreibt der Konzern auch Active Sourcing über externe Recruiting-Plattformen. In Verbindung mit weiteren Social-Media-Kanälen macht er sich hier die Möglichkeiten der (inter)aktiven Kommunikation mit potenziellen Fach- und Führungskräften zunutze. Um über eine weitere Recruiting-Ressource verfügen zu können, pflegt die Lufthansa Group mit den Formaten „Talent Hub“ und „Alumni Netzwerk“ (siehe Seite 71, Balance 2017) Kontakte zu ehemaligen Mitarbeitern.

ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

Arbeits- und Gesundheitsschutz sind zentrale Handlungsfelder der Lufthansa Group, die gemeinschaftlich durch die Medizinischen Dienste (inklusive psychosozialer Beratung), den Arbeitsschutz und das Gesundheitsmanagement gestaltet werden. Zur Förderung der Mitarbeitergesundheit haben die involvierten Bereiche verschiedene Maßnahmen implementiert, mit denen der Konzern nicht nur seiner Fürsorgepflicht gegenüber den Mitarbeitern nachkommt, sondern auch einen wichtigen Beitrag zur Arbeitgeberattraktivität leistet.

Megatrends wie Globalisierung, Wettbewerb und Digitalisierung stellen besondere Herausforderungen an Organisationen wie die Lufthansa Group und ihre Mitarbeiter. Hinzu kommen interne Herausforderungen wie zunehmende Flexibilisierung, Umstrukturierungen und Fachkräftemangel. Der ganzheitlich ausgerichtete Gesundheits- und Arbeitsschutz der Lufthansa Group begleitet die gesellschaftlichen Megatrends und innerbetrieblichen Veränderungen, um die Gesundheit und Motivation der Mitarbeiter zu gewährleisten. Konsequenterweise hat der Konzern den Gesundheitsschutz gemäß seiner Wesentlichkeitsanalyse 2016 als „sehr wichtig“ eingestuft.



Gesundheitsmanagement

Um das Gesundheitsmanagement gruppenübergreifend weiterzuentwickeln, hat der Konzern 2016 das Programm Health Management@Lufthansa Group erfolgreich gestartet. Ziel ist es, die Mitarbeitergesundheit und -leistungsfähigkeit langfristig und nachhaltig zu erhalten sowie den eigenverantwortlichen Umgang der Mitarbeiter mit ihrer Gesundheit zu fördern (Empowerment).

Health Management@Lufthansa Group schafft strategische und strukturelle Rahmenbedingungen, die insbesondere auf die Entwicklung der Organisation und das Führungsverhalten der Führungskräfte einzahlen. Dazu gehören die Integration von Gesundheitsaspekten in bestehende, übergreifende Prozesse und Instrumente. Handlungsfelder zu gezielten Maßnahmen werden unter anderem aus den Ergebnissen der Mitarbeiterbefragung „involve me!“ abgeleitet (siehe Seite 69).

Das Health Management koordiniert und steuert den zentralen Steuerkreis „Gesundheit“ (siehe Seite 72, Balance 2017), in dem in regelmäßigen Abständen Vertreter der größten Konzerngesellschaften, der Mitbestimmung, der Arbeitssicherheit und Schwerbehindertenvertretung sowie Experten aus dem medizinischen und psychosozialen Bereich zusammenkommen.



Gesundheitsindex

Als übergeordnete Kennzahl zur Messung des allgemeinen gesundheitlichen Wohlbefindens der Beschäftigten wurde 2017 erstmals ein Gesundheitsindex erhoben, der aus relevanten Fragen aus der Mitarbeiterbefragung „involve me!“ ermittelt wurde. Die Ergebnisse dienen dazu, gestaltungsbedürftige Tätigkeitsmerkmale zu identifizieren und zielgerichtete Maßnahmen zur Stärkung der individuellen Gesundheitsressourcen und Minimierung der Fehlbeanspruchungsrisiken abzuleiten und zu entwickeln. Sie werden – analog zum Engagement Index – dem Top-Management, den Führungskräften und der gesamten Belegschaft kommuniziert.

Der Gesundheitsindex wird auf einer Skala von 1 (bester Wert) bis 5 (niedrigster Wert) dargestellt. Im Jahr 2017 lag der Gesundheitsindex bei 2,3, was exakt der externen Benchmark für die Region Deutschland, Österreich und Schweiz sowie für jedes einzelne dieser Länder entspricht. Um genauere Aussagen über Handlungsbedarfe ermitteln zu können, wurden aus den „involve me!“-Ergebnissen Gestaltungsfaktoren gesunder Arbeitskultur abgeleitet. Anhand dieser Einflussfaktoren können die Konzerngesellschaften ihre individuellen Gesundheitsergebnisse differenzierter analysieren, um Handlungsfelder zur Verbesserung des Gesundheitsindex zu identifizieren. Damit liegt 2018 der Fokus auf der Ableitung bedarfsorientierter, zielgruppenspezifischer Maßnahmen und Aktivitäten konzernweit.

Medizinischer Dienst

Eine Schlüsselposition im Arbeits- und Gesundheitsschutzkonzept der Lufthansa Group nimmt der konzernweite Medizinische Dienst ein (siehe Seite 92, Balance 2016). Seine permanente Kernaufgabe ist es, die Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter in der Lufthansa Group sicherzustellen und so die Geschäftstätigkeit sowie einen zuverlässigen Flugbetrieb zu gewährleisten.

Die Medizinischen Dienste von Lufthansa, SWISS und Austrian Airlines bieten dauerhaft als ganzheitliches Kompetenzzentrum das volle Leistungsspektrum der Flugmedizin, Arbeitsmedizin, Impf- und Reisemedizin, eine Ambulanzversorgung, eine umfassende sozialmedizinische Beratung sowie weitere Präventions- und Versorgungsleistungen an. Über diese individuellen Leistungen hinaus erfolgt eine Beratung von Entscheidungsträgern, Gremien und Arbeitnehmervertretungen in allen Fragen des medizinischen Arbeits- und Gesundheitsschutzes.

Auch psychische und psychosoziale Faktoren bestimmen Gesundheit, Sicherheit und Leistungsvermögen am Arbeitsplatz in hohem Maße. Daher bietet die Lufthansa Group seit dem Jahr 1985 Mitarbeitern, Teams und Organisationseinheiten eine individuelle Beratung und Vermittlung mit Schweigepflicht sowie verschiedene Dienstleistungen der psychosozialen Organisationsberatung an.

Über die Pflichtmaßnahmen zum Gesundheitsschutz hinaus hält die Lufthansa Group auf freiwilliger Basis ein umfangreiches Präventionsangebot für ihre Mitarbeiter bereit, sowohl im administrativen Bereich als auch für das fliegende Personal. Diese Maßnahmen und Aktionen werden intern ausführlich kommuniziert.

Arbeitssicherheit

Einen wichtigen Beitrag zur Mitarbeitergesundheit leistet auch die Arbeitssicherheit. In diesem seit langem bestehenden Bereich werden präventive Maßnahmen konsequent umgesetzt, um Unfälle, Gesundheitsbeeinträchtigungen und Berufskrankheiten zu vermeiden. Mit Hilfe von Gefährdungsbeurteilungen und regelmäßigen Sicherheitsbegehungen überprüfen die Arbeitsschutzexperten des Konzerns sämtliche Tätigkeiten in den Gesellschaften in Deutschland.

Niedrige Zahlen von Arbeitsunfällen und Berufskrankheiten sind messbare Erfolge des medizinischen und technischen Arbeitsschutzes und der Arbeitshygiene.

Ein zentrales Steuerungsgremium für alle arbeitssicherheitsrelevanten Fragestellungen der Lufthansa Group ist das regelmäßig tagende Occupational Safety Committee (OSC), das gruppenweit alle Aspekte in Bezug auf die Arbeitssicherheit bündelt und deren Umsetzung überwacht.

In Deutschland sind an allen relevanten Standorten der Lufthansa Group Arbeitsschutzausschüsse mit Vertretungen von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite aktiv. Sie optimieren Prozesse und vereinbaren Maßnahmen zur Verbesserung des Arbeitsschutzes.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Die Stakeholder der Lufthansa Group erwarten ein gesellschaftliches Engagement (Corporate Citizenship), das die Bedeutung und Größe des Konzerns widerspiegelt und zugleich transparent, glaubwürdig und nachvollziehbar ist. Um diese Erwartung einzulösen, geht verantwortungsbewusstes Denken und Handeln weit über die operative Geschäftstätigkeit des Luftfahrtkonzerns hinaus.

Da das gesellschaftliche Engagement mit den Jahren gewachsen und durch Veränderungen geprägt ist, ließ die Lufthansa Group ihr Engagement Portfolio 2016 intern überprüfen und sämtliche Handlungsfelder auch von externen Experten analysieren und bewerten (siehe Seite 75, Balance 2017). Als Ergebnis fokussiert die Lufthansa Group ihr gesellschaftliches Engagement inzwischen vor allem auf die Kernthemen Education/Enabling und Life/Health. Ziel ist es, die vielfältigen Aktivitäten innerhalb des Konzerns thematisch zu bündeln und deren Wirkungsgrad zu erhöhen.

Schwerpunkt im Themenfeld Education/Enabling ist es, benachteiligten Menschen zu einem erfolgreichen, gesunden und selbstbestimmten Leben zu verhelfen. Dies geschieht insbesondere über Bildungsangebote, die von der gemeinnützigen Hilfsorganisation help alliance der Lufthansa Group gebündelt und koordiniert werden (siehe Seite 75 ff.). Dieses Engagement wird um eine Reihe weiterer Hilfsprojekte der Group Airlines und Service-Gesellschaften ergänzt, wie zum Beispiel Cargo Human Care (siehe Seite 78).

Über das Themenfeld Life/Health leistet der Konzern mit Hilfsflügen seit vielen Jahren schnelle und professionelle Soforthilfe bei humanitären Krisen und Katastrophen. Lufthansa Cargo kooperiert hierzu mit renommierten Nothilfeorganisationen. Dies stellt eine schnelle und unkomplizierte Hilfe im Bereich der logistischen Erstversorgung sicher (siehe Seite 80, Humanitäre Soforthilfe).

Darüber hinaus trägt der Luftfahrtkonzern dem Wunsch seiner Stakeholder Rechnung, sich auch künftig für den Schutz des Kranichs – dem Wappentier der Lufthansa Group – einzusetzen (siehe Seite 81, Weiteres Engagement). Weitere ausgewählte Partnerschaften gelten den gesellschaftsrelevanten Bereichen Kultur und Sport.

Ein wesentlicher Bestandteil des Corporate-Citizenship-Ansatzes der Lufthansa Group ist auch das gezielte soziale Engagement ihrer Mitarbeiter. Aus diesem Grund sind die Corporate-Volunteering-Aktivitäten und weitere Teilnehmungsformate eng mit der HR-Strategie verknüpft. Die Lufthansa Group entwickelt diese Angebote konzeptionell stetig weiter. Beispielsweise hat der Konzern das Trainee-Programm ProTeam um das neue Modul „ProSocial“ ergänzt (siehe Seite 76, Interview Andrea Pernkopf und Susanne Kotysch).

Im Herbst 2017 beteiligten sich Mitarbeiter der Lufthansa Group darüber hinaus erneut als Coaches an den sogenannten „Impact Weeks“ mit Schwerpunkt Design Thinking (DT). Die Impact Weeks verfolgen ein duales Konzept aus Lernphase und Praxisphase: Nach ihrer Ausbildung zu DT-Coaches geben die Mitarbeiter ihr Wissen an Studenten lokaler Universitäten weiter. Die auf diese Weise ausgebildeten lokalen DT-Coaches sind fortan in der Lage, Menschen vor Ort beim Aufbau eines eigenen Unternehmens zu unterstützen. Der Fokus lag im Berichtsjahr auf Nigeria, Ruanda und Kolumbien.

Bereits seit 2002 unterstützt die Lufthansa Group business@school, eine Bildungsinitiative der Unternehmensberatung The Boston Consulting Group (BCG). Das Projekt bietet jedes Jahr mehr als 1.500 Schülern aus Deutschland, Österreich, Italien, der Schweiz und den USA die Gelegenheit, zehn Monate lang praxisnah Wirtschaftskennntnisse und Schlüsselqualifikationen zu erwerben sowie eigene Geschäftsideen zu entwickeln. Im Jahr 1998 mit zwei Schulen gestartet, beteiligten sich inzwischen mehr als 23.500 Schüler. Aktuell engagieren sich rund 20 Mitarbeiter der Lufthansa Group bei business@school. Bereits zum fünften Mal vergab der Konzern 2018 einen Sonderpreis für die beste Konzernanalyse in Phase I der Initiative – einen Erlebnistag im Lufthansa Aviation Center am Dreieck Frankfurt. ➔ www.business-at-school.net



Lufthansa Flugbegleiter bei einem Besuch im help alliance Projekt iThemba.



In der Welt. Bei den Menschen.

Schwerpunkt der Corporate Citizenship-Aktivitäten bilden weltweite soziale und humanitäre Projekte, die unter Federführung der help alliance, der gemeinnützigen Hilfsorganisation der Lufthansa Group, gebündelt und gesteuert werden. Die help alliance, 1999 von engagierten Lufthansa-Seatens als eingetragener Verein gegründet, wurde zum 1. Januar 2017 in eine gemeinnützige GmbH (gGmbH) unter dem Dach der Lufthansa Group mit Sitz in Frankfurt am Main transformiert. Bereits zuvor hatte der Konzern die Arbeit der Mitarbeiterinitiative help alliance e.V. viele Jahre lang finanziell und ideell unterstützt und gefördert. Die Bedeutung der help alliance wird durch die Zuordnung der Gesellschaft in die Ressortzugehörigkeit des Vorstandsvorsitzenden unterstrichen.

Die help alliance dient als Katalysator für ein stärkeres gesellschaftliches Engagement und kombiniert bewährte, durch Mitarbeiter initiierte Projekte mit der Kraft und dem Netzwerk der Lufthansa Group (siehe Seite 76, Interview Andrea Pernkopf und Susanne Kotysch). Dabei stellen definierte Kriterien die

Nachhaltigkeit der unterstützten Projekte sicher. Die beschlossene Fokussierung auf soziale und humanitäre Projekte in den Kernbereichen Education/Enabling und Life/Health führt zu einer Harmonisierung der gemeinnützigen Initiativen der Konzerngesellschaften. Zugleich ermöglicht sie eine effiziente und zielgerichtete Nutzung der zur Verfügung stehenden Mittel. Fundraising-Modelle lassen sich stärker systematisieren und Spendengelder effektiver akquirieren.

Die Lufthansa Group deckt in den Jahren 2017 und 2018 die Kosten für Administration, Projektbegleitung, Fundraising und Kommunikation der help alliance gGmbH vollständig ab. Damit ist gewährleistet, dass sämtliche sonstigen Spenden zu 100 Prozent in die Mittelverwendung für die Hilfsprojekte fließen können. Dies umfasst auch freiwillige Gehaltsspenden von Mitarbeitern der Lufthansa Group: An der im April 2017 eingeführten Option des sogenannten Payroll Giving können sich im ersten Schritt rund 80.000 Mitarbeiter und Pensionäre, die über das gemeinsame Abrechnungssystem der Lufthansa Group betreut werden, beteiligen.

Vier Fragen an ANDREA PERNKOPF

Geschäftsführerin
help alliance gGmbH



SUSANNE KOTYSCH

Geschäftsführerin help alliance gGmbH
und Leiterin Corporate Responsibility
Communications & Events,
Lufthansa Group



WELCHE BEDEUTUNG HAT DAS GESELLSCHAFTLICHE ENGAGEMENT FÜR DIE LUFTHANSA GROUP UND WELCHE ROLLE KOMMT DABEI DER HELP ALLIANCE ZU?

Susanne Kotysch: Das gesellschaftliche Engagement oder Corporate Citizenship (CC) ist für uns eine wichtige Säule im Gesamtkonzept der unternehmerischen Verantwortung. Mit diesem freiwilligen Engagement möchten wir einen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Probleme und Herausforderungen weltweit leisten. Unter dem Dach der help alliance bündelt die Lufthansa Group alle Initiativen und Hilfsprojekte, die diese Ziele verfolgen.

2017 ERFOLGTE DIE TRANSFORMATION DES VEREINS HELP ALLIANCE IN EINE GEMEINNÜTZIGE GMBH. WAS HAT SICH SEITDEM GETAN?

Andrea Pernkopf: Sehr viel! Durch die engere Verzahnung mit der Lufthansa Group bieten sich neue Möglichkeiten, beispielsweise für das Fundraising. So konnten wir gemeinsam mit dem HR-Bereich als neunter DAX 30-Konzern das sogenannte Payroll Giving einführen. Mitarbeiter können seit April 2017 einen Teil ihres Gehalts an die help alliance spenden und damit Kindern und jungen Menschen neue Bildungschancen und ein besseres Leben ermöglichen. Zudem arbeiteten elf Teilnehmer des Traineeprogramms ProTeam der Lufthansa Group erstmals vier Wochen lang in einem Hilfsprojekt der help alliance mit. Für viele ProTeamer war die Aussicht, in einem sozialen Projekt mitarbeiten zu können, sogar ein entscheidender Faktor für ihre Bewerbung.

NACH WELCHEN KRITERIEN ERFOLGT DIE PROJEKTAUSWAHL UND WIE MESSEN SIE DEN ERFOLG?

Andrea Pernkopf: Im Zuge der Transformation vom Verein zur gGmbH haben wir auch unser Profil geschärft. Die Schwerpunkte liegen nun in den Bereichen Bildung, Arbeits- und Einkommensgenerierung. Es gibt klare Richtlinien und Kriterien, auf deren Grundlage wir entscheiden, welche Projekte wir fördern. Dabei schauen wir uns die Zielsetzungen des Projekts genau an und überprüfen regelmäßig, ob und wie sie erreicht werden. Daran ist auch die Mittelvergabe geknüpft. Wichtig sind insbesondere auch die Rahmenbedingungen, etwa die aktuelle Situation im Land oder in welcher Weise die lokale Gemeinschaft eingebunden wird. Wir wollen schließlich nachhaltige Entwicklungszusammenarbeit leisten.

DAS SOZIALE ENGAGEMENT DER MITARBEITER SOLL WEITER AUSGEBAUT WERDEN. WELCHE BETEILIGUNGSFORMATE GIBT ES UND WAS IST GEPLANT?

Susanne Kotysch: Unsere Mitarbeiter können sich ehrenamtlich engagieren, selbst aktiv Projekte vorschlagen und dann mitverantworten. Wir wollen diese und weitere Beteiligungsmöglichkeiten noch weiter ausbauen und sie gemeinsam mit dem HR-Bereich als zentrales Instrument im CC-Baukasten implementieren. Das unterscheidet die help alliance von vielen anderen Hilfsorganisationen und macht sie so besonders.

