

AIDA cares

Nachhaltigkeitsbericht 2009





Michael Thamm, President AIDA Cruises

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe AIDA Freunde,

es ist mir eine Freude, Ihnen unseren Nachhaltigkeitsbericht 2009 zu präsentieren. In der zweiten Ausgabe von AIDA cares blicken wir mit Ihnen auf unsere bereits erreichten Ziele und auf die anspruchsvollen Herausforderungen der Zukunft. Anhand konkreter Daten und Fakten belegen wir nachvollziehbar, wie wir als Marktführer unserer besonderen sozialen und ökologischen Verantwortung gerecht werden. Transparenz schafft Vertrauen – sowohl innerhalb unseres Unternehmens als auch im Fokus der Öffentlichkeit.

Der Erfolg und das Wachstum von AIDA Cruises sind nur im Einklang mit Gesellschaft und Umwelt möglich. Wir möchten, dass auch nachfolgende Generationen die Wunder der Erde entdecken können. Dafür engagieren wir uns weit über gesetzliche Standards hinaus und setzen weltweit Maßstäbe – im nachhaltigen Schutz der Natur, in der sorgsamsten Nutzung von Ressourcen und im verantwortungsbewussten Umgang mit unseren Gästen, Mitarbeitern und Partnern. Sie alle sind Teil der großen AIDA Familie. An dieser Stelle möchte ich ihnen herzlich danken – unseren vielen Gästen für ihre ansteckende AIDA Begeisterung, unseren Mitarbeitern aus 25 Nationen für ihr tägliches Engagement und unseren weltweiten Partnern für die vertrauensvolle Zusammenarbeit. Ich freue mich, mit Ihnen allen Kurs auf neue Ziele und spannende Herausforderungen zu nehmen.

Liebe Leserinnen und Leser, bleiben Sie neugierig und hinterfragen Sie uns. Jede Anregung von Ihnen ist pure Motivation für uns – AIDA cares!

Ihr Michael Thamm, President AIDA Cruises



Zufriedene Gäste sind uns sehr wichtig. Und nicht selten kommt uns dabei die Natur zu Hilfe: etwa mit einem besonders schönen Sonnenauf- oder -untergang.



Der Schutz der maritimen Umwelt auf allen Routen und in allen Zielgebieten ist AIDA Cruises ein zentrales Anliegen.

AIDA Cruises – Ziele und Zielerreichung 2007 bis 2008

ZIEL	MASSNAHMEN UND ZIELERREICHUNG
Unternehmen	
Stärkung der Position als Marktführer in Deutschland und Ausbau des Marktanteils in Europa	Mit der Bestellung von drei weiteren innovativen Schiffen einer neuen Generation baut das Unternehmen seine führende Position in Deutschland und Europa aus und erweitert bis 2012 seine Kapazitäten auf 16.400 Betten. Mit einem Durchschnittsalter von fünf Jahren hat AIDA Cruises die jüngste und innovativste Flotte Europas. AIDA Cruises setzt immer wieder Impulse und verantwortet deshalb einen großen Teil des Marktwachstums selbst.
Etablierung eines systematischen Managementsystems	AIDA Cruises hat für die Einhaltung der hohen Standards ein Integriertes Managementsystem (IMS) eingeführt. Sämtliche Unternehmensabläufe und deren Ergebnisse unterliegen einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess mit systematischer Führung und Kontrolle. Dabei werden die Anforderungen aus den gesetzlichen Vorschriften, den nationalen wie internationalen Standards sowie unternehmensinternen Vorgaben durch vorbeugende Maßnahmen umgesetzt. Diese ganzheitliche Management-Strategie wurde von unabhängigen Instituten qualitativ ausgezeichnet: <ul style="list-style-type: none"> • Zertifizierung des IMS durch den Germanischen Lloyd • ISO 14001:2004 (Umweltmanagement) • ISO 22000:2005 (Managementsystem für Lebensmittelsicherheit) • ISO 9001:2008 (Qualitätsmanagement)
Konsequente Einhaltung der internationalen Sicherheitsbestimmungen ISM Code	AIDA Cruises hat das Safety Management Manual (SMM) als Teil des Integrierten Managementsystems (IMS) eingeführt. <ul style="list-style-type: none"> • An Bord jedes Schiffes gibt es zwei verantwortliche Sicherheitsoffiziere. Die komplette Crew probt wöchentlich Sicherheitsmanöver und das Verhalten bei Notfallsituationen. • Unabhängige Experten prüfen regelmäßig die Einhaltung der Sicherheitsvorschriften. Der systematische Ansatz im Bereich Schiffssicherheit wurde von unabhängigen Instituten qualitativ ausgezeichnet: <ul style="list-style-type: none"> • Zertifizierung nach ISM Code • Zertifizierung nach ISPS Code
Verbesserung der Gäste-Gesamtzufriedenheit	AIDA Cruises definiert Zielkorridore, um die Zufriedenheit der Gäste zu messen. Dabei lagen 2008 88 Prozent der Reisen innerhalb des Zielkorridors von 1,5 – 1,75. Damit liegt die durchschnittliche Gästezufriedenheit mit 1,59 im Bereich „sehr gut“ – Beleg für eine außerordentlich hohe Qualität.

ZIEL	MASSNAHMEN UND ZIELERREICHUNG
Umwelt	
Aufbau eines Umweltreportings	AIDA Cruises betreibt seit 2008 ein vierteljährliches, detailliertes Reporting. Alle wesentlichen Kennziffern im Bereich Umweltschutz werden gesammelt, ausgewertet und anschließend für Optimierungen und Maßnahmen aufbereitet.
Kontinuierliche Reduzierung des Pro-Kopf-Frischwasserverbrauchs ohne Einschränkung des Gästekomforts	AIDA Cruises hat sehr erfolgreich innovative Systeme eingeführt und Maßnahmen integriert, um den Frischwasserverbrauch zu senken: <ul style="list-style-type: none"> • Einsatz des Vacuum Food Waste Systems • Umstellung auf wassersparende Anwendungen (Duschbrauseköpfe, Zeitschaltung bzw. Infrarotsteuerung im Sanitärbereich) • Sensibilisierung aller Crew-Mitglieder zum sparsamen Umgang mit Wasser durch spezielle, regelmäßig stattfindende Schulungen Im Vergleich zum Vorjahr konnten 2008 12,6 Prozent Frischwasser pro Gast eingespart werden, ohne den Komfort zu beeinflussen.
Reduzierung von Bilgenwasser	AIDA Cruises betreibt neben gesetzlich geforderten Entölungsanlagen eine White-Box, um den Ölgehalt gemäß den MARPOL-Anforderungen permanent zu kontrollieren. Die ölhaltigen Reststoffe (oily sludge) werden an Land ausschließlich lizenzierten Entsorgern übergeben. Darüber hinaus wurde auf AIDAdiva und den baugleichen Schwesterschiffen das innovative Trocken-Bilge-Konzept implementiert.
Einführung umweltfreundlicher Unterwasseranstriche auf Silikonbasis	Alle Schiffe der AIDA Flotte erhalten einen Silikonanstrich, um den Wasserwiderstand zu reduzieren und damit Treibstoff zu sparen. Die Beschichtung ist völlig frei von Bioziden und anderen, für die Umwelt schädlichen Toxinen. <ul style="list-style-type: none"> • Bereits mit neuem Anstrich versehen sind: AIDAaura, AIDAcara und AIDAvita



Jeder Mitarbeiter ist gern für unsere kleinen und großen Gäste da – ob es darum geht, eine Frage zu beantworten oder mit einem Lächeln für das schönste Urlaubs-erlebnis zu sorgen.



Höchste Motivation und Service-Orientierung zeichnen die Crews der AIDA Flotte aus. Und perfektes Teamwork bildet die Basis für ein nachhaltiges Reiseerlebnis.

ZIEL	MASSNAHMEN UND ZIELERREICHUNG
<p>Umwelt</p> <p>Einsparung von Treibstoff und spezifischen Emissionen</p>	<p>AIDA Cruises setzt sich dafür ein, den Ausstoß von Stickoxiden (NO_x), Schwefeloxiden (SO_x) und Kohlendioxid (CO₂) zu reduzieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterwasseranstrich auf Silikonbasis, Einsatz modernster Antriebsmotoren und Nutzung von Abwärmeenergie bei AIDAdiva und baugleichen Schwesterschiffen; Routenplanung unter Berücksichtigung ökologisch günstiger Geschwindigkeiten; regelmäßige Reinigung von Propeller und Schiffsrumpf; freiwillige Selbstverpflichtung, in deutschen Wechselhäfen niedrigschwefeligen Treibstoff einzusetzen; Vorbereitung auf Landstromanschlüsse bei Neubauten. <p>2008 konnten im Vergleich zum Vorjahr pro Passagierkilometer eingespart werden: Treibstoff 7,2 Prozent; Schwefeloxide 11,6 Prozent; Stickoxide 7,2 Prozent; Kohlendioxid 7,2 Prozent.</p>
<p>Minderung des Abfallaufkommens und Steigerung der Recyclingrate</p>	<p>AIDA Cruises hat ein systematisches Abfallmanagementsystem eingeführt, das dem modernsten Stand der Technik entspricht. Außerdem wird landseitiger Abfall ausschließlich an lizenzierte Entsorger abgegeben. Grundsätzlich werden Produkte bevorzugt, die wenig Abfall produzieren und Lieferanten nach ökologischen Kriterien ausgewählt. Die Recyclingquote bemessen am gesamten Abfallaufkommen lag 2008 bei 4,5 Prozent.</p>
<p>Gäste</p> <p>Einbindung der Gäste in die Mitgestaltung des Produktportfolios von AIDA Cruises</p>	<p>AIDA Cruises hat 2008 seine Gästebefragungen neu aufgelegt und Ideenkarten eingeführt. Auf diese Weise können AIDA Reisende schriftlich Verbesserungsvorschläge machen oder Leistungen bewerten. Mit der Qualitätsinitiative „Ja gerne!“ hat das Kreuzfahrtunternehmen 2008 eine einheitliche Richtlinie etabliert, um die Gäste-Gesamtzufriedenheit zu steigern.</p>
<p>Mitarbeiter</p> <p>Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit und Optimierung des Arbeitsumfeldes</p>	<p>Für die Teilnahme am weltweiten Arbeitgeber-Ranking 2009 des Forschungsunternehmens Great Place To Work hat AIDA Cruises eine umfassende Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Die Ergebnisse flossen auch in die interne Prozessgestaltung mit ein.</p>

ZIEL	MASSNAHMEN UND ZIELERREICHUNG
<p>Mitarbeiter</p> <p>Herausragende Förderung des Nachwuchses im nautisch-technischen Bereich</p> <p>Positionierung als attraktiver Arbeitgeber in Deutschland</p>	<p>AIDA Cruises hat 2008 die Bildungsakademie European Cruise Academy (ECA) in Rostock gegründet. Die Inhalte der Bachelor- und Masterstudiengänge werden in Kooperation mit der Hochschule Wismar erarbeitet. Zudem vergeben wir eine große Anzahl an Stipendien.</p> <p>AIDA Cruises ist 2008 von der renommierten Corporate Research Foundation (CRF) zu den Top-Arbeitgebern in Deutschland gezählt worden. Das Institut Great Place To Work listet AIDA Cruises in seinem Ranking „Deutschlands Beste Arbeitgeber 2009“ unter den Top 100 in der Kategorie 501 bis 5.000 Mitarbeiter.</p>
<p>Gesellschaft</p> <p>Erfolg mit Menschen teilen</p>	<p>AIDA Cruises unterstützt zahlreiche gemeinnützige Organisationen durch Spenden und übernimmt gesellschaftliche Verantwortung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seit 2005 ist ein Gesamterlös von 220.000 Euro aus Spenden und den AIDA Neujahrstombolas an SOS-Kinderdorf e.V. geflossen. Zwischen der internationalen Hilfsorganisation und AIDA Cruises besteht eine langjährige, erfolgreiche Partnerschaft. • Weitere Spenden erhielten 2008 der Verein zur Förderung des Norddeutschen Knochenmarks, das Volkstheater Rostock, der Verein der Seemannsfrauen Ostsee e.V., die Stiftung für die Hochschule Wismar, die Universitäts-Kinder- und Jugendklinik Rostock und die Festspiele Mecklenburg-Vorpommern.
<p>Engagement in Kultur und Sport</p>	<p>Für AIDA Cruises sind Kunst und Kultur wichtige Fundamente gesellschaftlichen Zusammenlebens. Deshalb unterstützt das Kreuzfahrtunternehmen zahlreiche regionale Projekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Als Hauptsponsor der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern ist AIDA Cruises wichtiger Partner des national wie international renommierten Musikfestivals. • AIDA Cruises finanziert allen 8.000 Rostocker Schülern jährlich einen Konzertbesuch im Rahmen der Rostocker Schulmusikwoche. • Das Kreuzfahrtunternehmen investiert in enge Sportpatenschaften, die über reines Sponsoring hinausgehen. Derzeit gibt es insgesamt 30 AIDA Sportpaten, zu denen unter anderem Erfolgsterner Fabian Hambüchen gehört.

Eine Reise mit Verantwortung

Reisen begeistert, inspiriert, entspannt und erweitert den Horizont. Immer mehr Menschen möchten auf diesen Genuss nicht mehr verzichten und entdecken immer neue Ziele weltweit. Dabei wächst das Bewusstsein für verantwortungsvolles Reisen gerade in den letzten Jahren deutlich. Der sorgsame Umgang mit der Umwelt, der Gesellschaft und den natürlichen Ressourcen liegt nicht nur uns, sondern auch unseren Gästen sehr am Herzen. Wir sorgen dafür, dass Sie Ihren AIDA Urlaub mit bestem Gewissen genießen können.

Unser aktueller Nachhaltigkeitsbericht nimmt Sie mit auf eine Reise der Verantwortung. Entdecken Sie die Welt von AIDA – auch hinter den Kulissen – und überzeugen Sie sich davon, wie wir den vielfältigen Herausforderungen der Zukunft schon heute gerecht werden. Auf unserer Reise lernen Sie fünf Regionen der Erde kennen, die beispielhaft für unsere Entwicklung stehen. Kommen Sie mit an Bord – wir freuen uns auf Sie!

„Nur Reisen ist Leben, wie umgekehrt das Leben Reisen ist.“
Jean Paul



Porträt

- 11 AIDA Cruises auf Wachstumskurs
- 12 Werte leben, Verantwortung übernehmen
- 12 AIDA Philosophie
- 14 Managementsystem mit Zertifikat
- 14 Ein Versprechen: Das AIDA Lächeln



Umwelt

- 17 Für den Schutz der Meere
- 18 Internationale Übereinkommen
- 19 „Wir gehen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus.“ Interview mit Michael Ungerer
- 20 Wasser – Ressource für das Leben
- 21 Recycling an Bord
- 21 Klima schonen
- 22 Innovative Lösungen mit großer Wirkung
- 22 Ökologisch denken an Land und auf See
- 23 Ausgezeichneter Einsatz für die Umwelt



Gäste

- 25 Kreuzfahrten zum Wohlfühlen
- 26 Volleyball, Tai Chi und Meer
- 26 AIDA Servicecredo „Ja gerne!“
- 26 Gästezufriedenheit im Fokus
- 27 Ein Schiff voller Ideen
- 27 Ganzheitlicher Blick
- 28 „Der offene Dialog führt zu Lösungen.“ Interview mit Jörg Eichler



Mitarbeiter

- 31 Mit Respekt und Vertrauen
- 32 Offene Kommunikationskultur
- 32 Kompetenzen erkennen und gezielt fördern
- 33 Akademische Ausbildung: die European Cruise Academy
- 34 Faire Vergütung
- 35 Der Gesundheit und Fitness zuliebe
- 35 Familienfreundliches Unternehmen



Gesellschaft

- 37 Begabungen stärken – Hoffnung schenken
- 38 Soziales Engagement weltweit
- 38 Kultur zu Wasser und zu Land
- 38 Sportliche Leistungen fördern
- 39 „Verantwortung ist unseren Gästen wichtig.“ Interview mit Paul Soulsby



Ausblick

- 41 Ausblick: Die Reise der Verantwortung geht weiter

- 44 Glossar
- 46 Impressum
- 47 Zahlen und Fakten

- 03 Editorial
- 04 Ziele und Zielerreichung 2007–2008



AIDA Cruises auf Wachstumskurs

Zufriedene Gäste und eine intakte Umwelt sind die Basis für unseren wirtschaftlichen Erfolg. Deshalb handeln wir verantwortungsbewusst und setzen die Werte unseres Unternehmens konsequent um.

