

# AIDA cares

Nachhaltigkeitsbericht 2011



### **Ansprechpartner**

#### **Verantwortlicher Nachhaltigkeitsstrategie:**

Markus Wohsmann, Director Communication

#### **Verantwortlicher Umweltreporting:**

Bastian Tesching, Manager Energy & Environment

#### **Verantwortlicher GRI-Kennzahlen:**

Thorsten Guhr, Director HESS Policy & Compliance

#### **Verantwortliche Nachhaltigkeitsbericht:**

Katharina Harwik, Manager Corporate & Business Development

#### **Verantwortliche Medien:**

Kathrin Heitmann, Manager Communication

Für die Beantwortung Ihrer Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gern zur Verfügung.

Telefon: +49 (0) 381/444-0

E-Mail: [umwelt@aida.de](mailto:umwelt@aida.de)

Unseren Nachhaltigkeitsbericht und weitere Informationen finden Sie auf unserer Internetseite [www.aida.de/umwelt](http://www.aida.de/umwelt)

### **Titel**

AIDAdiva vor der Insel Rügen

### **Gesamtverantwortung für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen**

#### **Michael Thamm**

President

#### **Michael Ungerer**

Senior Vice President Operations

#### **Paul Soulsby**

Senior Vice President & CFO

#### **Jörg Eichler**

Senior Vice President Marketing & Sales

### **Impressum**

#### **Herausgeber**

AIDA Cruises  
Am Strande 3 d  
18055 Rostock  
Germany

#### **Verantwortlich**

Communication, AIDA Cruises

#### **Konzept, Text und Design**

Serviceplan

#### **Fotos**

AIDA, Ingrid Fiebak-Kremer, Thomas Häntzschel, Carsten Herwig, Volker Köpke, Christina Körte, Michael Kuck, Thilo Müller, Ralph Richter, Jürgen Waffenschmidt, Michael Wessels

#### **Umsetzung und Repro**

NUREG GmbH, Nürnberg



Michael Thamm, President AIDA Cruises

## Sehr geehrte Damen und Herren, liebe AIDA Freunde,

nachhaltiges Handeln ist für uns eine Frage der unternehmerischen Vernunft. Wir sehen, dass Umweltverhalten und positive ökonomische Effekte einander bedingen. Für AIDA Cruises bedeutet der schonende Umgang mit unseren Ressourcen deshalb die Bewahrung der Grundlagen unseres Geschäftsmodells.

Das Jahr 2010 war für uns das erfolgreichste Jahr in der Unternehmensgeschichte. Wir haben unser jüngstes Schiff, AIDAblu, getauft, neue Arbeitsplätze geschaffen, in die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter investiert und unsere Umweltbilanz weiter verbessert.

Als Marktführer auf dem deutschen Kreuzfahrtmarkt ist es unsere Pflicht, unserer Verantwortung für die Gesellschaft und unserer Umwelt gerecht zu werden – auch über gesetzliche Standards hinaus. Es ist uns ein besonderes Anliegen, den maritimen Lebensraum zu schützen und zu erhalten. Ebenso liegt uns der verantwortungsbewusste Umgang mit unseren Gästen, Mitarbeitern und Partnern am Herzen.

Für das Jahr 2011 haben wir unsere Ziele klar definiert und werden diese konsequent verfolgen. Wir werden den Kontakt zu unseren Gästen vor, während und nach der Reise deutlich ausbauen, unsere spezifischen Schiffsemissionen weiter senken und die Anzahl an Ausbildungsplätzen und Trainings steigern.

So werden wir unseren Gästen auch in Zukunft unvergessliche Momente an Bord unserer Schiffe bescheren können.

Liebe Leserinnen und Leser, ich freue mich sehr, Ihnen unseren neuen Nachhaltigkeitsbericht präsentieren zu dürfen. Ich lade Sie ein auf eine Entdeckungsreise in die Welt von AIDA. Sprechen Sie uns an – wir freuen uns über Ihre Anregungen.

Mit freundlichem Gruß

Ihr Michael Thamm  
President AIDA Cruises

Die **Gesamtzufriedenheit**  
unserer Gäste lag 2010 bei **96 %**

**Unser Handeln** richtet sich  
nach Vertrauen, Respekt und gegenseitiger Wertschätzung

2010 haben wir **über 7.600**  
Reisebüromitarbeiter **geschult**

Unsere **Recyclingquote**  
haben wir weiter erhöht – auf **28,5 %**

**Wir investieren weiter**  
in unsere Ausbildung. Bilanz: 50 neue Ausbildungs- und Studienplätze im Jahr 2010

- 2 Impressum
- 3 Editorial



### 1. Vertrauen schaffen durch exzellenten Service

- 7 Mehr Transparenz für zufriedene Gäste
- 9 Interview mit Susanne Thiel, AIDA Gast
- 10 Höchste Datenschutzerfordernungen
- 11 Reiseziele im Jahr 2010



### 2. In unserem Umfeld nachhaltig handeln

- 13 Unsere Werte und das AIDA Leitbild
- 13 Internationale Richtlinien
- 15 Unsere Ziele und unsere Berichterstattung
- 15 Statement von Markus Wohsmann, Director Communication bei AIDA Cruises



### 3. Langfristiges Wachstum verantwortungsvoll gestalten

- 17 AIDA Cruises weiter auf Erfolgskurs
- 17 AIDA als Jobmotor
- 18 Internationales Partnernetzwerk
- 18 Die AIDA Flotte – Hier ist das Lächeln zu Hause



### 4. Innovationen zum Schutz der Meere

- 21 Unsere Verpflichtung für die Umwelt
- 21 Umweltschutz an Bord
- 21 Forschung und Umwelttechniken
- 22 Reduktion unserer Emissionen
- 24 Interview mit Sven Heitmann, Umweltoffizier bei AIDA Cruises



### 5. Individuell fördern – gemeinsam wachsen

- 27 Wir schaffen Perspektiven für den Nachwuchs
- 27 Aus- und Weiterbildung
- 28 Interview mit Sarah Kowalzik, Diplomandin bei AIDA Cruises
- 29 Wertschätzung unserer Mitarbeiter
- 31 Engagement für Umwelt, Kultur und Sport

- 32 Unsere Erfolge im Jahr 2010 – unsere Ziele für 2011
- 34 GRI-Index

# 1. Vertrauen schaffen durch exzellenten Service



# Mehr Transparenz für zufriedene Gäste

Das Wohl und die Zufriedenheit unserer Gäste sind der Maßstab für unseren Erfolg. Mit unserem Leitbild „Hier ist das Lächeln zu Hause“ geben wir das Versprechen, unseren Gästen unvergessliche Momente und höchste Standards zu bieten. 2010 haben wir mit unserem zentralen Kundenmanagement eine Instanz geschaffen, die die Interessen und Ansprüche unserer Gäste noch stärker als bisher in den Fokus rückt. So haben wir beispielsweise unsere Angebote im Bereich Social Media erweitert und unseren Gästefragebogen digitalisiert, um Anregungen schneller umsetzen zu können.

Im Jahr 2010 haben wir damit begonnen, unser Kundenmanagement neu auszurichten. Angesiedelt im Bereich Marketing & Communication bündelt es die Bereiche Direktmarketing, AIDA Club, Beschwerdemanagement, Qualitätssicherung, Kundendaten-Management und Marktforschung. Im Zuge der Umstrukturierung werden wir die Abteilung Customer Care, die sich mit Beschwerden und Kulanzanfragen unserer Gäste vor der Reise befasst, zum 1. Februar 2011 in das Beschwerdemanagement integrieren. Damit komplettieren wir die ganzheitliche Ausrichtung unseres Beschwerdemanagements.

## Wir begleiten unsere Gäste vor, während und nach der Reise.

Zusätzlich werden wir eine umfassende Kommunikation etablieren, um unseren Gästen vor, während und nach der Reise den bestmöglichen Service zu bieten. Dazu gehört auch, sie optimal auf ihren Urlaub einzustimmen und bei den Vorbereitungen zu unterstützen. Bereits vor Reiseantritt stellen wir deshalb ein umfangreiches Informationspaket zur Verfügung. Es enthält Checklisten, Einreisebestimmungen, Impfhinweise sowie Angaben zu Schiff, Route und Zielgebieten. Nach Reiseende erhält der Gast einen „Willkommen zu Hause“-Gruß per E-Mail mit dem Link zum Gästefragebogen.

## Wir lernen von unseren Gästen

Wir wachsen an den Wünschen und Anregungen unserer Gäste. Deshalb wollen wir konstruktive Hinweise, Ideen und Kritik noch schneller erfassen, auswerten und geeignete Maßnahmen zur Verbesserung umsetzen. Ein zentrales Instrument zur Erfassung der Zufriedenheit unserer Gäste ist der Gästefragebogen, der bislang in Papierform in der Kabine ausgelegt wurde. Um das Feedback künftig noch schneller auswerten zu können, versenden wir seit Ende 2010 unsere Gästefragebögen digital. Bislang konnten unsere Kunden auf einer Skala von 1 für „sehr zufrieden“ bis 5 für „gar nicht zufrieden“ unseren Service bewerten. Die neue Online-

Befragung gibt ihnen nun die Möglichkeit, auch ausführliche Kommentare zu einzelnen Services zu ergänzen, in denen sie Verbesserungspotenzial oder eine besonders gute Leistung sehen. Der Gast erhält nach Ende seiner Reise per E-Mail einen Link zum Fragebogen und füllt diesen in der Regel in den

rüber hinaus erfragen wir in Studien zu speziellen Themen Wünsche und Interessen von Urlaubsreisenden, um unser Produkt an die wachsenden Bedürfnisse unserer Gäste anpassen zu können. Zusätzlich zu den Online-Fragebögen können unsere Gäste bereits an Bord Wünsche und Anregungen auf



Das AIDA Entertainment-Programm setzt Maßstäbe auf dem internationalen Kreuzfahrtmarkt.

nächsten drei Tagen aus. Die Ergebnisse liegen uns damit bereits kurz nach Reiseende und so wesentlich schneller als beim gedruckten Fragebogen vor. Durch die Einführung der digitalen Version sparen wir zusätzlich bis zu 2,8 Tonnen Papier pro Jahr.

## Start unseres neuen Online-Gästefragebogens im Jahr 2010.

Die Ergebnisse der Gästefragebögen werden über ein definiertes Kennzahlensystem für die einzelnen Schiffe und unsere gesamte Flotte in einem Qualitätsreporting zusammengefasst. Dieses wird einmal im Monat sowohl der Geschäftsleitung als auch den Fachbereichen vorgestellt. In Ergänzung dazu betreiben wir kontinuierlich Marktforschung und führen Ad-hoc-Befragungen durch. Da-

unsere Ideenkarten äußern, die unverzüglich ausgewertet und, wenn möglich, direkt umgesetzt werden. Dadurch können wir noch während der Reise reagieren. Zudem führen wir regelmäßig Mystery Checks durch. Dabei prüfen unabhängige Experten aus Hotellerie und Gastronomie als Tester die Qualität der Serviceleistungen und bewerten diese anhand eines umfangreichen, auf Basis unserer Service- und Fachstandards ausgerichteten Kriterienkatalogs. Die Ergebnisse dieser unterschiedlichen Mechanismen werden sorgfältig analysiert. In Abstimmung mit den Fachbereichen werden sie in konkrete Handlungen umgesetzt und nachgehalten.

## Gästezufriedenheit erneut gestiegen

Um die Transparenz unserer Gästezufriedenheit zu erhöhen, haben wir, wie 2009 angekündigt, im Jahr 2010 die Bewertungen unserer Gäste auf unserer Internetseite veröffentlicht. Unter dem Menüpunkt „Angebote & Buchen“ kann für jede Route die

jeweilige Bewertung eingesehen werden. Darüber hinaus haben wir eine Differenzierung der Gästezufriedenheit nach Winter- und Sommersaison vorgenommen. Die Gesamtzufriedenheit lag in der Wintersaison 2009/2010 bei 1,57 und in der Sommersaison 2010 bei 1,49 und damit im Bereich „sehr gut“. Die Gesamtzufriedenheit erreichte 96 Prozent. Unser Ziel, die Gästezufriedenheit gegenüber dem Vorjahr weiter zu erhöhen, haben wir damit erreicht. Unsere hohen Servicestandards tragen maßgeblich dazu bei, dass sich unsere Gäste an Bord wohlfühlen.

## Die Gästezufriedenheit liegt bei „sehr gut“.

Ein Beispiel hierfür sind unsere strengen Hygienevorschriften. Deren Einhaltung wurde z.B. durch den United States Public Health Service bestätigt. Bei Hygieneinspektionen während der Nordamerika-Reisen von AIDA luna erreichten wir im vergangenen Jahr 96 von 100 Punkten.

Während wir unser Ziel, die Gästezufriedenheit 2010 zu steigern, erfüllt haben, ist es uns nicht gelungen, die Reklamationsquote

unter 1,9 Prozent zu senken. Ursache waren unvorhersehbare Ereignisse. So beeinflusste beispielsweise der Ausbruch des Vulkans Eyjafjallajökull auf Island Routenverläufe und Einlaufzeiten in Häfen. Für 2011 planen wir, unser hohes Niveau bei der Gesamtzufriedenheit zu halten und die Zahl der Reklamationen zu reduzieren.

Unser Ziel ist es, Reklamationen in weniger als 10 Arbeitstagen zu bearbeiten – sowohl an Bord als auch an Land. Darüber hinaus werden wir für die Reklamationsquote künftig zwei Kennzahlen ausweisen:

- Pauschalprodukt: inklusive aller Leistungsparameter wie beispielsweise die An- und Abreise
- Schiff: berücksichtigt ausschließlich die Schiffsreise

### AIDA Club

Als Zeichen unserer Wertschätzung für besonders treue Kunden gibt es ein AIDA Vielfahrerprogramm. Dieses wird 2011 unter dem Namen AIDA Club neu ausgerichtet. Die Mitglieder erwerben innerhalb eines mehrstufigen Systems Anspruch auf verschiedene Leistungen. Mitglied wird, wer in den vergangenen 5 Jahren mindestens 10 Tage an Bord verbracht hat. Im AIDA Club-

portal erwarten die Mitglieder exklusive Informationen, Überraschungen, Einladungen zu AIDA Veranstaltungen und spezielle Angebote unserer Kooperationspartner. An Bord werden Clubmitglieder je nach Status beispielsweise ein Bordguthaben, Einladungen zu einem Treffen mit dem Club Direktor, einem Empfang mit dem Kapitän oder Einladungen für unsere A-la-carte-Restaurants erhalten.

### Online-Community-Management

Unsere Gäste zählen zu unseren wichtigsten Partnern. Der Austausch mit ihnen hilft uns, die Qualität unseres Produktes zu verbessern. Um die Kommunikation zu intensivieren, haben wir 2010 eine Reihe neuer Plattformen eingeführt. In der AIDA Weblounge, die wir im Rahmen des Online-Community-Managements eingerichtet haben, berichten beispielsweise Kapitäne und Club Direktoren in Blogs über das Geschehen an Bord und erzählen Geschichten aus der AIDA Urlaubswelt. Unsere Gäste stellen ihre Reiseberichte, Videos und Fotos ein und tauschen sich über ihren Urlaub aus. In der AIDA Weblounge waren im vergangenen Jahr 26.500 Mitglieder aktiv. Für 2011 planen wir, die Zahl weiter zu steigern. Mitglieder der Community können unter anderem die inhaltliche Ausrichtung der AIDA Fanreisen aktiv mitgestalten.



Unsere Küche ist so international wie unsere Crew.



## Susanne Thiel

AIDA Gast seit 2004

### **Welche Dinge gehören für Sie zu einer gelungenen Kreuzfahrt und einem guten Urlaubserlebnis?**

Mir als begeisterter Kreuzfahrerin ist die Mischung wichtig. Zu einer gelungenen Kreuzfahrt gehören Erholung und Kulturerfahrungen, professionelles Entertainment und Wellnessangebote. Das steht und fällt mit dem Schiff und seiner Ausstattung. Dass ich mich Jahr für Jahr für AIDA entscheide, liegt daran, dass ich mich zu jeder Zeit und an jedem Ort auf den Schiffen wohlfühle.