Schwerpunkte 2017 und Ausblick 2018

Im Berichtsjahr verantwortete die help alliance 37 Hilfsprojekte mit einem Projektvolumen von zwei Millionen Euro. Ein Schwerpunkt des Engagements lag auf dem help alliance-Projekt iThemba in Südafrika, das Kindern in einem Township



Kapstadt eine hochwertige Frühschul-
erziehung ermöglicht. Die fortlau-
fende Überwachung und die
regelmäßige Evaluation der
Projekte nach einem festgelegten
Kriterienkatalog gewährleisten,
dass die geförderten Projekte
und Programme die Lebens-
situation von Kindern, ihren Familien
und dem Gemeinwesen nachhaltig und

wirksam verbessern und Projektmittel effektiv und effizient eingesetzt werden.

Der Bau der iThemba Grundschule im Township Capricorn ist das bisher größte Projekt der help alliance mit einem Investitionsvolumen von mehr als einer Million Euro. Seit ihrer Eröffnung im Januar 2018 können 105 Kinder in drei Klassen unterrichtet werden. Sobald der Bau vollständig fertiggestellt ist, erhalten 700 benachteiligte Mädchen und Jungen qualitativ hochwertigen Unterricht und damit eine Perspektive für eine bessere Zukunft.

Mit diesem Projekt engagiert sich die help alliance intensiv für das Ziel „Hochwertige Bildung“ der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (siehe Seite 25, Sustainable Development Goals). Um einem ganzheitlichen Ansatz Rechnung zu tragen, soll mittelfristig der Aufbau eines Community College für die ganze Familie folgen. Dieses wird auch Abendunterricht und Sport für Jugendliche anbieten.

Einen weiteren Meilenstein hat die help alliance gemeinsam mit der Fraport AG gesetzt und am Frankfurter Flughafen 40 neue Spendensäulen aufgestellt. Auf diese Weise sollen jedes Jahr bis zu 100.000 Euro zur Unterstützung sozialer Hilfsprojekte gesammelt werden. Während die Hälfte des Spendenaufkommens Bildungsinitiativen der help alliance in Afrika zugutekommt, fließen auf Anregung von Fraport 25 Prozent in das Projekt „Ocean Clean Up“ und 25 Prozent in den Verein „Luftfahrt ohne Grenzen“.



ON-BOARD-COLLECTION-PROGRAMM „KLEINES GELD FÜR GROSSE HILFE“

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

ENTWICKLUNG DES SPENDENAUFKOMMENS IN EURO

283.127

2017		
2016		283.605
2015		362.662
2014		497.823
2013		301.566

Oktober 2002:

Start der Beteiligung von Condor

Juli 2012:

Start der Beteiligung von Austrian Airlines

November 2017:

Start der Beteiligung von Edelweiss Air

Zusätzlich zur Teilnahme am On-Board-Collection-Programm „Kleines Geld für große Hilfe“ (siehe Seite 77) können Lufthansa Fluggäste auch beim Einkaufen Gutes tun: Die Airline spendete vom 1. November 2017 bis 28. Februar 2018 für jeden Einkauf an Bord einen Euro an das help alliance Projekt „Patenschaftskreis Indien“. Der Erlös der Aktion betrug rund 80.000 Euro. Schon 20 Inflight-Shopping-Einkäufe ermöglichen einem Kind im indischen Madhya Pradesh den Internatsbesuch für einen Monat, wo es vollwertige Mahlzeiten, Kleidung, medizinische Versorgung und eine schulische Ausbildung erhält. Damit auch die Bewohner abgelegener Dörfer medizinisch betreut werden können, richtet die Hilfsorganisation zudem Gesundheitscamps ein.

➤ www.helpalliance.org



Zehn Jahre Cargo Human Care

Im Mai 2007 gründeten Mitarbeiter von Lufthansa Cargo und Ärzte aus Deutschland den humanitären Hilfsverein Cargo Human Care (CHC). Die Grundidee war und ist bis heute, notleidenden Menschen sowie mittellosen unterversorgten Waisenkindern in Kenia unkompliziert, professionell und nachhaltig zu helfen. Der Fokus des gemeinnützigen Engagements liegt auf medizinischer Versorgung, Ausbildung und der Bereitstellung von Wohnunterkünften.



Cargo Human Care ermöglicht zusammen mit der help alliance und der Regine Sixt Kinderhilfe Stiftung den Bau eines Bildungszentrums in einem Slumgebiet in Nairobi.

Der Vorstand von Lufthansa Cargo unterstützt das Hilfsprojekt von Anfang an. CHC hat inzwischen mehr als 550 Mitglieder. Eine zentrale Säule der Entwicklungsarbeit ist das Patenprogramm: Von den auf diese Weise regelmäßig generierten Beiträgen profitieren derzeit mehr als 250 Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene, die zusätzlich zu einer soliden Schul- und Berufsausbildung auch medizinische Versorgung erhalten. Insgesamt hat CHC in den vergangenen zehn Jahren rund 3 Millionen Euro Spenden generiert.

Sowohl die Koordinationsarbeit in Deutschland als auch die medizinische Behandlung vor Ort erbringt Cargo Human Care ehrenamtlich. Außerdem übernimmt der Hilfsverein die Kosten des kenianischen Personals im Mothers' Mercy Home und im CHC Medical Centre sowie für die Behandlungen und Operationen im örtlichen Nazareth Hospital. Der Verein arbeitet auch deshalb so effektiv, weil lediglich 0,6 Prozent aller Kosten in Verwaltungsaufgaben fließen. Lufthansa Cargo finanziert darüber hinaus die Flugtickets für die Ärzte und stellt kostenfrei Transportkapazitäten für medizinische Geräte zur Verfügung.

Aktuell betreibt Cargo Human Care unter anderem das Mothers' Mercy Home für 120 Waisenkinder in Kianjogu sowie die John Kaheni Residence, ein Wohn- und Bildungszentrum für junge Erwachsene, in dem bis zu 70 Schulabgänger während ihrer Berufsausbildung betreut werden (siehe Seite 103, Balance 2016). Im Cargo Human Care Medical Centre in Nairobi führen 50 deutsche Ärzte monatlich etwa 2.000 Behandlungen durch. Die Einrichtung betreute im Berichtsjahr erneut rund 7.000 Patienten mit mehr als 25.000 Behandlungen.

Cargo Human Care engagiert sich darüber hinaus in vielen weiteren Bereichen und Projekten und weitet sein Engagement kontinuierlich aus. So unterzeichnete der Verein im September 2017 die Verträge für den Bau des Happy Child Education Center in einem Slumgebiet in Nairobi. Dort soll eine Schule mit Unterrichtsräumen für 100 Kinder entstehen. Finanziert wird das Projekt zu je einem Drittel von CHC, help alliance und der Regine Sixt Kinderhilfe Stiftung. Die Fertigstellung des Baus sollte im zweiten Quartal 2018 erfolgen, musste aber aufgrund der schwierigen politischen Situation vor Ort auf Ende 2018 verschoben werden.

➤ www.cargohumancare.de

Weitere soziale Projekte der Konzerngesellschaften

SWISS

- Die Airline unterstützt SOS-Kinderdorf Schweiz seit seiner Gründung – unter anderem mit Flugleistungen und On-Board-Münzsammlungen.
- Die Spendengelder fließen in Projekte an SWISS Destinationen.
- 2017 erfolgte die feierliche Einweihung von 20 sanierten Familienhäusern im SOS-Kinderdorf Bawana in Indien für 118 Kinder und ihre Angehörigen. Möglich wurde die Totalsanierung durch die On-Board-Münzspenden von SWISS Passagieren in Höhe von insgesamt 370.000 Schweizer Franken.
- In Zusammenarbeit mit der Stiftung ProJuventute ermöglichte SWISS Kindern und Jugendlichen aus der Region Zürich, die Fluggesellschaft und den Flughafen in den Sommerferien hautnah zu erleben. Ziel der Stiftung ist es, Heranwachsende auf ihrem Entwicklungsweg zu selbstbewussten und sozial verantwortlichen Erwachsenen tatkräftig zu unterstützen.
- Im Beschaffungsprozess berücksichtigt SWISS besondere Lieferanten: SWISS bezieht jährlich rund 1.900 Business Class- und 290 First Class Kleiderbügel bei der Stiftung „Orte zum Leben“. Die Stiftung bietet Menschen mit Beeinträchtigung einen Ort zum Leben und Arbeiten und betreibt unter anderem eine Schreinerei. Die Stiftung Pigna, eine Werkstatt für Menschen mit Behinderung in Kloten, kümmert sich um die Reinigung und Bereitstellung von jährlich rund einer Million Onboard-Kopfhörern von SWISS.

AUSTRIAN AIRLINES

- Konzentration auf soziale Projekte in Zentral- und Osteuropa
- Im Zentrum stehen renommierte Organisationen wie „Global 2000“, „Hilfe für Kinder aus Weißrussland“ und „Allianz für Kinder“.
- 2017 wurden darüber hinaus 1.800 Decken an die Caritas gespendet.

BRUSSELS AIRLINES

- Im Berichtsjahr nahmen Mitarbeiter von Brussels Airlines zum wiederholten Mal an Bike for Africa teil. Bei dem Mountainbike-Event handelt es sich um eine Initiative der b.foundation for Africa, dem 2010 aufgelegten Programm von Brussels Airlines. Der Erlös kommt humanitären Projekten auf dem afrikanischen Kontinent und in Belgien zugute.
- Neben dem gesellschaftlichen Engagement ihrer Mitarbeiter unterstützt die Fluggesellschaft auch verschiedene Nichtregierungsorganisationen.

LUFTHANSA CARGO

- Seit mehr als 35 Jahren besteht eine enge Kooperation mit den „Werkstätten für Behinderte Rhein-Main e. V.“ (WfB) bei der Herstellung von Ladehilfsmitteln. Ziel der WfB Rhein-Main ist es, behinderte Menschen am Arbeitsleben teilhaben zu lassen und in den Arbeitsmarkt einzubringen.
- Mit einem aktuellen Auftragsvolumen von fast 1,2 Millionen Euro ist Lufthansa Cargo der größte Produktionskunde der WfB Rhein-Main.
- Der Verein wurde 2016 von der Europäischen Agentur für Flugsicherheit (EASA) als Entwicklungs- und vom Luftfahrtbundesamt (LBA) als Herstellungsbetrieb zertifiziert. Die WfB Rhein-Main gehören damit zu nur sechs Unternehmen weltweit, die nach höchsten Standards zertifizierte Gurte herstellen.

LUFTHANSA TECHNIK

- Unterstützung von Sportveranstaltungen am Firmensitz der Unternehmensgruppe in Hamburg, zum Beispiel der Flughafenlauf und die Cyclastics
- Ausrichtung einer Konzertveranstaltung im Rahmen des renommierten Schleswig-Holstein-Musikfestivals zu Gunsten der Nachwuchsarbeit in der Musik sowie der Stiftung „phönix“, die von Krebserkrankungen betroffene Familien unterstützt

LSG GROUP

- Das regional variierende Engagement umfasst unter anderem Bildungsprojekte, Gesundheitsförderung und Sportveranstaltungen.



Lufthansa Cargo führte am 30. September 2017 einen Hilfsflug von Frankfurt nach Aguadilla, Puerto Rico, durch.

Humanitäre Soforthilfe

Schnelles Handeln und professionelles logistisches Know-how sind entscheidende Faktoren, um Opfern von Naturkatastrophen und humanitären Krisen umgehend und effektiv helfen zu können. Aufgrund ihrer Expertise als international agierender Luftfahrtkonzern ist die Lufthansa Group jederzeit in der Lage, in solchen Extremfällen Transportkapazitäten an Bord ihrer Frachtflugzeuge bereitzustellen – ein Engagement, das der Säule Life/Health des Citizenship-Konzepts des Konzerns zugeordnet ist (siehe Seite 74, Gesellschaftliches Engagement).

Die humanitäre Soforthilfe der Lufthansa Group profitiert zudem von der langjährigen Erfahrung ihrer Frachtfluggesellschaft Lufthansa Cargo auch im Charter-Bereich: Denn dank Network-on-demand lassen sich Hilfssendungen schnell, professionell und flexibel auch an alle Destinationen innerhalb und außerhalb des Netzwerks der Lufthansa Group Airlines transportieren.

So hat Lufthansa Cargo am 30. September 2017 einen Hilfsflug von Frankfurt nach Aguadilla, Puerto Rico, durchgeführt. Die etwa 80 Tonnen Hilfsgüter, darunter Trinkwasser, Kleidung

und Lebensmittel, kamen den rund 400 Mitarbeitern von Lufthansa Technik Puerto Rico (LTPR) mit ihren Familien an diesem Standort und in den nahegelegenen Gemeinden zugute, die unter den Auswirkungen des Hurrikans Maria litten. Parallel dazu startete die help alliance einen Spendenaufruf.

Der Lufthansa Konzern arbeitete eng mit lokalen und US-Behörden zusammen, um die umfangreiche Hilfsaktion in dem US-amerikanischen Außengebiet in allen relevanten Details so effektiv und effizient wie möglich zu gestalten. In Deutschland beteiligte sich an der humanitären Maßnahme unter anderem die LSG Group mit Sachspenden.

Lufthansa Cargo hat humanitäre Aktionen bereits in der Vergangenheit immer wieder mit Hilfsgütertransporten unterstützt (siehe Infografik Seite 98 f., Balance 2016). Damit die Erstversorgung im Krisen- oder Katastrophenfall unbürokratisch und schnell anlaufen kann, arbeitet der Logistikspezialist der Lufthansa Group eng mit namhaften Hilfsorganisationen zusammen.

Hierzu zählt unter anderem das Deutsche Rote Kreuz (DRK), mit dem Lufthansa Cargo Ende 2016 einen Kooperationsvertrag unterzeichnete. Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, die Vorbereitung von Hilfsflügen messbar zu beschleunigen und zu vereinfachen. Die Kooperation verbessert nachhaltig die wirkungsvolle Unterstützung und Versorgung von Bedürftigen in Krisen- und Katastrophensituationen. Außerdem ist die Frachtfluggesellschaft seit Ende 2016 auch Mitglied bei Airlink. Diese nicht-kommerzielle humanitäre Hilfsorganisation wurde 2010 von Mitarbeitern der International Society of Transport Aircraft Trading Foundation (ISTAT) gegründet. Bereits Anfang 2013 ist der Lufthansa Cargo eine langfristige Partnerschaft mit dem Nothilfebündnis „Aktion Deutschland Hilft“ eingegangen. Unter dem Motto „Gemeinsam schneller helfen“ wurden so die Voraussetzungen dafür geschaffen, jederzeit auf humanitäre Notfallsituationen vorbereitet zu sein und weltweit den Aufbau einer schnellen Logistikkette zu ermöglichen (siehe Seite 81, Balance 2017). Das Logo des Hilfsbündnisses auf einem MD-11F-Frachtflugzeug der Lufthansa Cargo Flotte symbolisiert diesen Schulterschluss auch optisch.

Weiteres Engagement

Die Lufthansa Group hat ihr gesellschaftliches Engagement strategisch neu ausgerichtet und konzentriert sich dabei im Wesentlichen auf soziale und humanitäre Themenfelder. Darüber hinaus unterstützt sie wie in den Vorjahren ausgewählte Projekte in den Bereichen Natur- und Artenschutz sowie Kultur und Sport.



Die Lufthansa Group setzt sich auch künftig für den Kranichschutz ein.

Ihren Stakeholdern ist es ein besonders wichtiges Anliegen, dass sich die Lufthansa Group auch in Zukunft für den nachhaltigen Schutz des Kranichs, ihres Wappentiers, einsetzt. Der Aviation-Konzern hat auf diesen Wunsch umgehend reagiert: Die Lufthansa Group setzt die bewährte Zusammenarbeit mit dem Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU) fort und hat die langjährige Partnerschaft mit deren Tochtergesellschaft Kranichschutz Deutschland gGmbH verlängert.

Künftig werden der NABU und die Lufthansa Group ihre vorhandenen Potenziale noch intensiver miteinander vernetzen.

➔ www.kraniche.de

Im kulturellen Bereich arbeitet die Lufthansa Group seit vielen Jahren mit dem Kölner Gürzenich-Orchester zusammen und ist dessen First Global Partner. Eines der Glanzlichter des Klassik-Ensembles im Berichtsjahr war erneut ein Benefizkonzert in der Kölner Philharmonie. Der Erlös von 20.000 Euro kam zu gleichen Teilen der help alliance und dem Kinder-Hilfsverein „Wir helfen“ des Kölner Verlags DuMont Schauberg zugute. Die Kooperation mit dem Gürzenich-Orchester endet mit Ablauf der Spielzeit 2017/18.

Im 2011 gegründeten Lufthansa Orchester wirken mittlerweile mehr als 65 Mitarbeiter aus allen Konzerngesellschaften und unterschiedlichsten Berufsgruppen mit. Das Ensemble gab im Frühjahr und Herbst 2017 zwei Auftritte in Langen bei Frankfurt am Main.

Der Lufthansa Konzertchor wurde 2016 gegründet. Er vereint rund 60 Sänger aus den Konzerngesellschaften und aus verschiedenen Unternehmensstandorten. Das Ensemble gab 2017 ein Frühjahrs-Solokonzert in Wiesbaden, tritt aber auch gemeinsam mit dem Lufthansa Orchester auf. So zum Beispiel im April 2018 mit einem Brahms-Requiem in Frankfurt am Main. Beide Ensembles werden von der Lufthansa Group finanziell und organisatorisch unterstützt.

