



AIDA Cares

Nachhaltigkeitsbericht Geschäftsjahr 2019



Vorwort des Präsidenten	03
Über diesen Bericht	04
Im Einklang mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung	05
Unternehmensporträt	06
Branche und Markt	08

Verantwortung für unsere Gäste

Wir eröffnen Möglichkeiten	19
Nachhaltiges Gästelerlebnis und Digitalisierung	20
Guest Experience Management	23
Inklusion	26
Sicherheit an Bord, Gesundheit und medizinische Versorgung	27

Verantwortung für unsere Mitarbeiter

Wir sind ein Team	46
Mitarbeiterzufriedenheit	48
Ausbildung, Weiterbildung und Entwicklung	55
Vereinbarkeit von beruflichem und privatem Leben	60
Diversität, Chancengleichheit und Förderung von Menschenrechten	61

Nachhaltigkeit bei AIDA

Wir arbeiten zukunftsorientiert	10
Nachhaltiges Wirtschaften und Governance	12
Compliance und Standards	14
Risikomanagement	16

Verantwortung für Natur und Umwelt

Wir denken innovativ	30
Energie und Klimaschutz	33
Emissionen und Luftqualität	37
Management natürlicher Ressourcen	39
Biodiversität	44

Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung

Wir handeln fair	63
Dialog mit Stakeholdern	64
AIDA Cruise & Help	67
Nachhaltiges Destinationsmanagement	69
Mitwirkung in Verbänden und Initiativen	73

Anhang

AIDA in Zahlen	75
GRI-Inhaltsindex	78
Impressum	81



Liebe Leserinnen und Leser,

GRI: 102-1, 102-7, 102-8, 102-10, 102-14

seit der Gründung unseres Unternehmens 1996 ist der Schlüssel unseres Erfolges, die Kreuzfahrt immer wieder neu zu denken – mit einer klaren Vision, die nicht nur die Wünsche und Erwartungen unserer Gäste fest im Blick hat, sondern die sich auch globalen Herausforderungen wie dem Klimawandel, der Gestaltung eines nachhaltigen Tourismus oder ganz aktuell der Coronapandemie stellt.

Mitte März dieses Jahres haben wir die aktuelle Kreuzfahrtsaison unterbrechen müssen. Innerhalb weniger Tage ist es uns gelungen, alle unsere Gäste aus den weltweiten Destinationen gesund und sicher nach Hause zu bringen. Auch in der aktuell sehr herausfordernden Situation leben wir gemeinsam als Team unsere AIDA Werte, die Ausdruck unseres umfassenden Verständnisses von verantwortungsvollem und nachhaltigem Handeln sind. Mein besonderer Dank gilt allen Mitarbeitern an Land und an

Bord, die jeden Tag aufs Neue mit Engagement und Leidenschaft unsere AIDA Werte mit Leben füllen.

Für den Neustart haben wir, ergänzend zu unseren bereits bestehenden sehr hohen Hygiene- und Gesundheitsstandards, eine Vielzahl weiterer präventiver Maßnahmen eingeführt, denn die Sicherheit und das Wohlergehen unserer Gäste, Mitarbeiter und der Menschen, mit denen wir in unseren Destinationen zusammenarbeiten, haben für uns höchste Priorität.

Die renommierte unabhängige Prüfgesellschaft SGS Institut Fresenius und die Klassifikationsgesellschaft DNV-GL haben unsere erhöhten Hygienestandards und Prozesse der Präventionsmaßnahmen geprüft und abschließend bestätigt.

Verantwortungsvolles Wachstum heißt für uns, bleibende Werte zu schaffen und unser Geschäftsmodell zukunftsfähig zu gestalten – im

Interesse unserer Mitarbeiter, der Gesellschaft, der Umwelt und der Wirtschaft. Im zurückliegenden Geschäftsjahr 2019 haben wir mit der Indienststellung von AIDAnova, dem weltweit ersten LNG-Kreuzfahrtschiff, ausgezeichnet mit dem Blauen Engel der Bundesregierung, erneut einen Technologiesprung in Richtung emissionsneutrale Kreuzfahrt vollzogen. Viele weitere innovative Projekte wurden auf den Weg gebracht.

Im Berichtszeitraum 2019 konnten wir mehr als 1,3 Millionen Passagiere an Bord unserer Kreuzfahrtschiffe begrüßen. Für ihr Wohl sorgten 15.600 Mitarbeiter aus über 60 Nationen an Bord und an Land in Rostock und Hamburg.

Wir richten unseren Blick stets auch auf die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung der Destinationen, die wir mit unseren Schiffen besuchen. Vor Beginn der Coronapandemie stand das wirtschaftliche Engagement von AIDA Cruises allein in Europa für eine Wertschöpfung von rund 5,3 Milliarden Euro und die Sicherung von 27.000 Arbeitsplätzen.

Erfolge teilen – diese Haltung ist ebenfalls fest verankert in unserer Unternehmenskultur. 2019 haben wir unser soziales und kulturelles Engagement im In- und Ausland unter dem Dach von AIDA Cruise & Help gebündelt. Unser Fokus liegt insbesondere auf der Verbesserung der Zukunftsperspektiven von Kindern und Jugendlichen durch den Bau von Schulen in Schwellen- und Entwicklungsländern. Aber auch in Deutschland unterstützen wir verschiedene regionale karitative und kulturelle Projekte.

Bei all unseren Anstrengungen haben wir die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen sowie das Klimaabkommen von Paris

und die Klimaziele der International Maritime Organization (IMO) fest im Blick. Unser langfristiges Ziel ist die emissionsneutrale Kreuzfahrt. Die konkreten Auswirkungen der aktuellen Unterbrechung der Kreuzfahrtaktivitäten auf unsere Green-Cruising-Strategie sind heute noch nicht absehbar. Die meisten unserer Projektpartner und Zulieferer sind ebenfalls durch die Coronapandemie in ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit eingeschränkt. Daher werden wir die Zeitpläne für gemeinsam geplante Maßnahmen mit unseren Projektpartnern und Zulieferern überprüfen.

Dessen ungeachtet stellen wir uns in unserem täglichen Handeln auch zukünftig immer wieder aufs Neue die Fragen: Wie steigern wir unsere Energieeffizienz, reduzieren Emissionen und erhöhen den Klima- und Ressourcenschutz?

Bei allen großen Zukunftsthemen können wir nur gemeinschaftlich etwas erreichen. Der Dialog mit Zivilgesellschaft, Politik und Wissenschaft und die gemeinsame Suche nach Lösungen sind für uns daher der Schlüssel zum Erfolg. Sowohl bei der Bewältigung der aktuellen Herausforderungen als auch bei der schrittweisen Transformation unserer Branche auf dem Weg zur klimaneutralen Kreuzfahrt brauchen wir diesen Dialog und die Kooperationsbereitschaft aller, die unsere Ziele teilen. Wir laden Sie herzlich ein, mit uns ins Gespräch zu kommen.



Felix Eichhorn
Präsident AIDA Cruises



Über diesen Bericht

GRI: 102-5, 102-45, 102-46, 102-48, 102-49, 102-50, 102-53, 102-54, 102-56



Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht wollen wir allen Interessierten die Möglichkeit geben, sich umfassend über die Nachhaltigkeitsaktivitäten von AIDA Cruises im Geschäftsjahr 2019 zu informieren. Der Fokus der Berichterstattung liegt auf den konkreten Maßnahmen, die wir im vergangenen Jahr unternommen haben, und deren Ergebnisse zur Erreichung unserer langfristigen Nachhaltigkeitsziele beitragen.

Die Coronapandemie und deren Folgen stellen weltweit Menschen und Volkswirtschaften vor noch nie dagewesene Herausforderungen. Aufgrund der Einstellung des weltweiten Reiseverkehrs hat AIDA Cruises im März 2020 die

aktuelle Kreuzfahrtsaison unterbrechen müssen. Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses für den vorliegenden Bericht, Ende Mai 2020, ist noch nicht absehbar, wann wir mit einer schrittweisen Wiederaufnahme unserer Kreuzfahrtaktivitäten beginnen können. Unsere Partner in den Destinationen, Zulieferer und Werften sind ebenfalls massiv von den wirtschaftlichen Folgen der Coronapandemie betroffen. Die aktuelle globale Krise wird daher auch Auswirkungen auf gemeinsam geplante Projekte haben. Wo dies relevant sein könnte, haben wir einen entsprechenden Vermerk im Bericht ergänzt.

Carnival Corporation & plc, einem der weltweit größten Anbieter von Urlaubsreisen. Zusammen mit Costa Cruises und Costa Asia gehört AIDA Cruises seit 2004 innerhalb der Carnival Corporation zur Costa Gruppe.

Maßnahmen des gesellschaftlichen und ökologischen Engagements, die zentral von der Carnival Corporation & plc gesteuert werden, sind an den entsprechenden Textstellen gekennzeichnet.

Inhalte und Berichtsstandard

Die Auswahl der Themen orientiert sich am Prinzip der Wesentlichkeit. In einer Wesentlichkeitsanalyse, durchgeführt vor Ausbruch der Coronapandemie, wurden die relevanten Nachhaltigkeitsthemen anhand von drei Kriterien bewertet: Stakeholder-Relevanz, unser Impact auf Menschen und Umwelt sowie Geschäftsrelevanz. Das Kapitel Nachhaltigkeit bei AIDA enthält eine ausführliche Prozessbeschreibung sowie eine Auflistung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen. In den Kapiteln Verantwortung für unsere Gäste, Verantwortung für Natur und Umwelt, Verantwortung für unsere Mitarbeiter sowie Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung sind jeweils die relevanten Herausforderungen und die im Geschäftsjahr 2019 ergriffenen Maßnahmen formuliert. Der abschließende Anhang fasst alle wichtigen Kennzahlen der Geschäftsjahre 2017 bis 2019 zusammen.

Die Berichterstattung orientiert sich an den international anerkannten GRI-Sustainability-Reporting-Standards. Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option: Kern erstellt. Der Inhaltsindex mit einer Tabelle der GRI-Angaben befindet sich ebenfalls im Anhang dieses Berichts.

Format und Kontakt

Dieser Bericht steht allen Interessierten in deutscher und englischer Sprache als Download auf der AIDA Cruises Website zur Verfügung. Zentraler Ansprechpartner bei Rückfragen und Hinweisen zum Nachhaltigkeitsbericht ist Hansjörg Kunze, Vice President Communication & Sustainability, unter aidacares@aida.de

Redaktionelle Anmerkungen

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Bericht keine genderspezifische Sprachform verwendet. Gleichwohl werden stets alle Geschlechter gleichermaßen adressiert.

Berichtszeitraum und Berichtsgrenzen

Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2019 (1. Dezember 2018 bis 30. November 2019). An der Erstellung dieses Berichts waren alle relevanten Unternehmensbereiche beteiligt. Den vorliegenden Bericht ergänzen Informationen zu relevanten Aktivitäten und Ereignissen, die entweder vor oder nach dem genannten Zeitraum bis zum Redaktionsschluss Ende Mai 2020 stattfanden. Geltungsbereich ist AIDA Cruises mit ihren Standorten Rostock und Hamburg sowie die Schiffe der AIDA Flotte. AIDA Cruises wurde 1996 gegründet und gehört seit 2003 zur

Im Einklang mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung

GRI: 102-12

Im September 2015 verabschiedeten die Vereinten Nationen (UN) als „Agenda 2030“ 17 Ziele, mit denen eine nachhaltige Entwicklung auf der Erde erreicht werden kann. Die sogenannten Sustainable Development Goals (SDGs) sollen zur Lösung globaler Herausforderungen wie etwa Armut, Hunger, Ungleichheit, Bildung, Gesundheit, Wasser, Energie, Klimawandel, Frieden und Beschäftigung beitragen.

Wir befürworten ausdrücklich den umfassenden Ansatz der SDGs und unterstützen ihre Umsetzung. Alle unsere kurz-, mittel- und langfristigen Maßnahmen orientieren sich an diesen SDGs und tragen zu deren Erreichung bei. Unsere Innovationen, Angebote und Dienstleistungen als global tätiges Unternehmen ermöglichen es uns, einen Beitrag zur Bewältigung der weltweiten Herausforderungen zu leisten, indem wir

nachhaltige Maßnahmen in unser Geschäftsmodell integrieren, Gesundheit bei unseren Gästen und Mitarbeitern an Land und an Bord fördern, die Biodiversität der Ökosysteme schützen, Umweltbelastungen reduzieren, die Unterschiedlichkeit der Menschen achten sowie ihre kulturellen Besonderheiten bewahren und fördern.



 <p>1 NO POVERTY Armut in jeder Form und überall beenden.</p>	 <p>6 CLEAN WATER AND SANITATION Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten.</p>	 <p>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig machen.</p>	 <p>15 LIFE ON LAND Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodenverschlechterung stoppen und umkehren und den Biodiversitätsverlust stoppen.</p>
 <p>2 ZERO HUNGER Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern.</p>	 <p>7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern.</p>	 <p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen.</p>	 <p>16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS Friedliche und inklusive Gesellschaften im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und effektive, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen.</p>
 <p>3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern.</p>	 <p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern.</p>	 <p>13 CLIMATE ACTION Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen.</p>	
 <p>4 QUALITY EDUCATION Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern.</p>	 <p>9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE Eine belastbare Infrastruktur aufbauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen.</p>	 <p>14 LIFE BELOW WATER Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen.</p>	 <p>17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung wiederbeleben.</p>
 <p>5 GENDER EQUALITY Geschlechtergerechtigkeit und Selbstbestimmung für alle Frauen und Mädchen erreichen.</p>	 <p>10 REDUCED INEQUALITIES Ungleichheit innerhalb von und zwischen Staaten verringern.</p>		

Unternehmensporträt

GRI: 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-8, 102-9, 102-10, 102-45, 203-2

1996 stellte AIDA sein erstes Kreuzfahrtschiff in Dienst: die heutige AIDAcara. Seitdem hat das Unternehmen mit Sitz in Rostock seine Flotte kontinuierlich weiter ausgebaut, zu einer modernen Flotte mit aktuell 14 Kreuzfahrtschiffen. Rund 1,3 Millionen Gäste schenken AIDA 2019 ihr Vertrauen auf Urlaubsreisen, die in 289 Destinationen weltweit führten.

AIDA beschäftigte 2019 rund 15.600 Mitarbeiter aus mehr als 60 Ländern, davon 1.500 an Land in Rostock und Hamburg. Um seine Mitarbeiter für die Arbeit an Bord eines Kreuzfahrtschiffes optimal aus- und weiterzubilden, arbeitet AIDA mit renommierten Hochschulen, Universitäten und Trainingszentren in Asien zusammen.

Seit 2003 gehört AIDA zur Carnival Corporation & plc, dem weltweit größten Anbieter von Urlaubsreisen, der neun Kreuzfahrtmarken in seinem Portfolio hat. Innerhalb der Carnival-Gruppe ist AIDA seit 2004 zusammen mit Costa Cruises und Costa Asia Teil der Costa Gruppe. Mit einer Flotte von 29 Schiffen und über 31.500 Mitarbeitern weltweit ist die

Costa Gruppe Marktführer der Kreuzfahrtbranche in Europa und China.

Neben dem Hauptsitz in Rostock verfügt AIDA über weitere vier Standorte. In Hamburg sind die AIDA Entertainment GmbH und die Carnival Maritime GmbH beheimatet, zudem gibt es Standorte in Zürich in der Schweiz und im österreichischen Wien. Die Sicherheit von Gästen und Crew hat für AIDA jederzeit höchste Priorität. Entsprechend steht das Unternehmen für die kompromisslose Einhaltung aller externen und internen Standards und stellt Compliance und verantwortungsvolles Handeln in allen Bereichen sicher.

Mit der Indienstellung von AIDAnova, dem weltweit ersten Kreuzfahrtschiff, das vollständig mit emissionsarmem Flüssiggas (LNG) betrieben wird, hat AIDA Cruises 2018 einen wichtigen Technologiesprung vollzogen. 2019 erhielt AIDAnova als erstes Kreuzfahrtschiff den Blauen Engel der Bundesregierung für sein umweltfreundliches Schiffsdesign. Ebenso fand 2019 auf der NEPTUN WERFT in Rostock-Warnemünde die Kiellegung von

AIDAcosma statt – dem zweiten LNG-Schiff des Unternehmens.

Ein drittes Kreuzfahrtschiff der LNG-Generation „Made in Germany“ wird in den nächsten Jahren folgen. Dann werden bereits 94 Prozent aller AIDA Gäste auf Schiffen reisen, die vollständig mit emissionsarmem LNG oder, wo im Hafen

Unser wirtschaftlicher Beitrag

2019 haben wir bei Deloitte & Touche eine Studie über den wirtschaftlichen Beitrag von AIDA Cruises in Europa in Auftrag gegeben. Daran haben auch Professoren der Universitäten Hamburg und Genua mitgewirkt. Das Ergebnis: Allein 2018 stand das wirtschaftliche Engagement von AIDA Cruises für eine Wertschöpfung von 5,3 Milliarden Euro und 27.000 Vollzeitarbeitsplätze in ganz Europa. In Deutschland sind wir zu Hause. Hier leisteten wir 2018 mit 3,4 Milliarden Euro den größten gesamtwirtschaftlichen Beitrag, davon 1,6 Milliarden Euro allein in Norddeutschland. Mit unserem Engagement sicherten wir 2018 in Deutschland mehr als 15.600 Vollzeitarbeitsplätze (direkte, indirekte und induzierte).