### **AIDA Cruises setzt vielfältige Maßnahmen zum Umweltschutz ein. Haben Sie während Ihrer Reisen davon erfahren?**

Ich empfinde es als außerordentlich angenehm, mit einem Schiff zu reisen, auf dem Umweltschutz großgeschrieben wird. Und als interessierter Gast kommt man immer wieder mit diesem Thema in Berührung. Sei es über Artikel im AIDA Magazin, in Gesprächen mit anderen Gästen oder über die AIDA Insider Tour, auf der der Gast einen exklusiven Blick hinter die

Kulissen erhält. Es gibt immer etwas Neues zu entdecken. Mir als Kleinunternehmerin ist im AIDA cares des letzten Jahres besonders die Mitarbeiterführung bei AIDA positiv aufgefallen. Nachwuchsförderung und Mitarbeiterqualifikation in den eigenen Reihen sind Dinge, die ich auch aus eigener Erfahrung sehr begrüße.

### **Wir bitten unsere Gäste um Hinweise, wie wir unser Produkt verbessern bzw. weiterentwickeln. Haben Sie davon Gebrauch gemacht?**

Die Ideenkarte habe ich immer ausgefüllt. Auch wenn ich mit meinem AIDA Urlaub rundum zufrieden war, gibt es doch immer wieder Kleinigkeiten, die mir aufgefallen sind. Mit den Jahren und den Erfahrungen habe ich auch einen neuen Blick gewonnen. Da hat es mich umso mehr gefreut, als ich einen meiner Vorschläge bei der nächsten Reise umgesetzt sah. Während des Abendessens wurden neue Stoffservietten nachgelegt und die Tische auch für spät erscheinende Gäste ansprechend hergerichtet. Danke!

Im Bereich Social Media ist AIDA Cruises unter anderem mit einem eigenen YouTube-Kanal und einer Facebook-Seite vertreten, die monatlich rund 100.000 Besucher zählt. Nutzer der Seite konnten sich beispielsweise an der Wahl der Taufpatin für AIDASol beteiligen.

## AIDA Kapitäne bloggen über das Leben auf See.

Der Einsatz von Social Media fördert den Dialog der Gäste untereinander, lässt sie auch vor und nach der Reise unmittelbar die AIDA Welt erleben und wird damit Teil des Urlaubserlebnisses. Für das Jahr 2011 planen wir deshalb, unsere Aktivitäten auf allen relevanten Social-Media-Kanälen auszubauen. Wir planen, die Vernetzung von YouTube, AIDA Weblounge und Facebook stärker auszubauen und Nutzern durch die Verlinkung einen umfassenden Einblick in die virtuelle AIDA Welt zu geben. Zusätzlich möchten wir Anregungen und Kritik in Bewertungsforen und unserer Weblounge aufgreifen und in unser Qualitätsreporting aufnehmen.



Bei AIDA TV berichten Crew-Mitglieder unter anderem über das Programm an Bord.



Datenschutz genießt bei uns höchste Priorität.

## Höchste Datenschutzerfordernungen

Der Schutz personenbezogener Daten und der verantwortungsvolle Umgang mit den Informationen, die uns unsere Gäste anvertrauen, sind uns ein wichtiges Anliegen. AIDA Cruises erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten daher nur in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Regelungen. Maßgeblich sind die EU-Datenschutzrichtlinie und das Bundesdatenschutzgesetz. Personenbezogene Daten werden aus folgenden Gründen abgefragt, gespeichert und verarbeitet:

- Für die Buchung und Abwicklung einer Reise
- Für die Kundenbetreuung
- Für den Zugriff auf Services unserer Internetseite
- Für die Marktforschung
- Für die Erfüllung gesetzlicher Bestimmungen

Grundsätzlich werden personenbezogene Daten nur nach vorheriger persönlicher Einwilligung unserer Gäste weiterverarbeitet. Im Jahr 2010 haben wir unsere bestehenden Datenschutzrichtlinien um die neuen gesetzlichen Anforderungen erweitert.

## Unser Datenschutz ist zertifiziert.

Diese Richtlinien sind für alle unsere Mitarbeiter bindend. Unser Datenschutzbeauftragter überwacht die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften bei AIDA Cruises. Er berät und unterstützt die Fachbereiche in allen Fragen zu diesem Thema. Das gilt vor allem für die Einführung neuer automatisierter Verfahren zur Verarbeitung personenbezogener Daten. Mitarbeiter, die mit Kundendaten arbeiten, werden durch unseren Datenschutzbeauftragten alle drei Monate zu den geltenden Gesetzen und unseren Leitlinien geschult. Der Datenschutz-

beauftragte ist über die E-Mail-Adresse [datenschutz@aida.de](mailto:datenschutz@aida.de) erreichbar. Hier können unsere Gäste von ihrem Auskunfts- und Widerspruchsrecht Gebrauch machen. Die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen bei AIDA Cruises wird durch den TÜV Süd geprüft. Für den Berichtszeitraum liegen keine Verstöße gegen die Datenschutzbestimmungen vor.



## Destinationen

AIDA Cruises steuerte im Jahr 2010 160 Häfen in über 60 Ländern an. Zu unseren Reiseregionen gehören die Ostsee, Nord- und Westeuropa, die Kanaren, das Mittelmeer sowie der Persische Golf, Südostasien, Nord- und Südamerika sowie die Karibik. Als neue Zielgebiete haben wir 2010 den Amazonas und Südamerika aufgenommen. Im Jahr 2011 bieten wir unseren Gästen auch erstmalig Reisen im Schwarzen und Roten Meer an.



### AMAZONAS

Reisezeit: Oktober/November 2010  
Schiff: AIDAvita

#### Zielhäfen:

Barbados, Belém, Dominica, Dominikanische Republik/La Romana, Île Royale, Manaus, Santarém, St. Maarten, Trinidad

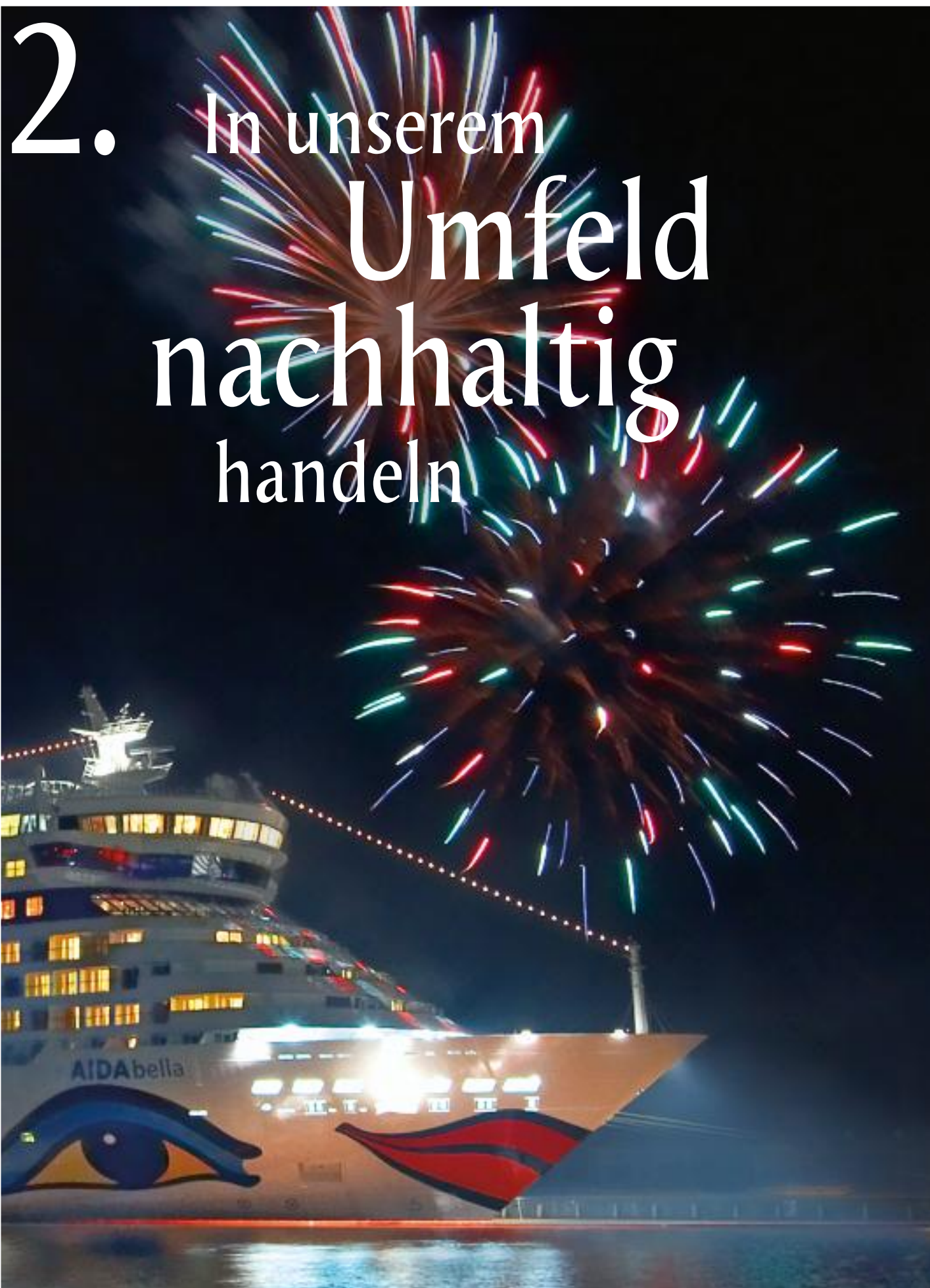


### SÜDAMERIKA

Reisezeit: November/Dezember 2010  
Schiff: AIDAcara

#### Zielhäfen:

Angra dos Reis, Armação dos Búzios, Buenos Aires, Falkland-Inseln, Ilhabela, Ilhéus, Itajai, Mar del Plata, Montevideo, Puerto Madryn, Punta Arenas, Punta del Este, Praia, Recife, Rio de Janeiro, Salvador, Santos, Ushuaia



# 2. In unserem Umfeld nachhaltig handeln

# Unsere Werte und das AIDA Leitbild

Als international tätiges Unternehmen arbeiten wir mit vielen Partnern weltweit zusammen. Dazu zählen wir unsere Gäste, Zulieferer, Werften, Hafenagenturen, Reisebüros, Branchenverbände sowie Partner aus Politik, Wissenschaft und Forschung – auf regionaler und internationaler Ebene. Wir wirtschaften verantwortungsvoll und streben dies im Einklang mit den Interessen unserer Partner an. Als Grundlage dienen uns unser Leitbild und unsere Richtlinien.

Unser Handeln richtet sich nach Vertrauen, Respekt und gegenseitiger Wertschätzung. Das AIDA Leitbild „Hier ist das Lächeln zu Hause“ umfasst beispielsweise:

- Wir sind engagiert. Deshalb hinterfragen wir unsere Leistungen und unseren Service jeden Tag aufs Neue.
- Wir sind verantwortungsbewusst. Der schonende Umgang mit Ressourcen und der Umwelt liegt uns am Herzen – weil wir uns der Verantwortung für unsere Zukunft bewusst sind.
- Wir handeln partnerschaftlich. Dazu gehört auch, dass wir uns gegenseitig unterstützen. Wir sind in der Lage, konstruktiv Kritik zu üben – und anzunehmen.

ziell ausgebildete Feuerteams, die die Sicherheit unserer Gäste gewährleisten.

Alle Maßnahmen sind im Safety Management Manual festgelegt. Unabhängige Experten haben unseren systematischen Ansatz im Bereich Schiffssicherheit ausgezeichnet.

## Integriertes Managementsystem

AIDA Cruises hat sich Qualitäts-, Umwelt- und Sicherheitsstandards gesetzt, die über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus gehen. Ein Integriertes Managementsystem (IMS) hilft uns dabei, unsere Leistung fortlaufend zu verbessern. Zusätzlich erfüllen wir den GLC MSR des Germanischen Lloyd. Dieser internationale Standard ist ein umfassendes Instrument zur Einhaltung humaner Arbeitsbe-

dingungen im Unternehmen. Der Schwerpunkt liegt auf der Sicherung der Rechte der Arbeitnehmer und der Zulieferer. Jährlich be-

## Experten zertifizieren unsere Schiffsicherheit.

stätigt der Germanische Lloyd die Einhaltung des GLC MSR und der ISO-Standards und zertifiziert AIDA Cruises.

## Im Dialog mit der Politik

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung bedeutet, uns auf Herausforderungen

## Internationale Richtlinien

Neben unseren selbst gesetzten Leitlinien achten wir sorgfältig auf die Einhaltung nationaler wie internationaler Gesetze und Richtlinien. Neue Bestimmungen setzen wir schnellstmöglich um – oft über das geforderte Maß hinaus. Auf europäischer Ebene wird der Rahmen durch die integrierte Meerespolitik der Europäischen Kommission und die Meeresstrategie-Richtlinie abgesteckt.

International sind für AIDA Cruises die Vorgaben des Marine Environment Protection Committee (MEPC) sowie der International Maritime Organization (IMO) wesentlich. Zu ihren wichtigsten Regelungen zählen der International Ship and Port Facility Security Code (ISPS) und der International Safety Management Code (ISM). Sie gewährleisten die Sicherheit in Häfen und den sicheren Schiffsbetrieb. Zu den Regelungen der IMO gehört auch das SOLAS-Abkommen (Safety of Life at Sea). Es legt Regeln für den Bau, die Ausstattung und den Betrieb von Schiffen fest.

Auf unseren Schiffen sorgen unsere Sicherheitsoffiziere für die Einhaltung der internationalen Regeln und unserer internen Leitlinien. Die Mannschaft wird regelmäßig geschult und weist in Übungen nach, dass sie auf mögliche Notfälle professionell reagiert und die Rettungsmittel einsatzfähig sind. Für den Brandschutz gibt es auf jedem Schiff spe-

Unsere wichtigsten Stakeholder	
<b>Gäste</b>	<b>Mitarbeiter</b>
<b>Branchenverbände</b>	<b>Unternehmen</b>
Cruise Lines International Association (CLIA)	Entsorger
Deutscher ReiseVerband e. V. (DRV)	Hafenbehörden
European Community Shipowners' Associations (ECSA)	Reisebüros
European Cruise Council (ECC)	Versicherer
Verband Deutscher Reeder (VDR)	Werften
<b>Internationale Organisationen</b>	Zertifizierer
Helsinki Commission (HELCOM)	Zulieferer
International Maritime Organization (IMO)	
United Nations Environmental Programme (UNEP)	<b>Wissenschaftliche Partner</b>
<b>Politik und Verwaltung</b>	Campus of Excellence
Europäische Kommission	Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE)
Bundesregierung und Bundesministerien	Fachhochschulen
Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern	<b>Soziale und kulturelle Einrichtungen</b>
Hansestadt Rostock	Karitative Vereine
Hansestadt Hamburg	Kinderhilfswerke
	Kultureinrichtungen



Durch regelmäßige Schulungen unserer Mitarbeiter beugen wir Korruption vor.

und Entwicklungen frühzeitig vorzubereiten. Gemeinsam mit Partnern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft versuchen wir, unsere Position deutlich zu machen und Lösungen für künftige Aufgaben zu entwickeln.

Im Juli 2010 beschloss die EU die Verordnung zur Regelung der Fahrgastrechte im See- und Binnenschiffsverkehr. Mit ihr will das Europäische Parlament die Verbraucherrechte stärken, im Besonderen von Passa-

## Wir engagieren uns für zukunftsweisende Branchenregeln.

gieren mit eingeschränkter Mobilität. Wir haben die Ausgestaltung dieser Verbraucherrechte unterstützt und achten auf eine konsequente Umsetzung in die Praxis. Die Carnival Corporation & plc vertritt die politischen Interessen für die gesamte Gruppe.

Ihre Positionen können auf den Internetseiten der Kreuzfahrtverbände nachgelesen werden.

### Mitgliedschaften

AIDA Cruises gehört einer Vielzahl von Wirtschaftskorporationen und Verbänden an. Wichtig für uns sind die Cruise Lines International Association (CLIA), die European Community Shipowners' Associations (ECSA) und der European Cruise Council (ECC). Seit Ende 2010 ist Michael Thamm, President AIDA Cruises, Mitglied des Executive Committee der ECC. In Deutschland engagieren wir uns im Deutschen Reiseverband e.V. (DRV) sowie dem Verband Deutscher Reederei (VDR).