Die Hansestadt Rostock an der Ostsee ist die Heimat von AIDA Cruises. Hier beginnt unsere „Reise der Verantwortung“, auf der wir uns nachhaltig für Gäste und Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt engagieren. Das Lächeln am Bug unserer Schiffe begleitet unsere Gäste zu den schönsten Orten der Welt. An Bord genießen sie das entspannte AIDA Feeling, ausgezeichneten Service und Entertainment der Spitzenklasse. Dabei offenbart sich Tag für Tag eine neue Urlaubswelt. Unsere AIDA Flotte besteht zurzeit aus sechs Schiffen, bis 2012 kommen drei weitere hinzu.

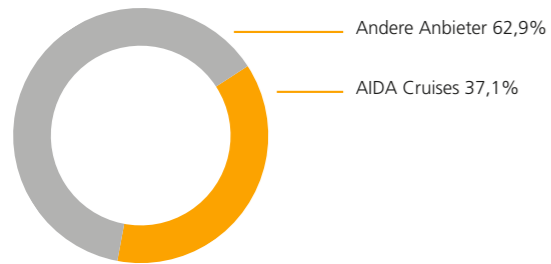
Kreuzfahrten sind ein stark wachsendes Segment innerhalb der Tourismusindustrie. Während die ersten Kreuzfahrten zu Beginn des 20. Jahrhunderts ausschließlich vermögenden Reisenden vorbehalten waren, gibt es heute Angebote für die verschiedensten Zielgruppen. Mit rund 10,2 Mio. Passagieren (2007) sind die Vereinigten Staaten von Amerika wichtigster Markt. In Europa gehen traditionell die Briten gern auf Kreuzfahrt, aber auch der deutsche Markt birgt viel Potenzial.

Laut Deutscher ReiseVerband e.V. betrug 2008 der Gesamtumsatz 1,7 Mrd. Euro – eine Steigerung von 17,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Rund 906.000 Menschen buchten 2008 eine Hochseekreuzfahrt, davon 336.000 mit AIDA Cruises. Experten erwarten, dass die Nachfrage in den nächsten Jahren weiter zunehmen wird. So soll sich die Zahl der deutschen Kreuzfahrtgäste bis 2018 auf zwei Millionen pro Jahr verdoppeln.

Schon 1996 hat AIDA Cruises eine völlig neue Form des Urlaubs auf dem Wasser geprägt: Sie verbindet klassische Seereise und modernen Lifestyle zu einer legeren Kreuzfahrt, die das zeitgenössische Lebensgefühl aktiver, aufgeschlossener Gäste jeden Alters aufnimmt. Ein Konzept, das sich erfolgreich am Markt etabliert hat: Heute ist AIDA Cruises europaweit die Nummer drei und mit einem Marktanteil von 37,1 Prozent die Nummer eins in Deutschland. Als Tochtergesellschaft der amerikanischen Carnival-Gruppe gehören wir zudem zur weltweiten Nummer eins unter den Kreuzfahrtunternehmen.

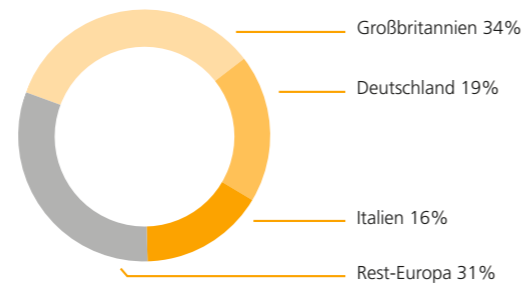
PASSAGIERAUFKOMMEN IM DEUTSCHEN UND EUROPÄISCHEN KREUZFAHRTMARKT

AIDA Cruises ist mit einem Passagieranteil von 37,1 Prozent im deutschen Hochseekreuzfahrtmarkt führend.



Quelle: Deutscher Reiseverband e.V., 2008

Gemessen an den Gästezahlen ist Deutschland der zweitgrößte Kreuzfahrtmarkt Europas.



Quelle: European Cruise Council Preliminary Statistics, 2007

Werte leben, Verantwortung übernehmen

Auch in Zukunft bleiben wir auf Erfolgskurs. Dafür haben wir Werte geprägt, auf die wir stolz sind und nach denen unsere rund 3.200 Mitarbeiter ihr tägliches Handeln ausrichten. Dazu zählen Serviceorientierung, ein hohes Qualitätsbewusstsein, Innovationsfreudigkeit, ein ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein und Offenheit für Vielfalt – schließlich sind Menschen aus 25 Ländern für AIDA Cruises tätig. So ist eine Unternehmenskultur entstanden, die kaufmännische Ziele in Einklang mit den Bedürfnissen der Umwelt und Gesellschaft bringt. Der Schutz der Meere ist uns dabei besonders wichtig. Denn unsere Gäste möchten eine intakte Natur erleben und entscheiden sich nicht zuletzt deshalb für eine Kreuzfahrt.

Der Nachhaltigkeitsgedanke steht im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns. Damit stellen wir uns in die Tradition unserer Muttergesellschaft. 2008 wurde Carnival im FTSE4Good Global Index gelistet. Die Indexreihe der britischen Finanzzeitschrift Financial Times und der Londoner Börse (Stock Exchange – SE) soll es Anlegern erleichtern, verantwortungsbewusst zu investieren.

In die Serie werden nur Unternehmen aufgenommen, die zielgerichtet für den nachhaltigen Schutz der Umwelt eintreten, sich um den Dialog mit verschiedenen Interessengruppen bemühen und die Einhaltung der Menschenrechte unterstützen. Das Auswahlverfahren beruht auf weltweit anerkannten Standards für unternehmerische und soziale Verantwortung.

AIDA Philosophie

Der Code of Business Conduct and Ethics ist ein wichtiger Teil unserer AIDA Philosophie. Darin sind ethische Leitlinien zusammengefasst, die für die gesamte Carnival-Gruppe gelten. So setzen wir uns für die Umwelt ein und bekennen uns zu einem fairen Umgang mit unseren Geschäftspartnern und Lieferanten. Dazu zählt beispielsweise, jede Form von Korruption und Bestechung im Umgang mit Vertragspartnern zu verhindern. Darüber hinaus ist uns der Schutz von Daten besonders wichtig. Unsere Mitarbeiter verpflichten sich, alle während der Arbeit erhaltenen Informationen vertraulich zu behandeln. Ob es sich um Budgetpläne, Gästelisten oder Versicherungsdaten handelt – Informationen werden nur dann weitergegeben, wenn die Prozesse es erfordern.



Ob im Hafen oder auf dem offenen Meer: Die AIDA Schiffe sind stets dem Nachhaltigkeitsgedanken verpflichtet.

CODE OF BUSINESS CONDUCT AND ETHICS

Die ethischen Prinzipien von AIDA Cruises geben unseren Führungskräften und Mitarbeitern Orientierung für ihre tägliche Arbeit. Schriftlich verankert sind sie im sogenannten Code of Business Conduct and Ethics der Carnival Corporation.

Wir verpflichten uns damit:

- Geschäfte im Einklang mit rechtlichen und ethischen Standards abzuwickeln
- allen Mitarbeitern die Erwartungen des Unternehmens hinsichtlich ihrer persönlichen und beruflichen Ehrlichkeit und Integrität darzulegen
- die Übereinstimmung mit den Richtlinien des Unternehmens sicherzustellen



Teamarbeit wird bei AIDA großgeschrieben. Die Crew trifft sich regelmäßig, um Erfahrungen auszutauschen.

Managementsystem mit Zertifikat

Bei AIDA Cruises leben und arbeiten wir nach den Vorgaben der Muttergesellschaft. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist nicht nur der Geschäftsleitung ein besonderes Anliegen, sondern prägt das gesamte Unternehmen. Um dem Management die praktische Umsetzung der Unternehmensziele zu erleichtern, haben wir 2006 ein Integriertes Management System (IMS) eingeführt. Das IMS ist ein ganzheitliches System mit dem Ziel, die Aufbau- und die Ablauforganisation entsprechend den Anforderungen von Markt, Kunden, Kapitalgebern, Gesellschaft und Staat zu entwickeln und zu verbessern. Integrierte Managementsysteme tragen einer übergreifenden Betrachtung Rechnung, die jeden Verantwortlichen in seinem Bereich und in den von ihm bearbeiteten Prozessen ganzheitlich mitverantwortlich macht. Ausgehend von internationalen und nationalen Vorschriften sind die unternehmensinternen Anforderungen festgelegt, insbesondere in den Bereichen Qualität, Umwelt, Arbeitssicherheit, Hygiene und sozialer Verantwortung. Auf der Grundlage der internationalen ISO-Standards analysieren wir die Prozesse im Unternehmen laufend und verbessern sie kontinuierlich – um unseren Gästen ein unvergessliches Reiseerlebnis zu ermöglichen.

Das Integrierte Management System ist durch den Germanischen Lloyd, eine der weltweit führenden Klassifizierungsgesellschaften, entsprechend den internationalen ISO-Standards zertifiziert worden und geht über für die internationale Schifffahrt geltenden Vorschriften hinaus. In Bezug auf die Sicherheit als Teilbereich des IMS ist unter anderem der International Ship and Port Facility Security Code (ISPS-Code) maßgeblich – entwickelt für Hafen- und Verwaltungseinrichtungen sowie Reedereien von der International Maritime Organization (IMO) (vgl. Kapitel Portrait). Erfüllen Schiffsbetreiber alle darin definierten Sicherheitsanforderungen, stellt ihnen das Bundesamt für Seeschifffahrt und Hydrographie ein Ship Security Certificate (ISSC) aus. Alle Schiffe der AIDA Flotte verfügen über ein solches ISSC. Auch die Anforderungen des ebenfalls von der IMO eingeführten

International Safety Management Codes (ISM Code) berücksichtigt AIDA Cruises. Er umfasst ein umfangreiches System an Maßnahmen – damit unsere Gäste sich an Bord jederzeit wohl und sicher fühlen.

Ein Versprechen: Das AIDA Lächeln

Wer eine Reise mit AIDA unternimmt, bemerkt bald: Das nachhaltige Engagement von AIDA Cruises setzt sich in der Praxis aus vielen einzelnen Bausteinen zusammen. In Bezug auf die Umwelt ist es vor allem wichtig, immer wieder ein Bewusstsein dafür zu schaffen, was verantwortungsvolles Handeln bedeutet. Spezielle Trainings zum Umweltschutz helfen allen Mitarbeitern, die Konsequenzen ihres Handelns für die Umwelt zu beurteilen. Unterstützung bietet der Crew auch die Carnival Compliance Hotline. An diese können sich Mitarbeiter unter anderem wenden, wenn sie Fragen zu Umweltthemen oder Sicherheitsaspekten haben. Alle hier eingehenden Hinweise werden von AIDA Cruises umgehend und detailliert geprüft. Denn es ist uns ein großes Anliegen, dass auch nachfolgende Generationen die Welt der Ozeane entdecken können.

Indem wir unsere Leistungen in allen Bereichen kontinuierlich verbessern, stellen wir uns nicht nur unserer gesellschaftlichen Verantwortung als führendes deutsches Kreuzfahrtunternehmen. Wir ermöglichen auch unseren Gästen ein verantwortungsbewusstes Reisen, ohne dabei auf optimalen Service und höchsten Komfort verzichten zu müssen. Denn unsere Mitarbeiter setzen sich Tag für Tag dafür ein, das Motto von AIDA Cruises umzusetzen: „Hier ist das Lächeln zu Hause“ steht für einen zwanglosen Urlaub mit Stil und ist gleichzeitig ein Leistungsversprechen im Sinne nachhaltiger Unternehmensführung.

ZERTIFIZIERUNGEN VON AIDA CRUISES

Folgende Regelwerke sind für das Unternehmen verbindlich:

- **ISO 9001** legt die Anforderungen an ein Qualitätsmanagementsystem fest. Ziel ist, Produkte bereitzustellen, welche die Anforderungen der Kunden erfüllen und die Kundenzufriedenheit weiter erhöhen.
- **ISO 14001** ist ein Umweltmanagementsystem zur Vermeidung von negativen Umwelteinflüssen und Optimierung des Ressourcenverbrauchs.
- **ISM** ist der International Safety Management Code der International Maritime Organization (IMO). Mit seiner Hilfe sollen Schiffe sicher betrieben und die Verschmutzung der Meere verhindert werden.
- **ISPS** ist der International Ship and Port Facility Security Code der International Maritime Organization. Er legt bestimmte Standards fest, um die Sicherheit in den Häfen zu gewährleisten.

- **OHSAS 18001** ist das Occupational Health and Safety Management System, das dem Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmanagement dient, um beispielsweise Unfälle zu vermeiden.
- **ISO 22000** ist ein Managementsystem, das die Lebensmittelsicherheit gewährleistet.
- **GLC MSR** ist ein Standard, der Anforderungen zur sozialen Verantwortung festlegt.



Die sechs Schiffe der AIDA Flotte auf einen Blick und nach Baujahr geordnet: AIDAcara (1996), AIDAvita (2002), AIDAaura (2003), AIDAdiva (2007), AIDAbella (2008), AIDAAluna (2009). Zusammen haben die AIDA Schiffe eine Kapazität von 9.862 Unterbetten.



„AIDA Cruises schützt vorbildlich die maritime Umwelt. Das Unternehmen setzt nicht nur alle Vorschriften so früh wie möglich um, sondern engagiert sich auch darüber hinaus. Diese Qualitätsphilosophie haben wir als Germanischer Lloyd mit dem Five Star Excellence Award ausgezeichnet.“



DR. HERMANN J. KLEIN, MITGLIED DES VORSTANDES GERMANISCHER LLOYD

Für den Schutz der Meere

Majestätische Küstenlandschaften, eine geheimnisvolle Artenvielfalt – die Schätze des Meeres sind besonders schützenswert. Deshalb räumt AIDA Cruises dem maritimen Umweltschutz höchste Priorität ein und ermöglicht so den Gästen ein verantwortungsvolles Reisen.

Wer mit einem Schiff der AIDA Flotte unterwegs ist, hat sich für eine umweltfreundliche Reiseform entschieden. Denn die Emissionen auf dem Wasserweg sind geringer als beim Straßen- oder Luftverkehr. Für die Ost- und Nordsee gilt die Forderung, nur Brennstoffe mit einem maximalen Schwefelanteil von 1,5 Prozent zu verwenden. In ausgewählten Häfen erfüllt AIDA schon jetzt die EU-Forderungen für 2010 und verwendet in diesen Häfen Brennstoff mit einem maximalen Schwefelgehalt von 0,1 Prozent.