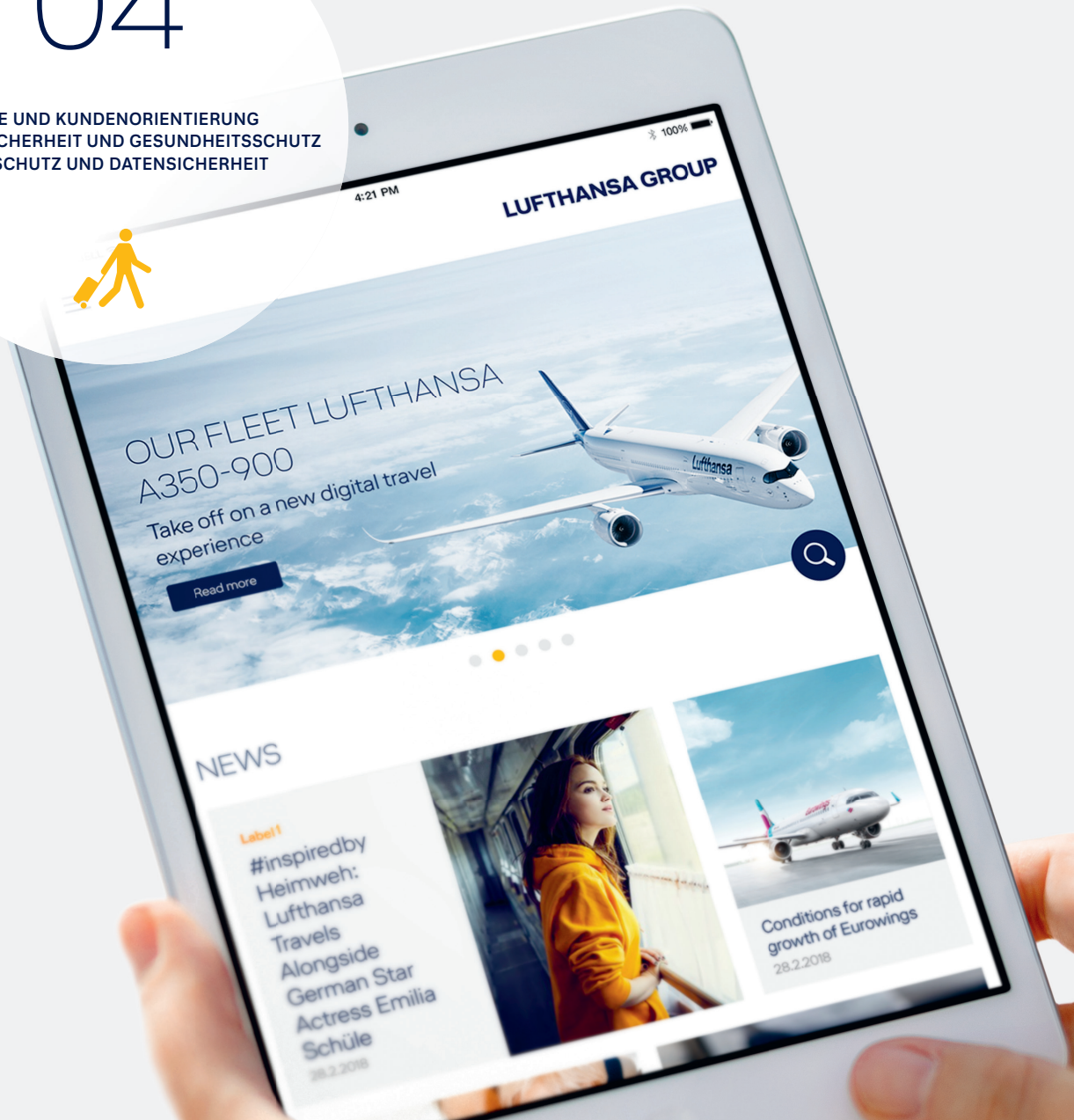
Gute Tradition hat bei der Lufthansa Group auch die Unterstützung des Sports. Die Lufthansa Group ist seit 2007 „Nationaler Förderer“ der Stiftung Deutsche Sporthilfe und seit vielen Jahren offizielle Airline des Deutschen Olympia-Teams, Co-Partner des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) und Co-Förderer des Deutschen Behindertensportverbandes (DBS, siehe Seite 105, Balance 2016).

Das Wichtigste zum Thema

PRODUKT & KUNDE

04

- 84_ SERVICE UND KUNDENORIENTIERUNG
- 88_ FLUGSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ
- 92_ DATENSCHUTZ UND DATENSICHERHEIT



Die Kunden stehen bei der Lufthansa Group immer im Mittelpunkt. Ihre Zufriedenheit ist oberstes Gebot. Der Luftfahrtkonzern möchte seinen Fluggästen stets einen perfekten Service bieten und das Fliegen mit all seinen Facetten zu einem nachhaltig positiven Erlebnis machen. Vor diesem Hintergrund gilt es, die Angebote und Produkte entlang der gesamten Reisekette kontinuierlich zu überprüfen und zu optimieren.

Flugsicherheit und Gesundheitsschutz haben dabei immer höchste Priorität. Um diesen elementaren Anspruch ohne Abstriche umzusetzen, besitzen alle Airlines der Lufthansa Group ein umfassendes Sicherheitsmanagementsystem. Überdies ist der Konzern führend bei der Erforschung der Kabinenluftqualität. Ebenso wichtig sind Datenschutz und Datensicherheit als Grundlage einer vertrauensvollen Geschäftsbeziehung.

Kundenorientierung und Qualitätsfokus sind strategische Eckpfeiler der Lufthansa Group. Regelmäßige Umfragen und Dialoge mit Fluggästen helfen dabei, möglichst viel über die Bedürfnisse der Kunden zu erfahren und sie in die Entwicklung von Innovationen miteinzubeziehen. Massive Investitionen in eine moderne und effiziente Konzernflotte, mehr Komfort an Bord, zahlreiche Produktneuheiten und digitale Angebote sorgen dafür, dass das Fliegen für die Kunden der Lufthansa Group immer attraktiver und nachhaltiger wird. Und das hohe Engagement im Bereich der Produktverantwortung wird honoriert: Die Airlines und Service-Gesellschaften haben 2017 erneut zahlreiche Preise erhalten. Allen voran wurde Lufthansa als erste Fluggesellschaft Europas mit dem höchsten Qualitätssiegel der internationalen Luftfahrt als „Fünf-Sterne-Fluggesellschaft“ ausgezeichnet.

SERVICE UND KUNDENORIENTIERUNG

Eine hohe Kundenorientierung, innovative Services und der Fokus auf Qualität sind für einen Dienstleistungskonzern wie die Lufthansa Group essenziell, da sie die Attraktivität der fliegenden Gesellschaften erhöhen. „Kundenorientierung und Qualitätsfokus“ gehört daher auch zu den strategischen Handlungsfeldern der Lufthansa Group. Stakeholder und Management haben Service und Kundenorientierung in der Wesentlichkeitsanalyse 2016 (siehe Seite 20 ff., Balance 2016) als sehr wichtig eingestuft. Negative Qualitätsurteile im Kerngeschäft Flugbetrieb können sich entsprechend auf die Reputation auswirken und langfristig auch auf die Ertragsleistung des Konzerns.

Die systematischen Ansätze zur kontinuierlichen Optimierung und Steigerung von Service, Qualität und Kundenorientierung dienen dazu, den langfristigen Erfolg und die Wertschöpfungskraft der Lufthansa Group sicherzustellen. Der Fokus liegt darauf, die Konzernmarken und die mit ihnen verbundenen Markenversprechen weiter zu schärfen. Zudem gilt es, Kundenbedürfnisse noch besser zu verstehen und Optimierungspotenziale kontinuierlich zu identifizieren sowie diesbezügliche Leistungsverbesserungen zu realisieren. Dazu gehört auch, die Mitarbeiter in dieser Hinsicht zu sensibilisieren und mit einzubinden. Bei den Customer Centricity Days im Juni 2017 hatten die Beschäftigten aller Konzerngesellschaften Gelegenheit, sich aktiv einzubringen und Ansätze für eine noch stärkere Kundenorientierung zu diskutieren.

Messung der Passagierzufriedenheit harmonisiert

Um möglichst differenzierte Erkenntnisse über die Fluggäste sowie ihre Wünsche und Erwartungen zu erhalten, setzen die Airlines der Lufthansa Group auf ein regelmäßiges Zufriedenheitstracking und weitere vertiefende Umfragen. Dank dieser weltweiten Befragungen lassen sich mögliche Ansatzpunkte identifizieren, um die Kundenorientierung ständig zu verbessern.

Nachdem Lufthansa, SWISS und Austrian Airlines in der Vergangenheit eigene Ansätze zur Zufriedenheitsmessung verfolgten, haben sie diesen Prozess im Jahr 2017 harmonisiert, um einen noch besseren Service anbieten zu können. Das einheitliche Zufriedenheitstracking der Network Airlines startete im Januar 2018, womit die ermittelten Werte im Hinblick auf Fragestellungen, Erhebungsmethodik und Einladungen zur Umfrage erstmals direkt vergleichbar sind. Im zweiten Quartal 2018 hat die Lufthansa Group den Einladungsprozess den Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union angepasst (siehe Seite 92 f., Datenschutz und Datensicherheit).

Die drei Network Airlines ermitteln tagtäglich mithilfe von Online-Befragungen, wie zufrieden die Fluggäste mit den verschiedenen Leistungen entlang der Reisekette sind. Die Erhebung der Daten und das Reporting werden auf Konzernebene zentral gesteuert. Das zuständige Team aus Experten aller Network Airlines wird dabei von einem namhaften Marktforschungsinstitut unterstützt. Um repräsentative Ergebnisse zu erzielen, stellt die Lufthansa Group sicher, dass die Umfragen sämtliche Serviceklassen, Verkehrsgebiete und Passagiersegmente umfassen. Zusätzlich gewährleistet eine komplexe statistische Stichprobenlogik auf Basis monatlich aktualisierter Flugplandaten, dass die ermittelten Werte eine hohe Aussagekraft bei gleichzeitig hoher statistischer Stabilität besitzen. Die Beurteilungen von einzelnen Produkten und Services verdichten die Fluggesellschaften zu Zufriedenheitsindizes für das Bord- und Bodenprodukt, zugleich wird ein übergeordneter Gesamtzufriedenheitsindex erhoben. Die verantwortlichen Fachabteilungen und das Management erhalten monatliche Berichte.

Die Zufriedenheitswerte lassen differenzierte Erkenntnisse darüber zu, wie zum Beispiel Anpassungen im Catering, Lounge-Umbauten, neue Sitzkonzepte, die Einführung neuer Inflight Entertainment Systeme oder veränderte Serviceabläufe die Passagierzufriedenheit beeinflussen. Zudem werden sie als Indikatoren genutzt, um Verbesserungen bei Services und Produkten einzuleiten.



Lufthansa erhielt 2017 von Skytrax als einzige europäische Airline das Fünf-Sterne-Siegel für Premiumservice und Spitzenkomfort.

Parallel und abhängig von der jeweiligen Zielgröße (zum Beispiel Zufriedenheit oder Weiterempfehlung) erheben Lufthansa, SWISS und Austrian Airlines weitere zentrale Leistungsindikatoren wie beispielsweise eine Loyalitäts-Kennziffer. Hinzu kommt seit 2014 der Net Promoter Score (NPS[®]), der den Fokus auf das Reiseerlebnis als zentrale Produkt- oder Dienstleistungskategorie der Airlines richtet. Auch dessen Ermittlung haben die drei Network Airlines 2017 harmonisiert. Für den NPS[®] befragen die Fluggesellschaften kontinuierlich ihre Kunden, ob diese sie aufgrund ihres Reiseerlebnisses Freunden oder Bekannten weiterempfehlen würden.

Dass die Lufthansa Group Qualität und Service ständig verbessert, ist auch im Jahr 2017 wieder mehrfach honoriert worden. Heraus ragt dabei vor allem die Auszeichnung der auf Luftfahrt spezialisierten britischen Unternehmensberatung Skytrax: Sie vergab an Lufthansa als erste europäische Fluggesellschaft das begehrte Fünf-Sterne-Siegel für Premiumservice und Spitzenkomfort. Bei den Business Traveller Awards 2017 belegten die Network Airlines der Lufthansa Group außerdem die ersten drei Plätze in der Kategorie „Beste Airline für Geschäftsreisende im Deutschland- und Europaverkehr“ (siehe Seite 115, Preise und Auszeichnungen).

Neue Programme und Services

Auch 2017/18 hat die Lufthansa Group neue Flugzeuge, Programme und Services eingeführt, die das Reiseerlebnis und damit auch die Kundenzufriedenheit weiter verbessern sollen.

Mehr Komfort für die Passagiere bietet zum Beispiel der neue Airbus A350-900 mit seiner breiteren Kabine und seinem innovativen Lichtkonzept (siehe Seiten 29 f. und 54, Balance 2017). Zudem plant Lufthansa, mit der neuen Boeing 777-9 ab 2020 eine komplett neue Business Class einzuführen, die optimalen Schlafkomfort und viel Privatsphäre bietet. Dafür sorgt vor allem ein neuer Sitz, den mehr als 500 Kunden während des Entwicklungsprozesses getestet haben.

SWISS plant, im Jahr 2018 ihre fünf Flugzeuge vom Typ Airbus A340-300 mit einem neuen Kabinenprodukt in allen drei Reiseklassen auszustatten, wobei sich die First Class an die bestehende Kabine in der Boeing 777 anlehnt. Austrian Airlines integriert seit 2018 die neue Reiseklasse „Premium Economy Class“ in alle Langstreckenflugzeuge. Und Eurowings hat zu Beginn des Sommerflugplans 2018 als erste Low-Cost-Airline eine BIZclass auf ausgewählten Langstreckenflügen eingeführt.

¹ NPS[®] – Net Promoter Score, a registered service mark of Bain & Co., Inc., Fred Reichheld and Satmetrix Systems, Inc.



Vier Fragen an JOHANN-PHILIPP BRUNS

Senior Director Customer and Product Strategy,
Lufthansa Group

KUNDENORIENTIERUNG UND QUALITÄTSFOKUS SIND FÜR DIE LUFTHANSA GROUP ZENTRAL. WAS ERWARTEN DIE FLUGGÄSTE IN DIESER HINSICHT?

Eine einfache Buchung, einen schnellen Check-in, leckeres Essen, Zuverlässigkeit und Bequemlichkeit. Alles das sind Basisleistungen, die unsere Kunden auf Reisen erwarten. In Spitzenqualität nennen wir das „Brilliant Basics“. Dort wollen wir hin. Dazu brauchen wir eine noch stärkere Kundenorientierung, um auf dem Markt langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Das Reiseerlebnis unserer Gäste beginnt schon bei der Inspiration für die Reise und endet nicht mit der Landung. Es geht bis hin zum Teilen der Erlebnisse auf Social-Media-Plattformen oder der Nutzung unseres Loyalty-Programms.

KUNDENBEDÜRFNISSE ÄNDERN SICH KONTINUIERLICH. WAS BEDEUTET DAS FÜR DIE KOMMERZIELLE STRATEGIE DER NETWORK AIRLINES?

Jeder Kunde ist einzigartig und hat einen ganz persönlichen Geschmack. Wir haben daher den Rahmen für unsere Strategie unter dem Namen „New Premium“ neu definiert. Hinter dem Begriff „Premium“ steckt heute nicht mehr nur Champagner und Kaviar. Entscheidend ist, was der Kunde selbst als Premium empfindet. „New Premium“ stellt unsere Kunden

ganz klar in den Mittelpunkt. Wir sind davon überzeugt, die Kundenzufriedenheit und -loyalität nachhaltig zu steigern. Damit schaffen wir Mehrwert für die Lufthansa Group.

WELCHE ASPEKTE HABEN EINEN BESONDEREN EINFLUSS AUF DIE BEURTEILUNG VON PRODUKT UND PASSAGIERERLEBNIS?

Menschen schätzen nichts mehr als den persönlichen Kontakt. Auch in einer digitalen Welt wird das so bleiben. Einfachheit ist ein weiteres Qualitätsmerkmal: Zum Beispiel eine App, die mir die Reise leichter macht oder ein Buchungssystem, das auf meine ganz persönlichen Wünsche eingeht, weil es sie schon kennt. All das sind Faktoren, die die Qualität des Reiseerlebnisses prägen. Dazu kommt der Wunsch nach Transparenz und Selbstbestimmung. Deswegen gibt es für uns fünf Bereiche, an denen wir unser Handeln zukünftig besonders ausrichten: Einfachheit, Genuss, Personalisierung, Menschlichkeit und Konsistenz.

INWIEWEIT BERÜCKSICHTIGT DER NEUE STRATEGISCHE ANSATZ AUCH NACHHALTIGKEITASPEKTE?

Der effiziente Ressourceneinsatz ist schon immer Teil unserer Produkt- und Serviceentwicklung gewesen und rückt durch den strategischen Ansatz noch stärker in den Fokus. Auch das ist ein Kundenbedürfnis, das weiter an Bedeutung gewinnt. Wir setzen zum Beispiel seit Mitte 2017 auf allen Lufthansa Langstreckenflügen ein neues, umweltfreundlicheres Bordgeschirr ein. Auf Einwegmaterial verzichten wir weitgehend, wodurch sich die Abfallmengen deutlich reduzieren. Auch der Bau von neuen Lounges erfolgt nach neuestem Technologiestandard in Bezug auf Wasser- und Stromverbrauch. Die freiwillige CO₂-Kompensation bieten wir unseren Kunden schon seit 2007 an.



Vor dem Abflug profitieren die Fluggäste der Konzern-Airlines von der Eröffnung neuer Lounges und verbesserten Services für die Lounge-Gäste. Ein Beispiel: Am 5. März 2018 öffnete die neue, 650 Quadratmeter große SWISS First Lounge A am Flughafen Zürich ihre Türen. Sie bietet nicht nur höchsten Service und Komfort – auch der Bau erfolgte nach neuestem Technologiestandard in Bezug auf Wasser- und Stromverbrauch. Seit Anfang 2018 setzt die Lufthansa Group ein neues Lounge-Konzept um: Neue oder umgestaltete Lounges werden in Zukunft mehr als bisher individuell gestaltet sein und einen „local touch“ besitzen.

An Bord serviert Lufthansa ihren Gästen auf allen interkontinentalen Flügen in der Economy Class seit Mitte 2017 Speisen und Getränke auf neuem Geschirr. Dieses ist zeitlos im Design und umweltfreundlicher. Neuartige Materialien und die innovative Anti-Rutsch-Beschichtung erleichtern der Crew überdies die Abfertigung.

Die Group Airlines haben darüber hinaus im Berichtsjahr ihren Service für Familien weiter ausgebaut: So startete Lufthansa eine neue Plattform, die alle familienrelevanten Marketing-, Kommunikations- und Kampagnenaktivitäten bündelt. Ebenso

erweiterte SWISS ihr Familienkonzept um einen Family Check-in in Zürich während der Ferien und spezielle Tarife für Familien und Kinder.

Von der Planung bis zur Ankunft verbessern immer mehr digitale Services das persönliche Reiseerlebnis der Passagiere (siehe Seite 12 f., Balance 2017). Beispielsweise baut die Lufthansa Group ihr eJournal-Angebot sukzessive aus. Zum entspannten Reisen tragen auch die digitalen Gepäckservices bei. Mit deren Hilfe sehen die Fluggäste, wo sich ihr aufgegebenes Gepäck gerade befindet und auf welchem Band es ausgeliefert wird. Seit Januar 2018 gibt es ferner den elektronischen Kofferanhänger BAGTAG. Nach dem Einchecken des Gepäcks mit der Lufthansa App können die Passagiere die Daten aus der digitalen Bordkarte mit einem Klick an den BAGTAG an ihrem Koffer übermitteln.

Nachhaltiges Reisegepäck lassen unterdessen Lufthansa und die Lufthansa Cargo-Tochter Jettainer per Upcycling produzieren: Aus ausrangierten Luftfrachtcontainern, Containerplanen, Frachtsicherheitsgurten oder Rettungswesten entstehen trendige Taschen in limitierter Auflage.

FLUGSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

Der Erfolg der Lufthansa Group hängt in erster Linie von einem sicheren und zuverlässigen Flugbetrieb ab. Die Sicherheit und die Gesundheit von Passagieren, Crews und Mitarbeitern haben für den Luftfahrtkonzern höchste Priorität. Alle Fluggesellschaften der Lufthansa Group verfügen daher über ein umfassendes Sicherheitsmanagementsystem (Safety Management System, SMS).