### Fairer Umgang mit Geschäftspartnern

Mit dem Code of Business Conduct and Ethics verpflichten wir uns zu einem fairen Umgang mit unseren Geschäftspartnern, Lieferanten und Mitbewerbern sowie zu

Genauigkeit und Integrität bei Geschäftsabschlüssen. Interessenkonflikte sollen so vermieden werden. Um Korruption zu verhindern, sensibilisieren wir alle unsere Mitarbeiter in Schulungen und machen sie mit der Anti-Korruptions-Richtlinie der Carnival Corporation & plc vertraut. Unsere Antikorruptionspolitik legt fest: Alle Geschäftsbeziehungen mit Hafenagenturen, Lieferanten und anderen Dritten sind unter Berücksichtigung des Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) der USA zu gestalten. Verstöße können über eine Hotline an die Carnival Corporation & plc gemeldet werden.

Für den Berichtszeitraum 2010 liegen keine Verstöße gegen Rechtsvorschriften vor.

### Die EU Baltic Sea Strategy

Die Europäische Union hat eine Strategie für die Ostseeregion abgestimmt. Unter Leitung der Anrainerstaaten wird an der wirtschaftlichen, kulturellen und ökologischen Zukunft der Region gearbeitet. Wir verantworten ein Leuchtturm-Projekt, das ökologisch nachhaltigen Kreuzfahrttourismus in der Ostsee stärken will. Koordiniert werden unsere Anstrengungen durch die neu geschaffene Position des Director HESS Policy & Compliance (Health, Environmental, Safety & Security). Er bündelt unser Engagement für Umwelt, Sicherheit, Arbeits- und Gesundheitsschutz.

### Zertifizierungen von AIDA Cruises



Ziel dieses Qualitätsmanagementsystems ist es, die Qualität der Produkte und Dienstleistungen weiter zu erhöhen.



Das Occupational Health and Safety Management System legt Regeln im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz fest und hilft, Arbeitsunfälle zu vermeiden.



Das Umweltmanagementsystem hilft uns dabei, Umweltbelastungen weiter zu verringern.



Mit diesem Standard garantieren wir unsere hohe Lebensmittelsicherheit.

## Unsere Ziele und unsere Berichterstattung

Im Frühjahr 2011 werden wir einen Nachhaltigkeitsfonds gründen, mit dem wir die finanzielle Förderung von Forschung und Projekten in den Bereichen soziale Verantwortung, Umwelt und Mitarbeiter bündeln.

### Unser Nachhaltigkeitsbericht

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie AIDA cares enthält die Leitlinien für unser wirtschaftliches Handeln. Sie begleitet und beeinflusst unsere tägliche Arbeit. Das Nachhaltigkeitsmanagement steht in ständiger Verbindung mit den einzelnen Fachabteilungen des Unternehmens. Diese ermitteln die Partner, die für unser unternehmerisches Handeln relevant sind. Die Abteilung Communication berichtet der Geschäftsleitung regelmäßig über den Status von AIDA cares.

Für unseren Nachhaltigkeitsbericht haben wir uns an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI) und ihrem international anerkannten Leitfaden für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten orientiert. Alle für uns relevanten ökonomischen, ökologischen und sozialen Bedingungen und Fakten haben wir auf Basis der GRI-Richtlinien erhoben. Die gesamte Carnival-Gruppe hat 2009 vergleichbare Kennzahlen definiert und eingeführt. Dies erleichtert die Vergleichbarkeit der Be-

richte untereinander und erlaubt eine Zusammenfassung der Kennzahlen auf Konzernebene. Sie werden zentral in den Bereichen Controlling, Energy & Environment und der Personalabteilung erfasst.

## Unser Nachhaltigkeitsbericht folgt den Vorgaben der Global Reporting Initiative.

Mit dem jährlichen Nachhaltigkeitsbericht informieren wir darüber, wie wir unserer Verantwortung gerecht werden, inwieweit wir die damit verbundenen Ziele erreicht haben und welche Herausforderungen sich für die Zukunft ergeben.

Der letzte Bericht bezog sich auf das Geschäftsjahr 2009 und wurde im April 2010 veröffentlicht. Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht enthält alle relevanten Informationen aus dem Geschäftsjahr 2010. Alle Unternehmensteile von AIDA Cruises sind erfasst. Falls nur ein Teil des Unternehmens gemeint ist, wird dies klar angegeben.



### Statement Markus Wohsmann

Director Communication bei AIDA Cruises

**Nachhaltigkeit ist für AIDA das bestimmende Kriterium im täglichen Betrieb und bei der Entwicklung neuer Schiffe.** Wir sind uns unserer ökologischen Verantwortung zum Schutz des maritimen Lebensraums bewusst und wir wollen konkret und transparent dokumentieren, was wir dafür tun. Wir sehen uns in unserem Bemühen um die Schonung der Umwelt als Vorreiter unserer Branche, wissen aber auch, dass wir noch am Anfang eines Weges stehen. Unser Engagement für Nachhaltigkeit ist Teil der Erfolgsgeschichte von AIDA Cruises. Dazu gehört, dass wir unseren Gästen und der Öffentlichkeit zeigen, dass man mit uns nicht nur einen wunderbaren Urlaub verbringen kann:

Wir beteiligen uns intensiv an der **Erforschung und Entwicklung umweltfreundlicher Technologien** wie etwa dem Einsatz von Brennstoffzellen und Flüssiggas.

Wir haben uns auf den demografischen Wandel eingestellt und berücksichtigen ihn sowohl bei unseren Mitarbeitern als auch bei unseren Gästen. Unsere Anstrengungen zahlen sich aus. Während das Durchschnittsalter in der Bundesrepublik Deutschland steigt, wird der AIDA Gast immer jünger. Bei uns an Bord stimmt der Mix der Generationen und wir sind zuversichtlich, dass die Zahl unserer Gäste kontinuierlich zunimmt.

AIDA steht außerdem für die engagierte **Förderung des Nachwuchses** und Investitionen in die Ausbildung.

Mit einem **AIDA Nachhaltigkeitsfonds** werden wir gezielt Projekte im Umwelt-, Bildungs- und sozialen Bereich fördern. Damit führen wir die Unterstützung zahlreicher Initiativen auch in 2011 fort und bündeln diese Förderung, um noch effektiver handeln zu können.

# 3. Langfristiges Wachstum verantwortungsvoll gestalten



# AIDA Cruises weiter auf Erfolgskurs

AIDA Cruises ist 2010 erneut gewachsen und hat seine führende Marktposition in Deutschland und Europa weiter ausgebaut. Unser wirtschaftlicher Erfolg beruht darauf, dass wir verantwortungsvoll und nachhaltig wachsen und nach rechtlichen und ethischen Standards arbeiten. Dies erreichen wir durch ständige Investitionen in unser Produkt und ein starkes Partnernetzwerk.

Wie in den Jahren zuvor verzeichnete der europäische Kreuzfahrtmarkt im Jahr 2010 erneut ein deutliches Wachstum. Laut European Cruise Council (ECC) stieg die Zahl der Kreuzfahrtpassagiere in Europa auf über 5,5 Millionen. Dies entspricht einem Plus von 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auf den Gesamtmarkt bezogen hatte die europäische Kreuzfahrt im Jahr 2010 einen Anteil von 31 Prozent.

Der deutsche Markt für Kreuzfahrten – nach den USA und Großbritannien weltweit der drittgrößte – ist im vergangenen Jahr erneut zweistellig gewachsen. Nachdem in Deutschland 2009 erstmals mehr als eine Million Menschen eine Kreuzfahrt buchten, waren es im Jahr 2010 schon 1,2 Millionen. Davon sind allein 511.400 Menschen mit AIDA gereist, was eine Steigerung um 23,5 Prozent gegenüber 2009 bedeutet.

Die steigenden Passagierzahlen haben die Kreuzfahrtunternehmen dazu veranlasst, ihre Investitionen zu erhöhen. Laut European Cruise Council wurden 2009 allein in Europa 34 Milliarden Euro in Güter und Serviceleistungen investiert, was einem Plus von 6 Prozent entspricht. Die deutsche Kreuzschiffahrt trug dazu mit 1,9 Milliarden Euro bei. Auch für die nächsten Jahre birgt der Markt großes Potenzial. So buchten bislang lediglich 1,5 Prozent der deutschen Bevölkerung eine Kreuzfahrt. Wir erwarten ein anhaltend hohes Wachstumstempo von jährlich rund 10 bis 15 Prozent.

## Marktführer in Deutschland

In Europa gehören wir zu den führenden Kreuzfahrtanbietern. In Deutschland sind wir

die Nummer eins. Daneben sind wir auf den Märkten in Österreich, der Schweiz und den Beneluxstaaten aktiv. Seit 2004 ist AIDA Cruises eine einhundertprozentige Tochter der Costa Crociere S.p.A. und gehört somit zur Carnival Corporation & plc. Diese ist weltweit Nummer eins unter den Kreuzfahrtunternehmen. Seit 2005 ist die Carnival Corporation & plc im Nachhaltigkeitsindex FTSE4Good Global Index gelistet und veröffentlicht ihre Ergebnisse regelmäßig. Die einzelnen Kreuzfahrtmarken veröffentlichen ihre wirtschaftlichen Kennzahlen daher nicht.

## Wir beschäftigen 5.600 Mitarbeiter aus 35 Ländern.

Das leitende Management von AIDA Cruises setzt sich zusammen aus Michael Thamm (President), Paul Soulsby (Senior Vice President & CFO), Michael Ungerer (Senior Vice President Operations) und Jörg Eichler (Senior Vice President Marketing & Sales). Das Management wird gemäß seiner Verantwortlichkeiten und Leistungen vergütet.

## Modernste Kreuzfahrtflotte der Welt

Unsere Flotte besteht derzeit aus 8 Schiffen (31. März 2011) und ist eine der jüngsten Flotten weltweit. Im Februar 2010 haben wir AIDAbu in Dienst gestellt. Im April 2011 taufen wir unser achttes Schiff AIDA Sol. Auch in Zukunft werden wir unsere Flotte kontinuierlich erweitern. In den Jahren 2012 und 2013 stellen wir jeweils ein neues Schiff

in Dienst. Unsere Gesamtkapazität wird somit von 12.000 auf 16.400 Betten steigen. Unsere Schiffe betreiben wir selbstverständlich nach höchsten Qualitäts-, Umwelt-, Sicherheits-, Service- und Sozialstandards.

Das Team von AIDA Cruises ist in den vergangenen Jahren beständig gewachsen. Mit der Inbetriebnahme von AIDAbu im Februar 2010 haben wir 600 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen. Derzeit beschäftigen wir 5.600 Mitarbeiter (31. März 2011) aus 35 Ländern – 5.100 von ihnen arbeiten an Bord.

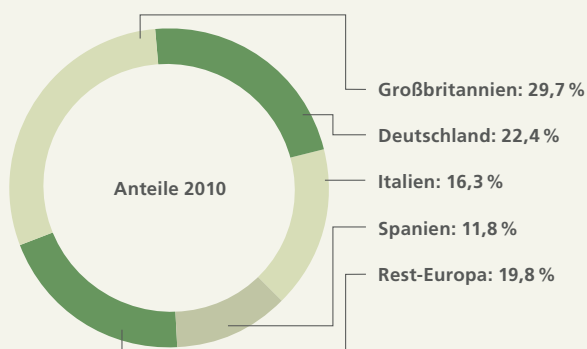
Am Unternehmenssitz in Rostock, an dem 500 Mitarbeiter arbeiten, sind die Abteilungen Operations, Newbuildings, Marketing, Sales sowie Administration, Finance und Human Resources angesiedelt.

## AIDA als Jobmotor

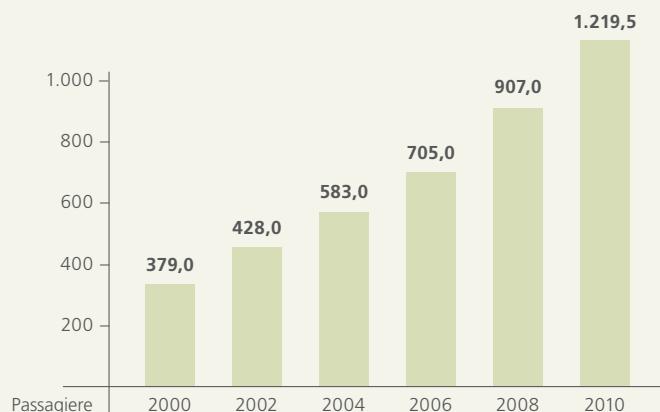
AIDA Cruises ist in Deutschland eines der wachstumsstärksten touristischen Unternehmen. Damit schaffen wir wirtschaftliche Stabilität und sichern Arbeitsplätze – national wie international. In Mecklenburg-Vorpommern gehören wir zu den wichtigsten Arbeitgebern. Unser konstantes Wachstum stärkt nicht nur unsere eigene Wettbewerbsfähigkeit. Sie wirkt sich auch positiv auf alle anderen der Kreuzschiffahrt angeschlossenen Wirtschaftszweige und Branchen aus.

Seit 2007 haben wir in großem Umfang investiert und jedes Jahr ein neues Schiff in Dienst gestellt. Insgesamt beläuft sich das Investitionsvolumen für unsere 7 Neubauten auf 2,3 Milliarden Euro. Durch die Beauf-

Europäischer Kreuzfahrtmarkt nach Passagieraufkommen



Passagierwachstum auf dem deutschen Kreuzfahrtmarkt in Tausend



tragung von Partnerfirmen sichert jeder unserer Neubauten deutschlandweit bis 2013 mehr als 5.000 Arbeitsplätze im Werft- und Zulieferbereich. Insgesamt arbeiten in Deutschland mehr als 31.000 Menschen in der Kreuzfahrtindustrie – dazu zählen nicht nur die Mitarbeiter der Kreuzfahrtunternehmen, sondern auch die Beschäftigten bei Dienstleistern, Maschinenbauern, Konsumgüterherstellern oder Ausflugsagenturen.

In Deutschland arbeiten mehr als 31.000 Menschen in der Kreuzfahrtindustrie.

## Internationales Partnernetzwerk

Wir arbeiten weltweit mit über 14.500 Partnern aus folgenden Bereichen zusammen:

- 12.200 Reisebüros in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Benelux
- 410 Lieferanten für den Hotelbetrieb, Lebensmittel, Wellness und Ausflüge
- 1.700 Partner im Bereich Neubau und Werften
- 230 Hafen- und Ausflugsagenturen

Um sicherzustellen, dass unsere hohen Qualitätsansprüche erfüllt werden, fordern wir eine Selbstauskunft unserer Partner an. Dabei fragen wir ab, inwiefern sie eigenen Leitlinien für die Bereiche Qualität, Umwelt, Hygiene, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie soziale Verantwortung folgen. Zusätzlich teilen uns unsere Partner mit, ob sie über Managementsysteme im Bereich Qualität und Umwelt verfügen.

Den Bereich Entertainment, Edutainment, Animation und Events verantwortet die SeeLive Tivoli Entertainment & Consulting

GmbH, eine 2001 von AIDA Cruises und Schmidt's Tivoli gegründete gemeinsame Gesellschaft. Als Joint Venture nimmt sie eine Sonderstellung unter unseren Partnern ein.

### Betreuungskonzept AIDA PartnerShip

Mit AIDA PartnerShip hat AIDA im Jahr 2008 ein Partnerprogramm ins Leben gerufen, das wir in der Zusammenarbeit mit unseren Reisebüropartnern gezielt weiterentwickeln.

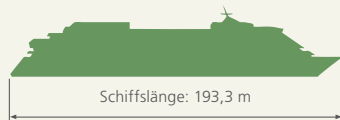
2010 haben wir über 7.600 Reisebüromitarbeiter geschult.