Wir bauen hier nicht nur unsere Schiffe – durch langfristige Partnerschaften haben wir in den zurückliegenden Jahren zum nachhaltigen Wirtschaftswachstum auf regionaler Ebene beigetragen und die Entwicklung maritimer Innovationszentren durch Know-how-Transfer und Investitionen in moderne Technologien gefördert. 2018 arbeitete AIDA Cruises mit 3.340 Lieferanten (ohne Schiffbau) aus den verschiedensten Branchen in ganz Europa zusammen, davon haben mehr als 2.600 ihren Sitz in Deutschland. Darüber hinaus zählen mehr als 12.000 Reisebüros in ganz Deutschland zu unserem Netz von Vertriebspartnern. In Mecklenburg-Vorpommern sind wir einer der größten privaten Arbeitgeber und ein wichtiger Wachstumsmotor. 2018 leistete AIDA Cruises hier einen gesamt-

verfügbaren, mit grünem Landstrom betrieben werden können. Neu in Dienst gestellt wurde zudem im Dezember 2019 AIDAmira. In der Premiersaison nahm das 14. Mitglied der AIDA Flotte Kurs auf das südliche Afrika. Start- und Zielhafen der 14-tägigen Reisen war Kapstadt.

wirtschaftlichen Beitrag von rund 209 Millionen Euro und stand für 1.792 Vollzeitarbeitsplätze.

Rund 350 unserer Dienstleister haben ihren Sitz im nordöstlichsten Bundesland. Hamburg ist die Stadt, in der wir den höchsten wirtschaftlichen Beitrag leisten. 2018 haben wir eine Wertschöpfung von 595 Millionen Euro generiert und mit 2.600 Vollzeitarbeitsplätzen (direkte, indirekte, induzierte) wichtige Beschäftigungseffekte erzielt. Fast 30 Prozent unserer deutschen Lieferanten haben ihren Sitz in Hamburg. Von den Ausgaben unserer Gäste und Besatzungsmitglieder profitiert auch die lokale Wirtschaft. 2018 beliefen sich diese Ausgaben auf 92,2 Millionen Euro.

Der Kieler Hafen belegte 2019 mit 175 Anläufen von Kreuzfahrtschiffen und 803.000 Passagieren nach Hamburg und Rostock den dritten Platz unter den Kreuzfahrthäfen Deutschlands. Mit 60 Anläufen von vier AIDA Schiffen war AIDA Cruises auch hier der größte Kreuzfahrtanbieter. Auch in Kiel trägt AIDA Cruises seit vielen Jahren zu einem nachhaltigen Wirtschaftswachstum bei.

Neben Deutschland sind u. a. Spanien, Italien, Norwegen und Frankreich wichtige Länder, in denen AIDA zur Wertschöpfung beiträgt. Auch in Zukunft will AIDA ein Wirtschaftsfaktor in Europa bleiben und zur Wertschöpfung beitragen.



Unsere Aktivitäten 2019 weltweit

GRI: 102-3, 102-4, 102-6, 413-1

Marktführer in Deutschland
und starke Position in Europa

Unsere Quellmärkte:
94,9 % Deutschland
1,8 % Österreich
1,1 % Schweiz
2,2 % Sonstige




 289 Destinationen weltweit 2019

 3.102 Hafenanläufe weltweit 2019

 5 Standorte

Hauptsitz und Standorte

 Rostock

 Hamburg: AIDA Entertainment und Carnival Maritime GmbH
Zürich, Schweiz
Wien, Österreich

Branche und Markt

Im Jahr 2019 unternahmen die Deutschen insgesamt 70,8 Millionen Urlaubsreisen. Zu den beliebtesten Urlaubsformen in Deutschland gehören seit vielen Jahren Kreuzfahrten. Rund 2,58 Millionen Deutsche haben 2019 eine Hochseekreuzfahrt unternommen, das sind etwa 15 Prozent mehr als 2018. Allein AIDA hat 2019 mehr als 1 Million Gäste an Bord seiner Schiffe begrüßt. Am deutschen Gesamtreisemarkt liegt der Anteil der Kreuzfahrt zwar nur bei 3,2 Prozent. Doch die Ergebnisse eines Berichts** von Cruise Lines International Association (CLIA) zeigten: Der deutsche Kreuzfahrtmarkt war 2019 erneut die Nummer eins in Europa und verzeichnete das stärkste Wachstum.

Kreuzfahrturlauber aus Deutschland bevorzugten 2019 vor allem europäische Reiseziele. Knapp ein Viertel aller Passagiere zog es ins zentrale und westliche Mittelmeer sowie nach Nordeuropa als beliebteste Reiseregionen, gefolgt von den Kanarischen Inseln und der Ostsee. Die durchschnittliche Reisedauer auf einem Kreuzfahrtschiff lag bei 9,1 Tagen. Das Durchschnittsalter der Reisenden betrug 49 Jahre, wobei jedoch in allen Altersgruppen das Passagieraufkommen 2019 angestiegen ist.

Als Trends, die sich 2019 abgezeichnet haben, hebt der Kreuzfahrtverband CLIA das branchenweite Engagement für einen verantwortungsvollen Tourismus hervor – mit dem Schwerpunkt auf ökologischer Nachhaltigkeit und verantwortungsbewusstem Destinationsmanagement.

Wie das Reiseverhalten in Deutschland 2020 aussehen wird, lässt sich derzeit nicht vorhersagen. Sämtliche Prognosen aus dem letzten Jahr sind aufgrund der Coronapandemie nicht mehr aktuell, da der globale Reiseverkehr im März dieses Jahres zum Erliegen gekommen ist. Weltweit mussten alle Kreuzfahrtreedereien ihre Reisesaison unterbrechen. Die Welttourismusorganisation UNWTO rechnet in der Coronakrise mit dem größten Einbruch internationaler Reisen seit den 50er Jahren und erwartet, dass die internationalen Besucherströme dieses Jahr um 70 Prozent sinken werden.

Umso mehr begrüßt die Tourismuswirtschaft die Anfang Juni 2020 getroffene Entscheidung der Bundesregierung und weiterer europäischer Länder für weitreichende Öffnungen im inner-europäischen Reiseverkehr. Dies ist ein positives Signal. Wenn auch unter neuen Bedingungen, werden Kreuzfahrten bald wieder möglich sein. Ungeachtet der schrittweisen Lockerungen innerhalb Europas sind in vielen anderen unserer weltweiten Destinationen die Bedingungen für Reisen leider noch nicht gegeben. Eine genaue Prognose, wann der internationale Tourismus wieder ohne Einschränkungen möglich ist, kann zum Redaktionsschluss dieses Berichts nicht gegeben werden.

Für AIDA hat die Sicherheit von Gästen und Crew jederzeit höchste Priorität. Daher planen wir die schrittweise Wiederaufnahme unserer Kreuzfahrtaktivitäten immer unter Berücksichtigung höchster Gesundheitsstandards. Damit alle AIDA Gäste ihren Urlaub unter den aktuellen Bedingungen sicher und sorgenfrei genießen können, hat das Unternehmen für den geplanten Neustart – ergänzend zu den bereits bestehenden sehr hohen Hygienestandards – ein umfassendes Gesundheits- und Hygienekonzept entwickelt und eine Vielzahl weiterer präventiver Maßnahmen eingeführt.



Wirtschaftsfaktor Kreuzfahrt**

Mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 7 Prozent in den letzten 30 Jahren gehört die Kreuzfahrtindustrie zu den am schnellsten wachsenden Wirtschaftszweigen des globalen Tourismus. 2019 hat sie nach ersten Hochrechnungen einen Umsatz von 41,6 Milliarden US-Dollar erwirtschaftet, 1,1 Millionen Arbeitsplätze geschaffen und somit einen direkten und indirekten Beitrag von 135 Milliarden US-Dollar zur globalen Wertschöpfung geleistet.

Europa ist nach Nordamerika und China der drittgrößte Kreuzfahrtmarkt der Welt. Allein

2017 trug die Kreuzfahrtbranche mit einer Wertschöpfung von 47,9 Milliarden Euro zur europäischen Wirtschaft bei. Durch die Aktivitäten der Branche wurden 403.621 direkte Arbeitsplätze bei Reedereien sowie bei mit Kreuzfahrten verbundenen Unternehmen geschaffen.

Deutschland ist der größte Kreuzfahrtmarkt in Europa. Die direkten Ausgaben der Kreuzfahrtbranche beliefen sich 2017 auf 3,14 Milliarden Euro, das sind 6,6 Prozent mehr als 2015. Über 48.000 Menschen waren allein in der Kreuzfahrtindustrie oder verwandten Branchen beschäftigt.

** Q3 Europe Overview Report, CLIA (2019) <https://www.cliadeutschland.de/CLIA-Q-2019-Q3-Europe-Overview-Report.pdf>



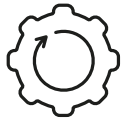
green cruising



Nachhaltigkeit bei AIDA

Wir arbeiten zukunftsorientiert

Wir arbeiten zukunftsorientiert	10
Nachhaltiges Wirtschaften und Governance	12
Compliance und Standards	14
Risikomanagement	16



Wir arbeiten zukunftsorientiert



GRI: 102-11

Seit der Gründung von AIDA ist Nachhaltigkeit fester Bestandteil unseres unternehmerischen Selbstverständnisses.

Wir handeln verantwortungsbewusst und stellen uns aktuellen sowie zukünftigen ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen. AIDA bekennt sich zu den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen, den Klimazielen von Paris und dem Emissionsminderungspfad der International Maritime Organization (IMO). Die IMO ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen mit 174 Mitgliedsstaaten. Ihr Ziel ist eine sichere, geschützte und wirtschaftliche Schifffahrt auf sauberen Meeren.

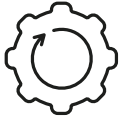
2007 ist unser erster Nachhaltigkeitsbericht erschienen. Seitdem legen wir jedes Jahr unsere Nachhaltigkeitsbilanz offen. Wir stehen im Dialog mit verschiedensten Stakeholdern – ob Gäste, Branchenverbände, Politik, Wissenschaft

oder Nichtregierungsorganisation.

Der ehrliche und transparente Austausch hilft uns dabei zu verstehen, in welchen Bereichen und auf welche Weise wir am besten unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft leisten können. 2019 haben wir eine umfassende Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt.

Auch in der aktuellen für unser Unternehmen sehr herausfordernden Situation, bedingt durch die Coronapandemie, verfolgen wir unser langfristiges Ziel konsequent weiter: die emissionsneutrale Kreuzfahrt. Einige geplante Maßnahmen und Projekte sowie deren Zeitpläne werden wir gemeinsam mit unseren Projektpartnern anpassen müssen, wie dem vorliegenden Bericht zu entnehmen ist. Doch trotz aller Herausforderung werden wir an den gesteckten Zielen festhalten und den vor vielen Jahren eingeschlagenen Weg mit aller Kraft fortsetzen.





Nachhaltigkeit bei AIDA

Nachhaltigkeit: ein Grundprinzip unseres Handelns

GRI: 102-11, 102-16

Nachhaltiges Wirtschaften ist für AIDA ein entscheidender Faktor, um auch in Zukunft erfolgreich Kreuzfahrten anbieten zu können – und dadurch Arbeitsplätze zu schaffen sowie zur Wertschöpfung in den Destinationen beizutragen. Das Thema Nachhaltigkeit ist bei AIDA auf höchster Managementebene angesiedelt und ein Grundprinzip unseres Handelns: Wir übernehmen Verantwortung für Mensch, Umwelt und Gesellschaft.

Dabei begreifen wir Nachhaltigkeit als einen Prozess der umfassenden Qualität, den wir laufend weiterentwickeln und verbessern.

Unser Handeln prüfen und optimieren wir kontinuierlich unter Berücksichtigung unseres eigenen Anspruchs, neuer Gesetzesvorgaben und des technologischen Fortschritts. Basis für diese laufende Selbstüberprüfung ist der unternehmensinterne Austausch und der Dialog mit unseren Partnern.

Ökologischen Fußabdruck verringern

Unsere Zukunftsfähigkeit zu sichern, das bedeutet auf ökologischer Ebene, dass wir die Umwelt schützen, Ressourcen sparsam einsetzen und uns für biologische Vielfalt einsetzen. So verfolgen wir bereits seit vielen Jahren das Ziel, den ökologischen Fußabdruck der gesamten Flotte so weit wie möglich zu verringern. Wir investieren jedes Jahr Millionen von Euro in nachhaltige Technologien, mit dem Ziel, die emissionsneutrale Kreuzfahrt zu realisieren. Auf diesem Weg konnten wir bereits wichtige Meilensteine setzen, wie die Nutzung von emissionsarmem Flüssiggas (LNG) oder Landstrom aus regenerativen

Energien. Im Laufe der nächsten Jahre wollen wir erreichen, dass 94 Prozent aller AIDA Gäste auf Schiffen reisen, die vollständig mit emissionsarmem Flüssiggas oder, wo möglich, mit grünem Landstrom betrieben werden können. Auch die weitere Reduzierung oder vollständige Vermeidung von Plastik- und Einwegprodukten sowie die Vermeidung von Lebensmittelabfällen an Bord sind zentrale Themen, denen wir uns stellen. Langfristig verfolgen wir das Ziel, eine nahezu vollständige Kreislaufwirtschaft herzustellen, in der praktisch kein Abfall mehr produziert wird. Auch das entspricht unserem Ansatz der umfassenden Qualität. Denn wenn Produkte wiederverwertbare Ressourcen enthalten, kommen sie der Umwelt und der Wirtschaft gleichermaßen zugute.

Zu Wertschöpfung und Entwicklung beitragen

Wir generieren gesellschaftlichen und ökonomischen Nutzen, indem wir Arbeitsplätze erhalten und einen wirtschaftlichen Beitrag in Europa sowie in unseren Destinationen weltweit leisten. 2018 lag der wirtschaftliche Beitrag von AIDA Cruises in Europa bei 5,3 Milliarden Euro. Zudem haben wir rund 27.000 Vollzeit Arbeitsplätze in ganz Europa geschaffen. Unter dem Dach der Initiative AIDA Cruise & Help geben wir zudem den Gemeinschaften an unseren Destinationen etwas zurück, indem wir soziale und kulturelle Projekte fördern und umsetzen, beispielsweise im Bildungsbereich durch den Bau von Schulen.

Klare Prozesse und Strukturen

AIDA steuert sämtliche Nachhaltigkeitsthemen im Rahmen des Nachhaltigkeits-, Compliance- und Risikomanagements. Über unsere Governance-Strukturen ist nachhaltiges Wirtschaften als Handlungsleitlinie in allen Bereichen des Unternehmens verankert. Unser zentral gesteuertes Nachhaltigkeitsprogramm berücksichtigt stets aktuelle ökologische, soziale und ökonomische Entwicklungen. Operative Maßnahmen des Programms werden dezentral umgesetzt.

Nachhaltigkeit bei AIDA – unserer Ziele

Verantwortung für unsere Gäste

- Ziel 1:** Nachhaltige Angebote und Kundenzufriedenheit weiter ausbauen
- Ziel 2:** Inklusion leben, höchstes Maß an Sicherheit und Gesundheit bieten
- Ziel 3:** Gästediolog und -netzwerke ausbauen

Verantwortung für Natur und Umwelt

- Ziel 1:** Kontinuierliche Reduzierung der Emissionen auf dem Weg zur emissionsneutralen Kreuzfahrt
- Ziel 2:** Ressourcen schonen, Kreislaufwirtschaft kontinuierlich ausbauen
- Ziel 3:** Meere schützen, Biodiversität erhalten

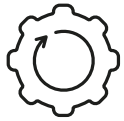
Verantwortung für unsere Mitarbeiter

- Ziel 1:** Diversität und Chancengleichheit fördern
- Ziel 2:** Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen
- Ziel 3:** Karrierechance eröffnen, Aus- und Weiterbildung fördern

Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung

- Ziel 1:** Dialog mit allen Stakeholdern ausweiten und vertiefen
- Ziel 2:** Gesellschaftliches Engagement weltweit – Menschen helfen & Perspektiven eröffnen
- Ziel 3:** Nachhaltiges Destinationsmanagement ausbauen





Nachhaltiges Wirtschaften und Governance



GRI: 102-11, 201-2

Vorausschauend handeln, verantwortungsvoll wachsen

Wachstum geht für AIDA immer einher mit nachhaltigem Wirtschaften. Dieses Konzept der umfassenden Qualität, in das wir auch unsere Geschäftspartner einbinden, bedeutet:

Bei all unseren ökonomischen Entscheidungen berücksichtigen wir die Umwelt, die Gesellschaft, unsere Geschäftspartner sowie das Wohl unserer Gäste und Mitarbeiter.

Neben technischer Effizienz ist dieses Qualitätsverständnis die Basis unseres Nachhaltigkeitskonzepts – und eine Grundlage für unseren wirtschaftlichen Erfolg in der Zukunft.

Aufbauend auf diesem Grundverständnis besteht die AIDA Nachhaltigkeitsstrategie aus drei Säulen.

Wir engagieren uns für die Umwelt

Die Green-Cruising-Strategie bildet das Dach für den Klima- und Ressourcenschutz bei AIDA. Ihre Ziele sind auf allen Stufen der strategischen und operativen Unternehmensplanung verankert. Auf Basis der Green-Cruising-Strategie investieren wir in effiziente Technologien und arbeiten eng mit Wissenschaft und Forschung

zusammen, um Emissionen zu reduzieren, Ressourcen so effektiv wie möglich zu nutzen und, wo immer umsetzbar, in technische und biologische Kreisläufe zurückzuführen. Wir setzen bereits bei der Beschaffung auf umweltfreundliche und wiederverwertbare Produkte.

Wir übernehmen soziale Verantwortung

Toleranz, gegenseitige Wertschätzung und gelebte kulturelle Vielfalt sind tragende Werte der AIDA Unternehmenskultur. Unsere Mitarbeiter stammen aus mehr als 60 Nationen. Sie sind diejenigen, die uns erfolgreich machen. Denn sie tragen den AIDA Spirit zu unseren Gästen. Entsprechend fördern wir unsere Mitarbeiter durch Aus- und Weiterbildung. Faire Arbeitsbedingungen und nachhaltiges Handeln erwarten wir auch von unseren Vertragspartnern und Zulieferern. Wir betrachten es zudem als unsere Pflicht, der Gesellschaft – insbesondere in den Destinationen – etwas zurückzugeben. Denn die Menschen vor Ort tragen wesentlich zu den Urlaubserlebnissen unserer Gäste und damit auch zu unserem Erfolg bei. Im Rahmen der Initiative AIDA Cruise & Help engagieren wir

uns in sozialen und kulturellen Projekten in den Destinationen.

