



Nachricht

Frankfurt, 03. Juli 2017

Lufthansa Group: Digitalisierung unterstützt grüne Transformation

- **23. Nachhaltigkeitsbericht „Balance“ veröffentlicht**
- **Titelstory „#DigitalAviation“ gibt Einblick in zentrale Innovations- und Zukunftsthemen der Lufthansa Group**
- **Climate Scoring Ergebnis von „B“ in der CDP-Klimawandelberichterstattung**
- **Flottenentwicklung: Zwei Weltpremierer sowie Einführung des weltweit modernsten und umweltfreundlichsten Langstreckenflugzeugs**
- **Verstärktes Engagement zur Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen**
- **Neuausrichtung des gesellschaftlichen Engagements**

#DigitalAviation

Die Lufthansa Group möchte das Reiseerlebnis für ihre Fluggäste noch effizienter, nachhaltiger und attraktiver gestalten. Dafür setzt der Konzern verstärkt auf digitale Lösungen und Innovationen. Die zehnteilige Titelstory des heute veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichtes „Balance“ stellt unter dem Titel „#DigitalAviation“ die vielfältigen Digitalisierungsprojekte der Lufthansa Group und deren zentrale Bedeutung für eine nachhaltige Unternehmensführung vor.

„Unser Ziel ist ein ganzheitliches und nachhaltiges Mobilitätskonzept, das auf den jeweiligen Wunsch des Kunden zugeschnitten ist. Hier spielt die Digitalisierung entlang der gesamten Reisekette eine zentrale Rolle. Nicht zuletzt ermöglichen unsere Digitalisierungsprogramme optimierte Prozesse, verbesserte Services und eine schnellere Kommunikation – und sie unterstützen die grüne Transformation“, so Carsten Spohr, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Lufthansa AG, im Vorwort des Berichts.

Klima- und Umweltverantwortung

Nichtfinanzielle Themen gewinnen weiter an Bedeutung und leisten einen wichtigen Beitrag zur erfolgreichen Aufstellung des Unternehmens. Und die Lufthansa Group ist auf Kurs: ökonomisch, ökologisch und sozial. So war der Konzern im Berichtsjahr erneut in zahlreichen Nachhaltigkeitsindizes gelistet. Mit einem Climate Scoring Ergebnis von „B“ in der CDP-Klimawandelberichterstattung hat die Lufthansa Group darüber hinaus den Status „Sector Leader Transportation“ in der DACH-Region erreicht und gehört damit zu den umweltfreundlichsten Unternehmen der Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Investition in neue und damit besonders sparsame und leise Flugzeuge ist der zentrale Hebel, um weitere Erfolge in der Umweltbilanz zu erzielen. 2016 stellte die Lufthansa Group nahezu jede Woche ein neues Flugzeug in Dienst und konnte zwei Weltpremieren feiern: die Einflottung der C Series bei SWISS und den Airbus A320neo bei Lufthansa. Im Dezember 2016 hat Lufthansa darüber hinaus die erste von 25 bestellten A350-900 erhalten. Mittlerweile verfügt die Airline über drei Flugzeuge dieses Typs. Es ist das modernste und umweltfreundlichste Langstreckenflugzeug.

Der Treibstoffverbrauch der Passagierflotten pro Passagier und 100 Kilometer konnte seit 2006 um mehr als 12 Prozent auf durchschnittlich 3,85 Liter im Jahr 2016 gesenkt werden. Der spezifische Treibstoffverbrauch lag somit auf dem Niveau des Vorjahres. Die Experten der Lufthansa Group haben 2016 insgesamt 183 Treibstoffeffizienz-Projekte umgesetzt, die die CO₂-Emissionen um 620.000 Tonnen pro Jahr reduzieren. Mit der eingesparten Menge an Kerosin kann ein Airbus A320 eineinhalb Monate einmal täglich von Frankfurt nach Berlin und zurück fliegen.

Gender und Diversity

Seit vielen Jahren erreicht die Lufthansa Group Spitzenpositionen in renommierten Arbeitgeber rankings. Die Vielfalt in der Belegschaft ist ein wesentlicher Faktor für den Unternehmenserfolg: 144 Nationalitäten sind in der Lufthansa Group weltweit vertreten. Der Konzern möchte noch mehr Vielfalt in Profile, Kompetenzen und Erfahrungen bis in die Management-Ebenen transportieren. Ein besonderer Fokus liegt auf der Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen: Auf der reinen Leitungsebene lag der Anteil weiblicher Führungskräfte in der Lufthansa Group im Berichtsjahr weltweit bei 15,6 Prozent und damit 0,7 Prozentpunkte höher als im Vorjahr. 2016 wurde das Projekt „Förderung von Frauen im Management“ initiiert, mit dem Ziel, bis 2021 die Anzahl weiblicher Führungskräfte in der Lufthansa Group weiter zu erhöhen. Im Sinne einer familienbewussten Unternehmenskultur werden darüber hinaus weitere Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben vorangetrieben. Hierzu zählen beispielsweise Shared Leadership und befristete Auszeiten.

Corporate Citizenship

Im Bereich Corporate Citizenship lag der Schwerpunkt 2016 auf der Neuausrichtung des Engagement-Portfolios und der Transformation der Mitarbeiter-Hilfsinitiative help alliance von einem eingetragenen Verein in eine gemeinnützige Gesellschaft unter dem Dach der Lufthansa Group. Der Konzern konzentriert sich künftig auf die Themenfelder „Education & Enabling“ sowie „Life & Health“ und möchte so den Wirkungsgrad seines gesellschaftlichen Engagements weiter erhöhen.

Mit „Balance“ informiert die Lufthansa Group jährlich transparent über die vielfältigen Aktivitäten, Ziele und Fortschritte des Konzerns in den Bereichen Ökonomie, Soziales, Umwelt, Produkt und Gesellschaft. Die Publikation ist ab sofort auf der Internetseite www.lufthansagroup.com/verantwortung verfügbar.

3 / 3

Ein Video zum Thema „Corporate Responsibility“ in der Lufthansa Group finden Sie [hier](#).

Deutsche Lufthansa AG

Media Relations

Tel.: +49 69 696 - 2999

<http://newsroom.lufthansagroup.com/>

Follow us on Twitter: [@lufthansaNews](https://twitter.com/lufthansaNews)