Alle PartnerShip Agenturen werden entweder durch unseren Außen- oder Innendienst betreut. Neben attraktiven Provisionen, bevorzugtem Service und Produktwissen aus erster Hand stellen wir u. a. Werbematerial und Werbekostenzuschüsse z. B. für Aktionen und Anzeigen zur Verfügung. Darüber hinaus bieten wir Reisen zu günstigen Konditionen

## Die AIDA Flotte – Hier ist das Lächeln zu Hause

### AIDAcara

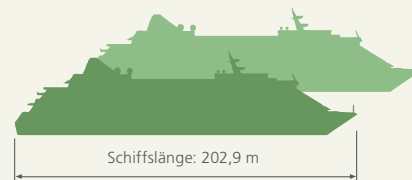
1996



gebaut in	Turku/FIN
Indienststellung	1996, Umbau 2005 und 2009
Schiffsbreite	27,6 m
Vermessung	38.557 BRZ
Tiefgang	6,0 m
Decks	11
Kabinen	590
Gästekapazität	1.180

### AIDAvita • AIDAaura

2002 • 2003



gebaut in	Wismar/D
Indienststellung	2002 und 2003
Schiffsbreite	28,1 m
Vermessung	42.289 BRZ
Tiefgang	6,2 m
Decks	12
Kabinen	633
Gästekapazität	1.266



Unsere Schiffe werden in Deutschland gebaut.

an und geben unseren Partnern Gelegenheit, unser jeweils jüngstes Schiff exklusiv kennenzulernen. Je erfolgreicher ein Reisebüro AIDA Reisen verkauft, desto mehr Leistungen kann es in Anspruch nehmen.

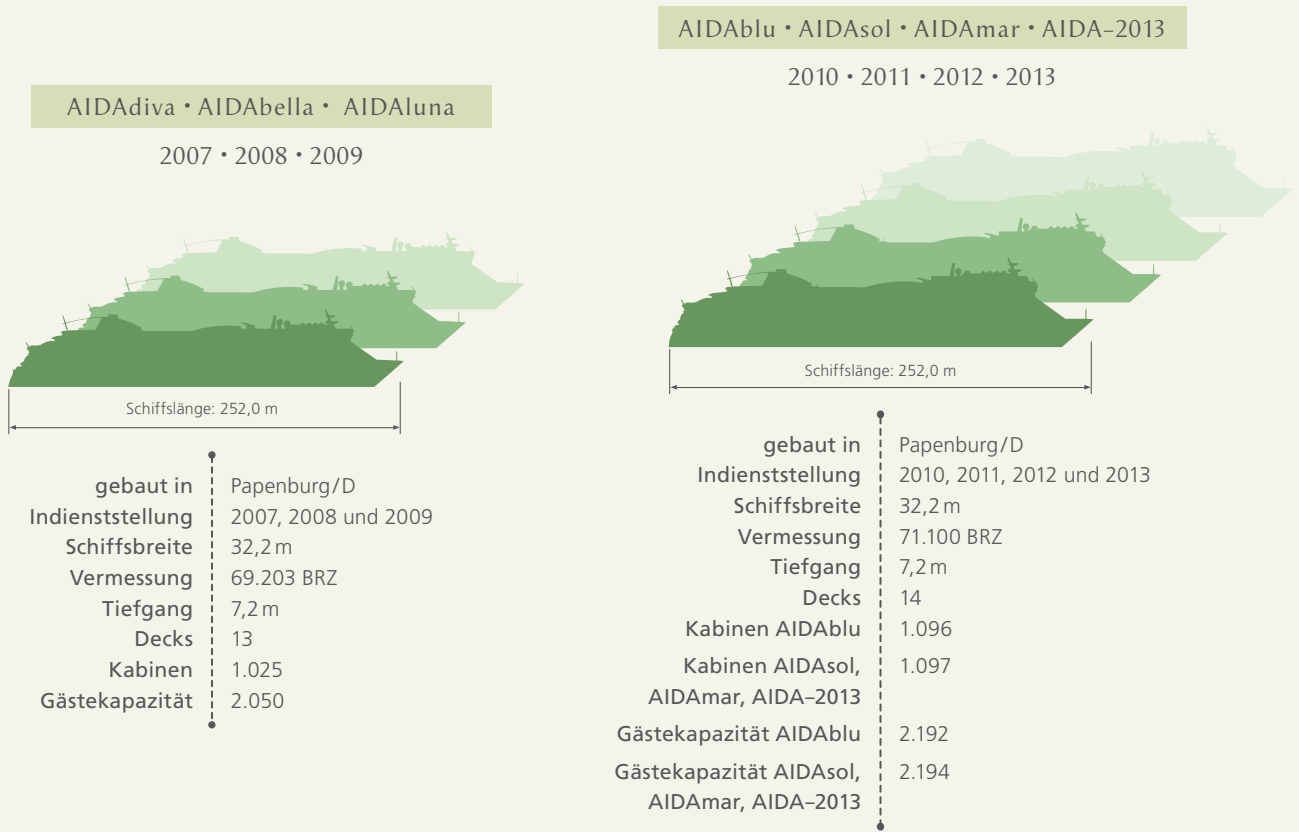
Neben Ketten- und Außendienstschulungen für Büroleiter und Expedienten bieten wir

Seminarreisen und Schiffsrundgänge an. Hier stellen wir unser Produktangebot an Bord vor. Damit unsere Reisebüropartner ihre Kunden optimal beraten können, haben wir 2010 erneut die Schulungsoffensive „AIDA 360° – mit Wissen begeistern“ durchgeführt. Dabei vermitteln wir in einer deutschlandweiten Schulungsoffensive In-

formationen rund um unser Produkt und veranstalten Trainings für eine optimale Kundenberatung. Im Jahr 2010 haben wir im Rahmen von AIDA 360° rund 2.400 Reisebüros geschult, weitere 1.400 Partner nahmen an unseren Expedienten Cruises teil. Insgesamt haben wir 2010 in Deutschland mehr als 6.400 und außerhalb Deutschlands noch einmal 1.200 Reisebüromitarbeiter geschult.

Expertenforen und unsere jährliche Befragung der Reisebüros ergänzen das Angebot.

Anregungen und Kritik von unseren Reisebüropartnern nehmen wir an und lassen diese in die Entwicklung neuer Produkte einfließen.



# 4. Innovationen zum Schutz der Meere



# Unsere Verpflichtung für die Umwelt

Umweltbewusstsein und wirtschaftlicher Erfolg sind für uns kein Widerspruch. Wir wollen die Naturräume, die wir bereisen, bewahren. Im Jahr 2010 haben wir mit umfangreichen Maßnahmen den Antrieb unserer Schiffe verbessert. Durch ein optimales Routenmanagement und nachhaltige Technologien im Hotelbereich ist AIDA eines der effizientesten Kreuzfahrtunternehmen der Welt.

Die Einhaltung internationaler und nationaler Bestimmungen zum maritimen Umweltschutz ist für uns selbstverständlich. Wir erfüllen diese teilweise über die gesetzlichen Anforderungen hinaus und wollen hier neue Maßstäbe setzen. Als Bestätigung hat uns der Germanische Lloyd als einzige Kreuzfahrtreederei weltweit den „5 Stars Excellence Award“ verliehen. Er dokumentiert die Einhaltung strenger Umweltauflagen. Außerdem hat der Germanische Lloyd unser freiwilliges Engagement für den Umweltschutz mit dem GL Environmental Passport ausgezeichnet.

AIDA führt den „Green Planet Award“, ein Gütesiegel des größten Schweizer Reiseveranstalters Kuoni für hohe Umweltstandards. Neue umweltschonende Technologien setzen wir so früh wie möglich ein. So verwenden wir im Hamburger Hafen beispielsweise seit 2007 in einer freiwilligen Selbstverpflichtung ausschließlich Brennstoffe mit einem maximalen Schwefelgehalt von 0,1 Prozent. Seit dem 1. Januar 2010 gilt diese Regelung in allen EU-Häfen.

## Umweltschutz an Bord

Unsere Mitarbeiter an Bord sind selbstverständlich in unsere Umweltstrategie eingebunden und werden in regelmäßigen Schulungen für einen verantwortungsvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen sensibilisiert.

## Wir schulen unsere Crew regelmäßig.

Durch unseren Code of Business Conduct and Ethics sind alle Mitarbeiter von AIDA Cruises dazu verpflichtet

- unsere Umweltgesetze und Umwelterichtlinien einzuhalten,
- Arbeitsverfahren in Übereinstimmung mit dem unternehmensweiten Umweltmanagementsystem einzuführen,
- meldepflichtige Umweltbelastungen sofort an den jeweiligen Bereichsleiter zu melden.

Die hohen Ansprüche an den Umweltschutz gelten nicht nur für unser Unternehmen, sondern schließen auch unsere Partner ein. Unsere Lieferanten sind lizenziert und unterliegen regelmäßig externen wie internen Kontrollen.

## Austausch zwischen Land und See

Der schonende Umgang mit unseren Ressourcen beginnt an Bord. Daher haben wir ein neues Projekt zur Einsparung von Energie aufgelegt, welches die Mitarbeiter an Bord miteinbezieht. Es ermutigt sie, ihre spezifischen Kompetenzen und Verbesserungsvorschläge einzubringen. Koordiniert wird das Projekt an Bord von unseren Chief Engineers, die die Vorschläge auf ihre Umsetzbarkeit hin prüfen. An Land betreut die Abteilung Environmental das Projekt. Sie ist auch Ansprechpartner für den Umweltoffizier an Bord. Seine Aufgaben beschreibt Sven Heitmann im Interview auf Seite 24.

## Strenge Umweltschutzauflagen

Unsere Umweltstrategie orientiert sich maßgeblich an den Auflagen der International Maritime Organization (IMO). Als Sonderorganisation der Vereinten Nationen (UNO) regelt sie die Sicherheit der nationalen und internationalen Seefahrt und macht Vorgaben, um die Verschmutzung der Meere durch Schiffe zu reduzieren.

Die für uns wichtigste internationale Regelung ist das MARPOL-Abkommen. Es wurde von der IMO verabschiedet und enthält Vorschriften zum Schutz der Meere. Die jüngste Erweiterung beinhaltet Sondergebiete wie die Nord- und Ostsee, für die besondere Emissionsanforderungen gelten. Wie in den Jahren zuvor hat AIDA Cruises auch 2010 alle gesetzlichen Vorschriften im Umweltbereich vollständig erfüllt. Dabei hilft uns unser kontinuierliches Berichtswesen. Es stellt sicher, dass wir Unregelmäßigkeiten sofort erkennen und vollständig aufklären können. 2010 gab es keinerlei Verstöße gegen Rechtsvorschriften. Bußgelder oder Sanktionen wurden nicht verhängt.

Nach MARPOL gilt für die Ostsee ein Entsorgungsverbot von unbehandelten Abwässern innerhalb von 12 Seemeilen zur Küste. Die Helsinki-Konvention der Ostsee-Anrainerstaaten HELCOM plant strenge Grenzwerte für Abwasser im Ostseeraum. Um die Vor-

schläge zu neuen Phosphor- und Stickstoffgrenzwerten zu unterstützen, hat die Carnival Corporation & plc sich freiwillig dazu verpflichtet, landseitige Entsorgungsmöglichkeiten zu nutzen. Im Dialog mit den Ostseehäfen sprechen wir den dazu nötigen Aufbau geeigneter Infrastruktur landseitig an. Als Unternehmen mit Sitz in Rostock ist die Ostsee für uns ein Naturraum von besonderer Bedeutung. Daher leiten wir grundsätzlich keine unbehandelten Abwässer in die Ostsee ein. Im Jahr 2010 haben wir alle landseitig verfügbaren Kapazitäten zur Abgabe von Abwässern genutzt.



Der Schutz der Ostsee liegt uns am Herzen.

## Forschung und Umwelttechniken

Eine unserer wichtigsten Aufgaben ist die Reduzierung von Emissionen. Und so ist die beste Tonne Treibstoff die, die wie nicht verbrauchen. Aus diesem Grund beteiligen wir uns an der Entwicklung von emissionsarmen Antrieben, beispielsweise durch das Projekt e4ships der Bundesregierung. Im Rahmen des Projektes wird der Einsatz von Hochtemperatur- und Brennstoffzellen auf Schiffen erforscht und unter Alltagsbedingungen geprüft. Mit der Forschung auf diesem Gebiet bereiten wir uns auf künftige Herausforderungen vor und treiben Innovationen an.

2010 haben wir uns auch dem „Energiesystem Schiff“ gewidmet. Dabei beziehen

wir neben elektrischer Energie auch Energie für Wärme und Kühlung ein. Um neue Technologien unter möglichst realen Bedingungen zu testen, messen wir die bestehenden Energieflüsse auf AIDA Sol. Auf Basis der Ergebnisse werden wir im nächsten Jahr Modelle entwickeln, um Optimierungspotenzial aufzudecken. Diese Erfahrungen werden in die Konstruktion unserer neuen Schiffe einfließen.

### Heat Recovery System

2010 haben wir mit dem Heat Recovery System ein zukunftsweisendes Verfahren entwickelt, das zunächst auf AIDA Mar zum Einsatz kommen soll. Das System wird uns dabei helfen, den Energieverbrauch für die Erzeugung von Wärme und Kälte zu reduzieren. Die Anlage besteht aus zwei Komponenten. Sie kann Abwärme in Kälte umwandeln und Frischwasser erzeugen. Unsere Antriebsmaschinen geben Energie als Abwärme ab. In einer ersten Stufe wandeln wir diese direkt in Kälteenergie um, die für die Klimatisierung des Schiffes genutzt wird. In einer zweiten Stufe wird die noch vorhandene überschüssige Wärmeenergie der ersten Stufe für die Trinkwassererzeugung genutzt.

## Abwärme an Bord erzeugt Frischwasser.

Unsere Anlage kann Seewasser bereits bei 50 °C verdampfen und so entsalzen. Zusätzlich nutzen wir die eingesetzte Abwärmeenergie der Maschinen zur Dampferzeugung. Die gewonnene Energie fließt so in unsere Klimaanlage oder die Wäscherei.

## Reduktion unserer Emissionen

In den vergangenen Jahren haben wir unsere Flotte jährlich um ein Schiff erweitert. Die steigenden Gästezahlen haben unseren Energieverbrauch sowie den Ausstoß von Emissionen absolut zwar erhöht – auf den einzelnen Gast gerechnet haben wir unser Ergebnis jedoch verbessert. Anhand der Berechnung pro Gast und Tag können wir Umweltziele setzen, messen und nachverfolgen, die unabhängig vom Unternehmenswachstum sind.

Im Jahr 2010 haben wir unsere Berechnungsgrundlage für unsere Jahresvergleiche auf „pro Gast und Tag“ umgestellt. Auf dieser Basis haben wir 2010 unsere Emissionen reduziert:

- Schwefeloxide um 5,9 Prozent
- CO<sub>2</sub>-Emissionen um 2,8 Prozent
- Stickoxid und Feinstaub um 2,9 Prozent

Unvorhersehbare Ereignisse, wie zum Beispiel der Vulkanausbruch auf Island und Flugverspätungen, führten 2010 zu Routenänderungen, verspätetem Einlaufen in Häfen und erhöhten Schiffsgeschwindigkeiten. So haben wir unsere selbst gesetzten Reduktionsziele für CO<sub>2</sub> und Stickoxid nicht erreicht.

Zur Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen überprüfen wir zudem jährlich den Betrieb unserer Firmenwagenflotte. Für die Gesamtflotte erzielten wir eine Verringerung der durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen von 2,3 %. Bis 2013 planen wir, innerhalb unserer Firmenwagenflotte eine CO<sub>2</sub>-Reduktion auf durchschnittlich 135 g/km zu erreichen.

Alle Luftemissionen wurden mithilfe gruppenweit festgelegter Umrechnungsfaktoren (siehe Tabellen) anhand des Treibstoffverbrauchs errechnet.

### Versorgung durch Landstrom

Um unsere Emissionen zu reduzieren und die Luftqualität während der Liegezeiten im Hafen zu verbessern, ist ein Landstromanschluss eine mögliche Option. Wir bereiten unsere Neubauten auf die Nachrüstung von Landstromanschlüssen vor. Wir halten dafür einen speziellen Raum für Schaltschränke und die nötige Verkabelung an Bord bereit. Durch den Einsatz von Landstrom müsste kein Treibstoff an Bord verbrannt werden. Momentan steht in keinem der von uns angefahrenen Häfen Landstrom zur Verfügung.

### Schadstoffarme Dual-Fuel-Motoren

Eine schadstoffarme Alternative zur Schiffsversorgung über Landstrom in Hafengebieten ist die landseitige Gasversorgung. Daher planen wir, in unserer nächsten Schiffsgeneration Dual-Fuel-Motoren zu installieren, die sowohl mit Schiffsdiesel als auch Flüssiggas betrieben werden können. Im Gegensatz zu Schiffsdiesel besteht der Vorteil, dass Gas keine Schwefeloxid-Emissionen erzeugt und der Ausstoß von Stickoxid um circa 80 Prozent verringert wird. Schon heute können unsere Motoren hochwertige Treibstoffe, wie niedrigschwefeliges Schweröl (Low Sulphur HFO) und Gasöl (MGO), verarbeiten.