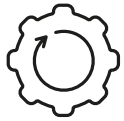
Wir setzen auf verantwortungsbewusstes Wachstum

Wir sind überzeugt: Nur verantwortungsbewusstes Wachstum ist gesundes Wachstum und damit die Grundlage für langfristigen Erfolg. AIDA bringt deshalb ökologische, gesellschaftliche und soziale Verantwortung in Einklang mit unternehmerischen Zielen.

Wir verstehen uns als Impulsgeber und Vorreiter der Branche und lassen uns daran messen.

Wir intensivieren kontinuierlich den Dialog mit unseren Gästen, Partnern, Freunden und Kritikern, um unser Handeln zu prüfen und immer besser zu werden.





Relevanz im Fokus: Wesentlichkeitsanalyse

GRI: 102-44, 102-47, 102-49

Anfang 2020, noch vor der Coronapandemie, haben wir erneut eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, um unser nachhaltiges Handeln zu überprüfen. Dabei sind wir der Frage auf den Grund gegangen: Welche wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Themen sind für unsere Geschäftstätigkeit besonders relevant?

Dafür haben wir eine Liste mit nachhaltigkeitsbezogenen Themen erstellt. Eingebunden wurden neben AIDA spezifischen Themen auch Branchenthemen und Nachhaltigkeitsstandards. Im Ergebnis ist ein Cluster mit 31 Nachhaltigkeitsthemen vergleichbarer Detailtiefe entstanden. Sämtliche der 31 Themen wurden anhand von drei Dimensionen beleuchtet: der Auswirkungen auf Menschen und Umwelt, der Relevanz für die Geschäftstätigkeit und der Stakeholder-Relevanz. Die Auswahl der Stakeholder-Gruppen basierte auf der Stakeholder-Map. Für wie relevant halten welche Stakeholder welches Thema? Diese Einschätzung erfolgte während der Analyse indirekt über Vertreter der zentralen Kontaktabteilungen, die in engem Austausch mit den jeweiligen Stakeholder-Gruppen stehen. Die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt und die Relevanz der Themen für die Geschäftstätigkeit von AIDA haben wir im Rahmen eines Workshops ermittelt. An dem Workshop nahmen auf Initiative und unter der Leitung des Bereichs Corporate Communication & Sustainability Führungskräfte aus allen Fachbereichen des Unternehmens teil.

Die Bewertung der Themen erfolgte anhand eines halbquantitativen Verfahrens. Gespiegelt und validiert wurden die Ergebnisse u. a. durch die Auswertung externer Studien sowie eine Konsumentenbefragung, die AIDA zum Thema Nachhaltigkeit in der Kreuzfahrt selbst Anfang 2020 bei Gästen und Vertriebspartnern durchgeführt hat. Nicht in das Cluster und die Bewertung einbezogen haben wir das Nachhaltigkeits-, Risiko- und Compliance-Management. Diese Themen sind reguliert und fest

verankert und damit seit Langem Bestandteil der AIDA Berichtserstattung.

10

WESENTLICHE NACHHALTIGKEITSTHEMEN WURDEN ERMITTELT

Im Ergebnis haben wir im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse zehn wesentliche Nachhaltigkeitsthemen ermittelt:

Die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen von AIDA

- Guest Experience
- Sicherheit an Bord
- Energie und Klimaschutz
- Rohstoffe und Abfall
- Emissionen und Luftqualität
- Ausbildung und Beschäftigung
- Weiterbildung und Entwicklung
- Vereinbarkeit von beruflichem und privatem Leben
- Wirtschaftliche Entwicklung in den Destinationen
- Gesellschaftliches Leben in den Destinationen

Übergreifende Managementansätze

- Nachhaltigkeitsmanagement
- Compliance-Management
- Risikomanagement

Für die priorisierten Handlungsfelder haben wir unsere Ambitionen in den nachfolgenden Kapiteln detailliert formuliert. Diese leiten AIDA auf dem Weg in die Zukunft.

Strukturiert und implementiert: Nachhaltigkeits-Governance

GRI: 102-18

Unternehmerische Verantwortung hat bei uns eine hohe Priorität und ist deshalb im Executive Team angesiedelt. Die zentrale Steuerung aller Nachhaltigkeitsthemen liegt in den Händen des AIDA Präsidenten und des Vice President Communication & Sustainability. So erfolgt ein regelmäßiges Reporting und die strategische Beratung auf höchster Managementebene. Dies unterstreicht die hohe Relevanz von Nachhaltigkeit bei AIDA. Bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie arbeiten alle Unternehmensbereiche zusammen und setzen die Beschlüsse der Geschäftsleitung um.

Maßnahmen dezentral umsetzen

Das Nachhaltigkeitsprogramm mit seinen vielfältigen und ineinandergreifenden Prozessen und Standards ist auf allen Ebenen und in allen Bereichen unseres Unternehmens verankert. Während die Steuerung zentral erfolgt, werden operative Maßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette anhand konkreter Ziele und Leistungskennzahlen dezentral umgesetzt. Grundlage dafür sind die Festlegung klarer Verantwortlichkeiten und die kompromisslose Einhaltung aller externen und internen Standards, gewährleistet durch unser Compliance Management System.

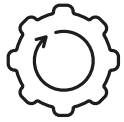
Mitarbeiter einbinden

Es ist unser Anspruch, in Sachen Nachhaltigkeit weiterhin Maßstäbe in der Kreuzfahrt zu setzen. Entsprechend eng ist der Austausch zwischen den einzelnen Fachabteilungen des Unternehmens, um Nachhaltigkeitsthemen in allen Bereichen umzusetzen.

So finden regelmäßig offene Gesprächsrunden zu verschiedensten Fragen der Nachhaltigkeit von Fachabteilungen statt, z. B. in Form eines „Round Table“ oder „Lunch and Learns“.

Hier können sich unsere Mitarbeiter über Projekte anderer Abteilungen informieren, austauschen und einbringen. Wir geben unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, ihre Ideen und Vorschläge für mehr Nachhaltigkeit an Bord und an Land auf verschiedenen Wegen zielgerichtet mit dem Fachbereich Sustainability oder der Geschäftsleitung zu teilen, z. B. durch eine eigens eingerichtete E-Mail-Adresse oder den persönlichen Kontakt.





Compliance und Standards



GRI: 102-12, 102-16



Standards setzen, Regeln einhalten

Compliance ist für uns gelebte Verantwortung in sämtlichen Geschäftsprozessen. Wir haben eigene Managementsysteme etabliert, mit denen wir das notwendige Rüstzeug bereitstellen, um alle gesetzlichen und unternehmens-internen Regeln einzuhalten. Die von uns und der Carnival Corporation gesetzten internen Standards gehen dabei in vielen Bereichen über internationale Konventionen und nationale Gesetze hinaus.

Die kompromisslose Einhaltung aller externen und eigenen Standards ist Voraussetzung für die Sicherheit unserer Gäste und Mitarbeiter und unmittelbar an unseren Geschäftserfolg gekoppelt.

Denn Vertrauen in unsere Marke gewinnen und erhalten wir nur, wenn wir integer und regelkonform handeln. Entsprechend wird die Einhaltung internationaler Konventionen und Standards durch interne und externe Audits geprüft und zertifiziert.

Internationale Standards und Konventionen

ISO 14001

Alle unsere Schiffe sind nach der Umweltnorm 14001 (ISO 14001) der Internationalen Organisation für Normung (ISO) zertifiziert, um unser

Umweltmanagementsystem (EMS) zu unterstützen. Eine unabhängige Drittorganisation prüft regelmäßig unser EMS nach ISO 14001.

OHSAS 18001

Alle unsere Arbeitsschutz- und Sicherheitsmanagementsysteme an Bord basieren auf OHSAS 18001:2007, dem weltweit anerkannten und branchenübergreifenden Arbeitsschutz- und Sicherheitsmanagementstandard. Diese Norm wird regelmäßig von uns und externen Organisationen überprüft.

SOLAS

SOLAS (Safety of Life at Sea) regelt die Sicherheitsanforderungen bei Design, Konstruktion, Ausstattung und Betrieb von Schiffen sowie das Sicherheitsmanagement.

ISM-Code

Der ISM-Code (International Safety Management Code) ist ein internationales Regelwerk, das die Maßnahmen zur Organisation eines sicheren Schiffsbetriebs und die Verhütung der Meeresverschmutzung verbindlich festschreibt. Der ISM-Code ist Teil des Internationalen Übereinkommens zum Schutz des menschlichen Lebens auf See (SOLAS).

ISPS-Code

Der International Ship and Port Facility Security Code definiert die Sicherheitsstandards, Anforderungen und Prozesse zur Gefahrenabwehr für Schiffe, Häfen und Regierungen – etwa für die Entwicklung von Sicherheitsplänen, die Evaluierung von Sicherheitsrisiken und -gefahren sowie von vorsorglichen Sicherheitsmaßnahmen.

MARPOL

MARPOL (International Convention for the Prevention of Marine Pollution from Ships) ist die wichtigste internationale Konvention, um die Verschmutzung der Meeresumwelt zu verhindern. Die Einhaltung der Konvention wird auf allen AIDA Schiffen sowie vom Flaggenstaat regelmäßig überprüft und zertifiziert.

Polar Code

Der internationale IMO-Kodex für Schiffe, die in polaren Gewässern unterwegs sind („Polar Code“), ist seit 2017 in Kraft und legt verbindliche Standards für den Bau, die Ausrüstungs- und Betriebsvorschriften sowie für die Sicherheit, Suche und Rettung, Ausbildung und den Umweltschutz fest. Der Polar Code findet auch Eingang in die Standards von SOLAS, MARPOL und STCW.

IMO-Ballastwasser-Konvention

Die Ballastwasser-Konvention dient dazu zu verhindern, dass Mikroorganismen über das Ballastwasser ungewollt in fremde Regionen gelangen und die dortige Artenvielfalt bedrohen.

STCW

Das internationale Übereinkommen von 1978 über Normen für die Ausbildung, die Erteilung von Befähigungszeugnissen und den Wachdienst von Seeleuten in der jeweils geltenden Fassung (STCW-Übereinkommen) ist eine UN-Konvention, die 1978 durch die IMO entstand.

MLC

Die internationale Basis für Regelungen zum Arbeitsrecht auf Kreuzfahrtschiffen ist die

Maritime Labour Convention (MLC) der ILO (International Labour Organization), einer Unterorganisation der UNO. Die weltweit einheitlich geltenden Standards der MLC umfassen die grundlegenden Arbeitsbedingungen einschließlich Gesundheit, Sicherheit, Mindestalter, Rekrutierung, Arbeitszeiten, Unterbringung an Bord sowie soziale Sicherheit und garantieren angemessene Arbeits- und Lebensbedingungen an Bord. Der Flaggenstaat und/oder die zuständigen Klassifikationsgesellschaften überprüfen und zertifizieren regelmäßig die Erfüllung der hohen maritimen Sozialstandards.

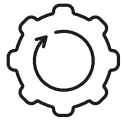
VSP

Das US-amerikanische Center for Disease Control and Prevention (CDC) führte in den 1970er Jahren das Vessel Sanitation Program (VSP) ein, um die Schifffahrtsindustrie bei der Entwicklung und Umsetzung eines umfassenden Hygiene-programms zu unterstützen. Alle Schiffe, die mehr als 13 Passagiere befördern und ein internationales Fahrtgebiet haben, werden zweimal jährlich unangemeldet überprüft und falls nötig entsprechend nochmals inspiziert.

UNWTO-Tourismuskodex

AIDA hat bereits vor sieben Jahren den globalen Ethikkodex der Weltorganisation für Tourismus (UNWTO) unterzeichnet. Damit verpflichten wir uns zu einem verantwortlichen und nachhaltigen Tourismus. Als Unterzeichner des Kodexes legt AIDA Cruises gegenüber der UNWTO regelmäßig Rechenschaft über die Einhaltung und Weiterentwicklung seiner Maßnahmen zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus ab.





Nachhaltigkeit bei AIDA



Interne Standards

Das innerhalb der Carnival-Gruppe verpflichtende Managementsystem, das die ISO-Anforderungen insbesondere zur Sicherheit und Gesundheit erfüllt und in vielen Bereichen übertrifft, umfasst über 400 Einzelprozesse. Zu den weiteren internen Standards gehören:

Environmental Compliance Plan

Unter dem Dach der Carnival Corporation & plc wurde 2017 der Environmental Compliance Plan (ECP) eingeführt, dessen Maßnahmen weit über die Erfüllung der international geltenden Gesetzesanforderungen hinausgehen. Sie stellen die konstante Überwachung und Einhaltung der Umweltkennzahlen an Bord aller AIDA Schiffe sicher. Regelmäßig wird durch externe Auditoren die Einhaltung der Standards geprüft, die zudem zur Eindämmung von Umweltrisikofaktoren dienen. Der ECP beinhaltet auch ein verbindliches, ausführliches Umweltrainingsystem für alle Mitarbeiter an Land und an Bord.

Verhaltens- und Ethikkodex für Mitarbeiter

Der Kodex ist für alle Mitarbeiter von AIDA verpflichtend, denn wir wollen dem Vertrauen in unser Unternehmen in vollem Umfang gerecht werden und nach höchsten ethischen Standards handeln. Unser Verhaltens- und Ethikkodex dient als Leitlinie für jeden Mitarbeiter. Er hilft, unsere hohen Standards zu verinnerlichen, einzuhalten und sogar zu übertreffen. Er erläutert

die Erwartungen unseres Unternehmens, veranschaulicht beispielhaft wichtige Prinzipien und enthält Anweisungen für den Umgang mit schwierigen Situationen.

Code of Business Conduct and Ethics

Der wirtschaftliche Erfolg von AIDA beruht auf vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen und der Einhaltung strenger ethischer Standards. Dazu hat sich das Unternehmen im Code of Business Conduct and Ethics verpflichtet. Zu den darin aufgeführten verbindlichen Prinzipien zählen: unser besonderes Qualitätsversprechen an unsere Gäste, eine von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung geprägte Unternehmenskultur, Fairness im Umgang mit Partnern, Lieferanten und Mitbewerbern sowie ein hohes Maß an Exaktheit und Integrität bei Geschäftsabschlüssen.

Antikorruptionsbestimmungen

Um Korruption zu verhindern, sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter und machen sie regelmäßig in Schulungen mit den Antikorruptionsbestimmungen der Carnival-Gruppe vertraut. Diese basieren auf den Antikorruptionsgrundsätzen der Cruise Lines International Association (CLIA) und behandeln beispielsweise die Themen Bestechung und Korruption sowie Zahlungen zur Handelserleichterung. Alle Geschäftsbeziehungen mit Dritten sind gemäß den Antikorruptions-

bestimmungen der Carnival-Gruppe unter Berücksichtigung des Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) der USA zu gestalten und werden durch spezielle Screenings über IT-gestützte Tools auf die Einhaltung dieser und weiterer Regelungen (z. B. Wirtschaftsembargos) überwacht.

Spendenrichtlinie

Diese definiert transparent, nach welchen einheitlichen Kriterien Spenden durch unsere Unternehmen vergeben werden. Sie regelt auch die Verantwortlichkeiten zur Verwaltung unseres Spendenbudgets.

Customer Experience Management

Wir erfassen das Feedback unserer Gäste systematisch und leiten daraus Maßnahmen zur weiteren Erhöhung der Gästezufriedenheit ab.

Ausbildungsmanagement

Wir unterstützen unsere Mitarbeiter darin, ihre eigenen Potenziale und Kenntnisse kontinuierlich weiterzuentwickeln, und bieten vielfältige Aus- und Weiterbildungsangebote, auch über kreuzfahrtspezifische Themen hinaus.

Servicestandards

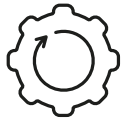
Wir ermutigen unsere Mitarbeiter zu proaktivem Handeln, um die Erwartungen unserer Gäste an Service, Qualität und Erlebnisvielfalt zu übertreffen.

Im Rahmen einer internen Serviceinitiative schulen wir alle Mitarbeiter und honorieren herausragende Leistungen.

Performance- und Talentmanagement

Unser Performance-Management hilft uns, Fähigkeiten und Fertigkeiten unserer Mitarbeiter zu erkennen, ihre Stärken zu fördern und langfristige, zielgerichtete Entwicklungsmaßnahmen zu vereinbaren. In den jährlichen Mitarbeitergesprächen werden erfolgsrelevante Kriterien und die Leistungen in einem festgelegten, transparenten Prozess besprochen. Daraus leiten sich individuelle Entwicklungsempfehlungen und Förderungsprogramme ab, wie z. B. die Teilnahme an Schulungen. Mitarbeiter mit ausgeprägten interdisziplinären Kompetenzen und hervorragenden Leistungen fördern wir im Rahmen eines gruppenweiten Talentmanagements und bieten individuelle Entwicklungsperspektiven zur Vorbereitung als Führungskräfte.





Risikomanagement



GRI: 201-2

Chancen und Risiken managen

Ein fest verankerter, unverzichtbarer Teil der AIDA Unternehmenskultur ist das Risikomanagement. Praxiserprobte, effektive Prozesse und Strategien machen es möglich, potenzielle Risiken und Chancen sowie deren mögliche Folgen zeitig zu identifizieren. Diese Erkenntnisse können dann schon früh in der Umsetzung der Unternehmensstrategie berücksichtigt werden. Das heißt: Chancen können genutzt, Risiken minimiert werden.

Sowohl die Risikoprävention als auch die Managementpolitik von AIDA basieren auf einem vom Mutterunternehmen Carnival Corporation & plc entwickelten Modell. Dieses Modell orientiert sich an den internationalen Standards des Enterprise Risk Managements (ERM). In allen Bereichen von AIDA sind diese ERM-Standards implementiert. Sie setzen sich zusammen aus den Segmenten Organisationsstruktur, Prüfungsprozesse, Standards und Verhaltenskodex. Alle Ebenen der Organisation werden den Standards entsprechend auf potenzielle Chancen und Risiken überprüft und die Erkenntnisse offen mit der Unternehmensführung diskutiert.

Durch dieses Vorgehen stellt AIDA zugleich die Einhaltung der hohen Gesundheits-, Umwelt-, Sicherheits- und Nachhaltigkeitsstandards (HESS) sicher.