Wir setzen uns im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie dafür ein, die Belastungen für die Umwelt so weit wie möglich zu redu-

zieren. Nicht zuletzt, weil es für die Gäste ein unvergessliches Erlebnis ist, einen intakten maritimen Lebensraum hautnah zu erleben. Grundlage für das Engagement von AIDA Cruises sind die internationalen und nationalen Gesetzgebungen zum Umweltschutz auf den Weltmeeren. Maßgeblich ist dafür die Arbeit der International Maritime Organization IMO mit Sitz in London. Dabei handelt es sich um eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen (UNO), die das Ziel hat, die Verschmutzung der Meere durch Schiffe zu reduzieren und die nationale und internationale Seefahrt sicherer zu machen. Für den Schutz der Meere ist dabei insbesondere das Marine Environment Protection Committee (MEPC) zuständig.



Nichts ist so entspannend wie der Blick auf das weite Meer. AIDA liegt es deshalb sehr am Herzen, die maritime Umwelt zu schützen.

Internationale Übereinkommen

Zu den wichtigsten Regelungen der IMO gehören das MARPOL- und das SOLAS-Abkommen, die für AIDA Cruises maßgeblich sind. MARPOL ist ein internationales Übereinkommen, das die Meeresverschmutzung durch Schiffe verhindern soll. Es wurde bereits 1973 getroffen, 1978 modifiziert und seitdem laufend erweitert. Inzwischen umfasst es insgesamt sechs Sonderregelungen, etwa zum Schutz vor Verschmutzung durch Öl, den Transport verpackter Schadstoffe oder zur Vermeidung von Schiffsmüll. Die jüngste Erweiterung von MARPOL (Annex VI) regelt die Emissionen von Luft-Schadstoffen. Besonders hohe Anforderungen sind in sogenannten Schwefelemissionssondergebieten (SECAs) zu erfüllen. Dazu gehören beispielsweise Nord- und Ostsee. SOLAS steht für ein internationales Übereinkommen zum Schutz des menschlichen Lebens auf See. Die aktuelle, seitdem kontinuierlich ergänzte Fassung gilt seit 1974.

In den verschiedenen Kapiteln sind Standards formuliert wie Schiffe gebaut, ausgestattet und betrieben werden sollen – um den Schutz des menschlichen Lebens auf See so gut wie möglich zu sichern. So enthält das Übereinkommen beispielsweise genaue Regelungen zum Brandschutz, zur Ausstattung mit Rettungsmitteln und für alle Systeme der Schiffsführung. Die unterzeichnenden Staaten verpflichten sich, dass die unter ihrer Flagge fahrenden Schiffe diese Standards einhalten. Daher ist es selbstverständlich, dass AIDA Cruises alle SOLAS und MARPOL Konventionen erfüllt.

AIDA Cruises ist es ein Anliegen, schnellstmöglich neue Bestimmungen umzusetzen. Doch nicht nur das: Weil wir verantwortungsvoll mit den Ressourcen umgehen wollen, erfüllen wir viele Anforderungen schon, bevor sie überhaupt gesetzlich verankert sind.



„WIR GEHEN ÜBER DIE GESETZLICHEN VORGABEN HINAUS.“

MICHAEL UNGERER,
SENIOR VICE PRESIDENT OPERATIONS

In dem nachfolgenden Interview nimmt Michael Ungerer Stellung zum freiwilligen Engagement des Unternehmens.

Die Ostsee ist eines der Meere, das am stärksten befahren wird. Welche Auswirkungen hat das auf das Ökosystem Meer?

Michael Ungerer: Ein großes Problem in der Ostsee ist die Tendenz zur Eutrophierung. Phosphor- und Nitrateinträge sorgen für eine Nährstoffanreicherung im Wasser. Dies stimuliert das Wachstum von Organismen wie zum Beispiel Blaualgen, was zu einer Reduzierung des Sauerstoffgehalts im Wasser führt und damit die Wasserqualität beeinträchtigt. Nur ein geringer Teil der Nährstoffe wird hierbei direkt im Meer freigesetzt. Hauptsächlich gelangen sie von Land über Wasserwege oder die Atmosphäre in die Küstengewässer und Meere. Die Landwirtschaft trägt hier beispielsweise einen großen Anteil durch Düngung bei. Die Schifffahrt insgesamt verursacht durch die Einleitung von Abwasser etwa ein Prozent des Gesamtaufkommens der Nährstoffeinträge, bei Kreuzfahrtschiffen sind es 0,5 Prozent.

Die Abwasserentsorgung ist eine der größten Herausforderungen maritimen Umweltschutzes – wie geht AIDA Cruises vor?

Zunächst stellen internationale Richtlinien wie MARPOL verbindliche Standards vor, auf denen wir unser Handeln aufbauen. Für die Ostsee definiert MARPOL zum Beispiel ein Entsorgungsverbot von unbehandelten Abwässern innerhalb von vier Seemeilen zur Küste. Dies haben wir durch eine interne Regelung erweitert, mit der wir uns verpflichten, innerhalb von zwölf Seemeilen zur Küste keine unbehandelten Abwässer einzuleiten. Generell nutzen wir auf unseren Schiffen die beste zurzeit verfügbare Klärtechnologie, um das Abwasser vor der Einleitung zu behandeln. Unsere Entsorgungsstandards für Abwasser liegen damit für alle Schiffe über internationalen Standards. Für die besonders gefährdete Ostsee unterziehen wir uns darüber hinaus einer freiwilligen Selbstverpflichtung, die auf Initiative des WWF entstand.

Können Sie diese freiwillige Selbstverpflichtung näher erläutern?

Der WWF fordert einen Verzicht auf die Einleitung von Abwässern oder die Klärung der Abwässer nach dem Stand der besten verfügbaren Technik vor der Einleitung. Es hat für uns eine besondere Bedeutung, unseren Gästen ein unbeschwertes Urlaubserlebnis in intakten Zielgebieten zu bieten. Zumal unser Unter-

nehmen selbst Anrainer der Ostsee ist. Deshalb entsprechen diese Anforderungen den Prinzipien von AIDA Cruises.

Ist denn dieses Vorgehen konsequent umsetzbar?

Auf AIDA luna können wir eine Klärung des Abwassers bis annähernd zur Trinkwasserqualität gewährleisten. Neben den spezifizierten Klärwerten wird u.a. eine deutliche Reduzierung des Phosphorgehalts erreicht. Eine Einleitung von Abwasser ist im Rahmen der Verpflichtungserklärung zum Schutz der maritimen Umwelt demnach unbedenklich. Auf AIDA cara verzichten wir gänzlich auf die Einleitung von Abwässern und führen die fachgerechte Entsorgung während den Hafenliegezeiten an Land durch. In wenigen Ausnahmesituationen, die wir nur bedingt beeinflussen können, ist eine Abweichung von dieser Regelung denkbar. Wir sind abhängig von der Art der Entsorgung, die der Hafenbetreiber wählt, die über das öffentliche Netz, LKW oder Barge entsorgen. Sollten zum Beispiel Entsorgungseingänge in den Häfen bestehen, entsorgen wir das Abwasser nach den für die Ostsee gültigen internationalen Richtlinien. Somit unterstützen wir auch im Jahr 2009 die Initiative des WWF zur Reinhaltung der Ostsee.

Gibt es weitere freiwillige Eigenauflagen, an denen sich AIDA orientiert?

Im Rahmen unseres nachhaltigen Engagements versuchen wir regelmäßig neue Ziele umzusetzen. Bereits vor der Einführung von SECAs und NO_x Tax haben wir begonnen Schwefel- und Stickoxid-Emissionen zu reduzieren. Im Hafen Hamburg nutzen wir während der Liegezeiten Gasöl zum Kesselbetrieb und zur Stromerzeugung. Dieses hochwertige Raffinerieprodukt hat einen Schwefelanteil von unter 0,1 Prozent und reduziert die anfallenden Schwefeloxid-Emissionen damit deutlich.



Unsere Meere zählen zu den faszinierendsten und sensibelsten Ökosystemen der Erde. Ihr Schutz ist AIDA als führendem deutschen Kreuzfahrtanbieter ein zentrales Anliegen.

Wasser – Ressource für das Leben

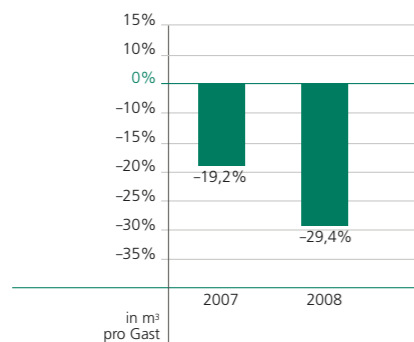
Unsere Mitarbeiter setzen sich Tag für Tag dafür ein, die Regelungen zum Umweltschutz an Bord unserer Schiffe konsequent umzusetzen. Zum Beispiel, wenn es um die Wasserressourcen geht: AIDA Cruises gewährleistet die Trinkwasserversorgung mithilfe von Entsalzungsanlagen. Regelmäßige Kontrollen stellen sicher, dass dabei höchste Anforderungen an die Qualität erfüllt werden. 2007 hatte sich AIDA Cruises das ehrgeizige Ziel gesetzt, den Pro-Kopf-Trinkwasserverbrauch noch einmal um zehn Prozent zu reduzieren. Tatsächlich ist es uns gelungen, 2008 im Vergleich zum Vorjahr 12,6 Prozent pro Gast einzusparen – und das ohne jede Einschränkung für die Reisenden. AIDA Cruises hat die Besatzungen für einen bewussten Wasserverbrauch sensibilisiert. Darüber hinaus ist es durch innovative Konzepte und moderne Technologien gelungen, deutliche Einsparungen zu erzielen. So nutzen wir auf unseren Neubauten beispielsweise ein Vacuum Food Waste System für Lebensmittelabfälle das erheblich weniger Wasser als herkömmliche Systeme verbraucht. Denn konventionell werden Lebensmittelabfälle durch Pipelines geschwemmt – das dafür notwendige Wasser lässt sich mithilfe des innovativen Vakuum-Systems sparen. Für das anfallende Abwasser haben wir ebenfalls ausgefeilte Konzepte entwickelt. Unter anderem ist jedes AIDA Schiff mit einer biologischen Kläranlage ausgestattet, die beispielsweise

Toilettenabwässer reinigt. Die Schiffe der neuen AIDA Generation erhalten besonders effektive Abwasserbehandlungsanlagen auf dem neuesten Stand der Technik, sodass wir davon ausgehen, die Werte unserer Umweltindikatoren in diesem Bereich noch weiter zu verbessern.

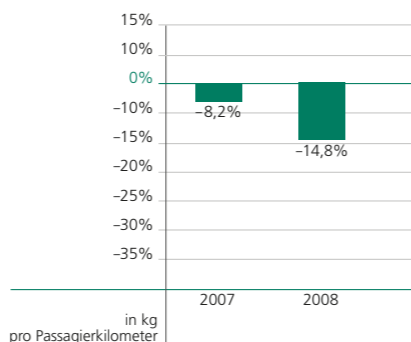
Da im Schiffsbetrieb auch ölhaltiges Abwasser anfällt – sogenanntes Bilgenwasser – gibt es auf jedem Schiff zwei Entölungsanlagen. Außerdem hat AIDA Cruises ein Trocken-Bilge-Konzept eingeführt, das verhindert, dass sich Öl und Wasser überhaupt vermengen. Dieses Entölungssystem wird durch die White Box elektronisch kontrolliert: Sie zeichnet den Ölgehalt des abgegebenen Bilgenwassers permanent auf und stellt sicher, dass der im MARPOL-Übereinkommen festgelegte Grenzwert eingehalten wird. Danach darf das Abwasser nicht mehr als 15 ppm (parts per million = Anteil pro Million) Öl enthalten. Sollte der Grenzwert überschritten werden, wird die Abgabe des Bilgenwassers sofort unterbrochen. So kann kein Öl unkontrolliert über Bord gehen. In der Carnival-Gruppe gehört eine solche White Box mittlerweile zum Standard, der damit über die gesetzlichen Vorschriften hinausgeht.

PROZENTUALE EINSPARUNG DER UMWELTINDIKATOREN IM VERGLEICH ZU 2006

Einsparung Wasser



Einsparung Treibstoff



Wir schenken unser berühmtes AIDA Lächeln auch der Umwelt: beispielsweise durch Unterwasseranstriche auf Silikonbasis für unsere Schiffe, die Treibstoffverbrauch und Emissionen deutlich reduzieren.

Recycling an Bord

Ein wichtiges Thema an Land und auf See ist das Abfallmanagement. Grundsätzlich ist es unser Ziel, so wenig Abfälle wie möglich zu produzieren. An Bord unserer Schiffe ist es selbstverständlich, Abfall nach modernsten Standards zu trennen und zu entsorgen. Brennbares Material wird eingeschert, Metall und Glas geschreddert und damit so zerkleinert, dass sie sich platzsparend aufbewahren lassen. An Land werden die Abfälle lizenzierten Entsorgern übergeben. Das gilt auch für ölhaltige Abfälle, die wir gesondert sammeln. Außerdem achten wir darauf, dass Material möglichst recycelt wird. Im Jahr 2008 betrug die Recyclingquote 4,5 Prozent.

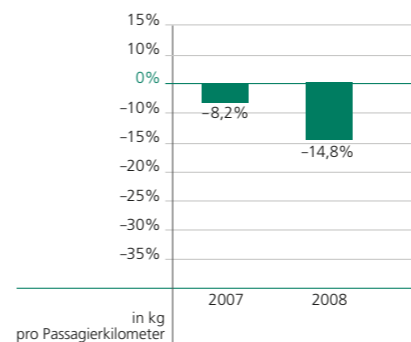
Klima schonen

Besondere Aufmerksamkeit schenkt AIDA Cruises darüber hinaus dem Thema Emissionen. Schiffe fahren mit schwefelhaltigen Kraftstoffen, bei deren Verbrennung Schwefeloxide in die Luft abgegeben werden. Die Erweiterung des MARPOL-Abkommens regelt seit 2006 die Grenzwerte für Schwefel im Treibstoff. AIDA Cruises hat den sich daraus ableitenden Handlungsbedarf erkannt. So gibt es beispielsweise interne Auflagen, die die Verwendung von weniger schwefelhaltigem Kraftstoff regeln. Durch verschiedene Maßnahmen konnten wir 2008 die spezifischen Emissionen pro Passagierkilometer erheblich senken. Im

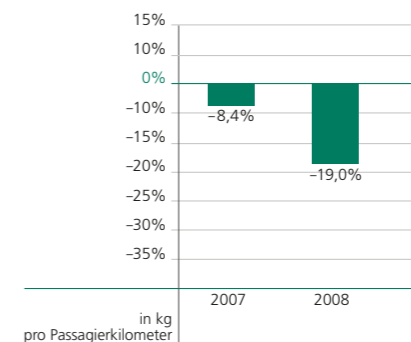
Vergleich zum Vorjahr reduzierten wir den Ausstoß von Schwefeloxiden um 11,6 Prozent; die Einsparungen für Stickoxide lagen bei 7,2 Prozent der angenommenen Emissionen pro Gewichtseinheit Treibstoff. Zudem ist es uns im vergangenen Jahr gelungen, den Treibstoffverbrauch gegenüber dem Vorjahr um 7,2 Prozent zu senken und damit die CO₂-Emissionen um den gleichen Wert zu reduzieren. So haben wir unter anderem für jeden Teilabschnitt der Routen ein optimales Geschwindigkeitsprofil entwickelt – schließlich trägt vor allem eine ökonomische Fahrweise dazu bei, die Emissionen zu verringern.