### Effizienz durch Technologie

Alle unsere Neubauten erhalten einen Unterwasseranstrich auf Silikonbasis. Dieser

reduziert die Reibung während der Fahrt – und damit auch den Treibstoffverbrauch und die Emissionen. Selbstverständlich ist dieser Anstrich frei von umweltschädlichen Toxinen. Mit dem Anstrich von AIDA Bella im Jahr 2011 ist unsere gesamte Flotte mit diesem Unterwasseranstrich ausgerüstet. Die Einsparungen lagen im vergangenen Jahr für alle Schiffe mit Silikonanstrich insgesamt bei etwa 3 Prozent des Treibstoffs für den Antrieb.

## Ab 2011 fährt die gesamte Flotte reibungsärmer.

Die Mehrheit unserer Schiffe verfügt über ein dieselelektrisches Antriebskonzept. Dabei sind die Schiffsdieselmotoren physisch von der Antriebswelle des Propellers getrennt. Sie treiben ausschließlich große Generatoren zur Stromerzeugung an, deren Strom über das Bordnetz verteilt wird. Auf diese Weise wird nur so viel Energie erzeugt, wie benötigt wird, und unsere Schiffe fahren in allen Geschwindigkeiten effizient.

### Optimale Routenplanung

Den Treibstoffverbrauch pro Gast und Tag konnten wir im Vergleich zum Vorjahr um 2,9 Prozent senken. Eine Möglichkeit, Treibstoff in größerem Umfang zu sparen, ist die Reduzierung der Geschwindigkeit unserer Schiffe. Dabei gilt, dass die geografisch kürzeste Route nicht immer die effizienteste ist. Ausschlaggebend für den Treibstoffverbrauch sind vielmehr die Wind- und Strömungsverhältnisse, die der AIDA Power Monitor misst, um die optimale Route zu ermitteln.



Durch Engagement und Technologie erhalten wir den maritimen Lebensraum.

### Umfassende Abwasserreinigung

Jedes unserer Schiffe verfügt – wie gesetzlich gefordert – über zwei Entölungsanlagen. Diese vermeiden ölhaltiges Abwasser, sogenanntes Bilgenwasser, das beim Schiffs-

betrieb anfällt. Um zu verhindern, dass sich Öl und Wasser vermengen, wenden wir ein Trocken-Bilge-Konzept an. Zusätzlich zeigt an Bord jedes Schiffes eine White Box den Ölgehalt des abgegebenen Bilgenwassers an. Sollte der in MARPOL festgelegte Grenzwert von nicht mehr als 15 ppm (parts per million – Teile pro Million) überschritten werden, wird die Abgabe des Bilgenwassers sofort unterbrochen, sodass kein Öl unkontrolliert eingeleitet wird. Die ölhaltigen Reststoffe (oily sludge) werden an Land ausschließlich lizenzierten Entsorgern übergeben.

Biologische Kläranlagen an Bord der neuen AIDA Schiffsgeneration garantieren, dass das entsorgte Wasser nahezu Trinkwasserqualität erreicht. Vor der Einleitung werden

Toilettenabwässer gereinigt und der Phosphatgehalt gleichzeitig reduziert.

### Konsequente Abfallvermeidung

An Bord unserer Schiffe setzen wir ein systematisches Abfallmanagementsystem ein. Alle Abfälle werden an Bord nach modernsten Standards vorsortiert, verdichtet und an Land abgegeben. Die Abfälle aus allen Abteilungen werden im Garbage Room gesammelt, wo die erste Mülltrennung stattfindet. Papier und Plastik werden verbrannt und die Asche an Land entsorgt. Metall und Glas werden zerkleinert und gepresst, um Lagerraum zu sparen. Lebensmittelabfälle werden in der „Water Treatment and Food Waste“-Anlage gepresst und entwässert. Das Ergebnis ist eine biologisch abbaubare

Substanz, die an Bord verbrannt oder an Land abgegeben wird. Ölhaltige Abfälle werden gesondert gesammelt. Durch unser effizientes Abfallmanagement und den konsequenten Einsatz recyclingfähiger Materialien konnten wir unsere Recyclingquote 2010 von 23,3 Prozent auf 28,5 Prozent steigern.

Um sicher zu gehen, dass die von uns abgegebenen Stoffe auch an Land nach unseren Standards verarbeitet und entsorgt werden, führen wir in allen Häfen Entsorgeraudits und -inspektionen durch. Wir arbeiten daran, alle Entsorgungsunternehmen einmal zu überprüfen. Derzeit haben wir bereits rund 40 Betriebe kontrolliert.

EN3 Direkter Energieverbrauch	
Gesamtenergieverbrauch	5.258.177 GJ*
<b>Energieverbrauch an Bord</b>	<b>5.249.760 GJ</b>
davon Schweröl	4.895.800 GJ
davon Gasöl	353.960 GJ
Energieverbrauch Fuhrpark	8.417 GJ**
* 40 MJ/kg Brennstoff ** Diesel	

EN4 Indirekter Primärenergieverbrauch	
<b>Gesamtenergieeinkauf</b>	<b>669.367 KWh*</b>
Erdgas	267.747 KWh (40%)
Erneuerbare Energien	401.620 KWh (60%)
* Bezieht sich auf die AIDA Zentrale in Rostock. An Bord fällt kein indirekter Primärenergieverbrauch an. Grundlage für die Kennzahl sind die Angaben des Stromlieferanten.	

EN8 Gesamtwasserentnahme	
<b>Gesamtwasserentnahme</b>	<b>1.072.266 m³</b>
davon Frischwasserverbrauch	305.060 m³*
davon Meeres-Frischwasserverbrauch	767.206 m³**
Wasserverbrauch pro Gast und Tag	244,7 l
* Frischwasser, das an Land aufgenommen wurde ** Frischwasser, das aus Meerwasser gewonnen wurde	

EN16 Treibhausgasemissionen	
<b>CO<sub>2</sub>-Emissionen</b>	<b>415.021 t*</b>
davon Treibstoff und Kühlmittel an Bord	414.207 t*
davon Firmenwagenflotte	652 t*
davon Stromverbrauch an Land	162 t**
* Eine t Schweröl entspricht 3,2 t CO <sub>2</sub> . ** 1 KWh elektrische Energie aus Gas entspricht 0,6 kg CO <sub>2</sub> .	

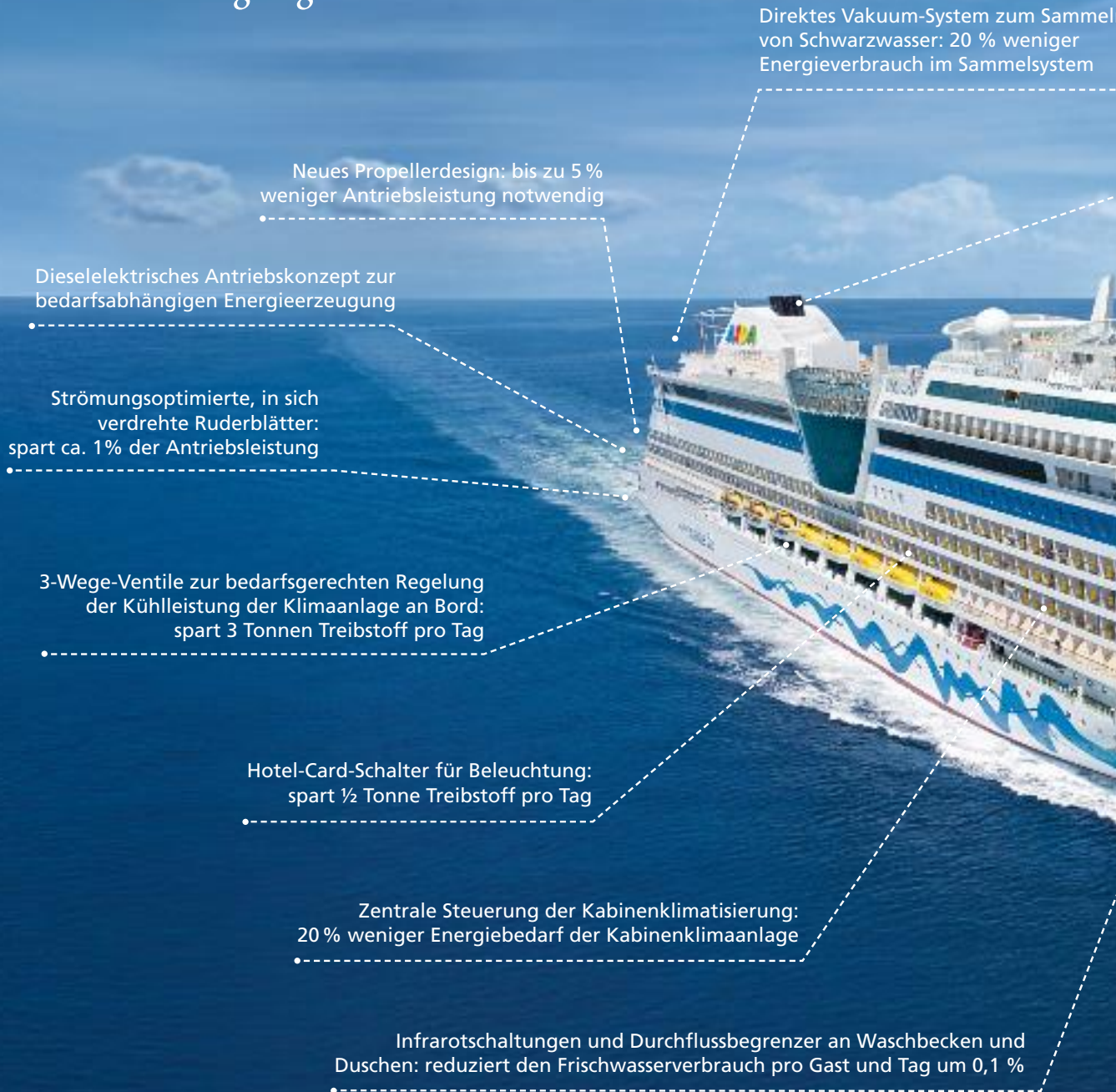
EN20 NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> und andere Luftemissionen	
NO <sub>x</sub>	16,2 kg/NM*
SO <sub>x</sub>	10,6 kg/NM**
Feinstaubemissionen	0,3 kg/NM**
* Eine t Schweröl entspricht 65 kg NO <sub>x</sub> . ** Berechnung auf Grundlage des Treibstoffschwefelgehaltes, 1 nautische Meile entspricht 1,852 Kilometern.	

EN21 Abwassereinleitung		
Abwasser pro Gast und Tag	Seeseitig	An Land
Unbehandeltes Schwarzwasser*	0,0 l	0,0 l
Behandeltes Schwarzwasser*	12,2 l	0,4 l
Permeat**	137,6 l	1,1 l
Unbehandeltes Grauwasser***	88,8 l	2,8 l
Biomasse und Klärschlamm****	4,5 t	0,2 l
Verbrauch pro nautischer Meile		
Ballastwasser	0,9 l/NM	0,0 l/NM
Behandeltes Bilgenwasser	12,1 l/NM	0,4 l/NM
* Toilettenabwässer ** Geklärtes Abwasser mit annähernd Trinkwasserqualität *** Abwässer aus Duschen und Handwaschbecken, inklusive Poolwasser **** Extrahierte Feststoffe aus dem Klärprozess		

EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	
<b>Abfall</b>	<b>27.808 t*</b>
Reststoffdeponie	7.763 t*
Verbrennung	3.018 t
Zerkleinerung	4.611 t**
Sonderabfalldeponie	4.505 t**
Recycling	7.911 (28,5%)
* Abfälle an Land (Daten basieren auf täglichen Messungen des Compliance Officers an Bord unserer Schiffe. Angaben zur Entsorgungsmethode stammen von den Abfallentsorgern.) ** Lebensmittelabfälle an Bord	

GJ = Gigajoule t = Tonne l = Liter MJ = Megajoule kg = Kilogramm  
KWh = Kilowattstunde NM = Nautische Meile (entspricht 1,852 Kilometern)

# AIDAsol: Verantwortung beginnt im Detail



Direktes Vakuum-System zum Sammeln von Schwarzwasser: 20 % weniger Energieverbrauch im Sammelsystem

Neues Propellerdesign: bis zu 5 % weniger Antriebsleistung notwendig

Dieselektrisches Antriebskonzept zur bedarfsabhängigen Energieerzeugung

Strömungsoptimierte, in sich verdrehte Ruderblätter: spart ca. 1% der Antriebsleistung

3-Wege-Ventile zur bedarfsgerechten Regelung der Kühlleistung der Klimaanlage an Bord: spart 3 Tonnen Treibstoff pro Tag

Hotel-Card-Schalter für Beleuchtung: spart ½ Tonne Treibstoff pro Tag

Zentrale Steuerung der Kabinenklimatisierung: 20% weniger Energiebedarf der Kabinenklimaanlage

Infrarotschaltungen und Durchflussbegrenzer an Waschbecken und Duschen: reduziert den Frischwasserverbrauch pro Gast und Tag um 0,1 %

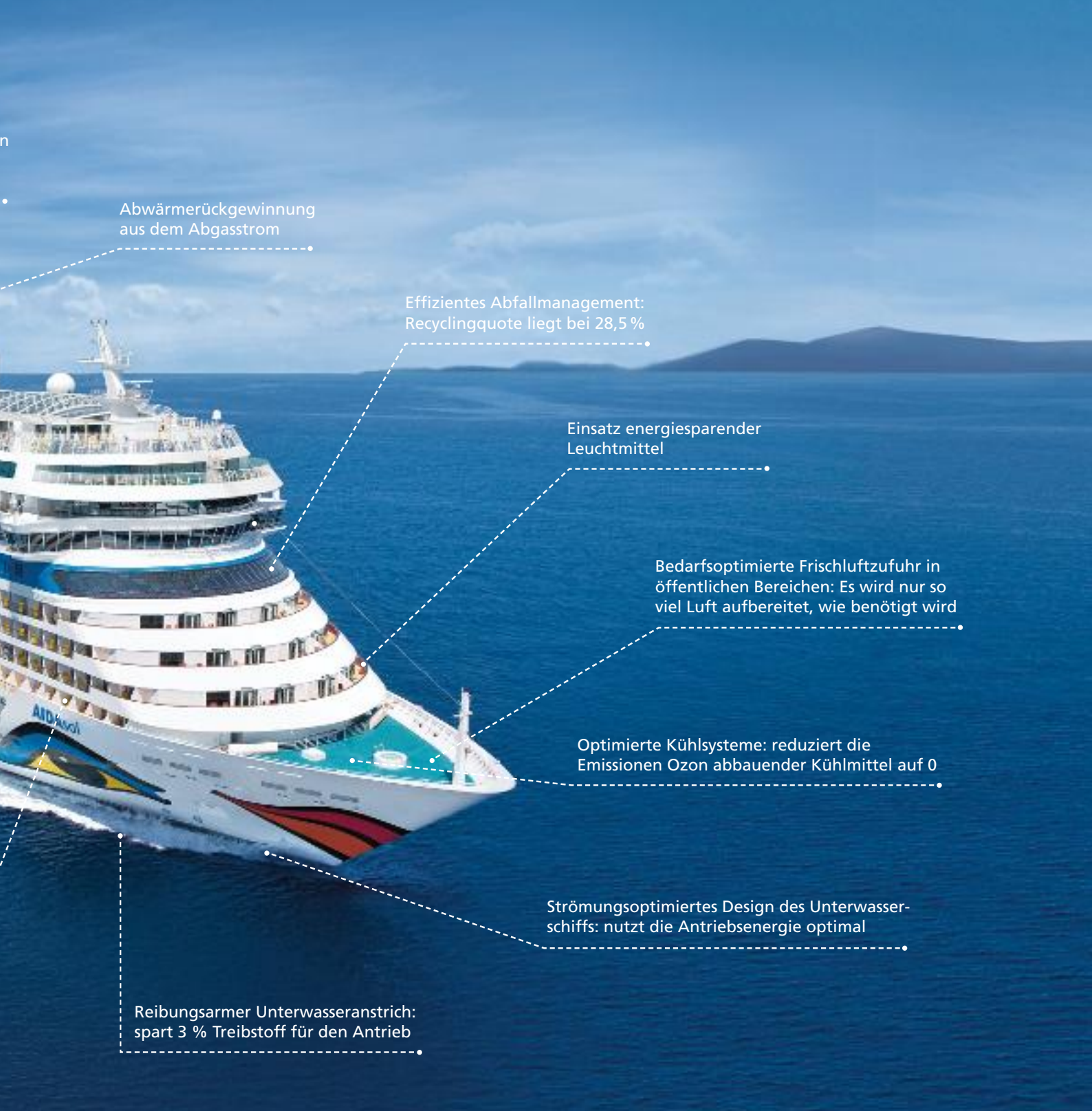


## Interview mit Sven Heitmann

### Umweltoffizier bei AIDA Cruises

#### Welche Aufgaben hat ein Umweltoffizier an Bord?

Wir haben an Bord ein sehr breit gefächertes Aufgabengebiet. Es fängt bei der Umsetzung und Kontrolle von nationalem und internationalem Umweltrecht und unserer eigenen, firmeninternen Vorgaben an. Wir sind natürlich Ansprechpartner für die gesamte Crew. Das betrifft ebenso das Gefahrstoffmanagement, das Abfallmanagement und die Zusammenarbeit mit den Entsorgern. Wir besuchen Entsorgungsfirmen weltweit, um den Verbleib unserer Abfälle nachzeichnen zu können und um bei umweltbelastenden Entsorgungswegen entweder Einfluss auf den Entsorger zu nehmen oder im ungünstigsten Fall einen anderen Hafen zu Entsorgung der Abfälle zu wählen. Zu den Aufgaben der Umweltoffiziere gehört es außerdem, wichtige Kennziffern im Bereich Um-