Hierzu gehört ein kontinuierliches Monitoring des Flugbetriebes: Die Experten der Group Airlines überwachen Kennzahlen, führen Audits und Inspektionen durch, bewerten Risiken, analysieren Flugdaten und untersuchen Zwischenfälle. Alle diese Maßnahmen dienen dazu, frühzeitig sicherheitsrelevante Trends zu erkennen und zu steuern und möglichen Fehlentwicklungen vorzubeugen. Über die gesetzlich vorgeschriebenen Meldesysteme hinaus betreibt die Lufthansa Group ein niederschwelliges vertrauliches Meldesystem, das alle Mitarbeiter nutzen können.

Hinsichtlich ihrer Safety Management Systeme orientieren sich die Fluggesellschaften der Lufthansa Group an gesetzlichen Vorgaben wie EU-Richtlinien, Verordnungen der European Aviation Safety Agency (EASA) und der US-Luftfahrtbehörde FAA. Zusätzlich dazu erfüllen sie sämtliche Standards und Empfehlungen der internationalen Zivilluftorganisation ICAO. Unabhängige Fachleute überprüfen alle zwei Jahre die konzernweit geltenden Sicherheitsstandards in einem IATA Operational Safety Audit (IOSA). Alle Fluggesellschaften des Konzerns entsprechen vollständig den international anerkannten IATA-Standards für Flugsicherheit. Diese externen Vorgaben ergänzt die Lufthansa Group um interne Leitlinien, insbesondere das Safety Commitment des Vorstandes. Die Leitlinien sind im Safety Management Manual (SMM) des Luftfahrtunternehmens zusammengefasst und finden sich zudem in den Handbüchern von Flugbetrieb, Training, Technik und Bodenabfertigungsdiensten. Die Unternehmensleitung und alle im Rahmen der Halterverordnung betroffenen Führungskräfte und Mitarbeiter üben ihre Tätigkeit gemäß dem SMM aus.

Organisation und Verantwortlichkeiten

Innerhalb der Lufthansa Group überwachen unabhängige Abteilungen die Einhaltung flugbetrieblicher Vorschriften und Verfahren. Bei jeder Konzern-Airline wird das Sicherheitsmanagementsystem von einem Sicherheitsmanager verantwortet. Dieser berichtet sowohl an das Management der Fluggesellschaft als auch an den Group Safety Piloten, der die konzernweite Verantwortung dafür trägt, flugsicherheitsrelevante Verfahren und Standards zu überprüfen und weiterzuentwickeln. Er berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Lufthansa AG, Carsten Spohr.

Schwerpunkte 2017

2017 hat die Lufthansa Group begonnen, die bislang voneinander getrennten Bereiche Security (Schutz vor Gefahren von außen) und Safety (Betriebs- und Flugsicherheit) organisatorisch zusammenzuführen. Zudem konzentrierte sich der Konzern darauf, die Sicherheitsstrukturen der neuen internen Matrixorganisation anzupassen. Im Zuge dessen stärkte das Unternehmen auch die Position des Group Safety Piloten und weitete dessen Befugnisse aus. Am 1. September 2017 hat Andreas Flaig diese Aufgabe von Werner Maas übernommen. Der neue Konzern-Sicherheitspilot initiierte seitdem mehrere Projekte, um eine noch schnellere Kommunikation mit den Mitarbeitern über sicherheitsrelevante Themen zu ermöglichen. Zugleich strebt er Innovationen an, die das organisatorische Lernen der Mitarbeiter fördern.

Ein weiterer Fokus lag 2017 auf der Entwicklung eines einheitlichen gruppenweiten Trainingsstandards für die Dispatcher und Transportmanager der Konzern-Airlines, der klare Strukturen und regelmäßige Präsenzzeiten umfasst. Gemäß den IOSA-Regularien müssen Fluggesellschaften diese Mitarbeiter alle drei Jahre weiterbilden. Überdies hat die Lufthansa Group ein Human Factors Training konzipiert, das sich persönlichen Kompetenzen wie Problemlösungsfähigkeit, mentale Flexibilität, Urteilsvermögen und Entscheidungskraft widmet.

Stichprobenkontrollen

Die Fluggesellschaften der Lufthansa Group haben die Zwei-Personen-Regel im Cockpit im Jahr 2017 wieder aufgehoben. Eine umfassende Sicherheitsüberprüfung hatte zuvor ergeben, dass die 2015 nach dem Germanwings-Unglück vorsorglich eingeführte Vorgabe (siehe Seite 74 f., Balance 2016) die Sicherheit nicht erhöht. Die Konzern-Airlines erfüllen zudem alle Auflagen der EU-Flugsicherheitsbehörde EASA, die für die Aufhebung der Regel notwendig sind. Die EASA hat die seitdem gemachten Erfahrungen analysiert und ihre Empfehlung im Sommer 2016 überarbeitet. Damit können Airlines selbst entscheiden, ob sie die Zwei-Personen-Cockpit-Regel aufheben oder beibehalten wollen.

Zudem werden auf Grundlage des überarbeiteten Luftverkehrsgesetzes seit 21. April 2017 in den deutschen Flugbetrieben sogenannte ADM-Kontrollen durchgeführt. Dabei werden bei Piloten vor Dienstbeginn verdachtsunabhängige Kontrollen in Form von Stichproben vorgenommen. Als zusätzlicher Sicherheitsmechanismus werden hierbei die per Zufallsalgorithmus ausgewählten Personen auf Einnahme von Alkohol, Drogen und bestimmten Medikamenten untersucht.

GERMANWINGS-FLUG 4U9525

Auch drei Jahre nach dem Absturz des Germanwings-Flugzeugs am 24. März 2015 ist die Verbundenheit aller Mitarbeiter der Lufthansa Group mit den Hinterbliebenen weltweit unverändert hoch. Dem Konzern ist es ein wichtiges Anliegen, die Erinnerung an die Menschen wachzuhalten, die bei dem Unglück in den südfranzösischen Alpen ums Leben gekommen sind, und die Angehörigen zu unterstützen. Deshalb wurde unmittelbar nach dem Absturz eine „Post Emergency Organisation“ (PEO) eingesetzt, die den Kontakt mit den Angehörigen hält und alle Aufgaben im Zusammenhang mit dem Unglück koordiniert. Dazu gehört auch eine enge Abstimmung mit den nationalen Behörden in Frankreich und den lokalen Institutionen vor Ort.

Die Angehörigen erhalten auch weiterhin bei der Bewältigung der Folgen des Unglücks mit zahlreichen freiwilligen Hilfsleistungen Unterstützung und haben über ein Carecenter jederzeit Ansprechpartner im Unternehmen. Dort erfolgt auch die Organisation der Reisen zum Unglücksort. Durch den ständigen, engen Dialog mit den Angehörigen erhalten die Verantwortlichen der PEO ein Bild über die individuellen Bedürfnisse, sodass die Angebote laufender Hilfsleistungen nach persönlicher Situation, Herkunft, Kulturkreis und Glaube angepasst werden können. Um der Trauer Raum zu geben, wurden seit 2015 zahlreiche private und öffentliche Orte der Erinnerung geschaffen. Dazu zählt auch das im September 2017 unmittelbar an der Absturzstelle errichtete Gedenkelement „die Sonnenkugel“ des deutschen Bildhauers Jürgen Batscheider und das zugehörige Sonnenportal an der



Für immer in unserer Erinnerung

Besucherplattform auf dem Col de Mariaud. In Le Vernet stehen inzwischen auch ein Gedenkraum und ein Rückzugsraum für die Angehörigen zur Verfügung. Letzterer bietet den Familien während ihrer Besuche eine Ruhe- und Aufenthaltsmöglichkeit. Er wurde nach Wünschen der Angehörigen gestaltet.

Die Renaturierung der Absturzstelle wurde bereits 2015 abgeschlossen. Dennoch werden weiterhin regelmäßig Boden- und Wasserproben an der Unglücksstelle entnommen, bei denen sich bisher keine Auffälligkeiten gezeigt haben.

Der unmittelbar nach dem Absturz eingerichtete Hilfsfonds zur Förderung sozialer und kultureller Projekte im Gedenken an die Opfer (siehe Seite 74, Balance 2016) hat bis Frühjahr 2018 bereits mehr als 40 Projekte unterstützt. Einen besonderen Stellenwert hat zudem die Unterstützung junger Menschen, die beim Absturz ein oder beide Elternteile verloren haben. Unabhängig von Schadensersatzansprüchen wurden für sie über den Hilfsfonds mehr als fünf Millionen Euro zur Verfügung gestellt, um entsprechend ihren Neigungen und Fähigkeiten ein Studium oder eine berufliche Ausbildung finanziell zu unterstützen.

Über sämtliche Förderungen entscheidet das Kuratorium des Hilfsfonds, in dem auch Vertreter der Angehörigen Sitz und Stimme haben.

Kabinenluftqualität

Die Lufthansa Group arbeitet seit vielen Jahren aktiv an der Aufklärung von Geruchsvorfällen in Flugzeugen mit. Zusammen mit nationalen und internationalen Behörden, Verbänden, Forschungsinstituten und Herstellern unterstützt der Luftfahrtkonzern die Erforschung der Zusammensetzung der Kabinenluft und deren Auswirkungen auf den menschlichen Organismus. In entsprechende Projekte sowie die Aufklärung und Information hat der Konzern mittlerweile rund zwei Millionen Euro investiert.

Zudem richtete die Lufthansa Group bereits 2012 ein Cabin Air Quality Review Board ein, dem Vertreter aus Flugbetrieb, medizinischem



Dienst, Lufthansa Technik, der technischen Betriebsleitung und der Konzern-Arbeitssicherheit angehören. Dieses interdisziplinäre Gremium entscheidet über weitere Schritte und Maßnahmen auf diesem Gebiet innerhalb des Konzerns.

Aktuelle Studien belegen, dass die Luft an Bord unbedenklich und sogar teilweise besser ist als in Büroräumen. So stellte die EU-Flugsicherheitsbehörde EASA am 23. März 2017 ihren Abschlussbericht zu einer Studie über die Kabinenluftqualität in kommerziellen Großraumflugzeugen vor und kommt darin weiterhin zu dem Ergebnis, dass es aktuell keinen nachweisbaren Zusammenhang zwischen der Kabinenluft und gesundheitlichen Problemen gibt. Vielmehr war die Luftqualität der Messflüge vergleichbar mit der in normalen Innenräumen wie Klassenzimmern oder Büros (siehe Seite 57 f., Balance 2017). Zu diesem Ergebnis waren schon frühere Messreihen gekommen (siehe Seite 71, Balance 2016).

Spezielle HEPA/Carbon Filter im Test

Darüber hinaus unternimmt die Lufthansa Group eigene Verfahrenstests mit technischen Anpassungen. Beispielsweise testet der Konzern seit Mai 2016 spezielle HEPA/Carbon Filter. Diese mit einer zusätzlichen Aktivkohleschicht ausgestatteten Cabin Air Recirculation Filter sollen die Qualität der Kabinenluft noch einmal steigern, indem sie schneller flüchtige Substanzen und Stoffe aus der rezirkulierten Luft entfernen. Lufthansa hat bereits zahlreiche Flugzeuge der A320-Familie für Testzwecke damit ausgestattet und untersucht die Kabinenluft vor und nach dem Einbau der Filter. Sollten die Filter überzeugen, wird der Konzern weitere Flugzeuge damit ausrüsten. Darüber hinaus ist die Lufthansa Group mit verschiedenen Herstellern bezüglich einer Total Air Filtertechnologie und Sensorik im Kontakt.



”

Die Lufthansa Group ist der einzige Airline-Konzern weltweit, der das Thema Kabinenluftqualität so umfassend erforscht und beobachtet.

Karl-Hermann Brandes

Flugbetriebsleiter, Lufthansa Airlines



Informationsstand für das fliegende Personal über die Kabinenluftqualität

Ausführliche Kommunikation und Information

Die Lufthansa Group berichtet in internen und externen Medien umfangreich über das Thema Cabin Air Quality. Fachleute aus den relevanten Konzernbereichen informieren an verschiedenen Unternehmensstandorten operative Mitarbeiter regelmäßig über Mess- und Forschungsergebnisse sowie technische Untersuchungen und Innovationen. Auch die HEPA/Carbon Filter stellte der Konzern auf Produktständen in Frankfurt und München mehrfach vor.

Vertreter aus Cockpit und Kabine aller Flugbetriebe der Lufthansa Group sowie die Personalvertretungen und Gewerkschaften der Airlines trafen sich überdies am 21. November 2017 zum ersten gruppenweiten Cabin Air Quality (CAQ)-Forum in Frankfurt. Diese interne Veranstaltung hatte zum Ziel, sich über bisherige Maßnahmen und Erkenntnisse sowie über aktuelle Entwicklungen zum Thema Kabinenluft zu informieren und auszutauschen. Zukünftig sollen weitere CAQ-Foren stattfinden.

DATENSCHUTZ UND DATENSICHERHEIT

Die Gesellschaften der Lufthansa Group erheben, verarbeiten und nutzen täglich personenbezogene Daten von Kunden, Aktionären, Mitarbeitern und Lieferanten. Insbesondere in den Geschäftsprozessen der Passagier-Fluggesellschaften ist der Konzern auf personenbezogene Informationen der Kunden angewiesen. Alle diese Daten schützt und sichert die Lufthansa Group nach höchsten Maßstäben.

Der sichere Umgang mit den Daten ist Grundlage für vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen und ein zunehmend wichtiger Erfolgsfaktor für den Konzern. Zudem wahrt ein datenschutzkonformer Umgang mit personenbezogenen Daten die Rechte der Betroffenen und schützt die Lufthansa Group vor Verstößen gegen gesetzliche Vorschriften und daraus möglicherweise resultierenden Sanktionen, Bußgeldern und Reputationsschäden.



Der Konzerndatenschutz sensibilisiert die Mitarbeiter regelmäßig zur Bedeutung des Datenschutzes.

Richtlinien und organisatorische Verankerung

Die gesetzlich vorgegebenen Verantwortlichkeiten setzt die Lufthansa Group in einer integrierten Datenschutzorganisation auf allen Ebenen um. Der Bereich Konzerndatenschutz stellt die Anwendung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) in der gesamten Lufthansa Group sicher. Er macht die Mitarbeiter mit den Vorgaben aus dem Gesetz vertraut und führt regelmäßig Datenschutz-Audits durch. Überdies beraten die Datenschutzexperten die Fachbereiche bei der Einführung neuer Systeme und bei der Gestaltung oder Veränderung von Prozessen.

Den Rahmen für den Datenschutz in der Lufthansa Group setzt die Konzerndatenschutzrichtlinie, die auf Gesetzen wie der EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU DSGVO) und dem BDSG sowie anerkannten Prinzipien beruht. Außerdem gibt sie Regeln vor, die datenschutzkonformes Handeln im gesamten Konzern sicherstellen, Datenschutzrisiken transparent machen und vor diesen schützen. Die Verantwortung für den Datenschutz obliegt dem Vorstand Finanzen der Deutschen Lufthansa AG und der Geschäftsführung der jeweiligen Gesellschaft. Bei der Wahrnehmung dieser Verantwortung unterstützt sie die Abteilung Konzerndatenschutz. Alle Gesellschaften, die per Gesetz einen Datenschutzbeauftragten bestellen müssen, haben dies umgesetzt. Zudem wurden Datenschutzkoordinatoren in Gesellschaften und Prozessbereichen installiert. Die Konzern-Datenschutzbeauftragte definiert und etabliert Standards und erforderliche Kernprozesse wie Richtlinien, Vertragsmuster und Formulare in Bezug auf den Datenschutz für den gesamten Luftfahrtkonzern.

Die Lufthansa Group verfügt ferner über einen Meldeprozess für Datenschutz- und Datensicherheitsvorfälle. Beschwerden und Auskunftersuche von Betroffenen werden zeitnah und vollständig innerhalb intern gesetzter Fristen bearbeitet. Im Jahr 2017 verzeichnete der Aviation-Konzern ebenso wie 2016 keinen nach BDSG meldepflichtigen Verstoß gegen den Datenschutz.

Internationale Datenschutzbestimmungen

Für die international operierende Lufthansa Group spielen auch die Datenschutzbestimmungen in anderen Ländern eine zunehmende Rolle. Konflikte entstehen für die Airline-Branche insbesondere dadurch, dass ausländische Behörden verstärkt Passagierdaten anfordern. Deren Herausgabe würde aber häufig europäischen Datenschutzregeln widersprechen (siehe Seite 67, Balance 2015). Seit Juni 2016 regelt der „EU-US Privacy Shield“ den Datentransfer zwischen der EU und den USA (siehe Seite 73, Balance 2016, und Seite 59, Balance 2017).

In der Europäischen Union gilt seit 25. Mai 2018 die neue EU-Datenschutz-Grundverordnung. Die Lufthansa Group hat ihr bestehendes Datenschutz-Managementsystem an dieses europaweit einheitliche Datenschutzrecht angepasst und hierzu entsprechende Projekte zu seiner Einführung in den betroffenen Konzerngesellschaften durchgeführt. Allerdings gibt es weiterhin einzelne nationale Abweichungen, die für den Konzern maßgeblich sind, zum Beispiel hinsichtlich der Bestellpflichten für Datenschutzbeauftragte und des Beschäftigtendatenschutzes. Die Konzern-Datenschutzbeauftragte wird im Rahmen ihrer gesetzlichen Überwachungsfunktion regelmäßig ein Monitoring zur Umsetzung der EU-DSGVO vornehmen.

Mitarbeitersensibilisierung und gezielte Schulungen

Die Konzern-Datenschutzbeauftragte unterstützt Mitarbeiter und Führungskräfte mittels Schulungen, Web-based Trainings und einer umfangreichen Kommunikation dabei, den Datenschutz, seine Notwendigkeit und seine Prinzipien in der Lufthansa Group zu verstehen. Dazu zählen auch wichtige Begrifflichkeiten, die Organisation des Datenschutzes und die jeweiligen Bereichsspezifika. Die Datenschutzbeauftragte konzipiert die notwendigen Schulungsmaßnahmen als Empfehlung, informiert die Verantwortlichen über ihre Schulungsverpflichtung und überwacht – sofern technisch möglich – durch ein automatisiertes Monitoring-System und konkrete Kontrollen die Einhaltung dieser Schulungspflichten.