PROZENTUALE EINSPARUNG DER UMWELTINDIKATOREN IM VERGLEICH ZU 2006

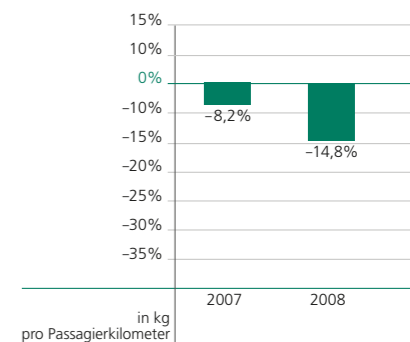
Einsparung CO₂-Emissionen



Einsparung Schwefeloxid-Emissionen



Einsparung Stickoxid-Emissionen





Ob es darum geht, exotische Pflanzen zu bewundern oder ein fremdes Land mit dem Mountainbike zu erkunden: Die Landausflüge von AIDA Cruises werden nach ökologischen Prinzipien geplant.

Innovative Lösungen mit großer Wirkung

Um den Treibstoffverbrauch auch in Zukunft noch stärker zu senken, arbeiten wir an innovativen Lösungen. Eine effizientere Fahrweise garantiert beispielsweise auch die hochmoderne Beschichtung, mit der AIDA Cruises bis Ende 2009 seine gesamte Flotte ausstattet. Dabei handelt es sich um einen Unterwasseranstrich auf Silikon- beziehungsweise Fluorpolymer-Basis. Diese Beschichtung ist frei von umweltschädlichen Stoffen und verringert die Reibung während der Fahrt gegenüber herkömmlichen Anstrichen deutlich. Dank der ausgefeilten Anti-Fouling-Oberfläche gleitet der Bewuchs am Schiffsrumpf ab einer bestimmten Fahrgeschwindigkeit einfach ab. Da dieser Bewuchs den Vortrieb hemmt – also die Kraft, mit der sich das Schiff vorwärts bewegt – lassen sich Treibstoffverbrauch und Emissionen so deutlich verringern.

Nicht zu unterschätzen sind die vielen kleinen Maßnahmen an Bord, die täglich dazu beitragen, Emissionen zu verringern: Konsequenterweise eingesetzt, können etwa sparsame Leuchtmittel den Energiebedarf beträchtlich senken. Mithilfe des HVAC Control Systems lässt sich zudem die Temperatur in jeder Kabine individuell einstellen – das reduziert den Energieverbrauch. Damit Licht und Klimaanlage nicht unnötig in Betrieb sind, führen wir 2009 sogenannte Hotel Card Schalter ein. Wenn ein Gast seine Kabine betritt, steckt er eine Karte in die dafür

vorgesehene Halterung und schaltet auf diese Weise automatisch Beleuchtung und Klimaanlage ein. Verlässt er den Raum, nimmt er die Karte wieder mit – das Licht geht aus und die Klimaanlage wird auf eine geringe Leistung heruntergeschaltet.

So stellen wir sicher, dass Energie nicht unnötig verschwendet wird. In Bereichen wie dem Restaurant ist es dank moderner Technik schon heute möglich, die Kühl- beziehungsweise Heizleistung immer automatisch an den jeweiligen Bedarf anzupassen. Auch damit lässt sich Strom sparen und gleichzeitig für eine jederzeit angenehme Raumtemperatur sorgen.

Ökologisch denken an Land und auf See

Mit den notwendigen Reinigungsmitteln geht AIDA Cruises sehr verantwortungsbewusst um. Eine Dosierstation gewährleistet einen möglichst geringen Verbrauch. Zudem testet das Unternehmen regelmäßig neue Produkte, um die Umwelt zu schonen. Damit hört AIDA Cruises nicht im Hafen auf – auch bei den angebotenen Touren handeln wir und unsere regionalen Partner immer im Einklang mit ökologischen Erfordernissen. Dafür gibt es „zehn goldene Regeln“. Sie dienen unseren Tourbegleitern als Leitlinien – immer mit dem Ziel, uns in jeder Situation umweltgerecht zu verhalten und den Gästen ein verantwortungsvolles Reisen zu ermöglichen.

ZEHN GOLDENE REGELN FÜR AUSFLÜGE AN LAND

1. Wir organisieren Touren in möglichst kleinen Gruppen.
2. Wir sorgen dafür, dass alle Teilnehmer während der Tour auf den Wegen bleiben.
3. Wir nutzen die besten vor Ort erhältlichen Fahrzeuge, damit so wenig Emissionen wie möglich entstehen.
4. Wir nehmen Abfälle mit zurück auf die Schiffe, um sie ordnungsgemäß zu entsorgen.
5. Wir ankern nicht in der Nähe von Riffen.
6. Wir erklären unseren Gästen, wie sie sich beim Schnorcheln oder Tauchen am besten verhalten, um die natürliche Umgebung zu erhalten.
7. Wir lassen unsere Gäste nur an öffentlichen Stränden baden.
8. Wir setzen uns während der gesamten Tour dafür ein, die Natur zu schützen und sorgen dafür, dass auch unsere Gäste die Regeln einhalten.
9. Wir beachten regionale Besonderheiten und kulturelle Vorschriften, wenn wir Sehenswürdigkeiten besichtigen.
10. Wir reagieren sofort, wenn wir bemerken, dass eine Tour negative Auswirkungen auf Natur oder kulturelle Sehenswürdigkeiten hat.

Ausgezeichneter Einsatz für die Umwelt

Wir sind überzeugt davon, dass die Gäste von AIDA Cruises unsere Bemühungen für ein verantwortungsvolles Reisen honorieren. Auch innerhalb der Branche haben wir dafür schon viel Anerkennung erhalten – unter anderem in Form folgender Auszeichnungen:

- **GL Excellence – 5 Stars:** AIDA Cruises hat diesen Preis für höchste Qualitätsstandards 2007 vom Germanischen Lloyd verliehen bekommen. Voraussetzungen waren exzellente Leistungen in Sicherheitsfragen, Arbeitsabläufen, Umweltschutz, ethischen Standards und Komfort.
- **GL Environmental Passport:** Auch diese Klassifizierung vergibt der Germanische Lloyd und zeichnet damit das freiwillige Engagement von Unternehmen für den maritimen Umweltschutz aus. Mit dem Germanischen Lloyd haben wir uns für die Zertifizierung durch einen starken und traditionsreichen Partner entschieden, der besonders hohe Umwelthanforderung stellt und dabei gleichbleibende Standards fordert.

- **Green Planet Award:** Das Gütesiegel hat AIDA Cruises vom größten Schweizer Reiseveranstalter Kuoni erhalten. Neben Badeferienhotels werden seit 2003 auch Kreuzfahrtschiffe ausgezeichnet. Sie müssen dafür sehr gute Standards in Bereichen wie Wasser-, Energie- und Abfallmanagement oder der ökologischen Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter erfüllen. 2008 wurde die gesamte AIDA Flotte mit dem Kuoni Award ausgezeichnet.

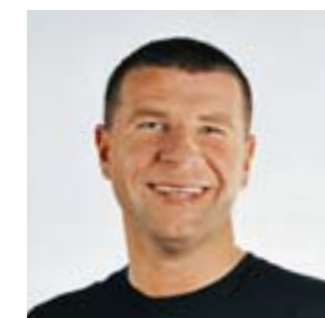


Viele Landausflüge führen in nahezu unberührte Gegenden. Umso wichtiger ist es uns, diese Orte so zurückzulassen, wie wir sie vorgefunden haben.



„Innerhalb von 14 Tagen habe ich fünf Länder kennengelernt – und zwar auf sehr beeindruckende Weise. Die intensive Nähe zum Meer, der erstklassige Service an Bord und das Bewusstsein, auf eine sanfte, umweltfreundliche Art unterwegs zu sein, haben diese Kreuzfahrt zu einem besonderen Erlebnis gemacht.“

THORSTEN KLEIN, AIDA GAST AUS MARKLOHE



Kreuzfahrten zum Wohlfühlen

Nur zufriedene Gäste erzählen zuhause begeistert von ihrem Urlaub und kommen gern wieder. Deshalb tut AIDA Cruises alles dafür, dass sich Reisende an Bord und an Land wohl fühlen – mit freundlichem Personal, hohen Qualitäts- und Servicestandards sowie vielfältigen Fitness-, Wellness- und Entertainment-Angeboten.

Ein Bummel durch Barcelona, Istanbul oder Neapel, ein Besuch der Pyramiden von Giseh, eine Biking-Tour quer durch Malta oder Golfen mit Blick auf die Küste der Peloponnes – wer eine AIDA Kreuzfahrt auf dem Mittelmeer macht, kann nicht nur den Aufenthalt an Bord genießen, sondern auch zahlreiche sportliche Highlights, pulsierende Städte und faszinierende Landschaften entdecken. Auf den 15 Routen, die AIDA Cruises allein in dieser

Region anbietet, waren 2008 rund 138.000 Gäste unterwegs – darunter junge Aktivreisende, Erholungs- und Familienurlauber genauso wie kulturinteressierte Weltentdecker. Damit zählt der Mittelmeerraum zu den meistgebuchten Destinationen bei AIDA Cruises. Aber auch andere Kreuzfahrtregionen wie die Karibik, Nordamerika, Dubai oder Nordeuropa sind bei unseren Gästen begehrt.



Auch für kleine Entdecker gibt es in einem AIDA Urlaub viel zu erleben. An Bord werden sie von der AIDA Kids Crew professionell betreut.

Volleyball, Tai Chi und Meer

Ausschlaggebend für das große Interesse an AIDA Kreuzfahrten ist nicht nur die Möglichkeit, komfortabel und entspannt die Welt kennen zu lernen. Unsere Gäste verbindet die Lust am Reisen, der Spaß am Entdecken und Genießen sowie der Wunsch nach größtmöglicher Flexibilität. Vor allem der außergewöhnliche Service und das abwechslungsreiche Fitness-, Wellness- und Entertainment-Programm sind das, was ihnen besonders gefällt und uns von unseren Mitbewerbern unterscheidet. Unsere Gäste können, mit Blick aufs Meer, Volleyball spielen oder mit Tai Chi zur Ruhe kommen, sich in unserer Body & Soul Wellness-Landschaft erholen, zwischen unterschiedlichen Restaurants wählen und abends Shows besuchen. Auch die ganz Kleinen oder fast Großen können sich austoben und ihren Interessen folgen, denn der AIDA Kids Club bietet ein vielseitiges und altersgerechtes Freizeitprogramm.

Damit der Urlaub auch den individuellen Vorlieben entspricht, haben unsere Gäste die Möglichkeit, außer den facettenreichen Inklusivleistungen zusätzliche Angebote zu buchen. So werden beispielsweise überal, wo AIDA Schiffe anlegen, Entdeckungstouren, sportliche Aktivitäten oder spezielle Events wie Weinproben angeboten. Außerdem können AIDA Gäste besondere Wohlfühlpakete wählen, die ihren Aufenthalt an Bord noch schöner machen. Ein exquisiter Gourmetabend steht dabei genauso zur Wahl wie exotische Massagen im Body & Soul Spa Bereich. Auch das dreistufige AIDA Preismodell kommt den Bedürfnissen und Wünschen unserer Gäste entgegen: So gibt es für anspruchsvolle, preisbewusste oder überraschungsfreudige Urlauber unterschiedliche Tarifoptionen, die je nach Destination, Kabinentyp und Leistungen nochmals variieren. Familien mit Kindern erhalten bei der Reisebuchung zusätzliche Ermäßigungen.

AIDA Servicecredo „Ja gerne!“

Wer mit AIDA Cruises reist, kann sich nicht nur auf qualitativ hochwertige und individuelle Angebote verlassen. Auch unser Service hat höchstes Niveau: 3.200 Mitarbeiter arbeiten jeden Tag dafür, dass sich unsere Gäste wohl fühlen. Egal, ob bei der Reisebuchung, an Bord oder bei Ausflügen an Land – das Ziel

jeden Mitarbeiters ist es, den Urlaub für jeden Gast zu einem einzigartigen Erlebnis werden zu lassen. Richtlinie für unsere Mitarbeiter ist dabei das AIDA Servicecredo „Ja gerne!“ und die AIDA Servicestandards, die wir im Rahmen unserer Qualitäts-offensive 2008 verbindlich eingeführt haben. Sie enthalten viele Handlungsbeispiele und helfen dabei, die AIDA Werte – Qualitätsbewusstsein, Serviceorientierung und Weltoffenheit – im Alltag authentisch zu leben. Die Freude am persönlichen Dialog ist dabei besonders wichtig. Nur wenn unsere Mitarbeiter wissen, was unsere Gäste bewegt, können sie schnell auf Wünsche und Beschwerden reagieren und damit ein hohes Maß an Zufriedenheit garantieren.

Gästezufriedenheit im Fokus

Um die hohen Qualitätsanforderungen umzusetzen, hat AIDA Cruises einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess etabliert. Dieser Prozess wird durch unterschiedliche Instrumente unterstützt, mit denen wir regelmäßig den Grad der Zufriedenheit unserer Gäste und die Einhaltung unserer Standards prüfen. Ein wesentlicher Bestandteil ist der Gästefragebogen. Er ist standardisiert und ermittelt Ergebnisse zu allen wichtigen Aspekten und Leistungen, mit denen AIDA Gäste auf ihrer Reise in Berührung kommen. Die Gästefragebögen werden elektronisch erfasst und in Form eines Berichts allen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt. Sie erhalten so die Möglichkeit, sich einen Überblick über die einzelnen Reisen zu verschaffen, das Portfolio mit den Wünschen und Bedürfnissen der Gäste abzugleichen – und entsprechend zu reagieren.

Der professionelle Umgang mit Beschwerden ist ein weiterer wichtiger Beitrag zu mehr Qualität: Auch wenn die Reklamationsquote im Jahr 2008 nur bei knapp zwei Prozent lag, nimmt AIDA Cruises jede Beschwerde ernst. Äußert ein Gast Kritik, wird diese sofort aufgenommen und so schnell wie möglich von den zuständigen Stellen bearbeitet. Während dieser Zeit steht ihm ein persönlicher Kundenberater für Nachfragen zur Verfügung, der nach einer schnellen und unbürokratischen Lösung sucht. Unser Ziel ist es, das Problem möglichst noch während der Reise zu beheben – ein Wunsch, den laut Gästebefragung 2007



Unsere Mitarbeiter an der Rezeption sind erste Anlaufstelle für die Gäste. Sie helfen bei allen Fragen gern weiter.

rund 80 Prozent der befragten Kunden äußerten und dem wir zielgerichtet nachgehen. Um den Prozess so reibungslos und effektiv wie möglich zu gestalten, setzt AIDA Cruises „Sorry!“ ein. Diese Software ermöglicht unseren Mitarbeitern an Bord und an Land, Beschwerden per Computer in eine zentrale Datenbank einzugeben und darüber abzuwickeln. Außerdem lassen sich so im Sinne eines nachhaltigen Beschwerdemanagements Hintergründe und Ursachen für Unmut ausführlich analysieren und die richtigen Weichen stellen.

Ein Schiff voller Ideen

Die Bedürfnisse und Wünsche unserer Gäste haben für uns höchste Priorität. Neben dem Gästefragebogen trägt der Einsatz von AIDA Ideenkarten zu einem unmittelbaren Austausch bei. Eigens für AIDA Gäste entwickelt, können sie mithilfe der Ideenkarten schon während der Reise Wünsche äußern und Anregungen geben.