Abwärmerückgewinnung  
aus dem Abgasstrom

Effizientes Abfallmanagement:  
Recyclingquote liegt bei 28,5 %

Einsatz energiesparender  
Leuchtmittel

Bedarfsoptimierte Frischluftzufuhr in  
öffentlichen Bereichen: Es wird nur so  
viel Luft aufbereitet, wie benötigt wird

Optimierte Kühlsysteme: reduziert die  
Emissionen Ozon abbauender Kühlmittel auf 0

Strömungsoptimiertes Design des Unterwasser-  
schiffs: nutzt die Antriebsenergie optimal

Reibungsarmer Unterwasseranstrich:  
spart 3 % Treibstoff für den Antrieb

weltschutz zu sammeln, auszuwerten und aufzubereiten. Diese Daten helfen uns dabei, unsere Maßnahmen zu optimieren, und sind Grundlage für das detaillierte Umweldreporting von AIDA. Und natürlich prüfen wir auf Rundgängen in allen Bereichen des Schiffes, ob die strengen Regeln eingehalten werden.

#### **Sie sind für die Schulungen von Kollegen an Bord verantwortlich. Wie gehen Sie hier vor?**

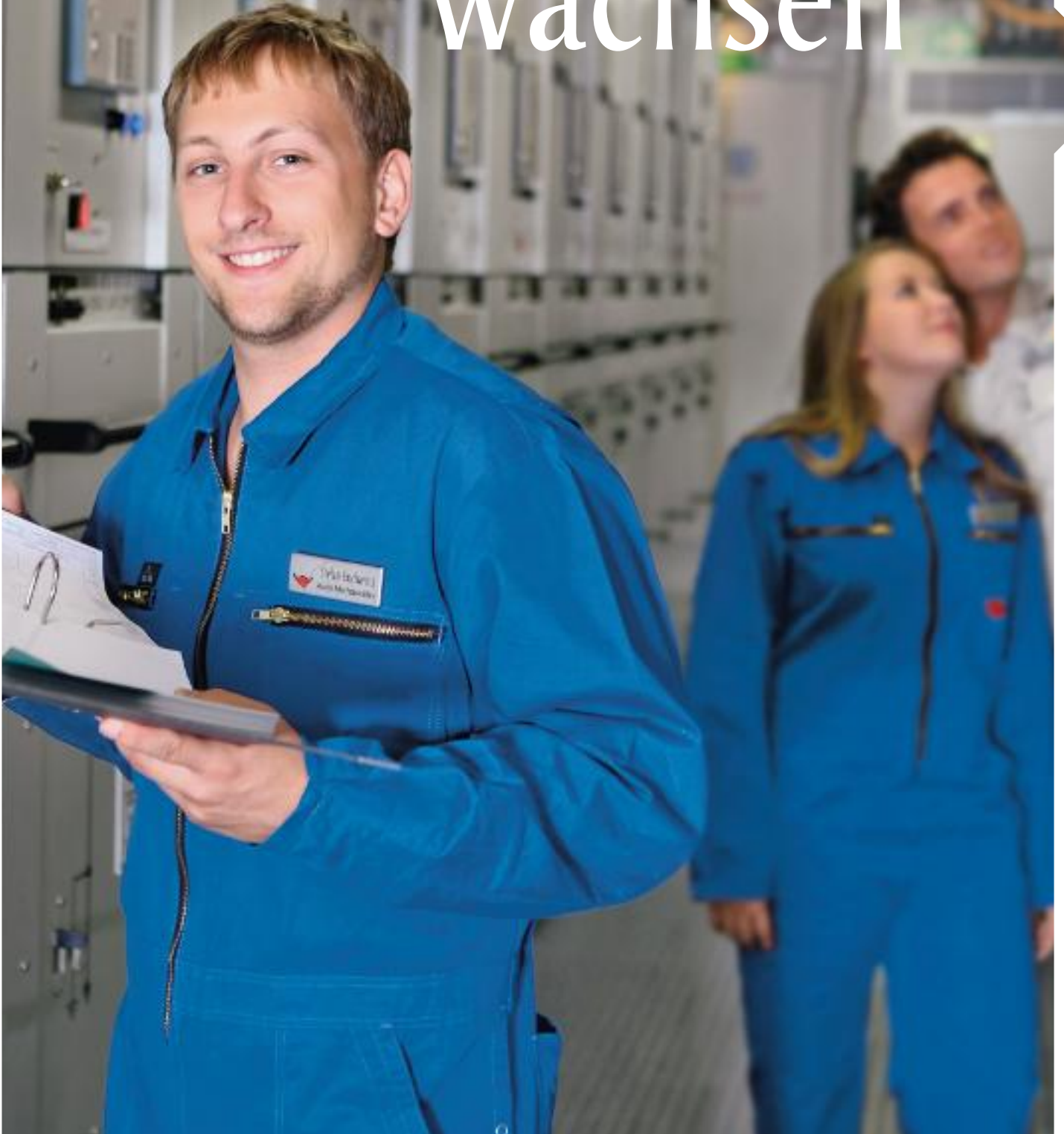
Jedes Crew-Mitglied absolviert kurz nach dem Aufstieg ein Umwelttraining. Mitarbeiter in Führungspositionen erhalten zusätzlich ein erweitertes jobspezifisches Training. Bei Bedarf werden auch kurzfristige Trainings vor Ort und direkt am Arbeitsplatz durchgeführt. Das ist sowieso ein schöner Aspekt unserer Tätigkeit: Wir

arbeiten mit allen Departments an Bord zusammen. Bei gesetzlichen oder internen Neuerungen stimmen wir uns eng mit der Umweltabteilung in Rostock ab und teilen der Crew auch die Gründe für die Änderungen im täglichen Arbeitsprozess mit.

#### **Wie erleben Sie das Interesse an Ihrer Arbeit an Bord von Seiten der Gäste?**

Viele Gäste, die ebenfalls im Umweltbereich arbeiten, bekommen auf Anfrage von uns einen exklusiven Einblick in das maritime Umweltmanagement. Unsere Gäste sind stets beeindruckt von unserem hoch professionellen Umweltmanagement an Bord. Das freut uns natürlich sehr.

# 5. Individuell fördern – gemeinsam wachsen



# Wir schaffen Perspektiven für den Nachwuchs

Unser Bedarf an gut ausgebildeten Fach- und Führungskräften steigt mit unserer jährlich wachsenden Flotte. Wir investieren verstärkt in die Nachwuchsförderung und haben unsere Ausbildungs- und Studienprogramme weiter ausgebaut. Unsere Mitarbeiter unterstützen wir in ihrer individuellen Karriereplanung und bieten ihnen vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten.

Um dem Nachwuchs Einblicke in die AIDA Arbeitswelt zu geben, informieren wir Schüler, Studierende und Berufseinsteiger umfassend über die vielfältigen Karrieremöglichkeiten an Bord und an Land. AIDA Cruises ist bereits seit 2009 Partner des Campus of Excellence e. V. Die Initiative fördert die Vernetzung von Nachwuchskräften mit Unternehmen, unterstützt den Wissensaustausch und initiiert Projekte in den Bereichen Bildung, Arbeit und Werte. Im Rahmen der Initiative fördern wir Schülerprojekte und Vorträge und laden am Tag der offenen Tür Schüler zu uns ein.

## Wir fördern die Vernetzung unserer Nachwuchskräfte.

Darüber hinaus halten wir Vorträge an Schulen mit technischem Schwerpunkt, sind auf nationalen und internationalen Karrieremessen präsent und veranstalten Roadshows und Informationstage. Wir fördern den Austausch zwischen Lehre, Forschung und Praxis. Gemeinsam mit Unternehmen und Ausbildungseinrichtungen engagieren wir uns im Arbeitskreis „Demografie und Fachkräftesicherung“ der IHK Rostock. Ihr Ziel ist es,

die Zusammenarbeit zwischen Schulen, Hochschulen und Wirtschaft zu intensivieren, um Schüler und Studenten optimal auf die Anforderungen der Arbeitswelt vorzubereiten.

### Unternehmensübergreifendes Karriereportal

Mit dem Wachstum unserer Flotte eröffnen wir zusätzliche Karrierechancen auf See und an Land. Für die Anwerbung von neuen vielversprechenden Talenten bündeln wir den Onlineauftritt im Bereich Karriere durch ein unternehmensübergreifendes Karriereportal, das auch auf internationaler Ebene eingesetzt wird.

So gibt es seit 2010 einen unternehmensweiten Bewerberpool. Wir setzen darüber hinaus auf die sozialen Netzwerke unserer Mitarbeiter und haben die entsprechende Verlinkung in unseren Stellenanzeigen integriert. Die European Cruise Academy und SeeLive Tivoli sind ebenfalls mit dem unternehmensübergreifenden Karriereportal verknüpft.

### Career Days

Berufseinsteigern geben wir bei Bewerbertreffen einen ersten Einblick in unsere Jobwelten „Marine“, „Guests“ und „Business“.

Im Rahmen der Career Days laden wir die besten Bewerber für einen Tag an Bord ein. Bei dieser Gelegenheit können sie unsere Mitarbeiter kennenlernen und erste Eindrücke vom Leben und Arbeiten auf einem Kreuzfahrtschiff gewinnen. Die Veranstaltung ist an ein anschließendes Auswahlverfahren der Bewerber gekoppelt. Bereits am Ende des Career Days steht fest, wer künftig als neues Mitglied in das AIDA Team aufgenommen wird.

### „Jobs for Friends“

Zusätzlich haben wir 2010 das AIDA Mitarbeiterempfehlungsprogramm „Jobs for Friends“ eingeführt. Mit einem attraktiven Bonus belohnen wir unsere Mitarbeiter für die erfolgreiche Vermittlung einer Fachkraft für ausgeschriebene Positionen, die nicht intern besetzt werden können.

## Aus- und Weiterbildung

Im Jahr 2008 haben wir unsere European Cruise Academy (ECA) in Rostock gegründet und das Bildungsangebot speziell auf die Kreuzfahrt zugeschnitten. Die internationalen Dozenten aus Industrie, Lehre und Forschung garantieren eine praxisnahe und anwendungsorientierte Ausbildung. Die Bachelor-, Master- und Weiterbildungsprogramme werden in Zusammenarbeit mit der Hochschule Wismar erarbeitet und umgesetzt. Neben dem Studiengang Schiffsbetriebstechnik bieten wir an der Academy Bachelor-Studiengänge in den Bereichen Elektrotechnik, Nautik/Seeverkehr sowie den Masterstudiengang International Cruise Ship Management an. Als einzige Kreuzfahrtreederei bilden wir zum Mechatroniker aus.

## Ausgezeichnetes Ausbildungskonzept.

Die Auszubildenden werden in dreieinhalb Jahren an Land und an Bord von Elektronik über Hoteltechnik bis hin zur Motorentechnik ausgebildet. Mit dem Abschluss als Mechatroniker qualifizieren sich die Absolventen als technische Fachkraft an Bord. AIDA Cruises bietet darüber hinaus eine gezielte Förderung für ein anschließendes Studium an der unternehmenseigenen Akademie. Für das Ausbildungskonzept wurden wir von der IHK als



Praktikanten sammeln bei uns früh wichtige Erfahrungen.



## Interview mit Sarah Kowalzik

Stipendiatin an der Internationalen Fachhochschule Bad Honnef, schreibt ihre Diplomarbeit bei AIDA

### Was studieren Sie in Bad Honnef und wie kam es zur Kooperation mit AIDA?

Ich studiere Hospitality Management mit den Schwerpunkten Betriebswirtschaft, Hotel- und Tourismusmanagement. AIDA begleitet mich schon mein gesamtes Studium. Im ersten Semester habe ich mich, auf Empfehlung meiner Hochschule, für ein Stipendium bei AIDA beworben und wurde angenommen. Im Laufe des Studiums habe ich die Chance genutzt, ein siebenmonatiges Praktikum im Bereich Guest Services sowie einen dreimonatigen Einsatz an der Rezeption von AIDA luna zu absolvieren.

Da mein Studium gewissermaßen mit AIDA begann, war es mir wichtig, es auch mit AIDA abzuschließen. Die Personalabteilung als Herzstück des Unternehmens wollte ich unbedingt kennenlernen. Für meine Diplomarbeit habe ich ein Praktikum im E-Learning-Bereich gemacht und Erfahrungen gesammelt, die ich jetzt in meine Abschlussarbeit einbringe.

### Worum geht es in Ihrer Diplomarbeit und welche Eindrücke haben sie gewonnen?

Meine Diplomarbeit behandelt das neue Online-Lernsystem AIDA Expert. Ziel des Systems ist es, den Mitarbeitern ein Instrument an die Hand zu geben, mit dem sie sich flexibel weiterbilden können. Das dient sowohl den Mitarbeitern als auch AIDA selbst. Dazu möchte ich gern einen Beitrag leisten. Neben dem fachlichen Einblick in die Arbeit der Personalentwicklung habe ich vor allem viel über den Stellenwert von Teamarbeit, Einsatzbereitschaft und die eigene Organisationsfähigkeit gelernt.

Top-Ausbildungsbetrieb ausgezeichnet. In Kombination mit der Ausbildung zum Mechatroniker bieten wir ein duales Studium der Schiffsbetriebstechnik an der ECA an.

Zudem arbeiten wir eng mit den Fachhochschulen Stralsund und Bad Honnef sowie der Angell Akademie in Freiburg zusammen. Im Jahr 2010 haben wir insgesamt 104 Auszubildende und Studenten betreut. Für 2011 planen wir, die Zahl der Ausbildungsplätze von 20 auf 40 zu erhöhen und unser Angebot an Studienplätzen zu erweitern.

### Internationale Trainings

Bei der Aus- und Weiterbildung investieren wir als weltweit agierendes Unternehmen auch auf internationaler Ebene in die Nachwuchssicherung. Wir betreiben Trainingszentren auf den Philippinen, in Indien und

und bieten nun unsere Management-Development-Programme, die auf eine Führungslaufbahn an Bord und an Land vorbereiten, auch für unsere Mitarbeiter in Asien an.

### Individuelle Karriereplanung

Durch regelmäßige Feedbackgespräche mit den Vorgesetzten gewährleisten wir eine individuelle Karriereplanung. Hierfür haben wir ein strategisches Kompetenzmodell entwickelt. Darin sind für alle Aufgabenbereiche Anforderungen und Kompetenzen de-

finiert, über die ein Mitarbeiter verfügen muss, um eine bestimmte Position zu erreichen. In den Feedbackgesprächen legen wir fest, mit welchen Weiterbildungsmaßnahmen der Einzelne seine individuellen Stärken ausbauen kann. Alle Mitarbeiter an Bord und an Land haben 2010 eine Leistungsbeurteilung erhalten und Gespräche über ihre berufliche Weiterbildung geführt.