Im Jahr 2017 hat die Lufthansa Group eine breit angelegte interne Datenschutzkampagne mit zahlreichen Informationsveranstaltungen durchgeführt und im Oktober 2017 das neue webbasierte Training „Grundlagen zum Datenschutz gemäß EU-Datenschutzgrundverordnung“ gestartet. Damit setzt der Konzern die Vorgabe der EU-DSGVO um, die Mitarbeiter mit den Regelungen des Gesetzes vertraut zu machen. Das komplett erneuerte Schulungstool ersetzt sämtliche bisherigen webbasierten Trainings zum Thema Datenschutz. Es umfasst Zusatzkapitel für spezielle Zielgruppen wie Führungskräfte, HR-Mitarbeiter und Beschäftigte mit Kundenkontakt. Alle Mitarbeiter und besonders diejenigen, die mit personenbezogenen Daten arbeiten, müssen die neue Schulung absolvieren. Zusätzlich bietet der Konzern bestimmten Zielgruppen Online-Spezialtrainings (siehe Seite 72, Balance 2016) und bildet Mitarbeiter bei Bedarf in Präsenzveranstaltungen zum Thema Datenschutz weiter.

IT Security

Die zunehmende Digitalisierung von Geschäftsprozessen in der Lufthansa Group erhöht darüber hinaus die Notwendigkeit, Cyber-Risiken vorzubeugen (siehe Seite 74 f., Geschäftsbericht 2017). Auf Konzernebene obliegt es dem Bereich IT Security, die Anforderungen an Datenschutz und IT-Sicherheit umzusetzen. Dazu zählt auch die Entwicklung entsprechender Konzepte und Maßnahmen wie E-Mail-Verschlüsselung, eine Cyber Crime Awareness Kampagne und der Schutz vor Internetkriminalität (siehe Seite 59, Balance 2017). Die Risiko- und Sicherheitsmanagement-Systeme sowie ausgewählte Maßnahmen werden regelmäßig von der internen Revision überprüft.

Im Jahr 2017 hat die Lufthansa Group erneut eine Vielzahl von Projekten umgesetzt, um der wachsenden Gefährdung durch die Informationstechnologie adäquat begegnen zu können. Unter anderem hat der Konzern seine im Herbst 2016 begonnene PROTECT-Kampagne fortgesetzt, welche die Cyber-Widerstandskraft erhöht, und hat diese Ende des ersten Quartals 2018 abgeschlossen. Das Anfang 2017 erfolgreich gestartete Bug-Bounty-Programm, in dem eingeladene Hacker und Forschungszentren der Lufthansa Group helfen, Schwachstellen in den IT-Systemen zu identifizieren und zu beseitigen, wird 2018 fortgeführt und sukzessive ausgebaut.

Das Wichtigste zum Thema

SERVICE & INFORMATIONEN

05

- 95_ DATENABGRENZUNG
- 96_ UMWELT-/PERSONALKENNZAHLEN
- 102_ GLOSSAR
- 106_ GRI-INHALTSINDEX
- 112_ IMPRESSUM/ANSPRECHPARTNER
- 114_ ÜBERSICHT: LÄRMSTANDARDS
- 115_ FLOTTENÜBERSICHT



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

➤ GRI 102-45 ➤ GRI 102-48

Datenabgrenzung

Der Berichterstattung zu Transportleistung, Kerosinverbrauch und Emissionen aus dem Flugbetrieb des Jahres 2017 liegt – sofern nicht anders vermerkt – folgende Datenabgrenzung zugrunde:

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

Berechnungsmethodik

Kerosin absolut

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

Emissionen absolut

Die Berechnung der absoluten Emissionen des Flugbetriebs basiert auf der tatsächlich erbrachten Transportleistung und damit auf der realen Auslastung sowie auf dem tatsächlich absolut verbrauchten Kerosin im Berichtsjahr. Die Transportleistung wird in Tonnenkilometern gemessen, das heißt über eine Distanz transportierte Nutzlast. Für Passagiere und deren Gepäck wird der Standard von durchschnittlich 100 Kilogramm angesetzt, für Fracht das gewogene Gewicht. Jede in der Flotte vorhandene Flugzeug-Triebwerks-Kombination wird getrennt betrachtet und mithilfe von Programmen der jeweiligen Triebwerks- und Flugzeughersteller berechnet. In die Programme geht das Jahresdurchschnittsflugprofil jeder einzelnen Teilflotte ein. Dies ermöglicht es, Emissionen in Abhängigkeit von Flughöhe, Distanz, Schub und Beladung zu ermitteln. Dies ist insbesondere für Stickoxide (NO_x), Kohlenmonoxid (CO) und unverbrannte Kohlenwasserstoffe (UHC) erforderlich. CO₂-Emissionen indes bedürfen keiner speziellen flugzeugspezifischen Berechnung, da diese in einem festen Verhältnis zur Menge des verbrannten Kerosins stehen. Durch die Verbrennung von einer Tonne Kerosin entstehen 3,15 Tonnen CO₂.

Spezifische Verbräuche und Emissionen

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

Flugzeug) wird die Zuordnung des Treibstoffverbrauchs zur Ermittlung passagier- oder frachtspezifischer Werte anhand ihres Anteils an der Gesamtnutzlast vorgenommen.

Seit 2013 existiert mit der Norm DIN EN 16258 ein Leitfaden zur vereinheitlichten Berechnung der Treibhausgasemissionen für Transportprozesse. Dieser Leitfaden verwendet die gleichen Ansätze zur Berechnung der Nutzlast wie die Lufthansa Group. Bei der Berechnung der zurückgelegten Distanzen wird auf die Großkreisentfernung ein Aufschlag von zusätzlichen 95 km in Anlehnung an die Vorgaben aus dem EU-Emissionsrechtehandel vorgegeben. Parallel hierzu erarbeitete der internationale Luftfahrtverband IATA eigene Berechnungsvorschläge, die sich mit der Aufteilung des Treibstoffverbrauchs zwischen Fracht und Passagier befassen und dem Passagier einen höheren Anteil am Treibstoffverbrauch wegen der passagierspezifischen Infrastruktur zurechnen. Diese Methode bleibt zwar ohne Einfluss auf die Gesamteffizienz eines Fluges, verändert aber die Zurechnung zwischen Passagier und Fracht. Beide Methoden weisen jedoch noch Divergenzen auf (auch zur bisher von Lufthansa verwendeten Methode). Eine vereinheitlichte, international harmonisierte und akzeptierte Methode würden wir begrüßen.

Umweltdatenbank

Die Umweltdaten für diesen Bericht erhob die Lufthansa Group mithilfe ihrer zentralen Umweltdatenbank. Sämtliche Gesellschaften der Lufthansa Group sind angehalten, ihre umweltbezogenen Leistungs- und Verbrauchsdaten (zum Beispiel Treibstoffverbrauch) in die Konzern Umweltdatenbank einfließen zu lassen. Diejenigen Daten, die zur Ermittlung des Carbon Footprints (Scope 1 bis 3 Emissionen) der Lufthansa Group herangezogen worden sind, wurden zudem von einem externen Auditor nach anerkannten Verifizierungsstandards auf Vollständigkeit und Korrektheit überprüft und mit einer High Assurance (Scope 1) beziehungsweise Limited Assurance (Scope 2 und 3) verifiziert.

Genauigkeit

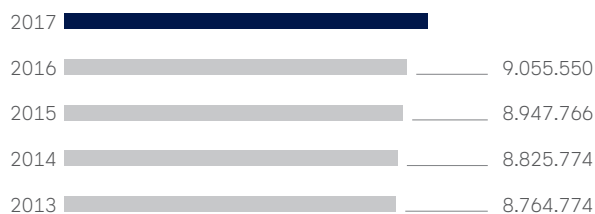
Aus Darstellungsgründen sind die Zahlen in den Tabellen und Grafiken gerundet. Die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr beziehungsweise anteilige Prozentangaben beziehen sich allerdings auf die jeweils exakten Werte. Aus diesem Grund kann es vorkommen, dass eine Angabe im Vergleich zum Vorjahr zwar gleichgeblieben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

UMWELTKENNZAHLEN

TREIBSTOFFVERBRAUCH^{1,2}

Angaben in Tonnen

9.618.095



SPEZIFISCHER TREIBSTOFFVERBRAUCH

PASSAGIERBEFÖRDERUNG IM VERGLEICH²⁰¹⁷

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

	2017	2016	Veränderung in %
Konzernflotte ²	3,68	3,85	- 4,5
Lufthansa	3,76	3,88	- 3,2
SWISS	3,19	3,44	- 7,3
Austrian Airlines	3,83	4,04	- 5,2
Eurowings	4,18	4,46	- 6,3
Brussels Airlines	3,62	n.a.	n.a.

FUEL DUMPS² 2017

	2017	Veränderung gegenüber 2016
Ereignisse, gesamt	26	+ 2
davon Medizinische Gründe	12	+ 2
Technische Gründe	11	- 2
Andere Gründe	3	+ 2
Menge, gesamt³	737 t	- 35%

TREIBSTOFFVERBRAUCH¹ 2017

Angaben in Tonnen

	Passagiere	Fracht	Gesamt	Anteil
Reguläre Flüge²				
Lufthansa	4.730.854	1.587.438	6.318.291	62,5%
SWISS	1.157.214	439.511	1.596.725	15,8%
Austrian Airlines	603.934	96.721	700.654	6,9%
Eurowings	514.200	1.139	515.339	5,1%
Brussels Airlines	427.775	59.311	487.086	4,8%
			9.618.095	95,1%
Dritte ⁴	466.284	8.502	474.786	4,7%
Sonstige Flüge⁵			19.327	0,2%
Alle Flüge			10.112.208	100,0%

EMISSIONEN^{2,6} 2017

Angaben in Tonnen

	Passagiere	± Vj.	Fracht	± Vj.	Gesamt	± Vj.
CO ₂	23.417.023	+ 6,5%	6.879.975	+ 5,2%	30.296.998	6,2%
NO _x	116.461	+ 9,4%	34.940	+ 7,3%	151.402	8,9%
CO	18.250	+ 14,3%	3.672	+ 9,7%	21.922	13,5%
UHC	1.849	+ 20,3%	377	+ 9,9%	2.226	18,4%

ANTEILE DRITTER^{4,7} 2017

Flüge	9,1%
Passagiere	7,8%
Erbrachte Tonnenkilometer, TKT (tkm)	4,1%
Treibstoffverbrauch (Tonnen)	4,7%
Kohlendioxid-Emissionen (Tonnen)	4,7%

1 Tatsächlicher Treibstoffverbrauch in Tonnen aus dem Flugbetrieb auf Basis aller Flugereignisse unter der jeweils operativen Flugnummer. Erfasst sind die Verbräuche von Gate zu Gate, d. h. inklusive des Rollens am Boden sowie der Warteschleifen und Umwege in der Luft. **2** Für das Berichtsjahr 2017 sind in Balance folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa (inklusive Lufthansa CityLine und Air Dolomiti), SWISS (inklusive Edelweiss Air), Austrian Airlines, Eurowings (inklusive Germanwings), Brussels Airlines und Lufthansa Cargo. Davon ausgenommen sind Dienste von Dritten, da auf deren Performance kein Einfluss genommen werden kann (siehe Tabelle „Anteile Dritter“). **3** Teilweise Hochrechnungen **4** Fluggesellschaften, die

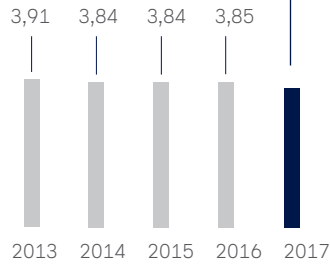
außerhalb der Datenabgrenzung von Balance liegen, aber Dienste von Lufthansa übernehmen, z.B. bei Kapazitätsengpässen. **5** Ferryflüge, Spezialflüge, Trainingsflüge, Testflüge, Flugabbrüche **6** Absolute Emissionen in Tonnen aus dem Flugbetrieb (alle Linien- und Charterflüge). Erfasst sind die Emissionen von Gate zu Gate, d. h. inklusive des Rollens am Boden sowie der Warteschleifen und Umwege in der Luft (siehe Erläuterungen auf Seite 95). **7** Ohne Road Feeder Services und ercharterte Teilkapazitäten der Lufthansa Cargo, da für diese Leistungen keine Treibstoffverbräuche und Emissionen vorliegen. **8** Auf Basis von Frachttonnenkilometern (FTKT), transportiert sowohl in Fracht- als auch in Passagierflugzeugen.



**SPEZIFISCHER TREIBSTOFFVERBRAUCH
PASSAGIERBEFÖRDERUNG LUFTHANSA GROUP**

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

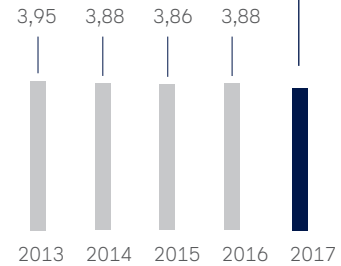
3,68



**SPEZIFISCHER TREIBSTOFFVERBRAUCH
PASSAGIERBEFÖRDERUNG LUFTHANSA**

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

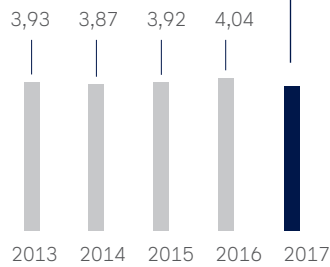
3,76



**SPEZIFISCHER TREIBSTOFFVERBRAUCH
PASSAGIERBEFÖRDERUNG AUSTRIAN AIRLINES**

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

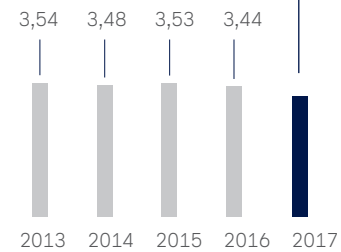
3,83



**SPEZIFISCHER TREIBSTOFFVERBRAUCH
PASSAGIERBEFÖRDERUNG SWISS**

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

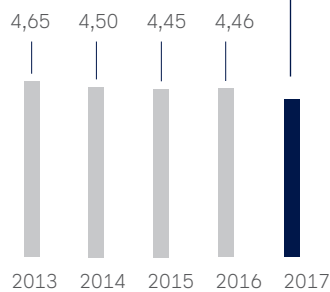
3,19



**SPEZIFISCHER TREIBSTOFFVERBRAUCH
PASSAGIERBEFÖRDERUNG EUROWINGS**

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

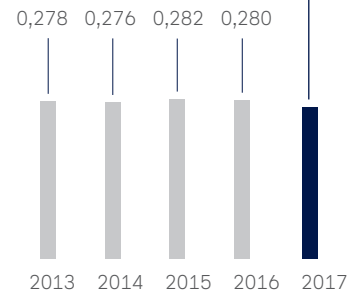
4,18



**SPEZIFISCHER TREIBSTOFFVERBRAUCH
FRACHTTRANSPORT^{2,8}**

Angaben in Liter/Tonnenkilometer (l/tkm)

0,268



DIREKTE UND INDIREKTE CO₂-EMISSIONEN DER LUFTHANSA GROUP IM VERGLEICH

Angaben in Tonnen

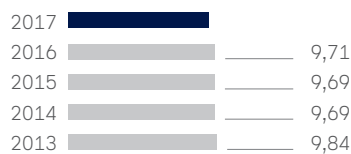
	2017	2016	2015
Scope 1 ¹	28.949.145 72,6%	29.250.821 76,4%	28.601.347 77,4%
Scope 2	256.232 0,6%	275.161 0,7%	343.438 0,9% ¹
Scope 3	10.678.859 26,8%	8.774.231 22,9%	8.005.651 21,7%

PASSAGIERBEFÖRDERUNG²

CO₂-Emissionen

Angaben in Kilogramm/100 Passagierkilometer (kg/100 pkm)

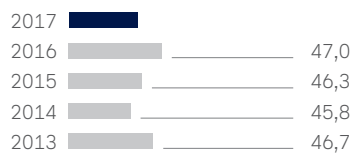
9,27



NO_x-Emissionen

Angaben in Gramm/100 Passagierkilometer (g/100 pkm)

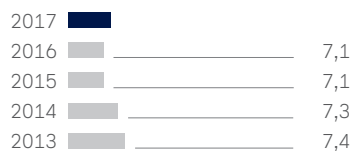
46,1



CO-Emissionen

Angaben in Gramm/100 Passagierkilometer (g/100 pkm)

7,2



UHC-Emissionen

Angaben in Gramm/100 Passagierkilometer (g/100 pkm)

0,73

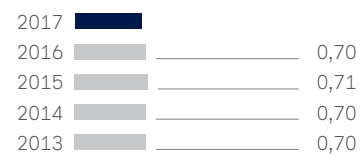


FRACHTTRANSPORT^{2,3}

CO₂-Emissionen

Angaben in Kilogramm/Tonnenkilometer (kg/tkm)

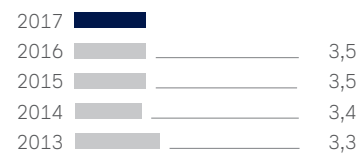
0,68



NO_x-Emissionen

Angaben in Gramm/Tonnenkilometer (g/tkm)

3,4



CO-Emissionen

Angaben in Gramm/Tonnenkilometer (g/tkm)

0,4



UHC-Emissionen

Angaben in Gramm/Tonnenkilometer (g/tkm)

0,04



¹ Geprüft mit einer High Assurance. Ohne die Scope 1 - Emissionen der Flugzeug-Flotte der Brussels Airlines NV/SA. Diese wurden von einer anderen Prüfungsgesellschaft mit einer Limited Assurance geprüft und werden in dieser Darstellung daher nicht mit aufgeführt (siehe Seite 99). ² Für das Berichtsjahr 2017 sind in Balance folgende Gesellschaften erfasst: Lufthansa

(inklusive Lufthansa CityLine und Air Dolomiti), SWISS (inklusive Edelweiss Air), Austrian Airlines, Eurowings (inklusive Germanwings), Brussels Airlines und Lufthansa Cargo. Davon ausgenommen sind Dienste von Dritten, da auf deren Performance kein Einfluss genommen werden kann (siehe Tabelle „Anteile Dritter“, Seite 96). ³ Auf Basis von Frachttonnenkilometern (FTKT), transportiert sowohl in Fracht- als auch in Passagierflugzeugen.