Konstruktiv und kritisch in den Blick nehmen

Alle Fäden zur Ermittlung potenzieller Chancen und Risiken hat das Team des Risk Advisory & Assurance Services Department (RAAS) in den Händen. In enger Zusammenarbeit mit dem Management führen die RAAS-Teams regelmäßig Audits durch, identifizieren mögliche Chancen sowie Risiken und überprüfen vorhandene Kontrollmechanismen. Ebenso kontrollieren sie die

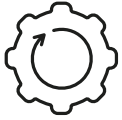
Umsetzung der Unternehmensrichtlinien und -verfahren sowie von Gesetzen und Vorschriften, um deren Einhaltung sicherzustellen. Die aus den Kontrollen und Prüfungen hervorgehenden RAAS-Bewertungen erörtert und aktualisiert die AIDA Geschäftsführung mit den Mitgliedern der verschiedenen Prüfungskomitees.

Gemeinsames Ziel:
Die Auswirkungen vorhersehbarer und unvorhersehbarer Ereignisse so früh wie möglich in die Unternehmensplanung und -strategie integrieren.

Bewusst besser als gefordert

Das Management der Prozesse in den Bereichen Umwelt, Gesundheit und Sicherheit auf See sowie an Land regelt AIDA über das Global HESS Managementsystem (HESS = Health, Environment, Safety and Security) der Muttergesellschaft Carnival Corporation & plc. Deren Standards übertreffen in vielen Bereichen die an Land gültigen Normen und berücksichtigen die besonderen Anforderungen der Kreuzfahrtindustrie. Kontinuierlich werden die Standards und Prozesse durch externe und interne Audits überprüft.





Lieferantenmanagement: passende Partner

GRI: 102-9

Produktionsstandards, Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit von Lieferanten spielen für AIDA eine zentrale Rolle. Eine Kernaufgabe ist deshalb ein stringentes Lieferantenmanagement.

Damit unsere Lieferanten unsere gesetzlichen und ethischen Anforderungen verstehen und erfüllen können, haben wir den konzernweit gültigen Verhaltens- und Ethikkodex für Geschäftspartner (Business Partner Code of Conduct and Ethics) entwickelt.

In diesem Kodex sind für die Lieferanten unsere Anforderungen an den Umweltschutz, an Arbeitnehmer- und Menschenrechte sowie an Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen beschrieben. Die Lieferanten verpflichten sich dazu, sämtliche Anforderungen einzuhalten. Bindend sind für unsere Geschäftspartner zudem unsere Kartellrechtsbestimmungen und Antikorruptionsstandards.

Die Einhaltung unserer hohen Standards in den Bereichen Qualitätssicherung, Umweltschutz, Hygiene, Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und soziales Engagement überprüfen wir regelmäßig, z. B. über unseren Lieferantenfragebogen. Gerade wenn es um die Beschaffung von Waren und Dienstleistungen geht, ist das Vertrauen in die Integrität der Geschäftspartner elementar. Schließlich gilt es, das Vertrauen der Gäste in die AIDA Versprechen zu wahren. Ob Sicherheit und Gesundheit, der Umgang mit Frischwasser oder auch der Einkauf von Lebensmitteln:

Das von den Gästen entgegengebrachte Vertrauen gilt es immer wieder zu bestätigen und den über viele Jahre erworbenen guten Ruf als umweltbewusster, nachhaltig agierender Kreuzfahrtanbieter zu erhalten.

Nachhaltig und umweltbewusst einkaufen

Jedes Jahr gibt AIDA Bestellungen für rund 70.000 Produkte auf. Die Bandbreite reicht von Postkarten für die Shops an Bord über Blumen zur Dekoration, Busse samt Guides für Ausflüge oder auch technische Geräte bis hin zu den Nahrungsmitteln für die Bordrestaurants.

Damit alle von uns beschafften Produkte unseren Standards entsprechen, achten wir schon beim Einkauf darauf, dass die Produkte möglichst wiederverwertbar sind. Zudem sollen sie in biologische oder technische Kreisläufe zurückgeführt werden können.

Menschenrechte in den Lieferketten

Unser Verhaltens- und Ethikkodex für Mitarbeiter und Geschäftspartner verbietet alle Arten der Ausbeutung von Minderjährigen und der Zwangsarbeit und bekundet unser Bestreben, alle Gesetze und sonstigen Regelungen einzuhalten, die zum Verbot von Sklavenarbeit und Menschenhandel stehen. Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass diese die Gesetze und sonstigen Regelungen ebenfalls einhalten und respektieren und dass sie ethische Entscheidungen in allen Bereichen ihrer Tätigkeiten treffen. Denn unser Verhaltens- und Ethikkodex verbietet explizit die Ausnutzung von Sklavenarbeit und Menschenhandel in unserer Lieferkette. Dies bringen wir auch gemeinsam mit der Carnival Corporation in der Erklärung zum britischen „Modern Slavery Act“ zum Ausdruck. Dieser verpflichtet Unternehmen zu mehr Transparenz in der Lieferkette.

Die Carnival-Gruppe legt regelmäßig offen, mit welchen Schritten sie Sklaverei und Menschenhandel im Unternehmen sowie bei den Zulieferern, Lieferanten und anderen Partnerunternehmen weltweit bekämpft. Als Teil der Carnival-Gruppe steht AIDA hinter allen Bestrebungen, menschenrechtliche Risiken in der Geschäftstätigkeit und in den Lieferketten so weit wie möglich zu beseitigen.



! Weitere Informationen
> Verhaltens- und Ethikkodex





Verantwortung für unsere Gäste

Wir eröffnen Möglichkeiten

Wir eröffnen Möglichkeiten	19
Nachhaltiges Gästerlebnis und Digitalisierung	20
Guest Experience Management	23
Inklusion	26
Sicherheit an Bord, Gesundheit und medizinische Versorgung	27



Verantwortung
für unsere Gäste

Wir eröffnen Möglichkeiten



GRI: 102-2

2019 unternahmen rund 55,2 Millionen Deutsche eine Reise mit einer Dauer von mehr als fünf Tagen, darunter waren 2,58 Millionen Deutsche, die sich für einen Urlaub auf einem Hochseekreuzfahrtschiff entschieden, rund 15 Prozent mehr als im Vorjahr*.

Der Anteil von Kreuzfahrten am Gesamtreisemarkt ist 2019 somit erneut gestiegen. Kreuzfahrurlauber schätzten vor allem die Vielfalt der besuchten Reiseziele. Gegenüber dem Urlaub an Land punkten zudem der hohe Komfort und das breit gefächerte Freizeit- und Kulturangebot an Bord – wie eine im Dezember 2019 veröffentlichte Umfrage des Meinungsforschungsinstituts forsa im Auftrag des internationalen Kreuzfahrtverbands CLIA zeigt.

Mit der Indienstellung von AIDAnova im Dezember 2018 hat AIDA seine Produktvielfalt erneut erweitert und konnte 2019 mehr als 1,3 Millionen Gäste an Bord begrüßen.

Mit maßgeschneiderten Angeboten, die so vielfältig sind wie die Interessen jedes einzelnen Familienmitglieds, haben wir neben unseren langjährigen Kunden auch viele Kreuzfahrtsneulinge für einen Urlaub mit AIDA begeistern können.

Im März 2020 ist der weltweite Reiseverkehr durch die Coronapandemie zum Erliegen gekommen. Experten der Welttourismusorganisation UNWTO gehen davon aus, dass die Buchungen für Urlaubsreisen ins Ausland um bis zu 70 Prozent einbrechen könnten. Diese unvorhersehbare Situation stellt nicht nur uns, sondern die gesamte Tourismusindustrie vor nie dagewesene Herausforderungen. Wir arbeiten mit unserer ganzen Innovationskraft an Konzepten für einen Neustart und haben dabei die Gesundheit und Sicherheit unserer Gäste fest im Blick.

Gästезufriedenheit im Fokus

Egal, welche Destinationen der Welt wir mit unseren Kreuzfahrtschiffen bereisen: Wir wollen stets, dass unsere Gäste mit AIDA eine unvergessliche Urlaubszeit erleben. Unser Ziel ist es, dass sie auf ihrer Reise nicht nur zufrieden,



sondern begeistert sind: von unserem erstklassigen Service, unseren hohen Qualitätsstandards und den vielfältigen Angeboten an Bord, von den Landschaften, die wir bereisen, und den Ausflügen, die wir in den Destinationen anbieten. Jeden Tag geben unsere Mitarbeiter mit Leidenschaft und Freude ihr Bestes, damit sich unsere Gäste wohl und sicher fühlen. Dazu gehören auch höchste Hygiene- und Sicherheitsstandards sowie eine gute medizinische Versorgung an Bord.

AIDA verfolgt zudem das Ziel, jedem Gast ein einzigartiges Kreuzfahrterlebnis zu ermöglichen – ob als Alleinreisender oder als Familie, als junger oder älterer Mensch. Deshalb bieten wir passende Reisen für alle Generationen und individuelle Urlaubsinteressen an. Auch Gäste mit körperlichen Einschränkungen sollen sich so unabhängig und barrierefrei wie möglich an Bord bewegen können.

Die Kundenzufriedenheit ist der Gradmesser für unseren Erfolg. Deshalb ist es wichtig, dass wir die individuellen Wünsche der Gäste kennen, damit wir sie in die Weiterentwicklung unse-

rer Angebote und Services einbinden können. Dafür stehen wir mit den Gästen in einem engen Austausch, etwa über Newsletter, Social-Media-Kanäle, Gästebefragungen, digitale Feedbacksysteme, Veranstaltungen an Land oder unser Loyalitätsprogramm, den AIDA Club.

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2019 haben wir folgende wesentliche Themen für AIDA im Bereich Kundenzufriedenheit ermittelt:

- Guest Experience Management
- Sicherheit an Bord

Weitere wichtige Themen sind:

- Medizinische Versorgung und Gesundheit
- Dienstleistungsportfolio und Inklusion von und für Gäste
- Nachhaltiges Gästelerlebnis und Digitalisierung

* Quelle: DRV, der DEUTSCHE REISEMARKT, Zahlen und Fakten 2019.





Nachhaltiges Gästerlebnis und Digitalisierung

12,6 %



GRI: 102-9, 416-1

Nachhaltig erleben, Digitalisierung nutzen

Unvergessliche Urlaubserlebnisse und nachhaltiges Handeln gehören für AIDA untrennbar zusammen. Denn eine intakte Umwelt, saubere Meere und ursprüngliche Kulturen sind für unsere Gäste wesentliche Aspekte einer gelungenen Kreuzfahrt. Unsere Antriebstechnologien ebenso wie unsere Angebote an Bord und an Land entwickeln wir deshalb im Sinne einer noch besseren Umweltverträglichkeit kontinuierlich weiter. So haben wir Ende 2018 mit AIDAnova das erste Kreuzfahrtschiff der Welt in Dienst gestellt, das ausschließlich mit emissionsarmem Flüssigerdgas (LNG) betrieben wird. In den kommenden Jahren werden zwei weitere LNG-Schiffe folgen.

Unsere Produkte und Services schneiden wir auf die individuellen Bedürfnisse unserer Gäste zu und bieten Kreuzfahrten für alle Zielgruppen und Altersstufen. Wir beziehen den demografischen Wandel und den Trend zum Multigenerationenurlaub in die Angebotsentwicklung ein und schaffen für jede Generation ein perfektes Urlaubserlebnis.

Auf unseren AIDA Selection Reisen mit AIDAcara, AIDAvita und AIDAaura nutzen unsere Gäste im vergangenen Jahr erneut die

Möglichkeit, auf ausgedehnten Landausflügen in den verschiedenen Destinationen der Welt beeindruckende Landschaften und Kulturen von einer ganz anderen Seite kennenzulernen. Individuell gestaltete Entertainment- und Edutainment-Programme an Bord mit Informationen zur Kultur sowie zur Fauna und Flora der besuchten Region ergänzten das Angebot. Neue Destinationen, wie das südliche Afrika, und die Inbetriebnahme des vierten Selection Schiffs AIDAmira im Dezember 2019 stehen für den Erfolg dieses Konzepts.

Für alle Weltenbummler bietet AIDA seit 2017 jedes Jahr eine exklusive Weltreise an. Die dritte AIDA Weltreise führte AIDAaura in der Wintersaison 2019/2020 zu 41 Häfen in 17 Ländern. Dabei wurden viele Destinationen, wie z. B. die Cookinseln im Pazifik, Kangaroo Island und Esperance in Australien oder Maputo in Mosambik, zum ersten Mal in der AIDA Geschichte angelaufen.

Einen besonderen Fokus richten wir während unserer Kreuzfahrten auf nachhaltige Landausflüge. 2019 haben wir mit unseren Partnern vor Ort insgesamt 213.112 nachhaltige Landausflüge

MEHR NACHHALTIGE LANDAUSFLÜGE ALS IM VORJAHR

durchgeführt, eine Steigerung um 12,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Dies bestätigt uns darin, dass unsere Gäste unsere Bemühungen in diesem Bereich wertschätzen und annehmen. Dank der weiteren Digitalisierung konnten wir Abläufe und Prozesse für unsere Gäste weiterentwickeln. Dazu gehört beispielsweise die weitere Optimierung des digitalen Buchungsprozesses oder die Einführung neuer Applikationen von MyAIDA. Als eines der ersten Kreuzfahrtunternehmen weltweit verzichtet AIDA zudem auf gedruckte Tickets für Landausflüge, was den Papierverbrauch deutlich reduziert. Die Bordkarte fungiert als Ticket und wird vor Beginn des Ausflugs gescannt. Auch für eine leicht zugängliche und effektive Kommunikation mit unseren Gästen setzen wir auf digitale Kanäle, wie die AIDA App, Newsletter oder digitale Feedbackmöglichkeiten.





Verantwortung
für unsere Gäste



Fest verankert: Strategie und Steuerung

GRI: 413-1, 413-2

Als Unternehmen der Carnival-Gruppe bekennen wir uns auch beim Thema nachhaltiges Gästerlebnis zu unseren globalen HESS-Richtlinien (HESS = Health, Environment, Safety and Security). Sie beinhalten, dass wir die Umwelt schützen, einschließlich der Meere, die wir befahren, sowie die Regionen, die wir bereisen. Zudem nutzen wir Ressourcen effizient und nachhaltig. Im Rahmen der globalen Kampagne aller Kreuzfahrtmarken der Carnival Corporation „Operation Oceans Alive – Our Home – Our Future“ haben wir auch 2019 unsere Gäste in verschiedenste Aktionen eingebunden und sie kontinuierlich über Fragen des Umweltschutzes informiert.

AIDA hat bereits 2012 den globalen Ethikkodex der Weltorganisation für Tourismus (UNWTO) unterzeichnet. Damit verpflichten wir uns zu einem verantwortlichen und nachhaltigen Tourismus.

Ein wichtiger Aspekt des nachhaltigen Tourismus sind unsere Landausflüge. Bereits 2012 haben wir im Rahmen eines Gemeinschaftsprojekts mit der Nachhaltigkeitsinitiative Futouris e. V. und weiteren Partnern standardisierte Kriterien für die Entwicklung und Zertifizierung nachhaltiger Landausflüge erarbeitet. Zu den vier Hauptkriterien für die Bewertung der einzelnen Ausflugsangebote zählen die Transportleistungen, die Inhalte bzw. Schwerpunkte des Ausflugs (z. B. Kultur, Natur, soziales Engagement), das regionale gastronomi-

sche Angebot und das Nachhaltigkeitsengagement der Partneragentur vor Ort. Daneben gibt es zahlreiche Unterpunkte, die ebenfalls in die Beurteilung einfließen. Im Bereich Transport steht die Vermeidung von CO₂-Emissionen im Vordergrund. Sämtliche dieser Ausflüge sind mit einem Baumsymbol gekennzeichnet.

Nachhaltig handeln bedeutet für AIDA auch, den Artenschutz zu wahren und das Wohl der Tiere im Blick zu halten.

AIDA ist seit vielen Jahren Mitglied der Nachhaltigkeitsinitiative Futouris e. V., die gemeinsam mit Umweltverbänden und Wissenschaftlern die Festsetzung und Einhaltung von Standards für artgerechte Tierhaltung überprüft und weiterentwickelt. Wir unterstützen das Handelsverbot von illegalen Wildtierprodukten, zu dem auch bedrohte Tier- und Pflanzenarten gehören. Daher ist in unserem gastronomischen Angebot kein Platz für Produkte aus bedrohten Tierarten, z. B. die in Deutschland beliebte Schillerlocke vom Dornhai, Aale, Wale oder Singvögel. Ebenso weisen wir unsere Gäste bei unseren Ausflügen darauf hin, keine Produkte, die aus bedrohten Tier- oder Pflanzenarten hergestellt wurden, zu kaufen. Und bei unseren Tauchausflügen legen wir z. B. Wert darauf, dass unsere Gäste die Wunder der Unterwasserwelt zwar bestaunen, jedoch nicht anfassen.

Nachhaltige Landausflüge

GRI: 102-12, 413-1, 416-1

47 Prozent der Gäste auf Kreuzfahrtschiffen wünschen sich Ziele mit schönen Landschaften und einer intakten Natur – wie die 35. Deutsche Tourismusanalyse, erschienen 2019, zum Thema Urlaubsbedürfnisse zeigt. Einen besonderen Fokus richten wir daher auf die Weiterentwicklung von Angeboten, die diesen Wünschen entsprechen. 2019 trugen bereits 1.141 Angebote das Baumsymbol, mit dem wir unsere nachhaltigen Ausflüge kennzeichnen. Dazu zählen auch alle AIDA Fahrrad- oder Pedelec-Ausflüge. Jedes AIDA Schiff ist mit bis zu 130 Fahrrädern, einschließlich E-Bikes, ausgestattet. Seit Oktober 2018 haben Gäste auf einigen AIDA Schiffen auch die Möglichkeit, sich einen E-Roller auszuleihen.