In den Bereichen „Marine“, „Business“ und „Guest“ sind klare Laufbahnmodelle festgelegt. Mit unseren Aus- und Weiterbildungs-

## Wir unterstützen Führungslaufbahnen.

Indonesien. In Kooperationen mit ortsansässigen Instituten bieten wir eigene Schulungsprogramme für den Hotelbereich an. Diese vermitteln Produkt- und Servicestandards, Informationen zum Leben und Arbeiten an Bord, Regeln zu Hygiene, Gesundheit und Sicherheit sowie Inhalte spezieller Fachstandards. 2010 haben wir unser internationales Aus- und Weiterbildungsprogramm erweitert



Wir unterstützen unsere Mitarbeiter bei ihrer Karriereplanung.

## Management-Development-Programme für Führungs- und Führungsnachwuchskräfte

AIDA Cruises bietet Mitarbeitern und Führungskräften im Rahmen von Management-Development-Programmen die Möglichkeit, ihre Managementfähigkeiten kontinuierlich zu entwickeln und sich auf Schlüsselpositionen gezielt vorzubereiten. Die Programme sind auf folgende Zielgruppen zugeschnitten:

**AIDA Spirits** – junge Potenzialträger und Führungsnachwuchskräfte auf See und an Land

**AIDA Leaders** – Manager an Land und Offiziere auf See

**AIDA Excellence** – Top-Management

programmen unterstützen wir unsere Absolventen auf ihren einzelnen Karriereschritten. Darüber hinaus unterstützen wir Potenzialträger mit individuellen Entwicklungsprogrammen. Dabei bedienen wir uns diagnostischer Verfahren, zugeschnitten auf die Kompetenzbereiche sowie speziell entwickelter Management-Trainee-Programme für Top-Nachwuchskandidaten.

2010 haben wir unsere Eigenentwicklungsquote von 73,5 auf 76,0 Prozent gesteigert.

### Weiterbildung mit AIDA Expert

Zu Beginn unseres neuen Geschäftsjahres startet das neue Online-Lernsystem AIDA Expert. Auf das webbasierte Lernsystem können alle Mitarbeiter zugreifen – rund

um die Uhr und an jedem Ort der Welt. Der Trainingskatalog umfasst neben klassischen MS Office-Modulen Lerneinheiten für den Bereich Arbeitsschutz und -sicherheit sowie Fach- und Methodenschulungen. Jeder Mitarbeiter kann sich eigenverantwortlich anmelden und seinem Bedarf und persönlichen Tempo entsprechend lernen. Wir werden das Programm 2011 um weitere Themen ergänzen.

## Wertschätzung unserer Mitarbeiter

Die Geschäftsleitung und unsere Führungskräfte stehen den Mitarbeitern jederzeit für Gespräche zur Verfügung. Darüber hinaus veranstalten wir Meetings auf Bereichs-, Abteilungs- und Mitarbeitererebene, die regelmäßige Vortragsreihe „AIDA Sternstunde“ zu internen und externen Themen und geben die Mitarbeiterzeitung „WIR“ heraus. Teil unserer offenen Kommunikationspolitik ist auch das zentrale Ideenmanagement AIDA Impulse. Damit fordern wir unsere Mitarbeiter dazu auf, Anregungen zu geben, wie wir unseren Service weiter verbessern können.

### Kulturelle Vielfalt

AIDA Cruises beschäftigt Mitarbeiter aus 35 Ländern. Wir schaffen daher ein Umfeld, in dem sich auch Kollegen anderer Herkunftsländer anerkannt und zu Hause fühlen. So beschäftigen wir in unserer Bordküche Köche, die ausschließlich dafür zuständig sind, landestypische Speisen für unsere asiatischen Mitarbeiter zuzubereiten. Die Wertschätzung, die wir anderen Kulturen entgegenbringen, haben wir mit der Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ dokumentiert. Wir bekennen uns dazu, alle Mitarbeiter zu respektieren – unabhängig

von Kriterien wie Geschlecht, ethnischer Herkunft, sexueller Orientierung, Weltanschauung und Alter. Der Umgang mit Diskriminierung ist in unserem Code of Business Conduct and Ethics klar geregelt. Sollte ein Mitarbeiter eine Ungleichbehandlung bemerken, kann er sich an seinen Vorgesetzten, die Arbeitnehmervertretung, eine Vertrauensperson oder unsere Hotline wenden. In solchen Fällen werden die Fachbereiche und die Personalabteilung umgehend informiert.

## Unser Bordleben ist durch kulturelle Vielfalt geprägt.

Wir prüfen gemeldete Fälle gewissenhaft und ergreifen im Rahmen unserer Zero-Tolerance-Politik arbeitsrechtliche Konsequenzen. Im Jahr 2010 wurden keine Fälle von Diskriminierung gemeldet. Unsere Unternehmensrichtlinien verbieten zudem die Beschäftigung von Kindern sowie Zwangsarbeit. Im Berichtszeitraum lagen keine Verstöße dagegen vor. Auch Verletzungen des Rechts auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen gab es keine. Bereiche des Unternehmens, die im Hinblick auf diese Verstöße besonders sensibel sind, wurden 2010 nicht ermittelt.

### Mitarbeitervertretung

An Bord jedes Schiffes gibt es ein Speaker's Committee. Es ist die selbst gewählte Interessenvertretung der Crew und das Bindeglied zwischen dem Schiffsrat – bestehend aus Kapitän und Schiffsleitung – und der Mannschaft. 100 Prozent der Mitarbeiter an Bord und Land fallen unter Kollektivvereinbarungen mit Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretungen. Bei Änderungen, die

## Arbeitgeber mit Auszeichnung



In einer Studie des UNICUM Verlags wurde AIDA Cruises unter die 20 beliebtesten Arbeitgeber bei Abiturienten gewählt. In der Studie bewerteten mehr als 1.000 Schüler das Unternehmen hinsichtlich Sympathie, Image, Glaubwürdigkeit, Karrieremöglichkeiten und Attraktivität als Arbeitgeber.



AIDA Cruises hat das Gütesiegel „Top-Arbeitgeber Deutschland 2009“ erhalten. Die Auszeichnung wird von dem unabhängigen Institut Corporate Research Foundation (CRF) und der Zeitschrift Junge Karriere vergeben. Besonders gut bewertet wurden wir in den Bereichen Entwicklungsmöglichkeiten, Jobsicherheit sowie Marktposition und Markenimage.



Zudem wurde AIDA Cruises für den fairen Umgang mit Praktikanten, Studenten und Hochschulabsolventen erneut mit dem Gütesiegel „Fair Company“ des Magazins Karriere ausgezeichnet.

sich unmittelbar auf den Arbeitsplatz der Mitarbeiter auswirken, werden diese schnellstmöglich darüber informiert. Laut Manteltarifvertrag müssen Beschäftigte an Bord mindestens einen Monat im Voraus schriftlich benachrichtigt werden. Unsere Mitarbeiter an Land fallen unter das Betriebsverfassungsgesetz Art. 111. Danach wird die Arbeitnehmervertretung bei signifikanten betrieblichen Änderungen rechtzeitig informiert und in die Planung einbezogen.

### Arbeitsicherheit

Die Themen Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit haben für uns hohe Priorität. 2010 haben wir deshalb den Fachbereich HESS Policy & Compliance (HESS = Health, Environmental, Safety & Security) ausgebaut. Wir haben unser Weiterbildungsprogramm im Bereich HESS im vergangenen Jahr erweitert und in allen Neueinsteiger- und Refresher-Programmen sowie „Train the Trainer“-Schulungen integriert. Darüber hinaus bieten wir ein Kriseninterventionstraining für unsere Mitarbeiter an.

Aufgrund der konsequenten Umsetzung von Arbeitsschutz- und Arbeitssicherheitsmaßnahmen waren auch 2010 keine Verstöße gegen Gesundheitsstandards zu vermelden. Bis zu 25 Prozent der AIDA Mitarbeiter an Bord und an Land sind in den Arbeitsschuttsausschüssen auf Schiffs- und Standortebene vertreten. Sie sind bei Fragen der Sicherheitsausrüstung, der Aus- und Weiterbil-

LA1 Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis, Arbeitsvertrag und Region						
	Gesamt	An Bord	An Land			
Mitarbeiter gesamt	4.248*	3.820	428			
Frauen	1.049	803	246			
Männer	3.199	3.017	182			
Vollzeit	99 %	100 %	93 %			
Teilzeit	1 %	0 %	7 %			

	EU	Philippinen	Indien	Indonesien	Andere	Summe
Offiziere	88,2 %	8,7 %	–	0,7 %	2,4 %	100 %
Crew**	26,5 %	49,7 %	9,3 %	9,3 %	5,2 %	100 %
Anteil insgesamt	34,8 %	44,2 %	8,0 %	8,2 %	4,8 %	100 %

\* Exklusive Crew mit Folgeeinsatz im Urlaub, Mitarbeiter SeeLive Tivoli und Mitarbeiter AIDA Service Center  
 \*\* Crew-Mitglieder ohne Offiziersstatus

dung, bei Beschwerdemechanismen und der Zielerstellung eingebunden. Darüber hinaus werden an Bord Inspektionen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz durchgeführt.

### Faire Vergütung

AIDA Cruises verfügt über attraktiv gestaltete Vergütungssysteme, die sich am Tarif beziehungsweise Betriebsvereinbarungen und dem Unternehmenserfolg orientieren. Mit dem AIDA Rentenkompass bieten wir darüber hinaus ein Altersvorsorgesystem, dass sich nach Land und See unterscheidet.

Der Rahmentarifvertrag für die Mitarbeiter an See sieht eine private Rentenversicherung vor. Für die Mitarbeiter an Land bietet AIDA sowohl günstigere Tarife für Direktversicherungen als auch Zusagen für eine arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge, die auf Leistungsplänen beruht. Die jährlichen Zuwendungen betragen im letzten Jahr insgesamt 831.250,50 Euro.

### Familienfreundliche Unternehmensführung

Durch flexible Arbeitszeitmodellen können berufstätige Mütter und Väter am Unternehmenssitz in Rostock ihren Arbeitsalltag familiengerecht organisieren. Sie können über Beginn und Ende ihrer Arbeitszeit selbst entscheiden. Seit 2006 haben alle Mitarbeiter in Rostock die Möglichkeit, ihre Kinder ohne Wartezeiten in der AIDA Kinderkrippe oder dem Kindergarten unterzubringen. Außerdem engagieren wir uns als aktives Mitglied im Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“. Mit der Initiative des Bundesministeriums für Familie, Senioren,

LA2 Mitarbeiterfluktuation				
	Gesamt	An Bord	An Land	Crew mit Folgeeinsatz
Mitarbeiter	386	363	23	3.110
Mitarbeiter nach Alter				
<21	0	0	0	5
21–30	203	196	7	1.681
31–40	122	112	10	1.135
41–50	44	41	3	244
51–60	12	11	1	45
>60	5	3	2	0
Mitarbeiter nach Geschlecht				
weiblich	119	104	15	678
männlich	267	259	8	2.432
Mitarbeiter nach Region				
EU	291	268	23	1.004
Nicht-EU	95	95	0	2.106

Die durchschnittliche Fluktuationsrate von AIDA Cruises betrug im Berichtsjahr 9,1 % (definiert als Anzahl der Austritte im Verhältnis zum Personalbestand der Vollzeitkräfte).  
 Exkl. 710 Festverträgen von Mitarbeitern an Bord

LA7 Arbeitsunfälle und Ausfalltage		
	An Bord	An Land
Ausfalltage gesamt in %*	3,1 %	3,3 %
Arbeitsunfälle**	93	4

\* Arbeitstage ab Ausfallzeitpunkt  
 \*\* Beinhaltet alle Verletzungen inklusive Bagatelverletzungen

## LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter

	An Bord				An Land		
	Offiziere	Crew	Gesamt Bord*	Davon Non-EU-Trainings	Führungskräfte	Mitarbeiter	Gesamt Land*
Teilnehmer	430	2.386	2.816	920	131	135	266
Anzahl Seminare*	199	231	430	71	97	70	167
Trainingstage*	500	1.012	1.511	705	197	137	334

Durchschnittliche jährliche Trainingsstunden\*\* pro Mitarbeiter: an Land 16/auf See 28

\* Anzahl Seminare und Trainingstage fällt höher aus, da Führungskräfte und Mitarbeiter teilweise an gleichen Seminaren teilnehmen.  
\*\* Ein Trainingstag umfasst 8 Stunden.

Frauen und Jugend und Spitzenverbänden der deutschen Wirtschaft unterstützen wir eine familienfreundliche Arbeitswelt.

### Erhöhter Freizeitwert

Um unseren Gästen einen unbeschwerten Urlaub zu ermöglichen, zeigen unsere Mitarbeiter großen Einsatz. Wir wissen ihr Engagement zu schätzen und respektieren ihren Anspruch auf Freizeit. Deshalb haben wir 2010 die Fahrzeiten für seemannische Offiziere an Bord von einem Verhältnis von 4:2 schrittweise auf 3:2 angepasst. Der Mitarbeiter ist damit nun drei Monate auf See und zwei Monate zu Hause an Land.

### Fit und gesund an Bord und an Land

Wir kümmern uns nicht nur um das Wohlbefinden unserer Gäste, sondern auch um das unserer Mitarbeiter. Wir bieten ein umfangreiches Angebot an Land und auf See, das ihnen hilft, fit und gesund zu bleiben. Dazu gehören für alle Mitarbeiter an Land und auf unseren Schiffen:

- Erstellen eines Gesundheitsprofils
- Vorsorgeimpfungen am Arbeitsplatz

Zusätzlich bieten wir unserer Crew an Bord:

- ein bordeigenes Fitnessstudio
- einen ernährungsphysiologischen Speiseplan, der durch die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) zertifiziert ist
- kostenfreie Leistungen des Bordhospitals im Rahmen der Reederfürsorge

An Land runden vielseitige Sportangebote wie Pilates-Kurse und Rückenschule sowie Ermäßigungen in Fitnessstudios und Sportschulen das Programm ab.

## Engagement für Umwelt, Kultur und Sport

2010 haben wir den Hilfseinsatz des Deutschen Roten Kreuzes nach dem verheerenden Erdbeben in Haiti unterstützt. Wir setzen uns zudem für die Biodiversität in der Ostsee ein und fördern durch Spenden ein Projekt des Deutschen Meeresmuseums in Stralsund zum Schutz der vom Aussterben bedrohten Schweinswale.

Zudem beteiligen wir uns finanziell an einer Vielzahl sozialer Projekte und Vereine. Unsere Gäste unterstützen unser Engagement, beispielsweise durch die Teilnahme an unserer jährlichen Silvester-Tombola. Gemeinsam haben wir 2010 insgesamt 102.000 Euro gespendet.

Als Unternehmen mit Sitz in Rostock fühlen wir uns der Region Mecklenburg-Vorpommern in besonderem Maße verbunden und setzen dort einen Schwerpunkt unseres Engagements. Wir unterstützen das Rostocker

Volkstheater und sind seit 2002 Hauptsponsor der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern, einem der größten deutschen Sommerfestivals. Seit 2006 begleiten wir die Rostocker Schulmusikwochen und ermöglichen im Rahmen des Projekts „Konzerte für Teens“ rund 8.000 Rostocker Schülern den kostenlosen Besuch.

Darüber hinaus veranstalten wir Themenreisen mit Künstlern aus Mecklenburg-Vorpommern und präsentieren in den Kunstgalerien an Bord Werke von regionalen, nationalen und internationalen Künstlern.

Innerhalb unserer AIDA Sport Crew fahren Spitzensportler regelmäßig auf einem unserer Schiffe mit und bieten unseren Gästen Trainingsstunden an. Jüngstes Mitglied unserer Sport Crew ist die zweifache Welt- und Europameisterin im Leichtgewichtsrudern Marie-Louise Dräger.