VERIFIZIERUNGSERKLÄRUNG SCOPE 1-3

VERIFIZIERUNGSERKLÄRUNG

MÜLLER-BBM CERT GMBH

Die Müller-BBM Cert GmbH, akkreditierte Verifizierungsstelle DAkkS D-VS-18709-01-01, akkreditiert und zugelassen für den Bereich Luftverkehrstätigkeiten, bestätigt, dass die Daten zu den CO₂-Emissionen in der Abbildung „Direkte und indirekte CO₂-Emissionen der Lufthansa Group“ auf Seite 46 des Nachhaltigkeitsberichtes *Balance*, Ausgabe 2018, der

LUFTHANSA GROUP

Deutschen Lufthansa AG und ihren Töchtern*

unter den Verifizierungsstandards

- *EU Emissions Trading Scheme (EU ETS) Directive and EU ETS related national implementation laws*
- *Airport Carbon Accreditation (ACA) des Airports Council International Europe*

geprüft und mit folgenden Unsicherheiten verifiziert wurden:

Scope 1	28.949.145 tCO _{2eq} (high assurance)**
Scope 2	256.232 t CO _{2eq} (limited assurance)
Scope 3	10.678.859 t CO _{2eq} (limited assurance)

Kerpen, 30. Mai 2018

Müller-BBM Cert GmbH

* Gesellschaften im Anwendungsbereich des CDP-Report 2018:
Deutsche Lufthansa AG, Lufthansa Cargo AG, Lufthansa Technik AG, Lufthansa CityLine GmbH, Swiss International Air Lines AG, Edelweiss Air AG, Austrian Airlines AG, Air Dolomiti S.p.A Linee Aeree Regionali Europee, Germanwings GmbH, Eurowings Aviation GmbH, Eurowings Europe GmbH, Brussels Airlines NV/SA, LSG Lufthansa Service Holding AG, Lufthansa AirPlus Servicekarten GmbH, Lufthansa Global Business Services GmbH, Lufthansa Seeheim GmbH, Miles & More GmbH, Lufthansa Process Management GmbH, Lufthansa Systems GmbH & Co.KG, Lufthansa Industry Solutions GmbH & Co.KG, Lufthansa Aviation Training GmbH, LZ-Catering GmbH

** Ohne die Scope 1 - Emissionen der Flugzeug-Flotte der Brussels Airlines NV/SA.
Diese wurden von einer anderen Prüfungsgesellschaft mit einer limited assurance geprüft.

Müller-BBM Cert GmbH
Robert-Koch-Straße 11
D-82152 Planegg
Telefon +49 (0)89 85 602 0 | Fax +49 (0)89 85 602 111
info@MuellerBBM-Cert.de | www.MuellerBBM-Cert.de

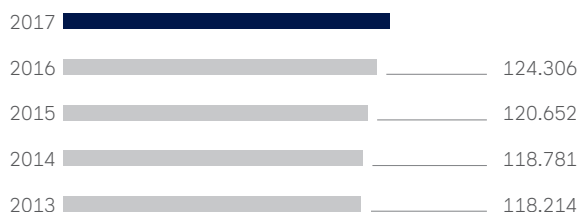
MBBM
MÜLLER-BBM GRUPPE

PERSONALKENNZAHLEN

PERSONALSTAND GESAMT¹

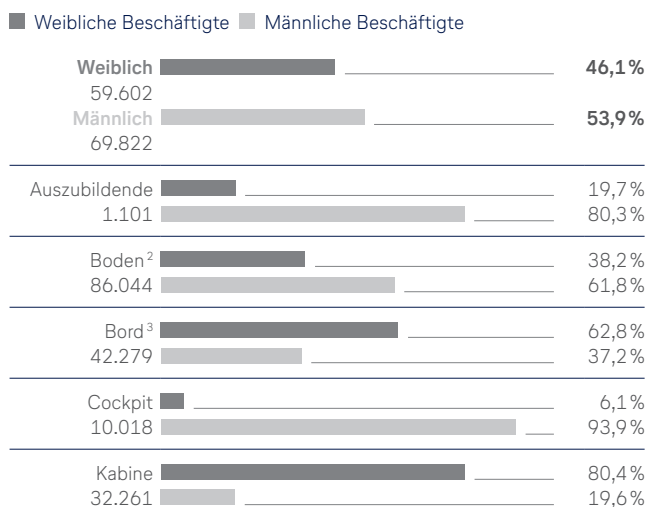
Lufthansa Group, Mitarbeiter (jeweils per 31.12.)

129.424



PERSONALSTAND NACH BERUFSGRUPPEN UND GESCHLECHT¹

Lufthansa Group, Mitarbeiter (per 31.12.2017)



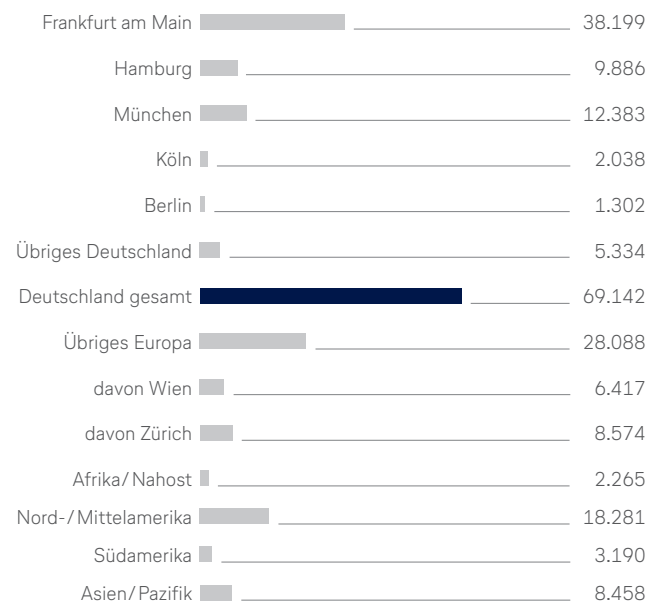
VERTEILUNG DER MITARBEITER

Lufthansa Group, Mitarbeiter (jeweils per 31.12.)

	2017	2016	Veränderung
Konzernmitarbeiter	129.424	124.306	+ 4,1%
davon Network Airlines ⁴	50.190	49.984	+ 0,4%
davon Point-to-Point Airlines ⁵	7.501	3.493	+ 114,7%
davon Logistik	4.511	4.568	- 1,2%
davon Technik	21.502	20.839	+ 3,2%
davon Catering	34.563	35.530	- 2,7%
davon Weitere Gesellschaften und Konzernfunktionen ⁴	11.157	9.891	+ 12,8%

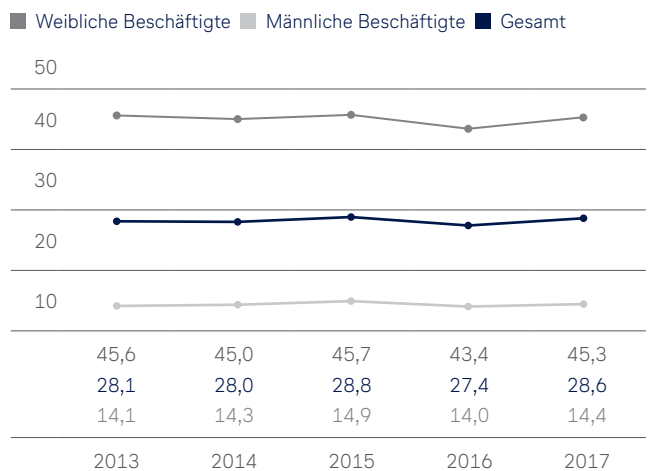
ARBEITSPLÄTZE IN ALLER WELT

Lufthansa Group, Mitarbeiter (per 31.12.2017)



TEILZEITBESCHÄFTIGUNG⁶

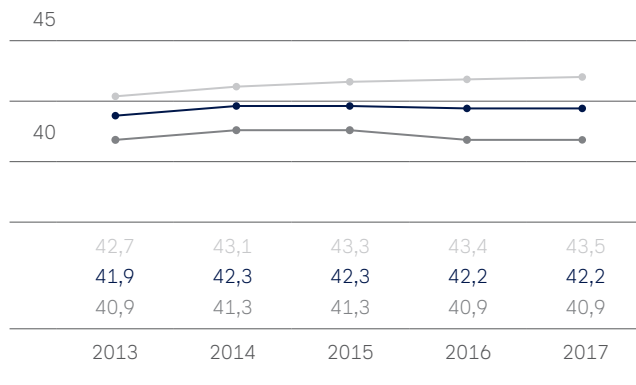
Lufthansa Group, Angaben in Prozent (jeweils per 31.12.)



DURCHSCHNITTSALTER ⁷

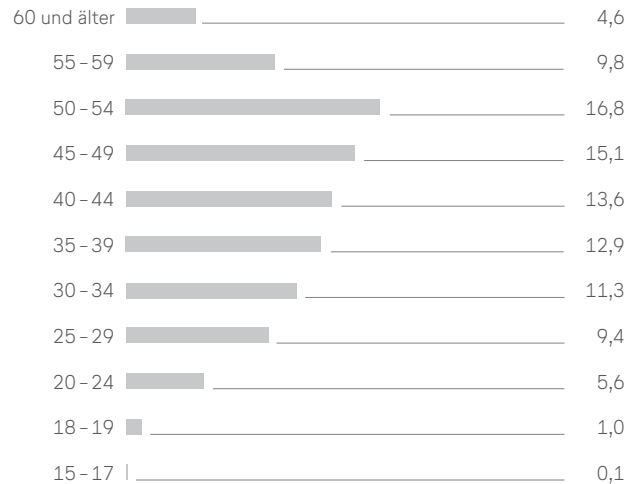
Lufthansa Group, Angaben in Jahren (jeweils per 31.12.)

■ Weibliche Beschäftigte ■ Männliche Beschäftigte ■ Gesamt



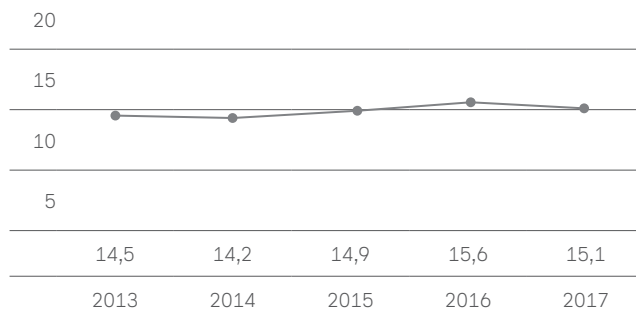
ALTERSSTRUKTUR ⁷

Lufthansa Group, Angaben in Prozent (per 31.12.2017)



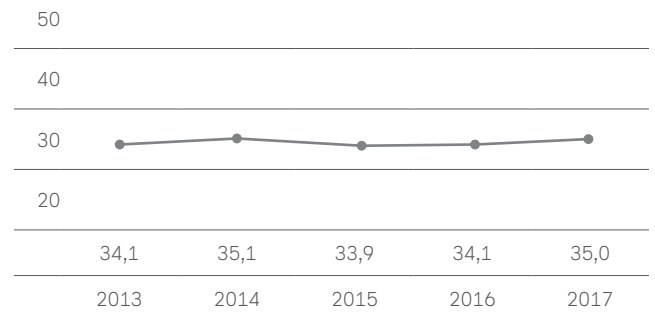
FRAUENANTEIL AN DEN FÜHRUNGSKRÄFTEN

Lufthansa Group, Angaben in Prozent (jeweils per 31.12.)



FRAUENANTEIL AN DEN VORGESETZTEN MIT PERSONALVERANTWORTUNG

Lufthansa Group, Angaben in Prozent (jeweils per 31.12.)



1 Geltungsbereich: Konzern Konsolidierungskreis; Berechnung nach HGB-Richtlinien (ohne Organmitglieder, einschließlich Aushilfen, einschließlich Beschäftigte mit Lufthansa Arbeitsverträgen bei anderen Gesellschaften); **2** Ohne Auszubildende **3** Setzt sich zusammen aus Cockpit und Kabine **4** Vorjahreszahlen angepasst aufgrund Neustrukturierung Geschäftsfelder **5** Das Geschäftsfeld Point-to-Point Airlines wurde im ersten Quartal 2018 in Eurowings Group umbenannt. **6** Geltungsbereich: Konzern Konsolidierungskreis; Anteile in Prozent; Teilzeit einschließlich Altersteilzeit (auch Freizeitblock); ab 2014 inkl. Aerologic (25% teilkonsolidiert) **7** Geltungsbereich: Konzern Konsolidierungskreis, ohne teilweise LSG Ausland,

LH Technik Philippines Inc., LH Technik Puerto Rico LLC, LH Technik Shannon Ltd. Co., LH Technik Malta Ltd., LH Technik Airmotive Ireland Leasing Ltd. Co., LH Technik Budapest Repülöge, Hawker Pacific Aerospace (US), Aerologic GmbH (25% teilkonsolidiert), LH Technik Landing Gear Services UK Ltd., BizJet International Sales & Support Inc., LH Technik North America Holding Corp., LH Technik Sofia OOD, LH Technik Component Services LLC, LH Malta Corporate Finance Ltd., LHAMIH LIMITED, LH Malta Finance Holding Ltd., Lufthansa Malta Working Capital Solutions Limited, LHAMI LEASING LIMITED, time:matters Holding GmbH, time:matters Spare Parts Logistics GmbH, Jettainers Americas Inc.

GLOSSAR

A

Aerosole

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

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

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

➔ www.aireg.de

Äquivalenter Dauerschallpegel (Leq)

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

ATM – Air Traffic Management

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

Atmosphäre

Lufthülle der Erde. Sie ist in verschiedene Schichten aufgeteilt, die durch deutlich unterschiedliche vertikale Temperaturverläufe 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.

C

CDP (vormals „Carbon Disclosure Project“)

Das CDP ist eine unabhängige Non-Profit-Organisation, der aktuell weltweit mehr als 800 institutionelle Investoren angehören. Jedes Jahr erhebt die im Jahr 2000 gegründete Initiative im Namen von Investoren anhand von standardisierten Fragebögen auf freiwilliger Basis Daten und Informationen zu CO₂-Emissionen, Klimarisiken und Reduktionszielen und -strategien von Unternehmen und Organisationen. Im Jahr 2017 veröffentlichten so etwa 6.300 Unternehmen und Organisationen ihre Treibhausgas-Emissionen und andere umweltbezogene Leistungskennzahlen. Damit verwaltet CDP die mittlerweile weltweit größte Datenbank ihrer Art. Investoren verwenden diese Daten u. a. zur Bewertung langfristiger Chancen und Risiken ihrer Portfoliounternehmen, zur Festlegung ihrer Investmentstrategie sowie zur Entwicklung von Anlageprodukten und Indizes. ➔ www.cdp.net

CO – siehe „Kohlenmonoxid“

CO₂ – siehe „Kohlendioxid“

Compliance

„To comply with“ heißt übersetzt erfüllen, einhalten. Compliance beschreibt die Gesamtheit aller Maßnahmen, die das rechtmäßige Verhalten eines Unternehmens, seiner Leitungsorgane und Mitarbeiter im Hinblick auf alle gesetzlichen Ge- und Verbote sicherstellen sollen.

D

Dezibel

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

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

Diversity – engl. für Vielfalt, Verschiedenartigkeit

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

E

EBIT

Finanzkennzahl; sie umfasst das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern. Ab dem Geschäftsjahr 2015 ist sie zentrale Gewinngröße. Sie errechnet sich aus den operativen Gesamterlösen abzüglich der operativen Aufwendungen zuzüglich des Beteiligungsergebnisses.

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.

F

Frachtleistung (FTKO/FTKT)

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

Fuel Dump

Notfallbedingtes Ablassen von Treibstoff im Flug, um bei Langstreckenflügen vor einer außerplanmäßigen Landung (zum Beispiel wegen technischer Probleme oder Erkrankung eines Passagiers) das Gewicht des Flugzeugs auf das höchstzulässige Landegewicht herabzusetzen. Dem betroffenen Flugzeug wird dazu ein besonderer Luftraum zugewiesen, möglichst über un bebautem oder dünn besiedeltem Gebiet. Das Ablassen von Treibstoff findet meist in Höhen von 4 bis 8 Kilometern statt. Vorgeschrieben sind eine Mindesthöhe von 1.800 Metern und

eine Mindestgeschwindigkeit von 500 km/h. Es dürfen keine geschlossenen Kreise geflogen werden. Das Kerosin wird von den Ablassventilen hinter dem Flugzeug zu einem feinen Nebel verteilt. Bisher konnten nach Fuel Dumps in keinem Fall verunreinigte Pflanzen- oder Bodenproben festgestellt werden.

G

Großkreisentfernung

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

H

Hub – engl. für Drehkreuz

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

I

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

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.

ISO 14001 – internationales Umweltmanagementsystem

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

K

Kapitel-4- und Kapitel-14 Flugzeuge

Die ICAO unterscheidet verschiedene Lärmstandards, die in verschiedenen Kapiteln des Annex 16 zum Abkommen über die internationale Zivilluftfahrt festgelegt sind. Das Umweltkomitee (CAEP) der ICAO hat sich im September 2001 auf den Kapitel-4-Lärmstandard verständigt, nach dem alle seit 2006 neu zugelassenen Flugzeuge die Kapitel-3-Lärmgrenzwerte kumulativ um 10 Dezibel oder mehr unterschreiten müssen. 2014 hat die ICAO den neuen Kapitel-14-Lärmstandard beschlossen, der eine Unterschreitung der Kapitel-3-Lärmgrenzwerte kumulativ um 17 Dezibel fordert. Dieser Standard gilt zunächst für neue Flugzeugtypen mit einem maximalen Abfluggewicht von mehr als 55 Tonnen, die ab dem 31. Dezember 2017 zugelassen werden. Bei leichteren Flugzeugen kommen die neuen Zertifizierungswerte ab dem 31. Dezember 2020 zur Anwendung.

Kohlendioxid (CO₂)

Gas, das bei der Verbrennung und Zersetzung von kohlenstoffhaltigen Substanzen wie zum Beispiel Pflanzen entsteht. Das Treibhausgas CO₂ verbleibt rund hundert Jahre in der Atmosphäre. Den Anstieg der CO₂-Konzentration in den letzten hundert Jahren führen Wissenschaftler unter anderem auf die Verbrennung von fossilen Energieträgern (Kohle, Öl, Gas) durch den Menschen zurück. Je Tonne Treibstoff entstehen 3,15 Tonnen CO₂. Derzeit sind 2,69 Prozent der vom Menschen verursachten CO₂-Emissionen auf den weltweiten Luftverkehr zurückzuführen (Quelle: Internationale Energieagentur (IEA) 2017, Daten für 2015).

Kohlenmonoxid (CO)

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

L

Lärmabhängige Entgelte

Flughäfen erheben im Rahmen ihrer Gebührenordnung lärmabhängige Entgelte. Mit ihnen werden Fluggesellschaften für den Einsatz leiser Flugzeuge belohnt, für laute Flugzeuge hingegen

gibt es deutliche Aufschläge. Lärmabhängige Entgelte haben sich in Europa zu einem wichtigen Lärmreduzierungsinstrument im Umfeld von Flughäfen etabliert.

M

MRO – Abkürzung für Maintenance, Repair and Overhaul

Wartung, Reparatur und Überholung von Flugzeugen

MTOW – Maximum Take Off Weight

Maximales Startgewicht eines Flugzeugs

N

NO_x – siehe „Stickoxide“

O

OHSAS 18001 –

Occupational Health and Safety Assessment Series

Arbeitsschutzmanagementsystem, das die British Standards Institution gemeinsam mit internationalen Zertifizierungsgesellschaften entwickelt hat.