Auch unsere Mitarbeiter sind aufgerufen, eigene Ideen und Vorschläge einzubringen, die dazu beitragen, unser Unternehmen voranzubringen und die Gästezufriedenheit zu erhöhen. Ihre Anregungen fließen in das Ideenmanagementsystem AIDA Impulse ein. Dabei erhält jeder Mitarbeiter die Möglichkeit, Ideen zu formulieren, sich einen Überblick über alle eingereichten Vorschläge zu verschaffen und diese zu kommentieren. Auch können sich Gruppen beteiligen, die gemeinsam eine Idee entwickelt haben.

Über diese Feedback-Möglichkeiten hinaus gibt es zwei weitere wesentliche Instrumente, die die Kundenzufriedenheit sichern. So werden auf ausgewählten Reisen sogenannte Mystery Checker eingesetzt. Das sind erfahrene Tester aus Hotellerie und Gastronomie, die wie normale Gäste an einer Kreuzfahrt teilnehmen. Sie nehmen während der gesamten Reise die Qualität und die Serviceleistungen aus Sicht eines Gastes in Augenschein – von der Reservierung bis hin zu den Leistungen an Bord. Mit Hilfe eines definierten Kriterienkatalogs bewerten sie dann ihre Erlebnisse und Erfahrungen.

Ganzheitlicher Blick

Das durch Gästefragebögen, Ideenkarten, Mystery Checks und andere Instrumente erfasste Kunden-Feedback wird monatlich ausgewertet und in einem Qualitätsbericht zusammengefasst. Dadurch erhalten wir wertvolle Hinweise darauf, ob wir die Erwartungen unserer Gäste erfüllen. Zufriedene Gäste sind der schönste Lohn für unsere Arbeit. Vor allem die Anregungen und die Kritiken sind für uns wertvoll, denn nur darüber wissen wir, wo wir stehen – und sind in der Lage, unser Portfolio und unseren Service kontinuierlich zu verbessern. Die überwiegend sehr positive Resonanz unserer Gäste bestätigt uns darin, dass wir mit unserem Engagement auf dem richtigen Weg sind.

In Zukunft werden wir den kontinuierlichen Verbesserungsprozess weiterentwickeln. AIDA Impulse wird durch ein verbessertes Kommunikations- und Nutzungskonzept erweitert. Ab 2010 sollen auch die über die Ideenkarten ermittelten Kundenvorschläge in das AIDA Ideenmanagementsystem integriert werden.

Gäste, die zufrieden von Bord gehen, begeistert von ihrer Reise berichten und sich schon auf den kommenden AIDA Urlaub freuen, spornen nicht nur unsere Mitarbeiter zu Höchstleistungen an, sondern sind auch Motor für unseren unternehmerischen Erfolg.

BEI AIDA NATÜRLICH INKLUSIVE

- Vollpension mit Tischgetränken
- Attraktive Sport- und Wellnessangebote
- Entertainment der Spitzenklasse
- Kinderbetreuung im Kids Club
- Deutsch als Bordsprache
- Trinkgelder



Kultur live erleben – bei einem unserer vielen Landausflüge ist das möglich.



„DER OFFENE DIALOG FÜHRT ZU LÖSUNGEN.“

JÖRG EICHLER,
SENIOR VICE PRESIDENT MARKETING & SALES

Im Interview erklärt Jörg Eichler, warum partnerschaftliche Zusammenarbeit einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für AIDA Cruises ist.

AIDA Cruises ist bekannt für exzellenten Service und hohe Kundenzufriedenheit. Was meinen Sie, sind die Gründe dafür?

Jörg Eichler: Das sind im wesentlichen zwei: Zum einen natürlich die ganz besondere Atmosphäre auf unseren Schiffen. Und zum anderen unser systematisches Gästezufriedenheitsmanagement. AIDA bietet seinen Gästen mit einer hochmotivierten Crew besten Service und befragt seine Gäste regelmäßig nach den erzielten Ergebnissen. Was hat gefallen, wo können wir noch besser werden und welche neuen Anregungen können wir aufgreifen?

Was genau macht die besondere Atmosphäre aus?

Da sind die fantastischen Destinationen, die wir bereisen, dann das unmittelbare Naturerlebnis, die faszinierende Weite des Meeres, das einmalig konzipierte Schiff – und eben unsere Mitarbeiter, die die Atmosphäre an Bord so einzigartig machen. Sie sind motiviert, engagiert und freundlich, ohne aufdringlich zu sein. Ihr Umgang mit den Gästen wird nicht nur von einem Lächeln begleitet. Er ist vor allem respektvoll, zuvorkommend

und offen. Dies gilt übrigens auch für unsere wichtigsten Partner, die Reisebüros. Für viele unserer Gäste stellen sie den ersten Kontakt mit unserem Unternehmen dar, die AIDA Atmosphäre beginnt also oft schon mit der Beratung und Auswahl der richtigen Reise. Deshalb legen wir größten Wert auf eine faire und partnerschaftliche Beziehung zu den Reisebüros.

Partnerschaftlicher Umgang und Offenheit sind wichtige Aspekte der Unternehmenskultur von AIDA Cruises?

Eindeutig ja. Wir sind aus praktischer Erfahrung überzeugt: Der offene Dialog führt zu Lösungen. Mit schweigenden Menschen wird man zu keinen gemeinsamen Ergebnissen kommen. Genau die sind es aber, woran uns gelegen ist: Wir möchten wissen, wie es unseren Gästen geht, was ihnen gefällt, aber auch was ihnen nicht gefällt. Nur wenn wir dieses Prinzip verfolgen, können wir wachsen und uns stetig verbessern. Der Verzicht auf das Gespräch ist gleichbedeutend mit Stillstand – und bewirkt im Laufe der Zeit Rückschritt. Das wollen wir uns nicht erlauben, weil es unserem zentralen Qualitätsversprechen an unsere Gäste wie auch unseren unternehmerischen Zielen widersprechen würde.



Das Reiseerlebnis beginnt schon beim Blättern durch den aktuellen Katalog – lange, bevor wir die Leinen losmachen.

Wie sehen die konkreten Maßnahmen aus, mit denen Sie Verbesserungen identifizieren und umsetzen?

Das ist ein sehr komplexer, systematischer Prozess, den ich gern kurz beschreiben möchte: Wir gleichen regelmäßig unsere Qualitätsstandards mit der Realität ab. Worüber hat sich der Gast beschwert? Warum konnten unsere Qualitätsstandards nicht eingehalten werden? Solche Informationen erhalten wir natürlich direkt vom Kunden oder vom Mitarbeiter. Es gibt aber auch Gästefragebögen, Ideenkarten, Qualitätsberichte oder Dienstreisereports, die über den Stand der Dinge Auskunft geben. All diese Daten sammeln wir, analysieren und werten sie monatlich aus. In regelmäßigen Meetings besprechen wir die Themen dann mit den relevanten Fachabteilungen.

Das klingt alles in allem sehr aufwändig...

Ja, und das ist noch nicht alles. Wir definieren dann Lösungen, die von den entsprechenden Mitarbeitern bis zu einer bestimmten Frist bearbeitet werden. Dieser Prozess wird von einem System erfasst und begleitet. Unser Ziel ist es, Beschwerden oder Abweichungen von unseren Qualitätsvorgaben so schnell wie möglich zu klären und die hohen Standards nicht nur zu halten, sondern sie permanent weiterzuentwickeln. Nur so werden wir den Ansprüchen und Erwartungen unserer Gäste auch in Zukunft

gerecht. Dieses Qualitätsmanagement ist übrigens ein zentraler Bestandteil unseres Integrierten Managementsystems, das sich über das gesamte Unternehmen erstreckt.

Wie kommt Ihr ausgefeiltes Beschwerdemanagement bei den Gästen an?

Eine aktuelle Befragung ergab, dass unsere Gäste bei Beschwerden besonders unsere schnelle Bearbeitung schätzen sowie unseren freundlichen und verständnisvollen Umgang. Die meisten Gäste wünschen sich eine Regulierung direkt an Bord – ein Interesse, das unsere Mitarbeiter mit Nachdruck verfolgen.



MANILA,
PHILIPPINEN



„Bevor ich das erste Mal an Bord ging, hat mich AIDA Cruises zu einem Kurs im Trainingscenter von AIDA auf den Philippinen eingeladen. Die Workshop-Leiter haben uns perfekt auf unsere Arbeit vorbereitet – und uns vermittelt, was es eigentlich heißt, Teil der großen AIDA Familie zu sein.“



MARYLHEZ PUERTA, HOUSEKEEPING

Mit Respekt und Vertrauen

Ob an Land oder an Bord: Das AIDA Lächeln haben alle unsere Mitarbeiter gemeinsam. Nicht zuletzt, weil eine multikulturelle Atmosphäre die Zusammenarbeit bereichert. Und weil AIDA Cruises ein ganzheitliches Aus- und Weiterbildungsangebot ebenso wichtig ist wie umfassende Sozialleistungen.

Manila, Philippinen, AIDA Trainingscenter: Hier lernen neue Mitarbeiter aus der Region die Philosophie von AIDA Cruises kennen und stellen sich auf den Umgang mit Menschen aus den verschiedensten Kulturen ein. Die Möglichkeit wird es zukünftig auch in Indien und Indonesien geben. Im Rahmen von Kooperationen mit Instituten bieten wir vor Ort eigene Schulungsprogramme für den Hotelbereich an. In Modulen werden Inhalte vermittelt, wie Produkt- und Servicestandards, Informationen zum Leben und Arbeiten an Bord, Regeln zu Hygiene und Gesundheit sowie Fachstandards.

AIDA Cruises bemüht sich stets, international wie national die besten und kompetentesten Mitarbeiter für das Unternehmen zu gewinnen. Denn ihr Engagement und ihre Fähigkeiten sind

es, die den unternehmerischen Erfolg ausmachen. Dabei werden sie von einer Unternehmenskultur geleitet, die auf gegenseitigem Vertrauen, Respekt und Wertschätzung beruht. Das sind Prinzipien, auf die wir unser AIDA Leitbild gegründet haben: „Hier ist das Lächeln zu Hause“. Dieses Motto spiegelt eine Wertekultur wider, die AIDA Cruises so einzigartig macht: hohes Qualitätsbewusstsein, exklusive Serviceorientierung, Innovationsfreudigkeit, ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein und Welt-offenheit. Die Basis dieser Werte bilden die international gültigen ethischen Leitlinien, die im „Code of Business Conduct & Ethics“ definiert sind (vgl. Seite 13). Die dort verankerten Grundsätze bestimmen unser tägliches Handeln und unsere Zusammenarbeit.



Intensive Schulungen sind für jeden neuen Mitarbeiter obligatorisch. Dazu gehören Seminare und Workshops ebenso wie Führungen, bei denen der Nachwuchs alle Bereiche unserer Schiffe kennenlernt.



Eine Runde Volleyball macht unseren Mitarbeitern ebenso viel Spaß wie unseren Gästen. Sportliche Aktivitäten sind nicht nur möglich, sondern erwünscht.

VIER ZIELE FÜR ALLE

AIDA Cruises fördert ...

- die Mitgestaltung der Unternehmenskultur durch alle Mitarbeiter, die durch ihre Kompetenz und ihr Engagement nachhaltig zur Sicherung und zum Wachstum des Unternehmens beitragen
- die kontinuierliche Kompetenzentwicklung aller Mitarbeiter, des Nachwuchses und besonderer Talente
- eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung
- die Bereitschaft zur Veränderung, hohes Engagement und Loyalität

Um die Kommunikation untereinander so optimal wie möglich zu gestalten, gibt es bei AIDA Cruises zahlreiche Informationsveranstaltungen und Kommunikationsmöglichkeiten: Aktuelle Mitteilungen werden via Newsletter, Intranet oder E-Mail veröffentlicht; es finden regelmäßige Meetings auf Bereichs-, Abteilungs- und Mitarbeitererebene sowie bereichsübergreifend statt; neben zahlreichen Mitarbeitererevents gibt es mit der AIDA Sternstunde eine monatliche Vortragsreihe zu internen und externen Themen, und seit bereits zehn Jahren erscheint die Mitarbeiterzeitschrift „WIR“. Sie berichtet über Aktionen und Geschichten aus der AIDA Welt. Neue Ideen sind bei AIDA Cruises stets willkommen. Über ein zentrales Ideenmanagementsystem nutzen wir das Expertenwissen unserer Mitarbeiter für die Verbesserung unserer Prozesse, Qualität und täglichen Arbeit. Mit AIDA Impulse können sich alle Mitarbeiter mit Ideen und Lösungsvorschlägen an der Gestaltung des Unternehmens aktiv beteiligen.

Kompetenzen erkennen und gezielt fördern

Das Wachstum des Unternehmens bedarf einer vorausschauenden Planung und Sicherstellung von qualifizierten Mitarbeitern. Denn der hohe Qualitätsanspruch von AIDA Cruises geht mit der Professionalität der Mitarbeiter einher. Die Grundlage unserer Arbeit ist daher ein strategisches Kompetenzmodell. Dieses bildet ab, welche konkreten Fähigkeiten und Fertigkeiten besonders relevant für die strategische Ausrichtung und Zielsetzung von AIDA Cruises sind. Es macht die Anforderungen im Unternehmen für jeden Mitarbeiter transparent, greifbar und dient als Grundlage erfolgreicher und strategisch orientierter Personal-

entscheidungen. In regelmäßigen Mitarbeitergesprächen werden erfolgsrelevante Kriterien besprochen. Dadurch ist es möglich, Stärken zu fördern und eine nachhaltige, optimale Entwicklung des Einzelnen sicherzustellen – in direktem Zusammenhang mit den aktuellen Unternehmenszielen.

Mit der Festlegung unternehmensweiter Führungsstandards schafft AIDA Cruises die Grundlage für ein einheitliches Führungsverständnis und -verhalten. Generell bieten wir Mitarbeitern attraktive Entwicklungsmöglichkeiten und Karrierechancen. Mithilfe von speziellen Management Development Programmen fördern wir junge Talente an Bord und an Land, die ausgeprägte

Fach- und Führungskompetenzen besitzen. So ist AIDA Spirits auf Einsteiger ausgerichtet, die Grundlagen der Mitarbeiterführung erlernen sollen; bei AIDA Leaders geht es darum, unternehmensweite Prinzipien kennenzulernen, um die Grundlage für ein einheitliches Führungsverständnis zu etablieren. Mit diesem Weiterbildungskonzept stellen wir nachhaltig das AIDA Führungsverständnis sicher, schaffen Transparenz und eine hohe Identifikation mit unseren Unternehmenswerten.

Akademische Ausbildung: die European Cruise Academy

Um den zunehmenden Bedarf an qualifiziertem Nachwuchs im nautisch-technischen Bereich zu sichern, investiert AIDA Cruises verstärkt in die Ausbildung und beschreitet innovative Wege. Mit der Gründung der Bildungsakademie European Cruise Academy (ECA) im Jahr 2008 haben wir ein ganzheitlich, international ausgerichtetes Ausbildungskonzept entwickelt.