### Fundraising

- AIDA Silvester-Tombola

### Spenden

- Bürgerinitiative Bunt statt braun e. V.
- Deutsche Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger
- Deutsche Seemannsmission Rostock e. V.
- Deutsches Rotes Kreuz e. V.
- DRV Hilfe ohne Grenzen e. V.
- Michaelshof – Evangelische Pflege- und Fördereinrichtung Rostock
- Förderverein Tradition Ostseeschiffahrt e. V.
- Horst Rahe Stiftung
- Jüdische Gemeinde Rostock
- Kinderhilfe Afghanistan
- Kindertagesstätte „Kinderwelt“
- Kinnerhus Schmarl e. V.
- Nautischer Verein Rostock e. V.
- SOS Seaturtles

### Sponsoring

#### Kultursponsoring

- Festspiele Mecklenburg-Vorpommern
- Rostocker Schulmusikwochen
- Rostocker Volkstheater
- Rostocker Zoo

#### Bildungssponsoring

- Campus of Excellence

#### Auswahl der AIDA Sportpaten

- Andreas Möller (Fußball)
- Frank Adamowicz (Nationaltrainer Golf)
- Jens Voigt (Radsport)
- Marie-Louise Dräger (Leichtgewichtsrudern)
- Stefan Blöcher (Hockey)
- Ulrike Maisch (Marathon)

# Unsere Erfolge im Jahr 2010 – unsere Ziele für 2011

 Ziel erreicht    
  Ziel teilweise erreicht    
  Ziel nicht erreicht    
  Neues Ziel

Unternehmen		
Ziele 2010	Umsetzung 2010	Ziele 2011
<b>Wettbewerbsfähigkeit und Wirtschaftsstandort</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Weiterer Ausbau unserer Marktstellung in Deutschland</li> <li>Sicherung unserer Position auf dem europäischen Markt</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Marktstellung in Deutschland und Europa wurde weiter gefestigt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausbau unserer Marktstellung in Deutschland</li> <li>Europäische Marktstellung sichern</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>600 zusätzliche Arbeitsplätze durch die Indienststellung von AIDAblu</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Mitarbeiterzahl von 5.000 im Jahr 2009 auf 5.600 gestiegen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>600 zusätzliche Arbeitsplätze durch die Indienststellung von AIDA Sol</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Studie zum wirtschaftlichen Einfluss von AIDA auf Mecklenburg-Vorpommern</li> </ul>
<b>Gästezufriedenheit und Produktqualität</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Differenzierung der Gesamtzufriedenheit nach Sommer- und Wintersaison               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Wintersaison 2009/2010: 1,65</li> <li>– Sommersaison 2010: 1,50</li> <li>– Geschäftsjahr 2010: 1,55</li> </ul> </li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Differenzierung nach Sommer- und Wintersaison hat stattgefunden               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Wintersaison 2009/2010: 1,57</li> <li>– Sommersaison 2010: 1,49</li> <li>– Geschäftsjahr 2010: 1,53</li> </ul> </li> <li>Gesamtzufriedenheit liegt bei 96 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umstellung der Gesamtzufriedenheit auf Prozentzahlen</li> <li>Gesamtzufriedenheit auf dem hohen Niveau von 2010 halten</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Senkung der Reklamationsquote auf unter 1,9 %</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Reklamationsquote liegt bei 2,28 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trennung zwischen:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Quote Pauschalprodukt: unter 1,9 %</li> <li>– Quote Schiff: 1,5 %</li> </ul> </li> <li>10 Arbeitstage Bearbeitungszeit von Beschwerden</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Erfassung umsetzbarer Gästeideen im System</li> <li>Aufnahme der Pre- und Postphase in die Bewertung</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Gästeideen werden in das System eingepflegt</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Der Online-Fragebogen berücksichtigt An- und Abreise (Pre- und Postphase)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ideen kontinuierlich einstellen und Gäste über Verlauf informieren</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausbau des Online-Community-Managements</li> <li>Transparenzerhöhung durch Online-Veröffentlichung der Gästezufriedenheit</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Online-Community-Management wurde ausgebaut</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Gästezufriedenheit wird online veröffentlicht</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kennzahlen zur Gästezufriedenheit werden gästefokussierter dargestellt</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Angebot neuer Destinationen Südamerika und Amazonas</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Südamerika und Amazonas sind neue Destinationen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Angebot neuer Destinationen Schwarzes Meer und Rotes Meer</li> </ul>
<b>Strategieentwicklung und Reporting</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie für die nächsten Jahre</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie</li> <li>Konzept eines Nachhaltigkeitsfonds erstellt und abgestimmt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vorantreiben unserer Nachhaltigkeitsstrategie</li> <li>Gründung einer Nachhaltigkeitsstiftung</li> <li>Stärkung der Berichterstattung im Internet</li> </ul>
<b>Stakeholderdialog</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Schulung von 3.000 zusätzlichen Reisebüros</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Schulung von über 7.600 Reisebüromitarbeitern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schulung von 2.000 Reisebüromitarbeitern, davon mind. 300 in Österreich</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausbau der Kooperation mit Stakeholdern, wie unabhängigen Forschungseinrichtungen und NGOs</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Führungsrolle in einem Leuchtturm-Projekt der EU zu ökologischem Kreuzfahrttourismus (vgl. S. 14)</li> <li>Zusammenarbeit mit der Initiative e4ships der Bundesregierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortführung und Weiterentwicklung der Kooperationen in den Bereichen Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft</li> </ul>

## Umwelt

Ziele 2010	Umsetzung 2010	Ziele 2011
Ressourcenverbrauch – Einsparung von Treibstoff und spezifischen Emissionen		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silikonanstrich für alle Neubauten der Flotte</li> <li>• AIDAbella folgt 2011</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• AIDAblu wurde mit Silikonanstrich versehen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der aktuelle Neubau (AIDA Sol) erhält den Silikonanstrich</li> <li>• Silikonanstrich für AIDAbella</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spezifischen Frischwasserverbrauch auf aktuellem Niveau halten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Senkung des Frischwasserverbrauchs um 0,1 % pro Gast und Tag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduktion des Frischwasserverbrauchs pro Gast und Tag um 5,0 %</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umstellung auf Maßstab Passagiertag               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>): – 3,8 %</li> <li>– Stickoxide (NO<sub>x</sub>): – 3,8 %</li> <li>– Schwefeloxide (SO<sub>x</sub>): weitere Reduzierung</li> </ul> </li> <li>• Weitere Investition in die Entwicklung ressourcenschonender Technologien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Einführung der neuen Maßeinheit               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>): – 2,8 %</li> <li>– Stickoxide (NO<sub>x</sub>): – 2,9 %</li> <li>– Schwefeloxide (SO<sub>x</sub>): – 5,9 %</li> </ul> </li> <li>✓</li> <li>• Verstärkung der Investitionen in Technologien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emissionen pro Passagiertag weiter reduzieren               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>): – 3,7 %</li> <li>– Stickoxide (NO<sub>x</sub>): – 3,7 %</li> <li>– Schwefeloxide (SO<sub>x</sub>): mindestens – 3,7 %</li> </ul> </li> <li>• Entwicklung ressourcenschonender Technologien vorantreiben</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduktion des Treibstoffverbrauchs unserer Firmenwagenflotte um 10 % bis 2013</li> <li>• CO<sub>2</sub>-Reduktion bis 2013 auf ca. 135 g/km im Durchschnitt unserer Firmenwagenflotte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Fortlaufende Ziele</li> <li>✓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduktion des Treibstoffverbrauchs unserer Firmenwagenflotte um 10 % bis 2013</li> <li>• CO<sub>2</sub>-Reduktion bis 2013 auf ca. 135 g/km im Durchschnitt unserer Firmenwagenflotte</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbereitung unserer Neubauten für Landstrom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Vorbereitung AIDAblu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbereitung AIDA Sol</li> </ul>
Minderung des Abfallaufkommens		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstärkung des Dialogs mit Häfen zum Ausbau der Infrastruktur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Verstärkung des Dialogs in Bezug auf landseitige Abgabe von Abwasser, insbesondere mit Ostseehäfen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortführung des bestehenden Dialogs mit den Häfen zum Ausbau der Infrastruktur</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Steigerung unserer Recyclingquote um weitere 10 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Steigerung der Recyclingquote auf 28,5 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recyclingquote auf hohem Niveau von 2010 halten</li> <li>• Reduktion Müllaufkommen pro Gast und Tag: –5,0 %</li> <li>• Kontinuierliche Auditierung unserer Partner</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einbindung der Entsorgungsunternehmen in unsere Auditierungsverfahren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• 40 Entsorgungsunternehmen auditiert</li> </ul>	
Stakeholderdialog		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiterer Ausbau unserer Zusammenarbeit mit gesellschaftlichen Akteuren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Zusammenarbeit mit Meyer Werft und NOW im Projekt e4ships</li> <li>• Kooperation im Projekt BUNGAS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortführung und Weiterentwicklung der Kooperationen in den Bereichen Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft</li> </ul>

## Mitarbeiter

Ziele 2010	Umsetzung 2010	Ziele 2011
Herausragende Förderung des Nachwuchses im nautisch-technischen und touristischen Bereich		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaffung von 50 neuen Ausbildungs- und Studienplätzen</li> <li>• Neuer Masterstudiengang „International Cruise Ship Management“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Schaffung von 50 neuen Ausbildungs- und Studienplätzen</li> <li>✓</li> <li>• Einführung und fortlaufende Modifikation des Masterstudiengangs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhöhung der Ausbildungs- und Studienplätze von 50 auf 70</li> <li>• Konsolidieren der Bildungsaktivitäten innerhalb der Academy</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbau der Schulungen zur Qualitätssicherung</li> <li>• Schaffung der Position „Verantwortlicher für Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Qualitätssichernde Trainingseinheiten etabliert</li> <li>✓</li> <li>• Besetzung der Position</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vier neue Trainer und Intensivierung zusätzlicher HESS „On-the-Job-Trainings“</li> <li>• Intensivierung der HESS-Ausbildung im Rahmen der Refresher-Kurse für Offiziere</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Steigerung der Eigenentwicklungsquote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Anstieg von 73,5 % auf 76 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quote auf mindestens 75 % halten</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchführung von zielgerichteten unterjährigen Mitarbeiterbefragungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Management Reviews an Bord aller Schiffe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitarbeiterbefragung im Herbst 2011</li> </ul>
Positionierung als attraktiver Arbeitgeber		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefter Austausch mit nationalen und internationalen Stakeholdern über die betriebliche Aus- und Weiterbildung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓</li> <li>• Ausbau der Kooperation mit Trainingszentren in Deutschland, Asien und im europäischen Ausland</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortführung und Weiterentwicklung der Kooperationen in den Bereichen Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft</li> </ul>
	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positionierung als attraktiver Arbeitgeber im nationalen und internationalen Markt</li> </ul>

# AIDA cares – GRI-Index



Wir orientieren uns für unseren Nachhaltigkeitsbericht 2011 an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI). Ihre Leitlinien zur nachhaltigen Berichterstattung ermöglichen eine bessere Vergleichbarkeit zwischen Berichten und erhöhen deren Transparenz und Aussagekraft.

Der GRI-Content-Index führt auf, welche Standardangaben wir berichten und wo die entsprechenden Informationen innerhalb unseres Berichtes zu finden sind. Er gibt zusätzlich an, welche Kriterien wir bereits vollständig abgedeckt haben und welche teilweise erfüllt sind.

Die Global Reporting Initiative unterscheidet in ihren Leitlinien zur nachhaltigen Berichterstattung drei Erfüllungsgrade, aufsteigend von C zu A. Die Wertung zeigt an, wie viele Informationen nach den aktuellen Leitlinien von GRI im Bericht umgesetzt wurden. Den Erfüllungsgrad für den vorliegenden Bericht schätzen wir selbst mit B ein.

In diesem Bericht gemäß GRI-Vorgaben

- komplett abgedeckt
- ◐ zum Teil abgedeckt

GRI	Standardangabe	Seite	Status
<b>Strategie und Analyse</b>			
1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	3, 15	●
1.2	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	3, 15	●
<b>Organisationsprofil</b>			
2.1	Name der Organisation	10	●
2.2	Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	18–19	●
2.3	Organisationsstruktur	2, 17	●
2.4	Hauptsitz der Organisation	2	●
2.5	Länder der Geschäftstätigkeit	11, 17, 18	●
2.6	Eigentümerstruktur	17	●
2.7	Märkte	11, 17, 18	●
2.8	Größe der Organisation	17, 30, 32	●
2.9	Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	17, 30, 32	●
2.10	Auszeichnungen	14, 21, 29	●

GRI	Standardangabe	Seite	Status
<b>Berichtsparemeter</b>			
3.1	Berichtszeitraum	15	●
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts	15	●
3.3	Berichtszyklus	15	●
3.4	Ansprechpartner	2	●
3.5	Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts	15	●
3.6	Berichtsgrenze	15	●
3.7	Beschränkung des Berichtsumfangs	15	●
3.8	Joint Ventures, Töchter, Outsourcing	15	●
3.9	Datenerfassung	15	●
3.10	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	7–8, 22, 32–33	●
3.11	Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden	7–8, 22, 32–33	●
3.12	GRI-Content-Index	34–35	●
3.13	Bestätigung durch externe Dritte	34	●
<b>Governance, Verpflichtungen und Engagement</b>			
4.1	Führungsstruktur der Organisation	17	●
4.2	Angabe, ob der Vorstandsvorsitzende gleichzeitig Geschäftsführer ist	17	●
4.3	Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans	17	●
4.4	Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an den Vorstand	15, 29	●
4.5	Kopplung der Vorstandsvergütung an die Unternehmensleistung	17	●
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten im Vorstand	14, 15	●
4.7	Qualifikation der Vorstandsmitglieder in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen	15	●
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	13, 14, 15	●
4.9	Verfahren des Vorstands zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	15	●
4.10	Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands	14, 15	●
4.11	Vorsorgeprinzip	3, 15	●

GRI	Standardangabe	Seite	Status
Governance, Verpflichtungen und Engagement			
4.12	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	13, 14, 15	●
4.13	Mitgliedschaften	13, 14	●
4.14	Stakeholdergruppen	13, 31	●
4.15	Auswahl der Stakeholdergruppen	15	●
4.16	Einbeziehung von Stakeholdern	3, 7–9, 15	●
4.17	Fragen und Bedenken von Stakeholdern	3, 7–9, 15	●
Ökonomische Leistungsindikatoren			
Managementansatz		3, 15, 17, 32	●
EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	17, 31	◐
EC3	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	30	●
Ökologische Leistungsindikatoren			
Managementansatz		3, 15, 21, 33	●
EN3	Direkter Energieverbrauch	22, 23	●
EN4	Indirekter Primärenergieverbrauch	22, 23	●
EN6	Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien	21–25	●
EN8	Gesamtwasserentnahme	23	●
EN12	Auswirkungen auf die Biodiversität	31	◐
EN16	Treibhausgasemissionen	22, 23	●
EN19	Emissionen ozonabbauender Stoffe	25	●
EN20	NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> und andere Luftemissionen	22, 23	●
EN21	Abwassereinleitung	23	●
EN22	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	23	●
EN26	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen	21–25	●
EN28	Sanktionen wegen Umweltverstößen	21	●
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte			
Managementansatz		3, 15, 29, 33	●
HR4	Vorfälle von Diskriminierung	29	●
HR5	Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen	29	●
HR6	Kinderarbeit	29	●
HR7	Zwangsarbeit	29	●

GRI	Standardangabe	Seite	Status
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung			
Managementansatz		3, 15, 27–30, 32–33	●
LA1	Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis, Arbeitsvertrag und Region	30	●
LA2	Mitarbeiterfluktuation	30	●
LA4	Mitarbeiter mit Tarifverträgen	29–30	●
LA5	Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	30	●
LA6	In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter	30	●
LA7	Berufskrankheiten und Ausfalltage	30	●
LA9	Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	13, 30	●
LA10	Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	31	●
LA12	Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern	28–29	●
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung			
Managementansatz		3, 8–9, 15, 32–33	●
PR1	Auswirkungen auf die Gesundheit entlang der Produktlebensdauer	8, 13, 14, 28, 31	◐
PR2	Verstöße gegen Gesundheitsstandards	30	●
PR5	Gästezufriedenheit	7–8	●
PR8	Verletzung des Schutzes der Gästedaten	10	●
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft			
Managementansatz		3, 14–15, 32–33	●
SO3	Schulungen zur Antikorruptionspolitik	14	●
SO5	Lobbying	14	●
SO8	Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften	14	●