Bambus-Fahrräder an Bord der AIDA Selection Schiffe

2019 haben wir begonnen, unsere AIDA Selection Schiffe mit Bambusfahrrädern auszustatten. Als erstes Schiff erhielt AIDAaura 70 Bambusfahrräder. Schritt für Schritt folgte die Ausstattung von AIDAmira, AIDAcara und AIDAvita. Mit dem Kauf von insgesamt 300 Bambusfahrrädern von myBOO aus Kiel unterstützt AIDA nicht nur ein in-

novatives Produkt, sondern auch ein in doppelter Hinsicht soziales Projekt: Arbeitsplätze und der Zugang zu Bildung werden geschaffen. Die Fahrradrahmen aus Bambus werden in Handarbeit in Ghana gefertigt. Durch die Erlöse erhalten Kinder in der Region Zugang zu guter Bildung.

Beispiele nachhaltiger Landausflüge im Jahr 2019

Leben und Kultur der Rastafari

Die faszinierende und farbenfrohe Kultur der Rastafari-Bewegung erleben – das ermöglicht AIDA seinen Gästen während eines nachhaltigen Landausflugs auf Jamaika. Dabei sind die Gäste dazu eingeladen, selbst kreativ zu werden – etwa im Schmuckdesign, beim Trommelschnitzen oder in der Seifenherstellung. Die Rastafaris geben Einblick in die kraftvollen Heilkräuter Jamaikas und verwöhnen die Gäste mit köstlichen Gerichten. Und nicht zuletzt können alle in einem Trommelkreis mit lokalen Musikern mitwirken. So entwickeln die Besucher ein einzigartiges Verständnis für die Geschichte und den Glauben der Rastafaris.





Verantwortung für unsere Gäste

Kakao in allen Facetten

Wir bieten unseren Gästen auch eine Auswahl von Ausflügen, bei denen sie direkt und persönlich vor Ort in sozialen Projekten aktiv werden können, wie beispielsweise in der Schokoladenherstellung in der Karibik. Unter dem Titel „Kakao in allen Facetten“ besuchen die Gäste in der kleinen Gemeinde Altamira die „Chocol“. Die kleine, aber feine Bio-Schokoladenfabrik wird von einer Gruppe einheimischer Frauen betrieben. Unsere Gäste beteiligen sich am Anbau der Kakaopflanze, indem sie den organischen Boden vorbereiten und die Kakaosamen in der örtlichen Baumschule pflanzen. Zudem helfen sie bei der Herstellung

und Verpackung der Schokoladentafeln, die verkauft werden. Durch ihre Mitarbeit unterstützen sie die Frauen und erleben gleichzeitig hautnah die Schokoladenherstellung.

Gemüse aus der Wüste

Reisende, die auf Costa und AIDA Schiffen nach Aqaba in Jordanien kommen, können dort ein innovatives Projekt kennenlernen: die Wiederbegrünung von Wüstengebieten. Dafür arbeitet die Costa Crociere Foundation der Costa Gruppe mit der Sahara Forest Project Foundation seit 2019 zusammen. Seewassergekühlte Gewächshäuser, Solarenergiemodule und verschiedene Techniken

zur Wiederbegrünung von Trockengebieten werden dabei miteinander kombiniert, um durch den Gemüseanbau die Ausbreitung der Wüste zu bekämpfen und eine Lebensgrundlage für die lokale Bevölkerung zu schaffen. Die Unterstützung von Costa und AIDA ermöglicht es, die Gesamtfläche des Projekts „Wiederbegrünung“ von drei auf 20 Hektar zu erweitern. Anfang November 2019 hatten die Gäste von AIDAprima während des Anlaufs in Aqaba erstmals die Gelegenheit, das Gemüse aus der Wüste Jordaniens zu kosten.



Nachhaltige Produkte

In unserem gesamten Bordangebot spiegelt sich unser Nachhaltigkeitsanspruch wider. So bieten wir zunehmend Bio- und Fair-Trade-Lebensmittel an. Bio-Limonaden, Bio-Tees und Bio-Kaffees oder Fair-Trade-Schokolade stehen in Bars und Restaurants zur Auswahl. 2019 wurden an Bord allein 4.434 Kilogramm der Schokolade von Original Beans verzehrt. Dies sichert das Einkommen von vier Kakaobauern und deren Familien. Für jede der an Bord verkauften Tafeln Schokolade pflanzte Original Beans einen Baum, was sich auf 17.248 neue Bäume summierte. Damit werden 13,8 Tonnen CO₂ gebunden.

Im Buffalo Steakhouse können unsere Gäste Fair-Trade-Schweinefleisch genießen. An Bord verarbeiten wir in unseren Küchen kein Palmöl, sondern reines Rapsöl. Mehr als die Hälfte des Obsts und Gemüses haben wir 2019 vor Ort aus regionalen Quellen bezogen und beim Einkauf von Hühnereiern fragen wir stets jene aus käfigfreier Haltung an.

Alle Kosmetik- und die meisten Reinigungsprodukte an Bord der AIDA Flotte sind frei von Mikroplastik.

Im Body & Soul Spa bieten wir unseren Gästen hochwertige, biozertifizierte Pflege mit rein natürlichen Inhaltsstoffen, die mit dem EcoControl- und dem ICADA-Siegel gekennzeichnet ist. Auf AIDAprima, AIDAperla und AIDAnova sind alle Passagierbereiche mit umweltfreundlichen Teppichböden ausgestattet. Sie erfüllen die strengen Normen des Programms Green Label Plus des Carpet and Rug Institute. Die Teppichböden in den Crew-Bereichen aller AIDA Schiffe sind ebenfalls recycelbar und tragen das „Cradle to Cradle“-Siegel.





Verantwortung
für unsere Gäste

Guest Experience Management



Gäste begeistern, Kundenorientierung weiter ausbauen

AIDA stand auch 2019 für einmalige Urlaubserlebnisse und verfügt in Deutschland über eine Markenbekanntheit von 93 Prozent. Wir wollen auch zukünftig nicht nur unsere langjährigen Kunden, sondern auch neue Gästegruppen für einen Urlaub mit AIDA begeistern. Im Fokus unserer Aktivitäten stehen dabei insbesondere

die Themen Nachhaltigkeit mit besonderem Blick auf den Umweltschutz, die Gestaltung neuer maßgeschneiderter Angebote sowie die Entwicklung neuer Trends. Es ist unser Anspruch, innovativ und damit immer einen Schritt voraus zu sein. So wollen wir die Erwartungen der Gäste an einen Urlaub mit AIDA stets übertreffen.

Fest verankert: Strategie und Steuerung

Wir erfassen und messen durch verschiedene Instrumente das Feedback unserer Gäste und leiten daraus Maßnahmen zur weiteren Erhöhung der Kundenzufriedenheit ab. Das Kundenmanagement von AIDA Cruises agiert dabei als Interessenvertretung unserer Gäste im Unternehmen und bringt deren Anregungen und Wünsche in die Weiterentwicklung bestehender Angebote sowie die Kreation neuer Produkte ein.

während der Reise jederzeit über Terminals oder die AIDA App konkrete Elemente unseres Urlaubsangebots zu bewerten und Feedback zur aktuellen Reise zu geben. So können die Mitarbeiter umgehend auf Anregungen und Hinweise eingehen. Auch an Land stehen direkte Ansprechpartner zur Verfügung. Eine weitere Komponente der Qualitätssicherung ist das digitalisierte Monitoring unserer Ausflüge in den unterschiedlichen Urlaubsdestinationen. Dadurch konnten wir 2019 konstant sicherstellen, dass alle definierten Kriterien dem Anspruch unserer Gäste gerecht werden.

91%

AIDA GÄSTE-ZUFRIEDENHEIT 2019

Zu den Erhebungsinstrumenten zählt zum einen unser Gästefragebogen, den die Gäste nach jeder Reise ausfüllen können. Zum anderen messen wir die Gästezufriedenheit bereits direkt an Bord mittels eines „iFeedback“-Systems. Dieses digitale System ermöglicht es unseren Gästen,

Die konkrete Messung der Kundenzufriedenheit bezieht die individuellen Rückmeldungen aus den Gästefragebögen mit ein. Dabei ermitteln wir neben der allgemeinen Zufriedenheit auch Werte für verschiedenste Serviceleistungen und -Einrichtungen an Bord, z. B. Freundlichkeit des Personals, Qualität der Speisen, Qualität des Entertainments, Sauberkeit und Sicherheit. Insgesamt lag der Kundenzufriedenheitswert 2019 bei 91 Prozent. Ein Wert, auf den wir stolz sind und der uns dennoch anspricht, unsere Kundenorientierung weiter auszugestalten und unser Produkt im Sinne der Gästezufriedenheit noch weiter zu optimieren. Dafür arbeiten wir auch daran, unsere Präsenz auf verschiedenen Plattformen zu stärken und den Dialog mit unseren Gästen und weiteren Stakeholdern unseres Netzwerks auszubauen.





Im Austausch mit unseren Gästen

Für den schnellen und direkten Informationsaustausch mit unseren Gästen nutzen wir die unterschiedlichsten Kommunikationswege: digital, telefonisch oder den persönlichen Kontakt. Besondere Bedeutung kommt den Social-Media-Kanälen Facebook, Twitter, YouTube, Instagram und Pinterest zu. Und unser Webauftritt ist natürlich weit mehr als eine Visitenkarte im Netz. Er bietet, neben dem Online-Buchungsportal, vielfältige aktuelle Informationen rund um das Reisen mit AIDA.

Neben News, Videoclips und Informationen rund um unser Unternehmen bieten wir auf Facebook die Möglichkeit zur persönlichen Interaktion. Impressionen und Berichte, die unsere Gäste mit anderen Nutzern teilen, gaben auch 2019 spannende Einblicke in die AIDA Welt. Ein weiterer wichtiger Baustein im Online-Dialog ist unsere neue AIDA Lounge. Sie ermöglicht einen noch leichteren Austausch innerhalb der AIDA Community. Unsere Gäste teilen dort persönliche Reiseerlebnisse, -geschichten und -bilder und vermitteln so den ganz besonderen AIDA Spirit. Über 175.000 Nutzer waren Anfang 2000 bereits angemeldet. Die neue AIDA Lounge ist vollständig in die AIDA App integriert, sodass Gäste sie jederzeit und überall nutzen können. Seit Kurzem binden wir auch „user generated content“, also authentische Urlaubserlebnisse, mit ein.

An Land ist das AIDA Kundencenter erster Ansprechpartner für unsere Gäste und Vertriebspartner, wenn es um die kompetente Beratung und Buchung unserer Urlaubsangebote geht. Ob per Telefon, E-Mail oder Rückrufservice, unsere Mitarbeiter sind nahezu rund um die Uhr erreichbar. Eine weitere Möglichkeit für den persönlichen Dialog boten die wichtigsten Reismessen des Landes sowie weitere Veranstaltungen, auf denen AIDA 2019 vertreten

war. Mehr dazu erfahren Sie im Kapitel „Partnerschaften und gesellschaftliche Verantwortung“.

AIDA Club

Wir laden alle Gäste dazu ein, Mitglied im AIDA Club zu werden. Mit jeder Reise können Clubmitglieder Seemeilen sammeln und im Clubprogramm aufsteigen. Je nach Clubstufe profitierten sie 2019 z. B. von Willkommensgeschenken, separatem Check-in oder Bordguthaben.

Unsere regelmäßigen Clubtreffen an Bord boten den Gästen außerdem die Möglichkeit, mit der Crew abseits des Tagesgeschäfts ins Gespräch zu kommen. Auch AIDA profitiert von dieser Form des Austauschs mit den Gästen, indem wir so direktes Feedback erhalten.

Gäste zu Nachhaltigkeit inspirieren

Um unsere Gäste und Mitarbeiter kontinuierlich über Umweltschutzthemen zu informieren und aktiv in Aktionen einzubinden, haben wir gemeinsam mit allen Kreuzfahrtmarken der Carnival Corporation die Initiative „Operation Oceans Alive – Our Home – Our Future“ gestartet. An Bord unserer Schiffe haben wir 2019 erneut am Tag des Meeres, der von den Vereinten Nationen initiiert wurde, verschiedene Aktionen durchgeführt. Am Global Recycling Day 2019 wurden neue Maßnahmen zur Ressourcenschonung an Bord und an Land präsentiert.

An Bord gab es z. B. Upcycling-Events, um Gäste und Crew für das Thema Wiederverwertung zu sensibilisieren. Unsere Kapitäne und Offiziere standen in der regelmäßig an Bord stattfindenden „nautischen Stunde“ unseren Gästen Rede und Antwort zu verschiedenen Fragen rund um den Umweltschutz. Zudem gibt es das Bord TV, in das auch unser Nachhaltigkeitsbericht integriert ist. Auch an anderen Orten an Bord geben

wir unseren Gästen z. B. durch Piktogramme oder Hinweistafeln Anregungen, wie sie mit kleinen Maßnahmen unser Nachhaltigkeitsengagement unterstützen können.

AIDA erleben – neue Gästegruppen begeistern

Unsere Vertriebspartner und Reisebüros sind unsere Botschafter an Land. Sie sind diejenigen, die künftige Gäste für einen Urlaub mit AIDA begeistern. Dafür ist es wichtig, dass sie unsere Angebote bestmöglich kennen oder besser noch: selbst erlebt haben.

Ihre Beratungsleistung zählt also auch unmittelbar auf die Kundenzufriedenheit ein. Daher bringen wir unsere Expedienten immer wieder live mit unseren Produkten in Kontakt, an Bord und an Land. Im September 2019 konnten wir auf unseren EXPIsessions in elf Städten über 620 Teilnehmer begrüßen. In spannenden Workshops wurden die Produkthighlights rund um AIDA vorgestellt und aktuelle Nachhaltigkeitsthemen diskutiert. Rund 4.000 Expedienten haben zudem seit der Indienststellung von AIDAnova das neue Kreuzfahrtschiff persönlich kennengelernt.

Auch unsere EXPInotes sind ein wichtiges Kommunikationsmittel. Sie erscheinen monatlich und bieten kompakt alle wichtigen Informationen zu aktuellen Verkaufsaktionen und Produktneuheiten sowie zu verschiedenen Sonderthemen wie Nachhaltigkeit, Familienurlaub oder AIDA Selection.





Verantwortung
für unsere Gäste



1. Platz

IN DER KATEGORIE
FAMILIENFREUNDLICHKEIT

Ausflüge an Land: Gästebefragung

Das Feedback unserer Gäste ist uns wichtig, nicht nur an Bord, sondern auch, wenn sie gemeinsam mit uns die schönsten Regionen der Welt entdecken. In den Destinationen, die wir weltweit ansteuern, haben wir 2019 über 6.000 verschiedene Ausflüge angeboten. Zur Bewertung der Qualität unseres Angebots in der Wintersaison 2018/2019 führten wir erneut eine groß angelegte Gästebefragung durch. Wir wollten wissen, welche Ausflüge den Gästen am besten gefallen haben. Der Veranstalter des Ausflugs mit den meisten Stimmen wurde mit dem „Tour Operator Service Award“ ausgezeichnet, der 2019 bereits zum zweiten Mal vergeben wurde. Um den Gewinner zu ermitteln, haben wir mehrere Tausend Gästekommentare zu 100 Agenturpartnern mittels eines Feedbacksys-

tems an Bord ausgewertet. Neben der Qualität und Gästezufriedenheit war die Weiterempfehlung ein wichtiges Kriterium bei der Wahl des Erstplatzierten. Auch die Rückmeldungen unserer Crew-Mitglieder, die die Ausflüge begleiten, wurden in die Bewertung mit einbezogen. Dnata/Gulf Ventures aus den Vereinigten Arabischen Emiraten und aus Katar belegte den ersten Platz, gefolgt von Bourbon Tourisme aus La Réunion und Tui España Turismo S.L.U. aus Spanien. In der Sommersaison 2019 haben wir erneut alle AIDA Gäste um ihre Meinung gebeten. Zur Auswahl standen diesmal die Angebote von ca. 50 Agenturen im westlichen Mittelmeer, der Adria sowie Nordeuropa und der Ostsee.

Auszeichnungen 2019

2019 erhielt AIDA erneut viele wichtige Auszeichnungen. Sie sind für uns Ansporn, hinsichtlich unseres Engagements für unsere Gäste nicht nachzulassen.

Einige ausgewählte Ehrungen im Überblick:

Gold-Rang als familienfreundliches Unternehmen:

Das Deutsche Institut für Service-Qualität führte in Kooperation mit der Zeitung WELT AM SONNTAG und der Goethe-Universität Frankfurt/Main eine Befragung zu über 530 Unternehmen aus 65 Branchen durch. AIDA erreichte mit 83,8 Prozent 2019 erneut Platz eins unter den Kreuzfahrtanbietern.

Kreuzfahrt Guide Award:

2019 wurde AIDA mit einem Kreuzfahrt Guide Award in der Kategorie Familienfreundlichkeit ausgezeichnet.

Deutschlands beste Dienstleister:

In der Studie „Deutschlands beste Dienstleister 2019“, beauftragt von FOCUS MONEY, hat die Service Value GmbH Unternehmen in 48 ausgewählten Kategorien anhand einer Online-Erhebung unter Verbrauchern untersucht. In der Kategorie Kreuzfahrten ist AIDA Spitzenreiter.

Deutscher Fairness-Preis 2019:

Das Deutsche Institut für Service-Qualität führte in Kooperation mit dem Nachrichtensender n-tv eine umfangreiche Verbraucherbefragung mit rund 50.000 Kunden zu mehr als 740 Unternehmen durch. Neben der Fairness gegenüber Kunden wurde die Zufriedenheit mit den Unternehmen in drei Leistungsbereichen untersucht: Preis-Leistungs-Verhältnis, Zuverlässigkeit und Transparenz. AIDA ist Top 1 in der Kategorie Hochseekreuzfahrten.

Nachhaltigkeit im DEUTSCHLAND TEST:

Für die Studie „Nachhaltigkeit“ hat die Service Value GmbH im Auftrag von FOCUS fast 500.000 Verbraucherurteile zum nachhaltigen Engagement von rund 1.600 Unternehmen ausgewertet. AIDA belegt unter den Kreuzfahrtanbietern den ersten Platz.