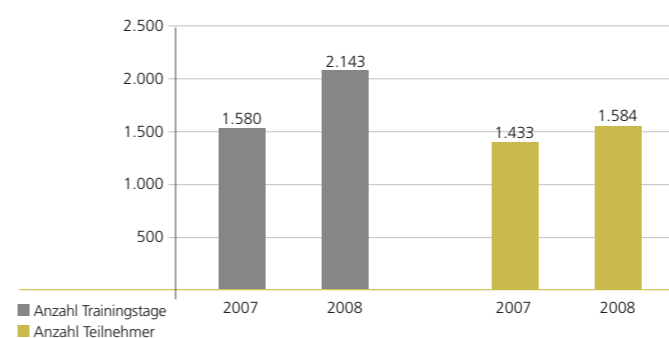
Im Fokus stehen dabei maßgeschneiderte Programme, die Bildungskonzepte für die moderne Kreuzschifffahrt bereit stellen. Die Inhalte werden in Zusammenarbeit mit der Hochschule Wismar erarbeitet und umgesetzt. Die Berufung von internationalen Experten aus Hochschulen und Unternehmen als Dozenten sichert die hohe Qualität der Ausbildung. AIDA Cruises unterstützt den akademischen Nachwuchs mit zahlreichen Förderstipendien.

Eine weitere Innovation von AIDA Cruises ist die in der Schifffahrt einzigartige Ausbildung zum Mechatroniker an Bord. Sie ist darauf ausgerichtet, den steigenden Bedarf an Fachkräften im

Offene Kommunikationskultur

Kaum eine Arbeitswelt ist so vielfältig und international wie die von AIDA Cruises. Hier treffen Kulturen und Kompetenzen aus aller Welt aufeinander, von denen alle Mitarbeiter profitieren. 3.200 Mitarbeiter aus 25 Ländern sind zurzeit für AIDA Cruises tätig – drei Viertel davon an Bord. Jeder Kultureinfluss bereichert die Zusammenarbeit und ermöglicht es, neue Eindrücke zu gewinnen. Damit der interkulturelle Austausch reibungslos funktioniert, setzen wir auf einen kontinuierlichen, offenen und ehrlichen Dialog. Dieser wird bei AIDA Cruises unter anderem durch eine sogenannte Open-door-Kultur unterstützt. Das heißt, die Türen bei Führungskräften und Mitarbeitern stehen immer offen. Auch die Geschäftsleitung bevorzugt den direkten Kontakt zu den Mitarbeitern und ermuntert regelmäßig, das persönliche Gespräch zu suchen und Themen direkt anzusprechen.

WEITERBILDUNG BEI AIDA CRUISES



Im Vergleich zum Vorjahr stieg das Weiterbildungsangebot 2008 um 563 Trainingstage. Die Anzahl der Teilnehmer erhöhte sich um 151.



Der Zutritt zu den technischen Bereichen ist der Crew vorbehalten. Unsere Techniker sind Tag und Nacht im Einsatz, um einen reibungslosen Ablauf zu garantieren.



So vielfältig wie die kulturellen Hintergründe unserer Crews sind die Aufgaben an Bord der AIDA Flotte.

Bereich Technik zu decken und schiffsspezifische Kenntnisse in der komplexen Schiffstechnik zu vermitteln.

AIDA Cruises hat mit den Hochschulen Stralsund, Bad Honnef und der Angell Akademie in Freiburg Kooperationen zur Förderung des touristischen Nachwuchses vereinbart. Im Rahmen der Zusammenarbeit bietet AIDA den Studierenden verschiedene Möglichkeiten, sich über Karriereperspektiven bei AIDA Cruises zu informieren. Neben exklusiv für die Kooperationspartner ausgeschriebenen und betreuten Praktika werden Exkursionen veranstaltet, die akademisches Wissen in praktischer Anwendung festigen sollen. Fachvorträge von AIDA Experten für die Studierenden sind eine weitere Schnittstelle zwischen akademischer Ausbildung und touristischer Praxis. Darüber hinaus schlägt AIDA Cruises gemeinsam mit den Hochschulen Themen für Diplomarbeiten vor, die an der Hochschule geschrieben und von AIDA betreut werden.

Faire Vergütung

Als zukunftsorientiertes Unternehmen denken wir stets über den Moment hinaus. Das gilt auch in Bezug auf unsere Mitarbeiter. Wir setzen auf eine Altersversorgung, die auf drei Säulen basiert: der gesetzlichen Rentenversicherung, einer betrieblichen Altersvorsorge und der Möglichkeit, privat vorzusorgen. Ab zweijähriger Betriebszugehörigkeit bieten wir beispielsweise eine arbeitgeberfinanzierte Altersversorgung an. Darüber hinaus gibt es verschiedene Möglichkeiten der Entgeltumwandlung, um sich auch privat abzusichern. Wir wollen die Leistung unserer Mitarbeiter anforderungs- und leistungsgemäß vergüten. Vor allem auch, weil wir gute Arbeit und überdurchschnittliches Engagement besonders belohnen möchten. Abhängig vom Betriebsergebnis gibt es einen leistungsorientierten, variablen Bonus – ergänzt durch Geld- und Sachprämien, unter anderem bei Jubiläen. Unser Programm AIDA Plus ermöglicht allen Mitarbeitern Urlaube an Bord eines unserer Schiffe zu Sonderkonditionen.

Der Gesundheit und Fitness zuliebe

AIDA Cruises kümmert sich nicht nur um alle Themen rund um die Arbeit, sondern bietet seinen Mitarbeitern auch ein vielseitiges Fitnessprogramm. Nach dem Motto „Fit for Work“ unterstützen wir sportliche Aktivitäten wie Pilates oder Rückenschule. Für unsere Mitarbeiter an Bord stehen neben einem eigenen Fitnessstudio auch die öffentlichen Gästebereiche zur Verfügung. Ein ernährungsphysiologischer, von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) zertifizierter Speiseplan ergänzt das individuelle Fitnessprogramm optimal. Auch während ihrer Urlaubszeit haben AIDA Mitarbeiter die Möglichkeit, sich zu günstigen Konditionen sportlich zu betätigen: So erhalten AIDA Mitarbeiter deutschlandweit bei verschiedenen Fitnessstudios Sonderkonditionen.

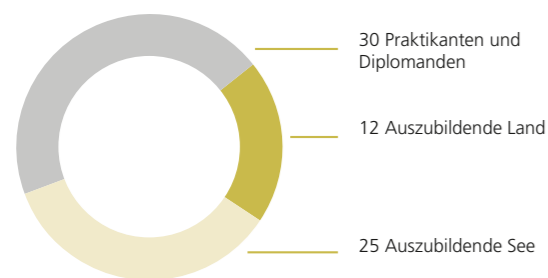
Familienfreundliches Unternehmen

Das Gesundheitsmanagement ist ein Aspekt, über den AIDA Cruises einen Ausgleich zum Arbeitsalltag bietet. Denn uns ist es wichtig, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Beruf und Privatleben zu ermöglichen. Dazu gehört auch, Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass sich Familie und Beruf besser vereinbaren lassen. Seit 2006 gibt es deshalb die AIDA Kinderkrippe und den AIDA Kindergarten. In Kombination mit vielfältigen Arbeitszeitmodellen machen wir es Müttern und Vätern möglichst einfach, ihren Familienalltag zu organisieren. Denn AIDA Mitarbeiter an Land haben die Möglichkeit, Beginn und Ende ihrer täglichen Arbeit innerhalb festgelegter Rahmenzeiten selbst zu bestimmen. Zeitguthaben, die sich ergeben, können und sollen kurzfristig durch Freizeit ausgeglichen werden.

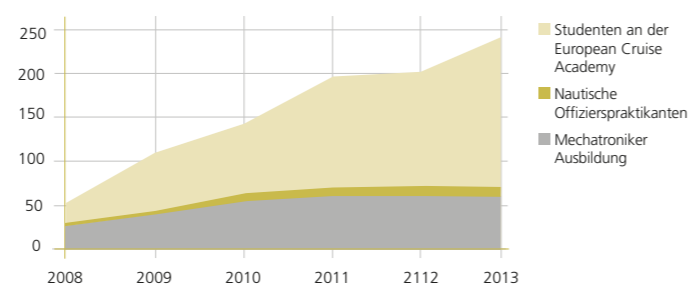
Ebenfalls seit 2006 ist AIDA Cruises Mitglied im Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“. Die Initiative des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend setzt sich gemeinsam mit Spitzenverbänden der deutschen Wirtschaft für eine familienfreundliche Arbeitswelt ein. Aus diesem Netzwerk heraus haben sich 379 Unternehmen zusammengeschlossen, die sich als Erstunterzeichner zu „gemeinsamen Erklärung Erfolgsfaktor Familie“ bekennen – darunter auch AIDA Cruises.

Im April 2008 stellten Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen und der Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages diese Erklärung der Öffentlichkeit vor. Mit dem Impulspapier unterstreicht AIDA Cruises seine familienbewusste Unternehmensführung und ist damit die erste Reederei, die sich öffentlich zu diesem Thema bekennt.

JUNGE TALENTE BEI AIDA CRUISES



2008 hat AIDA Cruises insgesamt 37 junge Menschen ausgebildet und 30 Praktikanten und Diplomanden unter Fair-Company-Bedingungen beschäftigt bzw. betreut (vgl. Seite 35).



Bis zum Jahr 2013 wird AIDA Cruises verstärkt in die Ausbildung des Nachwuchses im nautisch-technischen Bereich investieren.

AUSGEZEICHNETE PERSONALSTRATEGIE

- 2009 hat das **Great Place to Work Institute** AIDA Cruises im Wettbewerb um „Deutschlands Beste Arbeitgeber“ unter den Top 100 der Kategorie 501–5.000 Mitarbeiter gelistet.
- AIDA Cruises wurde vom renommierten, unabhängigen Institut **Corporate Research Foundation (CRF)** und der Zeitschrift **Junge Karriere** mit dem Gütesiegel **Top-Arbeitgeber Deutschland 2009** ausgezeichnet.
- Vom Magazin **Karriere** wurde AIDA Cruises das Gütesiegel **Fair Company** verliehen. Damit zeichnet es Unternehmen aus, die sich für eine verantwortungsvolle Beschäftigung und eine faire Entlohnung von Praktikanten mit Hochschulabschluss einsetzen.



Handelsblatt



„Es ist wichtig, dass Unternehmen heute und in Zukunft soziales Engagement zeigen. Wir sind sehr froh, dass wir mit AIDA Cruises einen Partner gefunden haben, der den SOS-Kinderdorf e.V. langfristig fördert. AIDA Cruises leistet mit seinen Spenden einen wichtigen Beitrag, um Kindern und Jugendlichen bei SOS-Kinderdorf die Chance auf eine glückliche Zukunft zu bieten. Herzlichen Dank an AIDA Cruises und seine Gäste, die unsere Arbeit schon seit fast sechs Jahren so tatkräftig unterstützen!“

SIBYLLE MEIER VON SOS-KINDERDORF E.V.



Begabungen stärken – Hoffnung schenken

Ob Leistungssportler, Maler oder Musiker: AIDA Cruises fördert herausragende Leistungen aus Kunst und Kultur. Außerdem ist es uns ein wichtiges Anliegen, weltweit Menschen in Not zu unterstützen, indem wir Hilfe zur Selbsthilfe anbieten.

AIDA Cruises engagiert sich für eine lebenswerte Gesellschaft mit einer sicheren Zukunft. So sind wir schon seit 2004 mit dem Verein SOS-Kinderdorf e.V. verbunden, der sich weltweit für die Kinder- und Familienhilfe stark macht. Zum Beispiel in der Karibik. Sie ist ein beliebtes Ziel unserer AIDA Schiffe und natürlich übernehmen wir auch hier Verantwortung. Insgesamt haben wir bereits rund 220.000 Euro an die SOS Kinderdörfer übergeben. Nicht zuletzt mithilfe unserer Gäste: Sie können bei unserer jährlichen Neujahrstombola auf den AIDA Schiffen Lose zugunsten SOS-Kinderdorf e.V. erwerben. Zum Jahreswechsel 2007/2008 kamen dabei 40.000 Euro zusammen – und nach den Silvesterfeiern 2008/2009 konnten wir dem SOS-Kinderdorf e.V. sogar einen Spendenscheck von über 70.000 Euro über-

reichen. Zugunsten von Kindern engagieren sich unsere Mitarbeiter auch bei der jährlichen Weihnachtsaktion für die Initiative „Weihnachten im Schuhkarton“ des Vereins „Geschenke der Hoffnung“. Das christliche Hilfswerk sammelt dabei schuhkartongroße Päckchen mit Geschenken wie Spiel- oder Schulsachen, Süßigkeiten und persönlichen Grüßen. Diese Geschenkkartons erhalten Kinder in besonders armen Ländern auf der ganzen Welt. Um in unserer unmittelbaren Umgebung zu helfen, rufen wir unsere Mitarbeiter regelmäßig zu Kleider- und Spielzeugspenden für die Kinderkleiderkammer Rostock auf. Der Deutsche Kinderschutzbund verteilt diese kostenlos an Eltern.



Maler und Musiker sind gern auf den AIDA Schiffen zu Gast – und bieten so manches kulturelle Erlebnis.

Zudem haben wir der Rostocker Universitäts-Kinder- und Jugendklinik 2007 gemeinsam mit dem Germanischen Lloyd und der Meyer Werft Papenburg eine Spende übergeben, damit die Mediziner noch bessere Behandlungsmöglichkeiten für kranke Kinder entwickeln können. Und im Sommer 2008 hat AIDA Cruises der Kindertagesstätte des Deutschen Roten Kreuzes (DRK) „Knirpsenland“ in Rostock ein drei Meter langes Schiffsmodell für den Spielplatz geschenkt.

Soziales Engagement weltweit

Auch wenn Menschen überraschend in Not geraten, reagieren wir schnell: Als durch den Tsunami 2004 Hunderttausende ihr Zuhause verloren, hat AIDA Cruises umgehend für die betroffenen Regionen gesammelt und konnte der Hilfsorganisation SOS-Kinderdorf e. V. einen Scheck über 100.000 Euro überreichen. Bis heute sind die Folgen der Jahrhundertkatastrophe vielerorts sichtbar und die entstandenen Schäden noch immer nicht behoben. Der von AIDA Cruises unterstützte gemeinnützige Verein DRV Hilfe ohne Grenzen e. V. leistet deshalb weiter gezielte Hilfe vor Ort. Zum Beispiel, indem er in Sri Lanka beim Aufbau von Vorschulen für Kinder zwischen 2 und 5 Jahren mitwirkt und damit gezielt in die Zukunft des Nachwuchses investiert.

Kultur zu Wasser und zu Land

Im kulturellen Bereich fördern wir unter anderem Künstler aus der Region Mecklenburg-Vorpommern. So ist der Mund, der den Bug unserer Schiffe zierte, ein Werk des Rostocker Malers Feliks Büttner. Unsere Gäste konnten den Künstler 2008 während einer Westeuropa-Reise auf AIDAbella live erleben. Büttner kreierte im gläsernen Theatrum vor den Augen des Publikums neue Werke und stellte sie anschließend zur Versteigerung zur Verfügung. Auch in diesem Jahr wird wieder ein Künstler mit auf Reisen gehen: Der amerikanische Maler James Rizzi begleitet im Mai 2009 drei Themenreisen unter dem Motto „Kunst auf See“. Er hat für jedes AIDA Schiff eigens ein Bild gemalt und wird an Bord auch Werke signieren. Wer gern eine solche besondere Erinnerung an die Reise mit nach Hause nehmen möchte, ist aber auch auf jeder anderen Fahrt mit AIDAdiva, AIDAbella und AIDAluna richtig: In den Kunstgalerien an Bord stehen jeweils rund 1.000 Werke zum Verkauf – unter anderem von Künstlern wie Udo Lindenberg, Andreas Schiller oder Peter Bauer.