Ozon

Dreiatomiges Sauerstoffmolekül, das in der Stratosphäre gebildet wird. Die dort angesiedelte Ozonschicht übt eine wichtige Schutzfunktion aus, da sie die gefährliche UV-Strahlung herausfiltert. Während Ozon in höheren Lagen durch Fluorchlorkohlenwasserstoffe (FCKW) massiv abgebaut wird, entsteht es am Boden unter dem Einfluss von Sonnenlicht aus zahlreichen Vorläufersubstanzen (Sommersmog) und reizt die Schleimhäute. Durch Stickoxidemissionen verursacht der heutige Luftverkehr in Reiseflughöhe analog zum Sommersmog eine Erhöhung der Ozonkonzentration, die von Wissenschaftlern für den viel beflogenen Nordatlantik mit 3 bis 4 Prozent beziffert wird.

P

Passagierkilometer (PKT)

Maß für die Beförderungsleistung im Passagierverkehr (Zahl der Passagiere multipliziert mit der Entfernung). Hierbei wird

zwischen der angebotenen Beförderungsleistung (PKO, passenger kilometers offered, oder synonym: SKO, seat kilometers offered) und der tatsächlich erbrachten Beförderungsleistung (PKT, passenger kilometers transported) unterschieden.

S

Sitzkilometer

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

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. Der Anteil des Luftverkehrs an vom Menschen verursachten NO_x-Emissionen beträgt 2 bis 3 Prozent. Nach Modellrechnungen ließen Stickoxide die Ozonkonzentration in Reiseflughöhe um wenige Prozent ansteigen.

T

Tonnenkilometer (TKT/TKO)

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

Treibhausgase

Gasförmige Stoffe, die zum Treibhauseffekt beitragen und sowohl natürlichen als auch menschlichen (anthropogenen) Ursprungs sind. Die wichtigsten natürlichen Treibhausgase sind Wasserdampf (H₂O), Kohlendioxid (CO₂) und Methan (CH₄). Die wichtigsten anthropogenen Treibhausgase sind Kohlendioxid aus der Verbrennung fossiler Energieträger und Methan, primär

aus der Landwirtschaft und Massentierhaltung. Weitere künstliche Treibhausgase sind Distickstoffoxid (N₂O), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW bzw. H-FKW), Schwefelhexafluorid (SF₆) und fluorierte Chlorkohlenwasserstoffe (FCKW).

U

UHC – unverbrannte Kohlenwasserstoffe

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

W

Wasserdampf

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

GRI-INHALTSINDEX

➤ GRI 102-55

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI Standards, Option Kern, erstellt und der GRI vor Veröffentlichung zur Durchführung des GRI Materiality Disclosures Service vorgelegt. Die korrekte Platzierung der „Materiality Disclosures“ 102-40 bis 102-49 im Bericht und im GRI-Inhaltsindex wurden von der GRI bestätigt.



GRI-STANDARD	KURZBESCHREIBUNG	SEITENZAHLEN UND/ ODER URL/ ERLÄUTERUNG
GRI 101: Grundlagen 2016		
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016		
Organisationsprofil		
GRI 102-1	Name des Unternehmens	Deutsche Lufthansa AG
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Seite 4 f.
GRI 102-3	Hauptsitz des Unternehmens	Die in das Handelsregister des Amtsgerichts Köln eingetragene Deutsche Lufthansa AG (HRB 2168) hat ihren Sitz in Köln, Deutschland. Der Großteil der Konzernfunktionen befindet sich in Frankfurt/Main und München.
GRI 102-4	Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt	Seite 4 f. Die von den Lufthansa Group Airlines bedienten Flughäfen verteilt sich im Berichtsjahr auf 100 Länder. Weitere wichtige Standorte der Service-Gesellschaften siehe Geschäftsbericht 2017, Seite 57, Seite 60
GRI 102-5	Rechtsform und Eigentümerstruktur	Geschäftsbericht 2017, Seite 10 Die quartalsweise aktualisierte Aktionärsstruktur ist einsehbar unter: www.lufthansagroup.com/investor-relations
GRI 102-6	Wesentliche Märkte	Seite 4 f. Geschäftsbericht 2017, Seite 21 ff. Aufgrund der Wesentlichkeit beziehen sich die Angaben im Nachhaltigkeitsbericht auf das weltweite Streckennetz der Lufthansa Group Airlines.
GRI 102-7	Größe des Unternehmens	Seite 2, Seite 4 Geschäftsbericht 2017, Kennzahlenübersicht, vordere Umschlagseite. Die Konzernbilanz findet sich im Geschäftsbericht auf Seite 104 f.
GRI 102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	Seite 100 f. Keine Aufteilung nach Geschlecht je Region, da diese Angabe nicht steuerungsrelevant ist. Keine Darstellung der Belegschaft nach Angestellten und weisungsgebundenem Personal sowie keine Angabe des Anteils von als selbstständig anerkannten festen Mitarbeitern, Arbeitnehmern und weisungsgebundenem Personal von Vertragspartnern.
GRI 102-9	Lieferkette	Seite 8 f., Seite 31 Im vorliegenden Bericht wird primär das Produkt Fliegen ohne vor- und nachgelagerte Prozesse betrachtet.
GRI 102-10	Signifikante Veränderungen der Eigentumsverhältnisse und in der Lieferkette des Unternehmens	Seite 1
GRI 102-11	Vorsorgeprinzip bzw. Vorsorgeansatz	Das Management von Chancen und Risiken ist in alle Geschäftsprozesse integriert, siehe Geschäftsbericht 2017, Seite 64 ff. Um ihrer gesellschaftlichen Verantwortung als großer, global agierender Konzern gerecht zu werden, hat die Lufthansa Group den Scope ihres Risikomanagements 2017 um Auswirkungen aus den nichtfinanziellen Aspekten auf externe Stakeholder erweitert.
GRI 102-12	Externe Initiativen	Seite 27 Eine Übersicht der wichtigsten, freiwillig unterstützten Initiativen ist einsehbar unter: www.lufthansagroup.com/verantwortung
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	Eine Übersicht der wichtigsten Mitgliedschaften ist einsehbar unter: www.lufthansagroup.com/verantwortung

GRI-STANDARD	KURZBESCHREIBUNG	SEITENZAHLEN UND/ ODER URL/ ERLÄUTERUNG
Strategie		
GRI 102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	Seite 3
GRI 102-15	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	Geschäftsbericht 2017, Seite 64 ff.
Ethik und Integrität		
GRI 102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	Seite 28 f. Der Vorstand der Deutschen Lufthansa AG hat 2017 einen Code of Conduct als Fundament eines Wertesystems für die Lufthansa Group verabschiedet. Er ist für alle Organe, Führungskräfte und Mitarbeiter der Lufthansa Group verbindlich.
Führung		
GRI 102-18	Führungsstruktur	Geschäftsbericht 2017, S. 13 Die Geschäftsverteilung im Vorstand hat sich im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert. Weitere Gremien in Bezug auf ökonomische, ökologische und soziale Themen Seite 20, Seite 40, Seite 63, Seite 72.
Stakeholdereinbeziehung		
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	Seite 22
GRI 102-41	Anteil Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	Seite 68 In Deutschland unterliegen fast alle Gesellschaften kollektivrechtlichen Vereinbarungen (beinahe 100%). Für die gesamte Lufthansa Group ist die Aussage zur Zeit nicht möglich.
GRI 102-42	Bestimmung und Auswahl der Stakeholder	Seite 22, Seite 24
GRI 102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	Seite 22, Seite 24
GRI 102-44	Schlüsselthemen und Anliegen	Seite 22, Seite 24 Die Ergebnisse von Passagierzufriedenheitsumfragen betrachtet die Lufthansa Group als vertrauliche Information. Balance 2017, Seite 19 ff.
Vorgehensweise bei der Berichterstattung		
GRI 102-45	Liste der konsolidierten Unternehmen	Seite 95 Geschäftsbericht 2017, Seite 174 Eine Aufstellung der wesentlichen Tochterunternehmen, gemeinschaftlichen Vereinbarungen und assoziierten Unternehmen findet sich im Geschäftsbericht 2017, Seite 189 ff.
GRI 102-46	Bestimmung des Berichtsinhalts und Themenabgrenzung	Seite 24 Balance 2017, Seite 19 ff. Balance 2016, Seite 22 ff.
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	Seite 24 Balance 2017, Seite 19 ff. Balance 2016, Seite 22 ff.
GRI 102-48	Neuformulierung der Informationen	Seite 95 Im Berichtsjahr 2017 wurde erstmals die Fluggesellschaft Brussels Airlines einbezogen.
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	Seite 24
GRI 102-50	Berichtszeitraum	Seite 1
GRI 102-51	Veröffentlichung des letzten Berichts	Seite 1
GRI 102-52	Berichtszyklus	Seite 1
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	Seite 113
GRI 102-54	Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	Seite 1, Seite 106
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	Seite 106 ff.
GRI 102-56	Externe Prüfung	Seite 99 Im vorliegenden Bericht wurden die Scope 1-3 Emissionsdaten einer externen Prüfung unterzogen. Für das Geschäftsjahr 2017 hat die Lufthansa Group darüber hinaus erstmals einen zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht im Geschäftsbericht veröffentlicht. Dieser wurde nach ISAE 3000 (revised) einer Prüfung nach „limited assurance“ unterzogen. Die darin veröffentlichten Managementansätze bzw. Konzepte wurden für diesen Bericht übernommen und um weiterführende Informationen ergänzt.

GRI-STANDARD	KURZBESCHREIBUNG	SEITENZAHLEN UND/ODER URL/ERLÄUTERUNG
Wesentliche Themen		
Wirtschaftliche Leistung		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 19 ff. Geschäftsbericht Seite 16 ff.
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016		
GRI 201-1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	Seite 2 Weiterführende Kennzahlen siehe Geschäftsbericht 2017, Konzernanhang, Seite 108 ff.
Korruptionsbekämpfung		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 28 ff.
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016		
GRI 205-1	Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	Seite 30
GRI 205-2	Informationen und Schulungen zu Strategien und Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung	Seite 29 Keine weitere Aufschlüsselung verfügbar.
Nachhaltige Innovation, Forschung und Entwicklung		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 36 f. Die Lufthansa Group und ihre Konzerngesellschaften arbeiten sowohl individuell als auch geschäftsfeldübergreifend fortlaufend an Produktinnovationen sowie Forschungs- und Entwicklungsprojekten.
Energie		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 39 ff., Seite 43 ff., Seite 54
GRI 302: Energie 2016		
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Seite 96 f. Gemäß dem Aspekt der Wesentlichkeit wird primär das Produkt Fliegen ohne vor- und nachgelagerte Prozesse betrachtet. Der Fokus der Berichterstattung liegt daher auf Treibstoffverbrauch und CO ₂ -Emissionen der Fluggesellschaften der Lufthansa Group. Zudem erfolgt eine umfassende Berichterstattung über die Teilnahme an der CDP Klimawandelberichterstattung, siehe: www.cdp.net
GRI 302-3	Energieintensität	Seite 95 Die Kennzahl zur Beförderung eines Passagiers über eine Distanz von 100 Kilometern ist: Liter pro 100 Passagierkilometer (l/100pkm)
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	Seite 51 ff.
GRI 302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	Seite 43 ff. Die Lufthansa Group hat die Treibstoffeffizienz (l/100pkm) 2017 im Vergleich zu 2016 um 4,5 % gesteigert.
Emissionen		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 43 ff.
GRI 305: Emissionen 2016		
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Seite 46, Seite 98
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Seite 46, Seite 98
GRI 305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Seite 46, Seite 98

GRI-STANDARD	KURZBESCHREIBUNG	SEITENZAHLEN UND/ ODER URL/ ERLÄUTERUNG
GRI 305-4	Intensität der THG-Emissionen	Seite 44 f. Angabe der spezifischen CO ₂ -Emissionen in Kilogramm/100 Passagierkilometer (kg/100 pkm)
GRI 305-5	Senkung der THG-Emissionen	Seite 51 ff.
Umweltbewertung der Lieferanten		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 31 Eine Prüfung des Managementansatzes ist mittelfristig geplant.
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016		
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	Seite 31
Aktiver Schallschutz		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 57 ff.
	Anzahl der Flugzeuge, die das 10dB-Kriterium des ICAO-Kapitel 4-Standards erfüllen oder übererfüllen.	Seite 114
Beschäftigung		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 61 ff.
GRI 401: Beschäftigung 2016		
GRI 401-3	Elternzeit	Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben ist für die Lufthansa Group ein wichtiges Element, um die Arbeits- und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter auch langfristig zu unterstützen. Im Berichtsjahr waren 28,6 Prozent der Mitarbeiter der Lufthansa Group in Teilzeit beschäftigt, davon 72,9 Prozent Frauen. Außerdem haben zahlreiche Mitarbeiter Elternzeit in Anspruch genommen. Eine differenzierte Betrachtung der Rückkehrraten ist aktuell noch nicht möglich, wird aber zukünftig angestrebt.
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 68 f.
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016		
GRI 402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	Gemäß der Vorgaben im Betriebsverfassungsgesetz und im Sinne einer gelebten Sozialpartnerschaft werden die zuständigen Gremien der Mitbestimmung und die Betriebsöffentlichkeit frühzeitig informiert.
	Engagement Index (EI)	Seite 69
	Leadership Index (LI)	Seite 69
Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 72 f.
GRI 403: Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz 2016		
GRI 403-1	Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz	Seite 72 In Deutschland sind an allen relevanten Standorten der Lufthansa Group Arbeitsschutzausschüsse mit Vertretungen von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite aktiv. Sie optimieren gemeinsam Prozesse und vereinbaren Maßnahmen zur Verbesserung des Arbeitsschutzes. Die Gesamtheit der Beschäftigten in Deutschland wird in Arbeitsschutzausschüssen vertreten.

GRI-STANDARD	KURZBESCHREIBUNG	SEITENZAHLEN UND/ODER URL/ERLÄUTERUNG
GRI 403-4	Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden.	Seite 72 Arbeitsschutz ist in Deutschland durch das Arbeitsschutzgesetz und weitere Rechtsvorgaben geregelt. Innerhalb der Lufthansa Group werden Arbeitsschutzthemen in Verantwortung des Unternehmens und in der Zusammenarbeit mit den Bereichen Arbeitssicherheit und Corporate Medical Services sowie den Betriebsräten geregelt. Zu verschiedenen Themen wurden Betriebsvereinbarungen geschlossen. Eine kontinuierliche Weiterentwicklung wird sichergestellt. Seitens des Medizinischen Dienstes und der Arbeitssicherheit erfolgt eine umfassende Beratung von Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretungen z.B. bei der Umsetzung von Rechtsvorgaben oder beim Abschluss von Betriebsvereinbarungen. Sie sind vertreten in vielfältigen Gesundheitsausschüssen der Arbeitnehmervertretungen der verschiedenen Lufthansa Gesellschaften.
	Gesundheitsindex	Seite 73
Aus- und Weiterbildung		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 70 f.
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016		
GRI 404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	Seite 70 f.
Vielfalt und Chancengleichheit		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 62 ff.
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016		
GRI 405-1	Vielfalt in Leitungsorganen und der Angestellten	Seite 64 f., Seite 100 f. Die Zusammensetzung der Kontrollorgane wird anhand der Frauenanteile gemonitort und zur gezielten Steuerung verwendet. Eine Ausweitung der Betrachtung auf weitere Diversity-Kriterien wie Altersvielfalt und Internationalität ist perspektivisch für Führungspositionen und Vorstände/Geschäftsführung vorgesehen. Eine weitere Differenzierung ist für die Lufthansa Group aktuell nicht steuerungsrelevant.
GRI 405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	Seite 65
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 68 f.
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016		
GRI 407-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	Für den Berichtszeitraum wird bei keiner Geschäftstätigkeit der Lufthansa Group davon ausgegangen, dass die freie Ausübung der Rechte von Mitarbeitern auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen gefährdet war.
Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 25, Seite 28 ff. Eine Prüfung des Managementansatzes ist mittelfristig geplant.
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016		
GRI 412-1	Geschäftsstandorte, an denen eine Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	Seite 30

GRI-STANDARD	KURZBESCHREIBUNG	SEITENZAHLEN UND/ ODER URL/ ERLÄUTERUNG
Soziale Bewertung der Lieferanten		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 31 Eine Prüfung des Managementansatzes ist mittelfristig geplant.
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016		
GRI 414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	Seite 31
Kundengesundheit und Kundensicherheit		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 88 ff.
GRI 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit 2016		
GRI 416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	Seite 88 ff.
Schutz der Kundendaten		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 92 f.
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016		
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten	Die Lufthansa Group verzeichnete 2017 keinen nach BDSG meldepflichtigen Verstoß gegen den Datenschutz.
Service und Kundenorientierung		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 84 ff.
Gesellschaftliches Engagement		
GRI 103: Managementansatz 2016		
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen / Der Managementansatz und seine Komponenten / Prüfung des Managementansatzes	Seite 74 ff. Eine Prüfung des Managementansatzes und die Entwicklung von KPIs ist mittelfristig geplant.

IMPRESSUM

Herausgeber

Deutsche Lufthansa AG
Lufthansa Group Communications
Leitung: Andreas Bartels

Redaktion und Konzeption

Lufthansa Group Communications
Corporate Responsibility Communications & Events
Leitung: Susanne Kotysch

Steffen Milchsack
Claudia Walther

Gestaltung und Produktion

organic Marken-Kommunikation GmbH in Zusammenarbeit
mit DennerleinBrands GmbH, Frankfurt am Main

Redaktionsschluss

1. Juni 2018

Papier

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



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

Printed in the Federal Republic of Germany
ISSN 1612-0892

Hinweis

Die Begriffe Lufthansa Group, Lufthansa Konzern, Konzern,
Aviation-Konzern und Luftfahrtunternehmen werden in diesem
Bericht als Synonyme verwendet.

Zugunsten einer besseren Lesbarkeit wird im Bericht die
maskuline Form verwendet. Wir bitten um Verständnis.

Fotonachweis

Umschlag:
GettyImages: coolbiere photograph; Volker Nothdurft;
Gregor Schläger; GettyImages: Dieter Meyrl
Innenseiten:
Oliver Rösler (Seiten 3, 10, 21, 26 41, 42, 47, 48, 55, 56, 62, 67,
72, 76, 85, 86, 90, 91)
Jens Görlich (Seiten 5, 6, 11, 15, 16, 18, 27, 49, 50, 51, 52, 87)
Aerobrand/David Noble (Seite 12)
SWISS (Seiten 13, 34, 79)
Austrian Airlines (Seite 13)
Jan Brandes (Seite 13)
Dominik Mentzos (Seite 16)
Eurowings GmbH (Seite 34)
Sonja Brüggemann (Seite 36)
Patrick Kuschfeld (Seiten 37, 80)
Dr. Günter Nowald (Seiten 38, 81)
Christian Straub (Seite 40)
Sabine Hanke (Seite 42)
GettyImages: Philipp Nemenz (Seite 60)
Neumann & Rodtmann (Seite 63)
Retha Ferguson (Seite 75)
Franka Doyen (Seite 78)
GettyImages: PhotoMelon (Seite 84)
Sonstige: Lufthansa Group Bildarchiv

ANSPRECHPARTNER

Deutsche Lufthansa AG
Lufthansa Group Communications
Susanne Kotysch
Leiterin Corporate Responsibility Communications & Events
FRA CI/B
Lufthansa Aviation Center
Airportring
D-60546 Frankfurt/Main
balance@dlh.de

Bitte beachten Sie, dass alle den Kundenservice betreffenden Anfragen über [➤ www.lufthansa.com](http://www.lufthansa.com) bearbeitet werden. Dort erhalten Sie in der Kopfleiste unter Hilfe & Kontakt alle Angaben zur Kontaktaufnahme.