MedCruise Awards:

2019 wurden erstmals in Genua die MedCruise Awards verliehen. Verschiedene Jurys, die aus Experten der Kreuzfahrtbranche bestanden, verliehen den Preis in mehreren Kategorien. AIDA wurde als Kreuzfahrtlinie mit der höchsten Investition und dem größten Engagement für Umwelt und Nachhaltigkeit geehrt.





Verantwortung
für unsere Gäste

Inklusion



GRI: 416-1

Inklusion leben, Vielfalt bieten

Für AIDA ist das Bekenntnis „WE ARE COLORFUL“ ein gelebter Wert, der für Vielfalt und zugleich für Inklusion steht. Das zeigt sich auch in unserem breit gefächerten Reiseangebot für die unterschiedlichsten Gäste und Interessengruppen. Wir wollen, dass jeder Gast entsprechend seinen individuellen Bedürfnissen einen Urlaub mit AIDA verbringen kann und dabei den besten Service genießt. Dafür steht das AIDA Credo:

Für jeden Gast soll eine Kreuzfahrt mit AIDA möglich sein.

Fest verankert: Strategie und Steuerung

Der Erfolg von AIDA beruht auf dem Vertrauen, dass uns unsere Gäste entgegenbringen. Mit dem Code of Conduct and Ethics verpflichten wir uns zur Einhaltung aller gesetzlichen Standards sowie strenger ethischer Richtlinien. Auch das AIDA Qualitätsversprechen an unsere Gäste sowie unsere von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung geprägte Unternehmenskultur, die sich auch in unseren Werten widerspiegelt, sind Teil des Code of Conduct and Ethics. Durch externe und interne Audits wird die Einhaltung aller Standards regelmäßig überprüft.

Entspannt und uneingeschränkt

AIDA hat sich in vielen Bereichen an Bord auf die besonderen Anforderungen von Menschen mit individuellen und gesundheitlichen Beeinträchtigungen eingestellt. Denn wir möchten, dass auch sie die schönste Zeit des Jahres sorgenfrei an Bord genießen können.

Nahezu alle öffentlichen Bereiche der AIDA Schiffe, wie Bars, Restaurants, Lifte, Außen-decks, öffentliche WCs und Kabinen, sind barrierefrei erreichbar. Die Orientierungsbe-schilderung an Bord ist in Profil- und Braille-schrift ausgewiesen. Auf allen AIDA Schiffen werden behindertenfreundlich ausgestattete Kabinen angeboten. Im Theater/Theatrium sind Stellplätze für Rollstuhlfahrer mit angrenzenden Sitzplätzen für Begleitpersonen reserviert.

Die Wellnessanwendungen und Sportmöglich-keiten an Bord von AIDA stehen selbstver-ständig allen Gästen zur Verfügung. Nicht der gesamte Wellness- und Sportbereich ist barrierefrei erreichbar, die Crew ist jedoch bemüht, für jeden Wunsch eine individuelle Lösung zu finden. Unsere Trainer sind dafür ausgebildet, Gäste mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen in ihrem Training zu unterstützen. Auf AIDAcara, AIDAstella und AIDAprima bieten wir koordinati-ves Ausdauertraining auf sogenannten Krank-Cycles an, was besonders für rollstuhlfahrende



! Weitere Informationen
➤ [Barrierefreies Reisen mit AIDA](#)

Gäste geeignet ist. Und an Bord von AIDAnova haben beispielsweise Rollstuhlfahrer ungehin-derten Zugang zu den Kraftgeräten. Auch im Outdoor-Fitnessbereich stehen für Gehbehin-derte diverse Kraftgeräte zur Verfügung. Einige Schiffe verfügen auch über einen Poolliffter.

Sehbehinderte Menschen können unter be-stimmten Bedingungen auch zertifizierte Blindenführ-/Assistenzhunde mit an Bord bringen.

Während der gesamten Reise stehen speziell geschulte Mitarbeiter unseren Gästen mit indi-viduellen Beeinträchtigungen unterstützend zur Seite. Sie informieren, beantworten gerne alle Fragen zu den speziellen Einrichtungen an Bord, erklären und warten technische Hilfsmittel. Sie helfen den Gästen dabei, sich an Bord zu orien-tieren und laden zu Beginn der Kreuzfahrt zum „Barrierefrei-Treff“ ein. Dort können sich die Betroffenen zur individuellen Urlaubsplanung beraten lassen, etwa hinsichtlich geeigneter Bordaktivitäten oder Ausflüge. So sind auch in unseren Ausflugsbroschüren die Ausflüge, die für Menschen mit individuellen Beeinträchti-

gungen besonders geeignet sind, extra gekenn-zeichnet. Wir arbeiten eng mit unseren Partnern in den Destinationen zusammen, um auch an Land die nötigen Voraussetzungen für barriere-freie Besuche zu schaffen.

Speiseangebot für besondere Bedarfe
Gäste mit einer Nahrungsmittelallergie oder -unverträglichkeit können sich auf die Profession-alität und den Einfallsreichtum unserer Küchen verlassen. In unseren Restaurants bieten wir beispielsweise immer auch gluten- und lakto-sefreie Produkte und Gerichte an. So müssen Gäste trotz Nahrungsmittelallergie oder -unver-träglichkeiten nicht auf Brötchen, Kuchen oder Eis bei uns an Bord verzichten. Zudem gibt es auf allen AIDA Schiffen ein vielseitiges Angebot an Schonkost. Regelmäßig werden unsere Bord-köche zum Thema gesundes und verträgliches Essen geschult.





Verantwortung
für unsere Gäste

Sicherheit an Bord, Gesundheit und medizinische Versorgung



GRI: 102-11, 416-1

Verantwortungsvoll handeln, sicher und gesund reisen

Die Sicherheit und Gesundheit unserer Gäste, der Crew an Bord unserer Schiffe und derjenigen, die mit uns zusammenarbeiten, haben für uns höchste Priorität. Unsere Gäste sollen sich bei uns in besten Händen wissen, weil wir uns verantwortungsbewusst verhalten, moderne medizinische Versorgung bieten und auf die Einhaltung unserer strengen Sicherheitsvorkehrungen achten.

Durch diverse Maßnahmen leisten wir Prävention, um Unfälle und Erkrankungen an Bord bestmöglich zu vermeiden. Dabei gehen wir mit unseren Standards über die Anforderungen, die an Land an Hotels gestellt werden, hinaus.

Unser Ziel ist es, zu jeder Zeit höchste Sicherheit und bestmögliche medizinische Versorgung in unseren Bord-hospitälern für Gäste und Crew zu gewährleisten.

Sollte eine Erkrankung an Bord nicht ausreichend behandelbar sein, erfolgt die weitere Versorgung in Arztpraxen oder Krankenhäusern an Land.

In der aktuellen Coronapandemie haben wir unseren Anspruch erneut unter Beweis gestellt und schnellstmöglich gehandelt. Bereits Mitte März 2020, noch vor Inkrafttreten



der weltweiten Reisewarnung, haben wir uns dazu entschieden, im Interesse der Gesundheit unserer Gäste und Besatzungen die aktuelle Reisesaison zu unterbrechen.

In nur zehn Tagen konnten wir alle Gäste aus unseren weltweiten Destinationen gesund und sicher zurück in ihre Heimat bringen – ohne dass wir einen Covid-19-Verdachtsfall an Bord eines unserer Schiffe hatten.

Durch den engen Austausch mit den relevanten nationalen und internationalen Behörden sowie der Weltgesundheitsorganisation (WHO), dem Robert Koch Institut (RKI) und den Centers of Disease Control and Prevention (CDC) halten wir uns stets auf dem neuesten Stand der Entwicklungen.

Für die geplante Wiederaufnahme des Kreuzfahrtbetriebs haben wir ein umfassendes Gesundheits- und Sicherheitskonzept entwickelt. Ziel ist es, durch verschiedenste Maßnahmenpa-

kete das Auftreten einer Covid-19-Erkrankung an Bord unserer Schiffe bestmöglich zu vermeiden, denn der Schutz der Gesundheit unserer Gäste, Mitarbeiter und aller Menschen, mit denen wir in unseren Destinationen zusammenarbeiten, hat für uns jederzeit höchste Priorität. Sämtliche Maßnahmen und Prozesse wurden mit medizinischen Experten erarbeitet und basieren auf den aktuellen Standards der WHO, des RKI sowie den jeweiligen national oder lokal geltenden Bestimmungen.





Fest verankert: Strategie und Steuerung

Wichtiges Instrument im Rahmen unseres Managementansatzes im Bereich Gesundheit und Sicherheit ist – wie in vielen anderen Bereichen auch – das Global HESS Managementsystem der Carnival Corporation & plc (Hess = Health, Environment, Safety and Security). Entsprechend wird unsere gesamte Crew nach den HESS-Standards aus- und weitergebildet. Wir schulen jeden unserer Mitarbeiter in Sachen Sicherheit und Erste Hilfe bei medizinischen Notfällen bereits vor dem ersten Arbeitstag an Bord und später auf jeder Stufe seiner Laufbahn: vor, während und zwischen den Einsätzen an Bord. Damit schaffen wir die Voraussetzungen, dass er in allen Situationen richtig reagieren kann.

Die Mannschaft ist verpflichtet, in regelmäßigen Trainings und Übungen nachzuweisen, dass sie im Notfall schnell und professionell reagiert und alle Rettungsmittel einsatzfähig sind. Für den Brandschutz gibt es auf jedem Schiff speziell ausgebildete Feuerschutzteams. Diese wieder-

holten und intensiven Sicherheitsübungen sind im HESS-Managementsystem klar definiert.

Die international vorgeschriebenen Sicherheitsübungen mit unseren Gästen finden zusammen mit der Crew noch vor dem Auslaufen aus dem Hafen statt. Um unsere Standards auf höchstem Niveau zu halten, werden die Notfallprozesse kontinuierlich überprüft und verbessert. Unser neues elektronisches Musterungssystem erwies sich in der Praxis als erfolgreich, sodass Gäste- und Crew-Karten z. B. bei Rettungsübungen in nahezu Echtzeit elektronisch erfasst werden können. Selbstverständlich haben wir auch die technische Schiffssicherheit immer im Blick.

Alle diesbezüglichen Standards und Prozesse werden kontinuierlich weiterentwickelt und ihre Einhaltung wird sowohl intern als auch extern in Form von Audits überprüft.

Für Gäste und Crew: medizinische Versorgung an Bord

GRI: 416-1

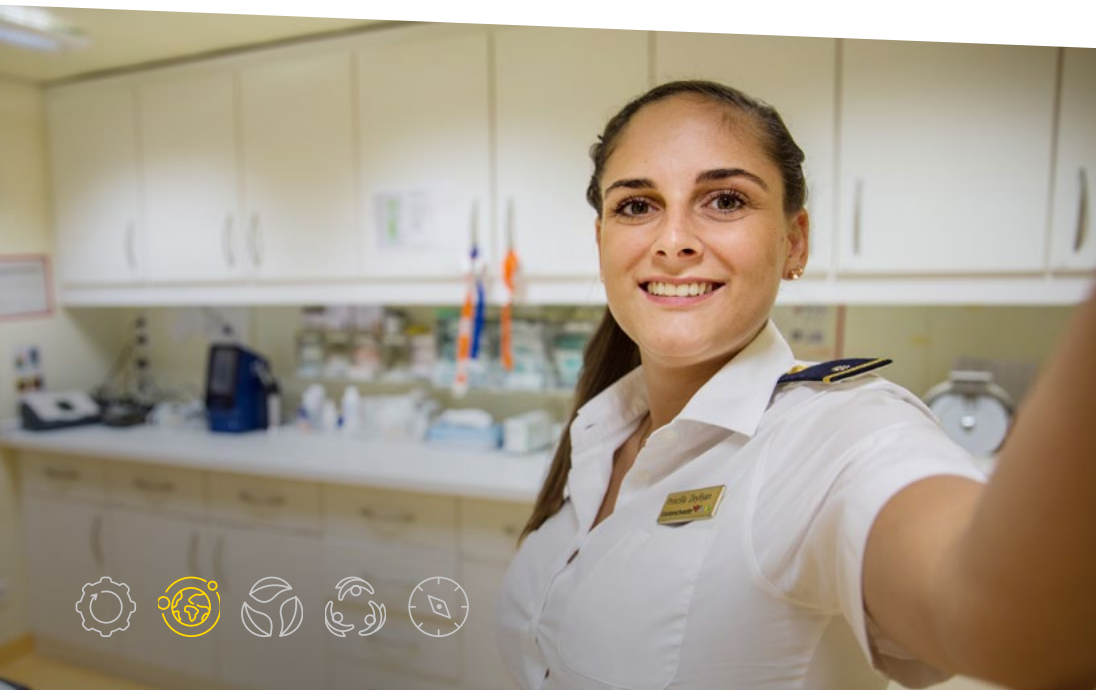
Unsere Gäste können sich darauf verlassen, im Krankheitsfall beste medizinische Versorgung an Bord der AIDA Flotte zu erhalten. Jedes Crew-Mitglied kann sofort Erste Hilfe leisten, da wir sie regelmäßig darin schulen. Auf allen Schiffen gibt es Bordhospitäler, die mit modernster Medizintechnik ausgestattet sind. In den Hospitälern gewährleisten unsere Ärzte und medizinischen Fachkräfte zum einen die ambulante Patientenversorgung. Zum anderen stehen auch Betten zur stationären und intensivmedizinischen Erstbetreuung im Notfall zur Verfügung. Moderne Röntgen- und Ultraschallgeräte, Laboruntersuchungen, EKG und Beatmungsgeräte unterstützen unsere Schiffsärzte und examinierten Pflegekräfte bei der Diagnostik und Therapie.

Auch Defibrillatoren sind an Bord in mehreren Bereichen vorhanden. Sollte eine Erkrankung an Bord nicht ausreichend behandelbar sein, erfolgt die weitere Versorgung in Arztpraxen oder Krankenhäusern an Land. Bei Bedarf organisieren wir auch Dolmetscher und Betreuer vor Ort.

Welche Impfung ist in welcher Destination notwendig? Über diese und andere Fragen informieren wir unsere Gäste selbstverständlich im Vorfeld der Reise. Wir geben beispielsweise in unseren Einreise- und Gesundheitsbestimmungen für das jeweilige Zielgebiet Auskunft zu notwendigen und weiteren Maßnahmen zur Gesundheitsvorsorge.

Und wir bieten jedem Gast an, sich vor der Reise mit uns zu beraten, inwieweit die individuell benötigte gesundheitliche Versorgung möglich ist. Gästen, die in ärztlicher Behandlung sind oder ein besonderes Anliegen haben, empfehlen wir, diesbezüglich alles bereits vor der Buchung anzusprechen. Auf vielen Schiffen bieten wir darüber hinaus zusätzliche Leistungen an, die das persönliche Wohlbefinden steigern und sich positiv auf die Gesundheit auswirken.

Im Rahmen der Telemedizin können unsere Bordärzte rund um die Uhr mit landseitigen Spezialisten in Kontakt treten.





Verantwortung für Natur und Umwelt

Wir denken innovativ

Wir denken innovativ	30
Energie und Klimaschutz	33
Emissionen und Luftqualität	37
Management natürlicher Ressourcen	39
Biodiversität	44



Wir denken innovativ



GRI: 203-1

Umweltschutz spielt für viele Menschen bei der Urlaubsbuchung eine ebenso wichtige Rolle wie die Begegnung mit anderen Kulturen und faszinierenden Landschaften. Bereits seit vielen Jahren stellt AIDA sich der Herausforderung, seine Kreuzfahrten Schritt für Schritt emissionsärmer, ressourcenschonender und effizienter zu gestalten. Denn eine intakte Umwelt sowie kulturelle und biologische Vielfalt sind wesentliche Voraussetzung dafür, dass wir auch in Zukunft erfolgreich Kreuzfahrten anbieten können.

Wir wollen für einzigartige Urlaubserlebnisse im Einklang mit Umwelt- und Klimaschutz stehen. Mit unserer Green-Cruising-Strategie verfolgen wir ein klares Ziel: die emissionsneutrale Kreuzfahrt. Um das zu erreichen, richten wir unseren Hauptfokus auf die Erforschung und den Einsatz innovativer Technologien. Denn sie sind der Schlüssel zu kontinuierlicher Energieeinsparung und Emissionssenkung, zu konsequentem Klimaschutz und Ressourceneffizienz.





Erforschen und einsetzen: innovative Umwelttechnologien

An Bord und in allen unseren Destinationen handeln wir selbstverständlich im Einklang mit den nationalen und internationalen Emissionsstandards. In einigen Bereichen gehen wir bereits heute über diese Standards hinaus und folgen höher gesteckten Anforderungen.