2008 konnten wir die Wiener Philharmoniker anlässlich einer exklusiven Konzertreise an Bord von AIDAdiva begrüßen. Star-Dirigent Zubin Mehta nutzte den Anlass, um nach einer Probe mit dem bekannten Orchester seinen Taktstock zu versteigern. Den Erlös in Höhe von 8.200 Euro übergaben AIDA Cruises,

die MS Reisegesellschaft und die Wiener Philharmoniker gemeinsam an SOS-Kinderdorf e. V. An unserem Unternehmenssitz Rostock sind wir seit mehr als fünf Jahren Hauptsponsor der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern, einem der größten Musikfestivals in Deutschland. Den gesamten Sommer über zieht die renommierte Konzertreihe berühmte Dirigenten, Solisten, Orchester und Chöre aus der ganzen Welt an. Um schon den Nachwuchs mit der Musik vertraut zu machen, hat AIDA Cruises 2008 zum dritten Mal die Aktion „Konzerte für Teens“ im Rahmen der Rostocker Schulmusikwoche unterstützt. Während dieses Events des Volkstheaters Rostock spielt die Norddeutsche Philharmonie Rostock eine Serie von Konzerten, die didaktisch speziell auf Schüler abgestimmt sind. Unser Engagement ermöglichte allen rund 8.000 Rostocker Schülern ab der fünften Klasse, die Aufführung kostenlos zu besuchen.

Sportliche Leistungen fördern

AIDA Cruises zeigt sich sportbegeistert – auch jenseits des vielfältigen Angebots an Bord. Zur AIDA Familie gehören mehr als dreißig Sportpaten. Das sind herausragende Sportler, mit denen wir auf besondere Weise verbunden sind: Diese AIDA Sports Crew nimmt an allen AIDA Sport-Events teil, einzelne Athleten fahren regelmäßig auf den Schiffen mit und bieten unseren Gästen Trainingsstunden an. Angeführt wird die Sport Crew vom Welthockeyspieler Stefan Blöcher. Mit dabei sind Golfer wie der ehemalige Nationaltrainer des deutschen Teams Frank Adamowicz, Radsportprofi Jens Voigt, Marathonläuferin Ulrike Maisch und Fußballer wie der frühere Nationalspieler Andreas Möller.

Zu den prominenten Sportpaten gehört auch Turnstar Fabian Hambüchen. Als Sponsor haben wir ihn 2008 unter anderem bei den Vorbereitungen für die Olympischen Spiele in Peking unterstützt. Mit großem Erfolg!: Fabian Hambüchen holte unter anderem die Bronze-Medaille am Reck. Von seinen Erlebnissen während der olympischen Spiele berichtete er unseren Gästen bei späteren Besuchen an Bord und unseren Mitarbeitern während einer „AIDA Sternstunde“. Fabian Hambüchen begleitet AIDA Cruises auch bei anderen Gelegenheiten partnerschaftlich: Er betreut Nachwuchsturniere an Bord oder lädt zu Autogrammstunden ein. Im Dezember 2008 bedankte sich der Sportler in der Rostocker Scandlines Arena bei AIDA Cruises für die erfolgreiche Zusammenarbeit und gab unseren Mitarbeitern sowie Mitgliedern örtlicher Sportvereine eine Kostprobe seines Könnens. Die erfolgreiche Zusammenarbeit werden wir auch 2009 fortsetzen.



Das Engagement für den Verein SOS-Kinderdorf e. V. ist unseren Mitarbeitern wichtig. Darüber hinaus fördert AIDA Cruises Leistungssportler – wie beispielsweise den Turner Fabian Hambüchen (rechtes Bild).



„VERANTWORTUNG IST UNSEREN GÄSTEN WICHTIG.“

PAUL SOULSBY,
SENIOR VICE PRESIDENT FINANCE & CONTROLLING

Im Interview geht Paul Soulsby auf die Rolle von AIDA Cruises als weltweit engagiertes Unternehmen ein.

Die gesellschaftliche Verantwortung der Wirtschaft ist neuerdings in aller Munde. Wie erklären Sie sich diesen Trend? Was versteht AIDA Cruises darunter?

Paul Soulsby: Der technologische Wandel und die weltweiten Entwicklungen der letzten 20 Jahre haben das Geschäftsleben nachhaltig geprägt und die Sichtweise von Wirtschaftsvertretern sowie der Öffentlichkeit auf den Zweck und die Rolle von Unternehmen entschieden verändert. Im Rahmen dieser Entwicklung hat AIDA Cruises frühzeitig erkannt, dass das vorrangige Ziel des wirtschaftlichen Erfolgs langfristig nur durch verantwortungsvolles Handeln gegenüber Geschäftspartnern, Mitarbeitern, dem Gemeinwesen und der Umwelt erreicht werden kann. Wir sind davon überzeugt, dass Kunden bei der Auswahl eines Produkts auf einen verantwortungsvollen Anbieter achten. Auch das Profil von AIDA Cruises als Arbeitgeber wird durch ein klares Statement zur sozialen Verantwortung geschärft.

Ganz konkret: Wie sieht gesellschaftliches Engagement bei AIDA Cruises aus?

AIDA Cruises beschäftigt Mitarbeiter aus 25 Ländern und unsere Schiffe befahren unterschiedlichste Zielgebiete auf der Welt. Hier müssen wir gewährleisten, dass auch Handlungen, die weit von unserem Unternehmenssitz in Rostock entfernt ausgeführt werden, höchsten Verhaltensgrundsätzen genügen. Dazu haben wir Standards etabliert, um ethisches Verhalten zu unterstützen und Richtlinien erlassen, um sicherzustellen, dass alle unsere Mitarbeiter ungeachtet des Geschlechts oder der Herkunft die Chance haben, ihr Potenzial frei zu entwickeln. Diese Standards

haben wir nicht nur dokumentiert – wir leben sie. Unsere Mitarbeiter sind der Grundstein des geschäftlichen Erfolgs. Deshalb ist es nicht nur unsere Aufgabe, Mitarbeiter beruflich weiterzubilden, sondern auch ein ausgewogenes Maß zwischen Arbeit und Freizeit sicherzustellen. AIDA Cruises unterstützt deshalb Gesundheitsprävention und allgemeinbildende Programme.

Wie sieht das gesellschaftliche Engagement von AIDA Cruises vor Ort aus?

AIDA Cruises bewegt sich in einer vielfältigen Welt. Deshalb liegt es uns am Herzen, ein breites Spektrum an kulturellen und sozialen Aktivitäten auch im sportlichen Bereich in und außerhalb von Deutschland zu unterstützen. Wir sind erfreut, dem SOS-Kinderdorf e. V. als langjähriger Partner nun bereits seit dem Jahr 2004 zur Seite zu stehen. Durch dieses Engagement können wir der Gesellschaft Nutzen erbringen und gleichzeitig unsere Erfahrungen ausweiten.

Was planen Sie weiterhin?

AIDA Cruises verfolgt das Ziel, soziale und kulturelle Maßnahmen weiterhin auf der ganzen Welt zu fördern. Es ist unser Bestreben, Menschen in anderen Ländern mit finanzieller Unterstützung, Bildungsprogrammen und sicheren Arbeitsplätzen bei AIDA Cruises zu unterstützen. Um unseren Einsatz für die Sauberkeit der Ostsee weiter zu intensivieren, planen wir zukünftig eine Vertiefung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen.



Ausblick: Die Reise der Verantwortung geht weiter

Mit innovativen Technologien und Services hat sich AIDA Cruises am Markt als Impulsgeber positioniert. Als Reiseveranstalter und Reederei bietet das Kreuzfahrtunternehmen eine vollkommen neue Form der Kreuzfahrt an – mit Erfolg. Zahlreiche Auszeichnungen in den Bereichen Umwelt und Mitarbeiter sowie die hohe Zufriedenheitsquote unserer Gäste belegen die herausragende Qualität von AIDA Cruises. Die daraus resultierende Verantwortung verpflichtet auch für die Zukunft.

Wiederankunft in Rostock. Mit unserem zweiten Nachhaltigkeitsbericht haben wir Ihnen unser vielfältiges Engagement für Umwelt und Gesellschaft, für unsere Mitarbeiter und unsere Gäste vorgestellt: Zero-Discharge in der Ostsee, das Ausbildungszentrum in Manila, unsere umfassende Service-Kultur für zufriedene Gäste und die Unterstützung des SOS-Kinderdorf e.V. sind beispielhafte Stationen – für unser Bestreben, unternehmerischen Erfolg mit nachhaltigem Handeln zu verbinden. Nur wenn

wir ökonomische, ökologische und soziale Belange in Einklang bringen, können wir unseren erfolgreichen Kurs weiter fortsetzen. Daran lassen wir uns heute und in Zukunft messen. Als führendes deutsches Kreuzfahrtunternehmen stehen wir ganz besonders in der Verantwortung. Deshalb endet unsere Reise nicht mit diesem Bericht, wir setzen sie konsequent fort. Für die kommenden Jahre haben wir uns ehrgeizige Ziele gesteckt, die wir kompromisslos verfolgen werden.



Auf zu neuen Ufern: Die Flotte von AIDA Cruises vergrößert sich von Jahr zu Jahr.



AIDA Cruises arbeitet stets daran, seinen Service noch weiter zu verbessern – damit nur erholte und zufriedene Gäste von Bord gehen.

AUSBLICK

Unternehmen

Unser Reisekonzept ist innovativ, unsere Flotte zählt zu den modernsten Europas. Auf beidem wollen wir aufbauen.

- Wir werden unsere Positionierung als führendes deutsches Kreuzfahrtunternehmen und als eine der erfolgreichsten europäischen Cruise Lines sichern und ausbauen, um die Marktentwicklung auch zukünftig mit zu gestalten.
- Wir sichern und schaffen zukunftssichere Arbeitsplätze in Mecklenburg-Vorpommern und an Bord unserer Schiffe weltweit, um uns als einer der wichtigsten Arbeitgeber unseres Marktsegments zu etablieren.

- Wir gewährleisten Premiumqualität durch definierte und streng überwachte Zielkorridore. Durch die Erhöhung der Reisen innerhalb dieser Leistungskorridore von 88 Prozent in 2008 werden wir die Gesamtzufriedenheit unserer Gäste weiter erhöhen.
- In Abstimmung mit unserer Muttergesellschaft, der Carnival-Gruppe, werden wir Nachhaltigkeit als strategisches Thema fest verankern – und so international führend bleiben. Ab 2010 streben wir hierzu ein einheitliches Corporate Reporting an.

Umwelt

Wir haben bereits umfassende Maßnahmen getroffen, um die maritime Umwelt zu schützen. In diesem Engagement wollen wir führend bleiben.

- Im Sinne optimaler Ergebnisse bauen wir unsere Zusammenarbeit mit unabhängigen Forschungseinrichtungen und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) weiter aus. Nur die Kooperation mit Wissenschaft und gesellschaftlichen Anspruchsgruppen gibt uns die erforderlichen Impulse, um Nachhaltigkeit ganzheitlich einzubinden und weiter zu entwickeln.
- Den reibungsarmen Unterwasser-Silikonanstrich werden wir als Flottenstandard etablieren, so auch für AIDAdiva (2009), AIDA luna (2009) und AIDA bella (2010) – und damit Treibstoffverbrauch und Wartungsaufwände weiter reduzieren.
- Unsere Zero-Discharge-Politik in der Ostsee werden wir konsequent fortsetzen – und in unserer Verantwortung für diese Reiseregion weiter führend bleiben.

- Wir werden unsere maritime Recyclingquote zum gesamten Müllaufkommen von 4,5 Prozent in 2008 auf 5 Prozent in 2009 erhöhen.
- Den spezifischen Frischwasserverbrauch wollen wir in 2009 um weitere 5 Prozent pro Gast reduzieren – ohne dabei den Reisekomfort unserer Gäste einzuschränken.
- Zudem setzen wir uns das Ziel unsere spezifischen Emissionen im laufenden Betrieb zu reduzieren:
 - Kohlendioxid (CO₂) eine weitere Reduzierung pro Passagierkilometer von 2,3 Prozent in 2009, bezogen auf die Antriebsleistung.
 - Stickoxide (NO_x) eine weitere Reduzierung pro Passagierkilometer von 2,3 Prozent in 2009, bezogen auf die Antriebsleistung.
 - Schwefeloxide (SO_x) eine weitere Reduzierung pro Passagierkilometer durch den Einsatz von hochwertigen Treibstoffen
- Wir werden alle Neubauten unserer Flotte für eine Landstromversorgung während der Hafenziegezeiten ausrüsten, um auf zukünftige Entwicklungen eingestellt zu sein.

AUSBLICK

Gäste

Eine höchstmögliche Gästezufriedenheit zu erreichen – dieses Ziel wird auch in Zukunft unsere Mitarbeiter motivieren und unser Engagement bestimmen.

- Wir werden die Reklamationsquote unserer Gäste auf unter 1,9 Prozent senken, um unserem Premium-Anspruch noch mehr gerecht zu werden.
- Gleichzeitig entwickeln wir unser Angebot an Routen und Destinationen permanent weiter, um den Wünschen unserer Gäste noch stärker zu entsprechen.

- In die Entwicklung unserer neuen Angebote werden wir unsere Gäste noch stärker einbeziehen, beispielsweise durch die Ideenkarten an Bord oder auch ein intensives Online-Community-Management.
- Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern, den Reisebüros, werden wir ausbauen und dabei auch innovative Wege beschreiten.

Mitarbeiter

Hochmotivierte, freundliche und kompetente Mitarbeiter prägen unsere erfolgreiche Unternehmenskultur. Sie bestmöglich zu fördern, zählt zu unseren Grundsätzen.

- Ausbildung für zukunftssichere Beschäftigung ist eines der aktuellen Kernthemen von Verantwortung: Wir werden die Anzahl von Ausbildungsplätzen von 37 in 2008 auf 54 in 2009 steigern.
- Die besten Talente kommen oft aus den eigenen Reihen: Wir erhöhen die Eigenentwicklungsquote in 2009 weiter.
- Nur im direkten Austausch mit unseren Mitarbeitern gewinnen wir die erforderlichen Erkenntnisse für eine zukunftssichere Unternehmensentwicklung – deshalb führen wir die Turnusbefragungen der Mitarbeiter konsequent fort.
- Aus- und Weiterbildung kann nur im Zusammenspiel mit renommierten Partnern gewährleistet werden – deshalb bauen wir das gemeinsame Qualifizierungskonzept mit der European Cruise Academy (ECA) auch zukünftig aus.

- Weiterbildung ist keine Frage der Hierarchie – aus diesem Grund werden wir unser unternehmensweites Weiterbildungssystem konsequent weiterentwickeln.
- Wir werden uns bei „Deutschlands Beste Arbeitgeber“ weiterhin unter den Top 100 Arbeitgebern etablieren.