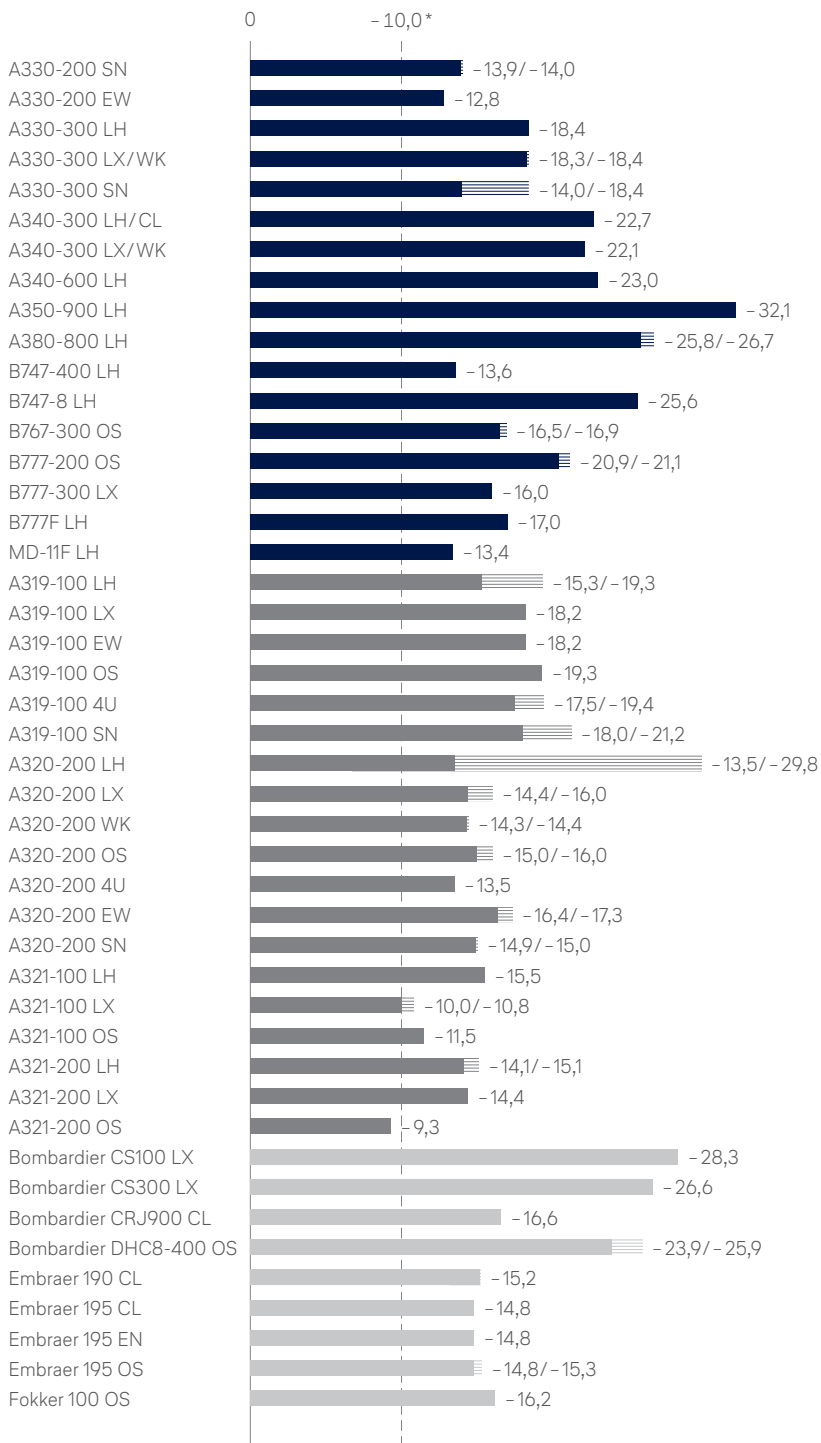
Weitere Informationen zum Thema „Nachhaltigkeit in der Lufthansa Group“ finden Sie unter:
[➤ www.lufthansagroup.com/verantwortung](http://www.lufthansagroup.com/verantwortung)

Den Geschäftsbericht 2017 bestellen Sie unter:
[➤ www.lufthansagroup.com/investor-relations](http://www.lufthansagroup.com/investor-relations)

STRENGSTE LÄRMSTANDARDS FÜR DIE FLOTTE DER LUFTHANSA GROUP

UNTERSCHREITUNG DER ICAO-LÄRMGRENZWERTE KAPITEL 3 UND KAPITEL 4

Aktive Flotte der Lufthansa Group per 27.10.2017, Angaben in EPNdB



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

LH = Lufthansa, Lufthansa Cargo
4U = Germanwings

CL = Lufthansa CityLine
EN = Air Dolomiti

EW = Eurowings
LX = SWISS

Die Lufthansa Group ermittelt die Auswirkung der Modernisierung der Flotte hinsichtlich des Lärmschutzes mittels des Leistungsindikators Anzahl der Flugzeuge, die das minus 10dB-Kriterium des ICAO-Kapitel 4-Standards erfüllen oder übererfüllen. Dieser Standard gibt Lärmgrenzwerte vor, wonach alle ab 2006 bis Ende 2017 neu zugelassenen Flugzeuge die älteren Kapitel 3-Lärmgrenzwerte kumulativ um 10 Dezibel oder mehr unterschreiten müssen. Dieses sogenannte „minus 10EPNdB“-Kriterium (Effective Perceived Noise dB) ist über die vertikale, gestrichelte Linie in nebenstehender Übersicht ersichtlich. Im Jahr 2017 erfüllten 99,5 Prozent der Flugzeuge – und damit nahezu die gesamte operative Konzernflotte – dieses Kriterium.

Die Grenzwerte sind abhängig vom höchstzulässigen Abfluggewicht und von der Zahl der Triebwerke eines Flugzeugs. In der Balkengrafik ist für jedes Flugzeugmuster 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. In die Auswertemethodik fließen die individuellen Lärmzeugnisdaten aller Konzernflugzeuge ein. Unterschiedliche Ausführungen des Flugzeugs und seiner Triebwerke je nach Baujahr werden so berücksichtigt. Dementsprechend sind für viele Flotten Wertebereiche von der niedrigsten bis zur höchsten kumulierten Marge angegeben. Die Auswertung berücksichtigt auch zwischenzeitliche Veränderungen am Flugzeug oder Triebwerk, die in einigen Fällen zu veränderten Lärmdaten und kumulierten Margen führen. Darüber hinaus führen Zugänge und Abgänge in einzelnen Flotten zu Veränderungen in den berichteten Wertebereichen.

Die Daten werden seit Berichtsjahr 2017 zum Stichtag „Ende des Sommerflugplans“ erhoben. Saisonbedingt ist zu diesem Zeitpunkt die Flotte am größten und damit die Messung des größten lärmbezogenen „Fußabdrucks“ möglich. Dementsprechend werden bei der Bildung des Leistungsindikators alle zum Stichtag in den einzelnen Flugbetrieben in Halterschaft befindlichen Flugzeuge berücksichtigt. Gleichzeitig wurde das Runden von Zwischenwerten an die ICAO-Systematik angepasst, sodass sich bei einzelnen Flotten Veränderungen von +/- 0,1 im Vergleich zum Vorjahr ergeben.

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

OS = Austrian Airlines
WK = Edelweiss Air

SN = Brussels Airlines

DIE OPERATIVE FLOTTE DER LUFTHANSA GROUP¹

STAND 31.12.2017

Lufthansa und Regionalpartner



Airbus A380-800

LH: 14 Flugzeuge, 509 Sitze, 12.400 km Reichweite



Boeing 747-8

LH: 19 Flugzeuge, 364 Sitze, 13.000 km Reichweite



Boeing 747-400

LH: 13 Flugzeuge, 371 Sitze, 11.850 km Reichweite



Airbus A340-600

LH: 17 Flugzeuge, 297 Sitze, 12.900 km Reichweite



Airbus A350-900

LH: 6 Flugzeuge, 293 Sitze, 12.650 km Reichweite



Airbus A340-300

LH: 12 Flugzeuge, 283 Sitze, 11.800 km Reichweite
CL: 6 Flugzeuge, 300 Sitze, 11.500 km Reichweite



Airbus A330-300

LH: 19 Flugzeuge, 236 Sitze, 9.850 km Reichweite



Airbus A321-100/200

LH: 63 Flugzeuge, 200 Sitze, 2.600 km/ 4.150 km Reichweite



Airbus A320neo

LH: 10 Flugzeuge, 180 Sitze, 3.000 km Reichweite



Airbus A320-200

LH: 67 Flugzeuge, 168 Sitze, 3.200 km Reichweite



Airbus A319-100

LH: 30 Flugzeuge, 138 Sitze, 3.350 km Reichweite



Embraer 195

CL: 6 Flugzeuge, 120 Sitze, 2.300 km Reichweite
EN: 11 Flugzeuge, 120 Sitze, 2.300 km Reichweite



Embraer 190

CL: 9 Flugzeuge, 100 Sitze, 3.500 km Reichweite



Bombardier CRJ900

CL: 35 Flugzeuge, 90 Sitze, 2.100 km Reichweite

SWISS und Edelweiss Air



Boeing 777-300ER

LX: 8 Flugzeuge, 340 Sitze, 13.650 km Reichweite



Airbus A340-300

LX: 7 Flugzeuge, 219 Sitze, 13.000 km Reichweite



Airbus A330-300

LX: 14 Flugzeuge, 236 Sitze, 9.850 km Reichweite



Airbus A321-100/200

LX: 9 Flugzeuge, 219 Sitze, 2.100 km Reichweite



Airbus A320-200

LX: 21 Flugzeuge, 180 Sitze, 2.700 km Reichweite



Airbus A319-100

LX: 5 Flugzeuge, 138 Sitze, 3.350 km Reichweite

LEGENDE

LH = Lufthansa, Lufthansa Cargo
4U = Germanwings
CL = Lufthansa CityLine

EN = Air Dolomiti
EW = Eurowings
LX = SWISS

OS = Austrian Airlines
SN = Brussels Airlines
WK = Edelweiss Air

Reichweitenangaben generell bei maximaler Passagierzahl respektive Zuladung; teilweise abweichende Versionen im Einsatz

¹ Betrieben durch die Gesellschaften der Lufthansa Group.



Bombardier CS300 LX: 7 Flugzeuge, 145 Sitze, 4.250 km Reichweite



Bombardier CS100 LX: 8 Flugzeuge, 125 Sitze, 2.850 km Reichweite



Airbus A340-300 WK: 2 Flugzeuge, 314 Sitze, 11.850 km Reichweite



Airbus A330-300 WK: 2 Flugzeuge, 315 Sitze, 10.000 km Reichweite



Airbus A320-200 WK: 8 Flugzeuge, 174 Sitze, 4.050 km Reichweite

Austrian Airlines



Boeing 777-200ER OS: 5 Flugzeuge, 308 Sitze, 12.100 km Reichweite



Boeing 767-300ER OS: 6 Flugzeuge, 214 Sitze, 10.250 km Reichweite



Airbus A321-100/200 OS: 6 Flugzeuge, 200 Sitze, 2.600 km / 4.150 km Reichweite



Airbus A320-200 OS: 23 Flugzeuge, 168 Sitze, 4.100 km Reichweite



Airbus A319-100 OS: 7 Flugzeuge, 138 Sitze, 3.350 km Reichweite



Embraer 195 OS: 17 Flugzeuge, 120 Sitze, 2.300 km Reichweite



Fokker 100 OS: 1 Flugzeug, 100 Sitze, 2.100 km Reichweite



Bombardier Q400 OS: 18 Flugzeuge, 76 Sitze, 1.350 km Reichweite

Eurowings und Germanwings



Airbus A320-200 EW/4U: 44 Flugzeuge, 180 Sitze, 4.000 km Reichweite



Airbus A319-100 EW/4U: 43 Flugzeuge, 150 Sitze, 2.900 km Reichweite

Brussels Airlines



Airbus A330-300 SN: 6 Flugzeuge, 288 Sitze, 7.700 km Reichweite



Airbus A330-200 SN: 4 Flugzeuge, 264 Sitze, 10.400 km Reichweite



Airbus A320-200 SN: 12 Flugzeuge, 180 Sitze, 3.700 km Reichweite



Airbus A319-100 SN: 22 Flugzeuge, 141 Sitze, 3.200 km Reichweite

Lufthansa Cargo



Boeing MD-11F LH: 12 Flugzeuge, 89,4 t, 6.700 km Reichweite



Boeing 777F LH: 5 Flugzeuge, 103 t, 8.900 km Reichweite

PREISE UND AUSZEICHNUNGEN 2017/18

Die Lufthansa Group und ihre Konzerngesellschaften erhalten jedes Jahr zahlreiche Preise und Auszeichnungen. Nachfolgend eine Auswahl:

2017

- Carsten Spohr ist Manager des Jahres 2017. Das manager magazin würdigte den Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Lufthansa AG für seinen erfolgreichen Umbau des größten europäischen Luftfahrtkonzerns.
- Lufthansa erhielt von Skytrax als einzige europäische Airline das Fünf-Sterne-Siegel für Premiumservice und Spitzenkomfort.
- 18 Millionen befragte Passagiere wählten Lufthansa in einer Skytrax-Befragung zur besten Airline Europas. Die Fluggesellschaften der Lufthansa Group wurden mit insgesamt vier der renommierten Skytrax World Airline Awards ausgezeichnet.
- Bei den World Airports Awards 2017 des Londoner Skytrax Instituts wurde das Terminal 2 am Münchner Flughafen zum besten Terminal der Welt gewählt. Das Terminal 2 wird von der Flughafen München GmbH und der Deutschen Lufthansa AG im Verhältnis 60:40 betrieben.
- Bei den Business Traveller Awards 2017 belegten SWISS, Austrian Airlines und Lufthansa die Plätze 1, 2 und 3 in der Kategorie „Beste Airline für Geschäftsreisende im Deutschland- und Europaverkehr“. Die Leser des Business Traveller wählten außerdem SWISS auf den zweiten Platz in der Kategorie „Beste Airline für Geschäftsreisende“ im weltweiten Verkehr. Und www.lufthansa.com gewann den ersten Preis in der Kategorie „Bestes Internetangebot für Geschäftsreisende“.
- Bei der Verleihung der National Tourism Awards in China gewannen Gesellschaften der Lufthansa Group drei Preise: Lufthansa wurde als beste europäische Airline ausgezeichnet, während SWISS den Preis für die „Best Economy Class“ erhielt. Austrian Airlines gewann in der Kategorie „Best Onboard Service“.
- Für ihre mobilen Self-Services erhielt Lufthansa den Fast Travel Platinum Award des Internationalen Luftverkehrsverbandes IATA. Das Fast Travel Programm hat das Ziel, den Passagierverkehr angenehmer zu gestalten und Wartezeiten zu verkürzen.
- Der Lufthansa Innovation Hub wurde vom Wirtschaftsmagazin Capital als bestes deutsches Innovationslabor ausgezeichnet. In der zugrunde liegenden Studie wurden 34 deutsche Digitallabore und Acceleratoren verglichen.
- SWISS trägt seit 2015 das Label Friendly Work Space. Im Jahr 2017 wurde die Airline entsprechend rezertifiziert.
- Die Auszubildendenwerkstatt von Austrian Airlines wurde mit dem amaZone Award in der Kategorie Großbetriebe ausgezeichnet. Diesen Preis bekommen Betriebe, die Frauen in technischen und handwerklichen Ausbildungen besonders fördern.

- Das SESAR-Projekt iStream, an dem unter anderem Lufthansa und SWISS beteiligt waren, erhielt den IHS Jane's ATC Award in der Kategorie „Enabling Technology“.
- Das SESAR-Projekt Optimized Descent Profile (ODP), an dem unter anderem Lufthansa und SWISS beteiligt waren, wurde mit dem IHS Jane's ATC Award in der Kategorie „Environment“ ausgezeichnet.
- Das Demonstrationsprojekt Augmented Approaches to Land (AAL), an dem unter anderem Lufthansa und SWISS beteiligt waren, gewann den Single European Sky Award 2017 in der Kategorie „Innovation und Technology“.
- Lufthansa Cargo wurde von DHL Global Forwarding mit vier „grünen Flugzeugen“ als bevorzugter Carrier bewertet und mit dem GoGreen Carrier Certificate ausgezeichnet.
- Lufthansa Cargo gewann mit dem Projekt „OMEGA – CO₂-Reduzierung auf Basis von Big Data“ den German Award for Excellence der DQS in der Kategorie „Environmental Responsibility“.
- Beim Deutschen CSR Preis erreichte Lufthansa Cargo mit OMEGA in der Kategorie „CO₂-Vermeidung als Beitrag zum Klimaschutz“ zusammen mit zwei weiteren Unternehmen das Finale.
- Bei den Payload Awards Asia 2017 erhielt Lufthansa Cargo den Corporate Social Responsibility Award.
- Lufthansa Systems erhielt den Deutschen Mobilitätspreis für die digitale Hindernisdatenbank Lido/SurfaceData, die Anfang 2017 auf den Markt kam.
- SPIRIANT, eine Tochter der LSG Group, wurde für ihre Amenity Kits bei den TravelPlus Awards als Supplier of the Year ausgezeichnet.
- Bei den Corporate Art Awards 2017 in Rom wurde das Lufthansa Aviation Center für seine Kunstsammlung ausgezeichnet. Schirmherr der Preisvergabe ist das italienische Kulturministerium.

2018

- Bei den Business Travel Awards 2018 erhielt Lufthansa die Auszeichnung in der Kategorie „Beste Langstrecken-Airline“, während die Konzerngesellschaft AirPlus für das „beste Corporate-Payment-Produkt“ ausgezeichnet wurde.
- Der Internationale Luftverkehrsverband IATA zeichnete die mobilen Self-Services von Austrian Airlines mit dem Fast Travel Platinum Award aus.
- SWISS wurde mit dem Randstad Award 2018 als attraktivster Arbeitgeber der Schweiz ausgezeichnet.
- Lufthansa erhielt beim wichtigsten Deutschen Werbepreis ADC-Award (Art Directors Club für Deutschland e.V.) insgesamt 15 Awards, unter anderem für die Kampagne #LifeChangingPlaces.

DEUTSCHE LUFTHANSA AG

Lufthansa Group Communications

Lufthansa Aviation Center

60546 Frankfurt am Main

Deutschland

E-Mail: balance@dlh.de

Balance ist ein rechtlich geschützter Titel.

© Juni 2018