Gemeinsam mit Partnern aus Forschung, Wissenschaft und Wirtschaft leistet AIDA bereits seit vielen Jahren Pionierarbeit auf dem Gebiet der Erforschung und des Einsatzes alternativer

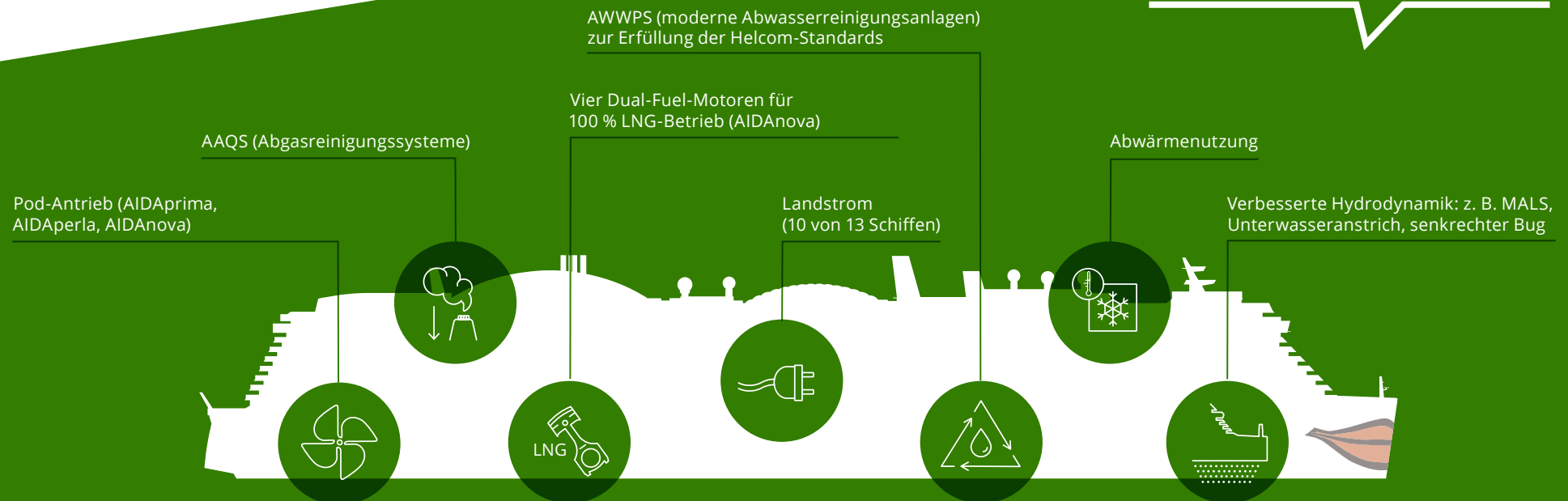
Antriebstechnologien und moderner Umwelttechnik. In den zurückliegenden Jahren haben wir Millionen von Euro in diese Forschungsarbeit investiert, um mit technischen Innovationen den Umweltschutz voranzutreiben. Dass sich Veränderungswille, Mut und Innovationsfreude auszahlen, zeigt auch die Entwicklung von AIDA im Geschäftsjahr 2019.

Die Basis für all unsere Maßnahmen im Ressourcen- und Umweltschutz bildet unsere Green-

Cruising-Strategie. Sie navigiert uns auf dem Weg in Richtung emissionsneutrale Kreuzfahrt. Mit der Umsetzung dieser Strategie will AIDA die Pariser Klimaziele und die der International Maritime Organization (IMO) unterstützen und zur Erreichung der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen beitragen.

Mit unseren technischen Innovationen haben wir wichtige Impulse für die maritime Branche und die Tourismuswirtschaft insgesamt gesetzt.

Moderne Umwelttechnologie an Bord der AIDA Flotte





Unser Ziel ist die emissionsneutrale Kreuzfahrt*

Wir stehen zu unserer Verantwortung, Kreuzfahrten noch nachhaltiger zu gestalten und unterstützen die Klimaziele von Paris und die der International Maritime Organization. Im Rahmen unserer Green-Cruising-Strategie investieren wir jedes Jahr Millionen von Euro in die Entwicklung und Umsetzung neuer, effizienter Umwelttechnologien an Bord sowie der Erforschung von synthetischen Treibstoffen aus regenerativen Quellen. Unser langfristiges Ziel ist die emissionsneutrale Kreuzfahrt.



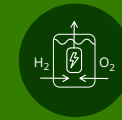
Landstrom



Flüssigerdgas (LNG)



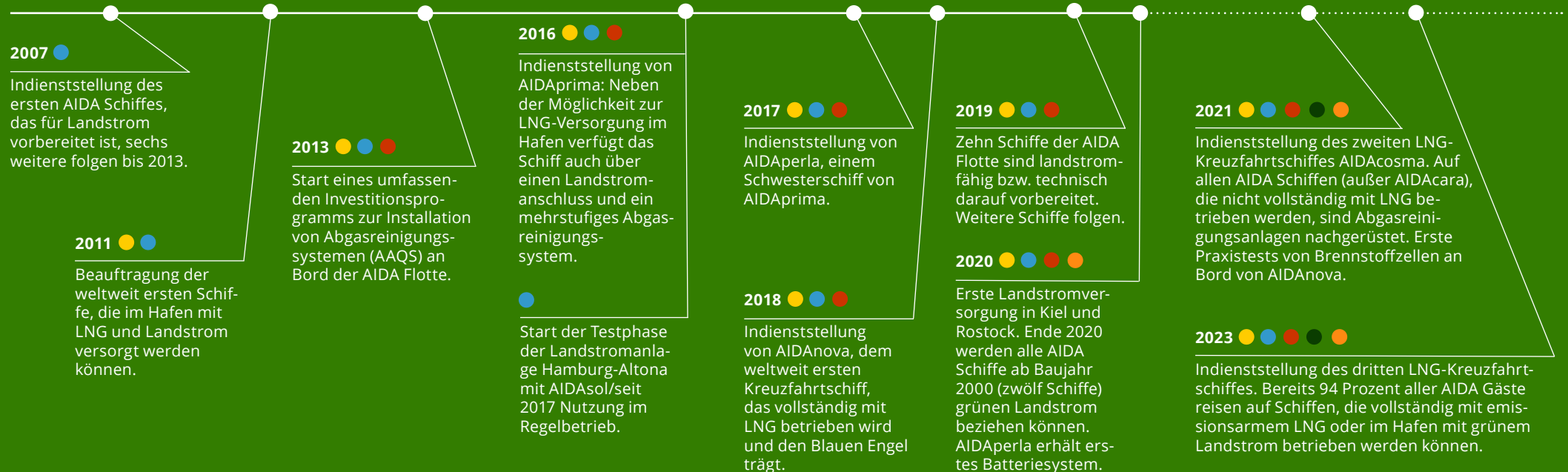
Abgasreinigungssysteme (AAQS)



Brennstoffzelle



Batterie



* Stand Dezember 2019. Aufgrund der Coronakrise überarbeiten wir aktuell unsere Pläne für die weitere Ausrüstung unserer Schiffe gemeinsam mit Werften, Zulieferern und Häfen.





Verantwortung für
Natur und Umwelt

Energie und Klimaschutz

7,9%

WENIGER CO₂-EMISSIONEN
PRO PERSON UND TAG



GRI: 201-2, 203-1

Energieeffizienz ausbauen, Klimaschutz erhöhen

Ein erfolgreiches Wachstum von AIDA ist nur möglich, wenn wir die Natur und das reiche kulturelle Erbe unserer Welt achten. Klimaschutz und damit verbunden ein verantwortungsvoller Umgang mit Energie sind deshalb elementar, um Kreuzfahrten auch in Zukunft zu einem einzigartigen Erlebnis zu machen – und für nachfolgende Generationen eine intakte Natur zu erhalten.

Unser Ziel ist es, die relativen CO₂-Emissionen pro Person an Bord kontinuierlich zu minimieren. 2019 konnten wir die durchschnittliche CO₂-Emission pro Person und Tag an Bord der AIDA Flotte um weitere 7,9 Prozent auf 55,2 Kilogramm senken. Zum Vergleich: Ein Pendler (Hin- und Rückreise) zwischen Hamburg und Bremen ist mit seinem Pkw täglich für den Ausstoß von rund 80 Kilogramm CO₂ verantwortlich*.

Auf dem Weg der CO₂-Reduktion orientieren wir uns an den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen, dem Klimaabkommen von Paris und dem Emissionsminderungspfad der IMO (International Maritime Organization). Dieser sieht vor, die CO₂-Emissionen pro Trans-

porteinheit im internationalen Schiffsverkehr bis 2030 um 40 Prozent zu senken (im Vergleich zu 2008). Bis 2050 ist es das Ziel, diese um insgesamt 70 Prozent zu reduzieren und die Treibhausgasemissionen durch den Schiffsverkehr insgesamt um 50 Prozent gegenüber 2008 zu verringern.

Fest verankert: Strategie und Steuerung

Die Basis für unsere Maßnahmen im Ressourcen- und Umweltschutz bildet unsere Green-Cruising-Strategie. Sie ist elementarer Bestandteil der Unternehmensplanung und -steuerung. Das heißt: Die Ziele dieser Strategie sind auf allen Stufen der strategischen und operativen Unternehmensplanung verankert. Die ökologischen und ökonomischen Zielzusammenhänge werden in der betriebswirtschaftlichen Struktur abgebildet. So erfolgt die Abstimmung des Nachhaltigkeitsprogramms mit seinen vielen mittel- und langfristig angelegten Maßnahmen unternehmensweit und wird auch durch das Controlling überwacht und gesteuert.

Im Fokus unserer Green-Cruising-Strategie steht vor allem die Frage: Wie steigern wir unsere Energieeffizienz, reduzieren Emissionen und

erhöhen den Klima- und Ressourcenschutz? Innovative Antworten erarbeiten wir zusammen mit Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft. Dazu zählen Unternehmen wie die MEYER WERFT, Universitäten und Hochschulen sowie Institute. Wir haben uns auch 2019 in vom Bund und der Europäischen Union geförderten Forschungsprojekten engagiert und uns in öffentliche Diskussionen eingebracht, beispielsweise mit Nichtregierungsorganisationen. Denn nur im Dialog können wir transparent Herausforderungen erkennen, gemeinsam diskutieren und praktische Lösungen suchen (weitere Informationen im Kapitel Partnerschaften). Zudem nehmen wir an IMO-Treffen und Arbeitsgruppen über unseren Verband, die Cruise Lines International Association (CLIA), teil.

Das wichtigste übergeordnete System zur Steuerung unseres Managementansatzes im Ressourcen- und Umweltschutz ist das Global HESS Managementsystem der Carnival Corporation & plc. HESS steht für Health, Environment, Safety and Security. Das System regelt unser Prozessmanagement in den Bereichen Umwelt, Gesundheit und Sicherheit auf See sowie an Land. Die HESS-Standards gehen in vielen Bereichen über die sonst an Land oder in der Schifffahrt gültigen Normen hinaus und berücksichtigen in besonderer Weise die Anforderungen der Kreuzfahrtindustrie. Interne und externe Audits sorgen kontinuierlich für die Überprüfung der

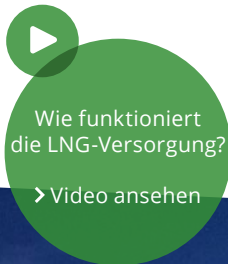
Standards und Prozesse. Auch 2019 wurden weitere Best Practices aus den verschiedenen Tochterunternehmen in das Umweltmanagementsystem der Carnival Corporation konzernweit integriert und zertifiziert.

Seit mehr als zehn Jahren ist zudem unser Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 zertifiziert. Wie alle Marken der Carnival Corporation erheben, analysieren, bewerten und berichten wir über unsere Treibhausgasemissionen. AIDA führt dies u. a. gemäß der EU-Regulation 757/2015 und den „Guidelines for Voluntary Use of the Ship Energy Efficiency Operational Indicator (EEOI)“ der IMO durch. Die externe Überprüfung erfolgt durch die Schiffklassifikationsgesellschaft RINA. Zudem folgen wir den Anforderungen von ISO 14064-1:2006 und dem Greenhouse Gas Protocol (Treibhausgasprotokoll) als weltweit gültigem Instrument zur Berichterstattung über Treibhausgasemissionen.

Alle unsere Schiffe sind nach der Umweltnorm 14001 (ISO 14001) der Internationalen Organisation für Normung (ISO) zertifiziert, um unser Umweltmanagementsystem zu unterstützen. Eine unabhängige Drittorganisation prüft regelmäßig Konformität gemäß ISO 14001.

* Quelle: www.myclimate.org, Stand 28.04.2020 für einen Benziner, Verbrauch 8 l/100 km und bei einer Strecke von 254 km.





Brücke in die Zukunft: Flüssigerdgas LNG

GRI 402-45

Wir gestalten die Kreuzfahrt Schritt für Schritt emissionsärmer. Dabei nutzen wir Technologien, die es uns ermöglichen, Emissionen kontinuierlich weiter zu minimieren. Bereits seit mehr als zehn Jahren erforschen wir gemeinsam mit Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft, wie wir emissionsarmes Flüssigerdgas (LNG) zum Antrieb von Kreuzfahrtschiffen einsetzen können. Denn auch wenn LNG fossilen Ursprungs ist, kommt ihm eine wichtige Rolle in der maritimen Energiewende zu. Der Ausstoß von lokalen Emissionen unserer Schiffe, wie Schwefeloxiden und Feinstaub, wird nahezu gänzlich vermieden, der Ausstoß von Stickoxiden deutlich verringert und die CO₂-Emissionen gesenkt.

Gemeinsam mit der MEYER WERFT haben wir das erste Kreuzfahrtschiff der Welt gebaut, das vollständig mit emissionsarmem Flüssigerdgas betrieben wird: AIDAnova. Im Dezember 2018 ist das Schiff erstmals in See gestochen – und erhielt 2019 bereits eine Auszeichnung für das umweltfreundliche Schiffsdesign: den Blauen Engel der Bundesregierung. Neben der Nutzung von Flüssigerdgas haben die Jury viele weitere technische Innovationen für den Umweltschutz überzeugt. Das bestätigt uns in unserem Handeln und spornt uns an, umweltfreundliche Technologien weiter voranzutreiben.

So investieren wir weitere 2 Milliarden Euro in den Bau von LNG-Kreuzfahrtschiffen. In den nächsten Jahren wollen wir unsere Familie um zwei neue LNG-Schiffe erweitern. Im Oktober 2019 wurde bereits der erste Baublock von AIDAcosma auf der Neptun Werft in Rostock auf Kiel gelegt. Herzstück des Maschinenraum-Moduls von AIDAcosma sind die vier Dual-Fuel-Motoren sowie die drei LNG-Tanks mit einem Fassungsvermögen von insgesamt 3.550 Kubikmeter.

Bereits 2016 haben wir eine Vereinbarung mit Shell getroffen, um die LNG-Versorgung in allen unseren weltweiten Destinationen zu sichern. Dank dieser Partnerschaft wird AIDAnova seit ihrer Indienststellung in allen Fahrtgebieten kontinuierlich mit LNG versorgt. Der Erfahrungsschatz, den unsere LNG-Experten bisher sammeln konnten, fließt zudem in den

Betrieb und Bau von weiteren LNG-Kreuzfahrtschiffen der Carnival Corporation ein, die in den kommenden Jahren für verschiedene Kreuzfahrtmarken der Gruppe auf den MEYER WERFTEN in Papenburg (Deutschland) und Turku (Finnland) entstehen.

Wir sind uns mit anderen Schifffahrtsexperten und Wissenschaftlern einig: Wenn es um eine effektive Senkung der lokalen Emissionen in der Schifffahrt geht, ist LNG zurzeit die einzige marktfähige Alternative, auch wenn das fossile Flüssiggas in der Kritik einiger Umweltschützer steht. Nach einem Jahr Betriebszeit von AIDAnova konnten wir eine erste positive Bilanz ziehen: Durch die Nutzung von LNG sowie weitere Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs lag der CO₂-Verbrauch pro Person und Tag an Bord von AIDAnova im Geschäftsjahr 2019 bei rund 27 Kilogramm. Das sind rund 55 Prozent weniger als im Vergleich zum Flottendurchschnitt, den wir 2018 ohne AIDAnova erreichen konnten. Alle weiteren Schiffsneubauten, die wir aktuell beauftragt haben, werden deshalb ebenso vollständig mit Flüssigerdgas angetrieben. Doch klar ist auch: Die Nutzung von LNG ist für AIDA nur ein Zwischenschritt. Denn wir wissen, dass der Beitrag von LNG zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen begrenzt ist. Zusammen mit verschiedenen Partnern aus der Wirtschaft und Wissenschaft suchen wir deshalb zum einen nach Lösungen, um regeneratives Flüssiggas zu nutzen. Zum anderen betrachten wir den Einsatz weiterer emissionsneutraler Treibstoffe, z. B. durch die Nutzung von Energieträgern wie Wasserstoff oder den Einsatz von Brennstoffzellen und Batteriespeichersystemen an Bord der AIDA Flotte. Und in den Häfen begrüßen wir den weiteren Aufbau des Landstromangebots aus regenerativen Energien, um die lokalen Emissionen unserer Schiffe nachhaltig senken zu können. Denn durchschnittlich 40 Prozent seiner Betriebszeit befindet sich ein AIDA Schiff in einem Hafen. Bei all diesen Bestrebungen haben wir immer unser langfristiges Ziel im Blick: die emissionsneutrale Kreuzfahrt.





Alternative Energieproduktion: Brennstoffzellen an Bord

Emissionsneutral, geräusch- und vibrationsarm: Das sind die unschlagbaren Eigenschaften einer Brennstoffzelle. Deshalb ist sie ein wichtiger alternativer Antrieb für die Mobilität der Zukunft. Und das heißt: auch und gerade für die Schifffahrt. Als Energiewandler hat sie auf Schiffen enormes Potenzial, weil sie leise ist, keinen Schornstein braucht und dezentral arbeitet. Noch ist die Technologie zwar nicht so weit ausgereift, dass sie dauerhaft die Produktion von Strom und Wärme an Bord gewährleisten kann. Doch in Kombination mit einem weiteren „Kraftpaket“ kann die Brennstoffzelle bald zum Einsatz kommen – wie unser gemeinsames Projekt mit der MEYER WERFT, Freudenberg Sealing Technologies und weiteren Partnern zeigt. Gefördert vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur zielt das Zukunftsprojekt „Pa-X-ell2“ darauf ab, praktische Lösungen für eine klimaneutrale Mobilität in der gesamten Schifffahrt zu erarbeiten. Konkret entwickeln wir in dem Projekt mit unseren Partnern ein dezentrales Energienetzwerk und ein hybrides Energiesystem mit einer neuen Generation von Brennstoffzellen für den Einsatz auf Hochsee-Passagierschiffen.

2021* planen wir als weltweit erste Kreuzfahrtreederei an Bord von AIDAnova die Nutzung von Brennstoffzellen auf einem großen Passagierschiff in der Praxis zu testen.

Zum Einsatz kommen Brennstoffzellen von Freudenberg Sealing, die eine deutlich höhere Lebensdauer haben als solche in Pkws. Tests an Land haben gezeigt, dass sie mehr als 35.000 Betriebsstunden lang Kreuzfahrtschiffe mit umweltfreundlicher Energie versorgen könnten.