Glossar

- A** **AIDA Impulse:** Das AIDA Ideenmanagementsystem AIDA Impulse ist ein Tool, mit dem alle neuen Ideen von Mitarbeitern systematisch erfasst und bearbeitet werden. Dabei erhält jeder Mitarbeiter die Möglichkeit, Ideen zu formulieren, sich einen Überblick über alle eingereichten Vorschläge zu verschaffen und diese zu kommentieren. Auch können sich Gruppen bilden, die gemeinsam eine Idee entwickelt haben. Während des gesamten Bearbeitungsprozesses ist der aktuelle Status für alle Mitarbeiter einsehbar.
- AIDA Kids Club:** Kinder ab 4 Jahren können auf den AIDA Schiffen tagsüber den AIDA Kids Club besuchen. Qualifiziertes Personal betreut die Kinder in altersgerechten Gruppen, während die Eltern in Ruhe ausspannen können.
- B** **Barge:** Schiff ohne Antrieb, das meist in der Binnenschifffahrt eingesetzt wird.
- Bilgenwasser:** In der Bilge, dem untersten Raum des Schiffes, sammelt sich Kondenswasser, das sich mit Öl- oder Kraftstoffresten mischt.
- C** **Carnival Compliance Hotline:** Die Mitarbeiter-Hotline der Carnival-Gruppe bietet Hilfestellungen zu verschiedenen Themen – darunter Umwelt- und Sicherheitsaspekte, ethischen Fragen und Problemen mit Belästigungen und Diskriminierungen. Das Unternehmen geht jeder Meldung sorgfältig nach, um Schwierigkeiten so schnell wie möglich zu lösen.
- Code of Business Conduct and Ethics:** Die ethischen Leitlinien der Carnival-Gruppe umfassen unter anderem Themen wie den Umwelt- und Datenschutz und regeln den Umgang mit Lieferanten und Geschäftspartnern. Alle Mitarbeiter der Carnival-Gruppe verpflichten sich, in jeder Situation in Übereinstimmung mit den darin festgehaltenen Standards zu handeln.
- Corporate Research Foundation (CRF):** Unabhängiges Unternehmen, das internationale Research-Projekte für die Wirtschaft initiiert, koordiniert und schließlich national oder auch weltweit in exklusiven Publikationen veröffentlicht. Im Rahmen eines solchen Projektes vergibt die CRF das Gütesiegel „Top-Arbeitgeber Deutschland“. Um zu entscheiden, wer das Gütesiegel erhält, befasst sich CRF umfassend mit den Arbeitgeberqualitäten deutscher Unternehmen. Mittels Fragebogenerhebung und Interviews mit Wirtschaftsjournalisten werden Konzerne unterschiedlichster Branchen detailliert durchleuchtet – Bewertungen erfolgten daraufhin in den Kategorien Vergütung, Marktführerschaft, Work-Life-Balance, Job-Sicherheit, Entwicklungsmöglichkeiten sowie internes Klima und Kultur.
- D** **Deutscher Kinderschutzbund:** Die Organisation setzt sich aus mehr als 420 Ortsverbänden in der Bundesrepublik zusammen. Ihre Mitarbeiter und ehrenamtlichen Helfer treten für die Rechte von Kindern ein und kämpfen unter anderem gegen Gewalt und Armut. www.dksb.de
- Deutsche Seemannsmission (DMS):** Die selbstständige diakonische Einrichtung ist Teil der evangelischen Kirchen in Deutschland. Sie unterhält im In- und Ausland Seemannsstationen, die in der Fremde ein Stück Heimat vermitteln und als Anlaufstelle für Sorgen und Nöte dienen. www.seemannsmission.org

- DRV Hilfe ohne Grenzen e. V.:** Der Verein ist ein Zusammenschluss von Reiseunternehmen, die in Not geratenen Menschen in ihren Zielländern helfen möchten. Dafür koordiniert und unterstützt der DRV Hilfe ohne Grenzen e. V. beispielsweise Projekte, sammelt und verteilt Spenden oder stellt Flugzeuge für Transporte zur Verfügung. www.driv.de/driv/driv-hilfe-ohne-grenzen
- E** **European Cruise Academy (ECA):** Die Bildungsakademie wurde von AIDA Cruises 2008 gegründet und bietet Bachelor- und Masterstudiengänge für den Nachwuchs im nautisch-technischen Bereich. Die Inhalte der akademischen Ausbildung werden in Zusammenarbeit mit der Hochschule Wismar entwickelt und umgesetzt. Sitz der ECA ist Rostock-Warnemünde. www.european-cruise-academy.com
- European Cruise Council (ECC):** Das Konsortium der Kreuzfahrtreeder in Europa vertritt die Interessen der Kreuzfahrtunternehmer in allen Fragen rund um die Schifffahrt und den Schiffsbetrieb. Dabei arbeitet es sowohl mit Institutionen der EU als auch mit Nichtregierungsorganisationen zusammen. www.europeancruisecouncil.com
- F** **Festspiele Mecklenburg-Vorpommern:** Das Musikfestival findet jeden Sommer an mehr als 60 verschiedenen Spielstätten in ganz Mecklenburg-Vorpommern statt. Die Festspiele ziehen viele international renommierte Künstler an – darunter beispielsweise Kent Nagano, Anne-Sophie Mutter oder Patricia Kaas. www.festspiele-mv.de
- FTSE4Good Global:** In die Indexserie der britischen Finanzzeitschrift Financial Times (FT) und der Londoner Börse (Stock Exchange – SE) werden nur Unternehmen aufgenommen, die besonders hohe Anforderungen im Bereich Corporate Social Responsibility erfüllen. Dies ermöglicht Anlegern, gezielt in Unternehmen zu investieren, die soziale und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series
- G** **„Geschenke der Hoffnung“:** Das überkonfessionelle christliche Hilfswerk unterstützt hilfsbedürftige Menschen auf verschiedene Weise. Ein jährlich wiederkehrendes Projekt des Vereins ist „Weihnachten im Schuhkarton“, die weltweit größte Geschenkaktion für Kinder in Not. www.geschenke-der-hoffnung.org
- Great Place to Work Institute:** Das Forschungs- und Beratungsunternehmen hat seinen Stammsitz in den Vereinigten Staaten und arbeitet mit Partnerbüros auf der ganzen Welt zusammen. Für die verschiedenen Regionen veröffentlicht es jährlich Listen mit den besten Arbeitgebern. www.greatplacetowork.de
- H** **HELCOM (Abkürzung für „Helsinki Commission“):** Die Kommission des Helsinki Übereinkommens zum Schutz der Ostsee behandelt im Gegensatz zu MARPOL nicht nur die von Schiffen ausgehende Umweltverschmutzung, sondern auch landseitige Einträge. www.helcom.fi
- Housekeeping:** Housekeeper sorgen auf den AIDA Schiffen dafür, dass Gästezimmer und öffentliche Bereiche stets sauber sind und die Abläufe in der Bordwäscherei reibungslos funktionieren.

- HVAC Control System (Abkürzung für Heating, Ventilation, Air-Conditioning):** Elektronisches Kontrollsystem, das Heizung und Klimatisierung an Bord der AIDA Schiffe automatisch steuert.
- Integriertes Managementsystem (IMS):** IMS ist ein ganzheitliches Managementsystem, das Anforderungen in den Bereichen Umwelt, Arbeitssicherheit und soziale Verantwortung festlegt. Dadurch lassen sich übergreifende Strukturen schaffen und Prozesse kontinuierlich optimieren.
- International Maritime Organization (IMO):** Die Internationale Seeschiffahrts-Organisation gehört zu den Sonderorganisationen der Vereinten Nationen (UN) – das heißt, sie ist rechtlich selbstständig, aber durch Abkommen mit der UN verbunden. Ihre Aufgabe ist, internationale Standards für alle nicht wirtschaftlichen Aspekte der Schifffahrt zu entwickeln. Dazu gehören vor allem der Umweltschutz und die Schiffssicherheit. www.imo.org
- International Ship and Port Facility Security Code (ISPS-Code):** Der Internationale Code für die Gefahrenabwehr auf Schiffen und in Hafenanlagen ist ein Anhang des SOLAS-Übereinkommens der International Maritime Organization (s. o.). Er ist 2004 in Kraft getreten und enthält umfassende, international gültige Sicherheitsvorschriften.
- International Ship Security Certificate (ISSC):** Das internationale Zeugnis über die Gefahrenabwehr an Bord dokumentiert, dass ein Schiff alle Vorschriften des ISPS-Code (s. o.) erfüllt. In Deutschland wird es vom Bundesamt für Seeschifffahrt und Hydrographie vergeben. www.bsh.de
- M** **Marine Environment Protection Committee (MEPC):** Der Ausschuss der International Maritime Organization (s. o.) ist für den Schutz der Meere zuständig. Das MEPC entwickelt die entsprechenden internationalen Regelungen und treibt sie voran.
- MARPOL (Abkürzung für „marine pollution“):** MARPOL ist das erste internationale Übereinkommen zur Verhütung der Meeresverschmutzung durch Schiffe. Es wurde bereits 1973 getroffen, 1978 modifiziert und seitdem laufend erweitert. Inzwischen umfasst es insgesamt sechs Sonderregelungen, etwa zum Schutz vor Verschmutzung durch Öl, den Transport verpackter Schadstoffe oder zur Vermeidung von Schiffsmüll. Die jüngste Erweiterung des MARPOL regelt die luftgetragenen Schadstoffe. Besonders hohe Anforderungen sind in sogenannten küstennahen Schwefelemissionssondergebieten (SECAs) zu erfüllen. Dazu gehören beispielsweise Nord- oder Ostsee.
- Mystery Checker:** Ein Mystery Checker ist ein unabhängiger Qualitätstester, der sich im Auftrag des jeweiligen Unternehmens als Gast oder Kunde ausgibt. So kann er auf objektive Weise den Service und die Einrichtungen testen. AIDA Cruises stattet seine Tester mit einem umfassenden Kriterienkatalog aus und wertet ihre Ergebnisse sorgfältig aus, um das Angebot kontinuierlich zu verbessern.
- N** **Non Governmental Organisation (NGO):** Eine Organisation, die nicht auf Gewinn ausgerichtet ist und nicht von der Regierung organisiert wird.
- NOx Tax:** In Verbindung mit dem Göteborgprotokoll festgelegte Umweltabgabe für den Ausstoß von Stickoxiden (NOx). Schiffe und Kreuzfahrtunternehmen müssen, wenn sie norwegisches Hoheitsgewässer passieren, pro Kilogramm emittierte Stickoxide 15 norwegische Kronen zahlen.

- S** **SECA (Abkürzung für „sulphur emission control areas“):** Damit werden Gebiete bezeichnet, bei denen der Ausstoß von Schwefelemissionen streng überwacht wird. Dazu gehören beispielsweise die Nord- und die Ostsee.
- Ship Security Certificate (ISCC):** Mit dem Zertifikat bestätigt ein Unternehmen den Betrieb eines Schiffes unter den vereinbarten und genehmigten Sicherheitsmaßnahmen.
- SOLAS (Abkürzung für Safety of Life at Sea):** Internationales Übereinkommen zum Schutz des menschlichen Lebens auf See. Die aktuelle, seitdem kontinuierlich ergänzte Fassung gilt seit 1974. Die verschiedenen Kapitel formulieren Standards, wie Schiffe gebaut, ausgestattet und betrieben werden sollen – um sie auf diese Weise so sicher wie möglich zu machen. So enthält das Übereinkommen beispielsweise genaue Regelungen zum Brandschutz, für Funkverbindungen oder die mitzuführenden Navigationssysteme. Die unterzeichnenden Staaten verpflichten sich, dass die unter ihrer Flagge fahrenden Schiffe diese Standards einhalten. Dies gilt auch für die Bundesrepublik Deutschland, die seit 1980 SOLAS-Mitgliedsstaat ist.
- „Sorry!“:** Mit dieser Software-Anwendung lassen sich Kundenanliegen über eine zentrale Datenbank effizient bearbeiten. Das Programm hilft AIDA Cruises dabei, gezielt auf Beschwerden zu reagieren und die darin enthaltenen Informationen zu nutzen, um das Angebot weiter zu verbessern.
- SOS-Kinderdorf e. V.:** Der Trägerverein der SOS-Kinderdörfer in Deutschland setzt sich für benachteiligte Menschen in unterschiedlichen Lebenslagen ein. Vor allem will er in Not geratenen Kindern eine Familie geben und ihnen dabei helfen, ihre Zukunft selbst zu gestalten. Dafür betreut er zurzeit 129 Projekte in 46 verschiedenen Ländern. www.sos-kinderdorf.de
- V** **Vacuum Food Waste System:** In der Kombüse anfallende Lebensmittelabfälle werden über Vakuum-Pipelines durch das Schiff zur zentralen Abfallwertungsanlage transportiert. AIDA Cruises nutzt als einziges Unternehmen in der Branche ein Vacuum Food Waste System und verbraucht so erheblich weniger Wasser. Denn konventionell werden Lebensmittelabfälle durch Pipelines geschwemmt – das dafür notwendige Wasser lässt sich mithilfe des Vakuum-Systems sparen.
- W** **White Box:** Das Entlüftungssystem an Bord der AIDA Schiffe wird durch die White Box elektronisch kontrolliert: Sie zeichnet den Ölgehalt des abgegebenen Bilgenwassers permanent auf und stellt sicher, dass der im MARPOL-Übereinkommen festgelegte Grenzwert eingehalten wird. Sollte der Grenzwert überschritten werden, wird die Abgabe des Bilgenwassers sofort unterbrochen. In der Carnival-Gruppe gehört eine solche White Box mittlerweile zum Standard, der damit über die gesetzlichen Vorschriften hinausgeht.
- World Wide Fund For Nature (WWF):** Der WWF gehört zu den größten Naturschutzorganisationen der Welt und ist in mehr als 100 Ländern aktiv. Wichtigstes Ziel der verschiedenen Projekte ist es, die biologische Vielfalt auf der Erde zu erhalten. So setzt sich der WWF unter anderem dafür ein, den Tropenwald zu erhalten und die Meere zu schützen. www.wwf.de
- Z** **Zero Discharge:** Initiative des Naturverbandes WWF zur Reinhaltung der Ostsee, der sich AIDA Cruises 2007 freiwillig angeschlossen hat. Das Unternehmen verpflichtet sich, innerhalb der Ostsee kein Schmutzwasser seeseitig zu entsorgen.

Weitere Informationen

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gern zur Verfügung.

AIDA Cruises
Hansjörg Kunze
Director Corporate Marketing & Communications

Diesen Nachhaltigkeitsbericht und weitere Informationen finden Sie auf unserer Internetseite www.aida.de/verantwortung

Impressum

Herausgeber
AIDA Cruises
Am Strande 3d
18055 Rostock

Kontakt
verantwortung@aida.de

Verantwortlich
Corporate Communications
AIDA Cruises

Koordination
Katharina Harwik

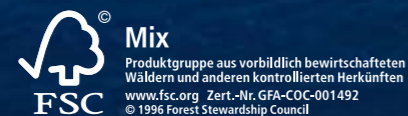
Redaktion
Katharina Harwik, Patrick Wößner

Konzept, Text und Design
Pleon GmbH, Düsseldorf

Fotos
AIDA Cruises,
Corbis, Getty Images,
Manfred Bockelmann

Umsetzung und Repro
NUREG GmbH, Nürnberg

Druck
Gebr. Klingenberg & Rempel GmbH,
Hamburg



Zahlen und Fakten

Umsatz 2008	556 Mio. €
Passagiere 2008	336.000
Mitarbeiter 2009	3.200 Mitarbeiter aus 25 Ländern; zu Land ca. 500, an Bord ca. 2.700

AIDA Cruises Flotte

Flagge	Italienisch
AIDAcara	1996, Turku/FIN, 38.557 BRZ 590 Kabinen, 1.180 Passagiere
AIDAvita	2002, Wismar/D, 42.289 BRZ 633 Kabinen, 1.266 Passagiere
AIDAaura	2003, Wismar/D, 42.289 BRZ 633 Kabinen, 1.266 Passagiere
AIDAdiva	2007, Papenburg/D, 69.203 BRZ 1.025 Kabinen, 2.050 Passagiere
AIDAbella	2008, Papenburg/D, 69.203 BRZ 1.025 Kabinen, 2.050 Passagiere
AIDAluna	2009, Papenburg/D, 69.203 BRZ 1.025 Kabinen, 2.050 Passagiere
Drei weitere Neubauten	2010, 2011, 2012, Papenburg/D, 71.100 BRZ 1.088 Kabinen, 2.176 Passagiere