Mit dem erstmaligen Einsatz von Brennstoffzellen an Bord eines Hochseekreuzfahrtschiffes wollen wir einen weiteren wichtigen Meilenstein auf dem Weg zur emissionsneutralen Kreuzfahrt erreichen. Denn die Brennstoffzelle bietet die Chance, Energie an Bord mit weniger Emissionen zu erzeugen, als dies derzeit mit LNG möglich ist. Ist der Praxistest 2021* erfolgreich, können wir den Verbrauch von fossilem Treibstoff weiter senken und die Effizienz unserer Flotte erhöhen.

Hybridtechnik im Fokus: Forschungsprojekt Nautilus

Als einzige deutsche Kreuzfahrtreederei beteiligen wir uns seit 2020 an einem weiteren wichtigen EU-Forschungsprojekt für neue Antriebstechnologien. Unter der Federführung des Instituts für Luft- und Raumfahrttechnik arbeiten wir in einem Verbund aus Werften, Reedereien, Motorenherstellern und dem Forschungsinstitut Jülich im Projekt Nautilus mit. Ziel des Forschungsprojekts ist die Entwicklung eines „Nautical Integrated Hybrid Energy System for Long-haul Cruise Ships“. Das heißt: Die Teilnehmer betreiben Grundlagenforschung für eine neue Hybridtechnik aus LNG, Batteriespeicher und Brennstoffzelle für Kreuzfahrtschiffe. Nautilus läuft von 2020 bis Ende 2023.

* Stand Dezember 2019. Aufgrund der Coronakrise werden aktuell die Pläne mit den weiteren Projektpartnern überarbeitet.

Gebündelte Effizienz: Energie sparen

GRI: 302-4, 302-5

Weniger ist mehr – dieser Grundsatz gilt für den Energieverbrauch unserer Kreuzfahrtschiffe. Dabei setzen unsere Maßnahmen bereits beim Schiffsdesign an und reichen bis zum Wäschewaschen an Bord. Als Kompass für den Verbrauch dient unsere innovative Datenplattform „Neptune“. An sie sind die Energiemanagementsysteme aller AIDA Schiffe angeschlossen. Sämtliche Daten, etwa zur Abwärmenutzung oder zum Kraftstoffverbrauch, werden durch die Plattform kontinuierlich überwacht und ausgewertet, sodass unsere Spezialisten daraus Effizienzpotenziale und Maßnahmen ableiten können. Auch 2019 haben wir wesentliche Maßnahmen weiterentwickelt sowie neue Instrumente etabliert. Die Standardelektromotoren an Bord von AIDAprima, AIDAPERLA und AIDAnova besitzen die höchste Energieeffizienzklasse.

Bremsenergie, die beim Betrieb der Aufzüge entsteht, wird ins Bordnetz rückgespeist. Mit jedem Neubau entwickeln wir darüber hinaus auch das Schiffsdesign weiter, um durch eine hydrodynamische Optimierung zusätzlich Antriebsenergie zu sparen. AIDAprima und AIDAPERLA haben außerdem die innovative MALS-Technologie (MALS = Mitsubishi Air Lubrication System) mit an Bord. MALS lässt das Schiff über einen Teppich aus Luftblasen gleiten, wodurch sich die Reibung verringert und Antriebsenergie eingespart wird. Auf allen Schiffen, die seit 2008 in Dienst gestellt wurden, setzen wir auf Wärmerückgewinnungstechnologie sowie die intelligente Verteilung und Nutzung von Abwärme. Dank dieser Technik können wir auf den Betrieb von ölgefeuerten Hilfskesseleltern weitestgehend verzichten. Die gesamte Abwärme wird in einem zentralisierten Abwärmeverteilsystem jeweils den Verbrauchern an Bord zugeführt, die gerade den höchsten

Energiebedarf haben. Neben den Antriebsmaschinen sind Klimaanlage an Bord die größten Energieverbraucher. Durch die Nutzung von Absorptionskältemaschinen wird überschüssige Abwärme in Kälte für die Klimaanlage umgewandelt. Alle Kabinen unserer Schiffe, die ab 2010 in Dienst gestellt wurden, sind zudem mit einem modernen Umluftsystem inklusive Abwärmenutzung ausgestattet, sodass sie individuell temperaturabhängig geregelt werden (HVAC Control System). Das reduziert den Energieverbrauch in den Kabinen um bis zu 20 Prozent.

Im Hotelbereich sparen wir durch die Umstellung auf LED-Leuchtmittel sowie durch ein umfassendes Lichtmanagementsystem bis zu 80 Prozent der für die Beleuchtung benötigten Energie an Bord. Die meisten unserer Schiffe verfügen zudem über einen Hotel-Card-Schalter, mit dem unsere Gäste beim Betreten oder Verlassen der Kabine den Strom an- und abschalten. Dass auch schon kleine Veränderungen etwas bewirken können, zeigt unser Wäscheservice. Während einwöchigen oder kürzeren Kreuzfahrten wechseln wir Bettwäsche und Handtücher nur noch bei Bedarf oder auf Wunsch der Gäste. Das spart nicht nur rund 80 Prozent Wasser und Waschpulver, sondern auch die Hälfte der Energie, die für das Waschen und Trocknen von Bettwäsche benötigt wird. Unsere innovativen Tunnelwäscher an Bord von AIDAprima, AIDAPERLA und AIDAnova ermöglichen zusätzlich einen noch energieeffizienteren Wäschereibetrieb.





Nimmt kontinuierlich ab: unser Treibstoff- verbrauch

GRI: 302-4, 302-5

Wenn es um die Senkung von Emissionen und die Schonung von Ressourcen geht, gilt für uns: Die beste Tonne Treibstoff ist die, die wir gar nicht erst verbrauchen. Deshalb engagieren wir uns für die Entwicklung und den Einsatz von alternativen Technologien zur Energieerzeugung und -nutzung und setzen diverse operative Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz um. In unserer kompletten Flotte implementieren wir innovative Lösungen im Bereich der Klimatisierung, in der Wärmerückgewinnung und im Wassermanagement. Wir optimieren kontinuierlich unsere Systeme, z. B. zur Abwärmenutzung, Frischwassergewinnung und Abwasserbehandlung, und steigern die Effizienz unseres Lichtmanagements an Bord.

Dank all dieser Maßnahmen ist es uns gelungen, den Gesamtenergieverbrauch pro Person und Tag an Bord 2019 im Vergleich zum Vorjahr um weitere 6,6 Prozent zu senken.

**Pro Gast und Reisetag
haben wir so den Treibstoff-
verbrauch seit 2012 um knapp
23 Prozent gesenkt.**

Ein AIDA Schiff verbraucht heute im Durchschnitt pro Person nur noch drei Liter Treibstoff auf 100 Kilometern Fahrt. Auf AIDAprima, AIDAperla und auch auf AIDAnova konnten wir den Verbrauch durch zahlreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz und Hydrodynamik noch weiter senken.



Routenplanung

Eine Möglichkeit zur Einsparung von Treibstoff ist die Entwicklung von optimalen Geschwindigkeitsprofilen für die einzelnen Reiseabschnitte der Schiffe der AIDA Flotte. Weitere Maßnahmen sind effektives Routenmanagement sowie die Optimierung von Fahrplänen und Liegezeiten.



Schiffsdesign

Ein innovatives Rumpf- und Propellerdesign spart erhebliche Antriebsenergie ein. Alle AIDA Schiffe verfügen zudem über einen Unterwasseranstrich, der regelmäßig erneuert wird, um den Bewuchs am Unterschliff effektiv zu verhindern und damit die Reibung während der Fahrt zu reduzieren. Dies senkt den Treibstoffverbrauch und damit auch die Emissionen.



Beleuchtung

Im Hotelbereich unserer Schiffe sparen wir rund 30 Prozent der für die Beleuchtung benötigten Energie, z. B. durch die Umstellung auf LED-Leuchtmittel sowie ein umfassendes Lichtmanagementsystem.



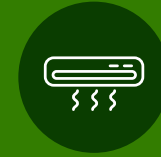
Motoren der höchsten Energieeffizienzklasse

Die Standardelektromotoren an Bord von AIDAprima, AIDAperla und AIDAnova besitzen die höchste Energieeffizienzklasse. Bremsenergie, die beim Betrieb der Aufzüge entsteht, wird ins Bordnetz rückgespeist. Frequenzgesteuerte Motoren sowie drehzahlgesteuerte Pumpen und Lüfter stellen sicher, dass nur die Leistung abgerufen wird, die von den jeweiligen Verbrauchern tatsächlich benötigt wird.



Umluftsystem

Alle Kabinen unserer Schiffe, die ab 2010 in Dienst gestellt wurden, sind mit einem modernen Umluftsystem inklusive Abwärmenutzung ausgestattet, sodass sie individuell temperaturabhängig geregelt werden (HVAC Control System). Das reduziert den Energieverbrauch in den Kabinen um bis zu 20 Prozent. Für den Betrieb der Klimaanlage setzen wir an Bord aller Schiffe nur solche Kältemittel ein, die die Ozonschicht der Erde nicht gefährden. Damit konnten wir die Emissionen von ozonabbauenden Kühlmitteln auf null reduzieren.



Klimaanlagen

Klimaanlagen sind neben den Antriebsmaschinen an Bord die größten Energieverbraucher. Durch die Nutzung von Absorptionskältemaschinen wird überschüssige Abwärme in Kälte für die Klimaanlage umgewandelt. Damit Licht- und Klimaanlage nicht unnötig in Betrieb sind, verfügen die meisten unserer Schiffe über einen Hotel-Card-Schalter, mit dem unsere Gäste beim Betreten oder Verlassen der Kabine den Strom durch das Einführen oder Herausnehmen ihres Zimmerschlüssels an- und abschalten.



Prozessoptimierungen

Statt täglich die Bettwäsche und die Handtücher zu wechseln und zu waschen, wird bei uns an Bord während einwöchiger oder kürzerer Kreuzfahrten ein zwischenzeitlicher Bettwäsche- oder Handtuchwechsel nur noch bei Bedarf oder auf Wunsch der Gäste durchgeführt. Das spart nicht nur rund 80 Prozent Wasser und Waschpulver, sondern auch die Hälfte der Energie, die für das Waschen und Trocknen von Bettwäsche benötigt wird. Unsere innovativen Tunnelwasher an Bord von AIDAprima, AIDAperla und AIDAnova ermöglichen zusätzlich einen noch energieeffizienteren Wäschereibetrieb.





Verantwortung für
Natur und Umwelt



Wie funktioniert die Landstromversorgung?
> Video ansehen

Emissionen und Luftqualität



GRI: 203-1

Energieerzeugung umstellen, Luftqualität verbessern

Ob auf See oder an Land – der Betrieb von touristischen Einrichtungen erfordert Energie. Um bei deren Erzeugung den Ausstoß an Emissionen durch unsere Kreuzfahrtschiffe so gering wie möglich zu halten, arbeiten wir daran, fossile Treibstoffe langfristig komplett zu ersetzen. Auf diesem Weg unterstützen wir den Stufenplan der IMO zur Reduzierung von Schiffsemissionen und gehen bereits heute in vielen Bereichen darüber hinaus. Wir haben uns das langfristige Ziel gesetzt, in der Praxis zu zeigen, wie mithilfe innovativer Technologien Kreuzfahrtschiffe emissionsneutral betrieben werden können.

Nicht nur aufgrund verschärfter Vorschriften, sondern vor allem aus eigenem Antrieb stellen wir uns der Herausforderung, Emissionen wie Feinstaub, Stickoxide, Schwefeloxide oder CO₂ zu vermeiden. So ist die Nutzung von schwefelarmen Treibstoffen in vielen Fahrtgebieten von AIDA bereits seit Jahren Realität. In Nord- und

Ostsee sowie vor den Küsten Nordamerikas und in allen ECA-Gebieten verwenden wir niedrigschwelligen Treibstoff, Abgasreinigungssysteme oder den emissionsarmen Kraftstoff LNG. In allen europäischen Häfen verarbeiten die Motoren unserer Schiffe bereits seit einem Jahrzehnt ausschließlich Marinegasöl mit einem Schwefelanteil von maximal 0,1 Prozent.

Doch nicht nur unsere Routen auf See haben wir im Blick, sondern vor allem auch die Liegezeit unserer Kreuzfahrtschiffe im Hafen, die im Schnitt 40 Prozent der gesamten Betriebszeit ausmacht. Während dieser Liegezeiten wollen wir so wenig Emissionen wie möglich ausstoßen und zur Optimierung der lokalen Luftreinheit in unseren Destinationen beitragen. Konkret streben wir an, wo im Hafen verfügbar, unsere Schiffe während ihrer Liegezeiten mit Landstrom zu versorgen.

Fest verankert: Strategie und Steuerung

Wesentliche Basis zur Steuerung unseres Managementansatzes und der Erreichung unserer Ziele ist, wie in den anderen Umweltbereichen auch, das globale Managementsystem HESS.

Null Emissionen: grüner Landstrom

Die Nutzung von Landstrom zur Energieversorgung ist für uns ein entscheidender Schritt, um die Schadstoffemissionen in unseren Destinationen auf null zu reduzieren. Bereits heute verfügen zehn Schiffe der AIDA Flotte über einen Landstromanschluss bzw. sind technisch dafür vorbereitet. Voraussetzung für die umweltfreundliche Ladestromtechnik ist aber natürlich, dass in den Häfen die notwendige Infrastruktur vorhanden ist. Deshalb haben wir uns z. B. in Hamburg, Kiel und Rostock für deren Aufbau engagiert. Unser Ziel ist es, dass alle AIDA

Schiffe ab Baujahr 2000 (zweölf von 14) zukünftig Landstrom nutzen können. In Hamburg-Altona nutzen wir mit AIDA Sol bereits seit 2017 Landstrom im regulären Betrieb. 2018 haben wir gemeinsam mit den Landesregierungen Schleswig-Holsteins und Mecklenburg-Vorpommerns Partnerschaften für einen umweltfreundlichen Kreuzfahrttourismus auf den Weg gebracht, die dieses Jahr Früchte tragen sollten. Es war geplant, im Laufe des Jahres 2020 in Rostock und Kiel die Versorgung der AIDA Kreuzfahrtschiffe mit grünem Landstrom – also Landstrom, der aus erneuerbaren Quellen stammt – zu starten. Auch wenn sich die Inbetriebnahme der Anlagen nun aufgrund der Unterbrechung der Kreuzfahrtsaison im Zusammenhang mit der Coronapandemie verzögern wird, halten wir an unseren Zielen gemeinsam mit den Hafenbetreibern Rostock Port und Seehafen Kiel fest.





E-Mobilität auf See: Pilotprojekt Batteriespeichersystem

Mit dem Einsatz innovativer Batterietechnologie wollen wir einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung eines emissionsneutralen Schiffsbetriebs gehen. In Zusammenarbeit mit Corvus Energy aus Norwegen arbeiten wir an dem Einsatz von Lithium-Ionen-Batteriespeichersystemen an Bord der AIDA Flotte. AIDAperla soll das bisher größte Batteriespeichersystem in der Passagierschiffahrt mit einer Leistung von zehn Megawattstunden erhalten. Wertvolle Erkenntnisse aus dem Pilotbetrieb dieses Hybridantriebs könnten dann zukünftig in die Nutzung auf weiteren Kreuzfahrtschiffen von AIDA einfließen. Die ursprünglich für das Jahr 2020 geplante Testphase musste aufgrund der Unterbrechung der Kreuzfahrtsaison im Zusammenhang mit der Coronapandemie vorerst auf 2021 verschoben werden.

Die Aufladung der Batteriesysteme kann im Hafen mit Landstrom und während des Seebetriebs im sogenannten Peak-Load-Shaving-Verfahren erfolgen. Stark vereinfacht heißt das:

Der Motor arbeitet in einem konstanten Leistungsbereich.

Überschüssige Energie, die an Bord gerade nicht benötigt wird, kann in den Batterien gespeichert werden.

Im Umkehrschluss kann diese gespeicherte Energie bei einem Mehrbedarf (Peak) einzelnen Verbrauchern an Bord zugeführt werden, ohne die Leistung der Motoren zu erhöhen. Wie lange ein Ladezyklus anhält, hängt von der Nutzungsintensität und der abgerufenen Strommenge ab. Neben dem reinen Batteriebetrieb könnte man die Systeme über einen längeren Zeitraum, z. B. während der Hafenziegezeit oder bei verschiedensten Schiffsmanövern, zuschalten, um emissionsfreie Energie zur Verfügung zu stellen. Dank des Einsatzes dieser Technologie könnte somit der Verbrauch von fossilem Treibstoff weiter gesenkt und die Effizienz des Schiffsbetriebs weiter erhöht werden.

Leise unterwegs: geräuscharme Technologien

Zu den Emissionen, die wir bewusst senken, zählen auch Lärmemissionen. Sowohl die Nutzung von LNG als auch der Einsatz von Brennstoffzellen, die geräusch- und vibrationsarm arbeiten, wirken sich positiv auf die Lärmemissionen an Bord sowie an Land aus. Zudem spielt das Thema auch bereits beim Schiffbau eine entscheidende Rolle. So fließen Maßnahmen zur Reduzierung des Geräuschpegels in das Schiffsdesign ein, das von Generation zu Generation verbessert wird.

In den Häfen steht für uns darüber hinaus die Landstromversorgung an oberster Stelle. Sie ermöglicht, die Motoren abzuschalten und so auch die Lärmemissionen auf nahezu null herunterzufahren.

Bis auf null: Feinstaubemissionen reduzieren

Der Treibstoff, mit dem wir unsere Schiffe antreiben, ist der entscheidende Faktor zur Reduzierung der Feinstaubemissionen.

Wir sind stolz darauf, dass mit AIDAnova Ende 2018 nun auch erstmalig die vollständige Nutzung von emissionsarmem LNG in der Kreuzschiffahrt Realität geworden ist. Denn durch die Nutzung von Flüssigerdgas vermeiden wir den Ausstoß von Schwefeloxiden und Feinstaub nahezu gänzlich und verringern den Ausstoß von Stickoxiden deutlich. Der Einsatz von Brennstoffzellen und Lithium-Ionen-Batteriespeichersystemen würde sogar für null Feinstaubemissionen stehen. Nicht zuletzt zählt unser Bestreben, in den Häfen so viele unserer Kreuzfahrtschiffe wie möglich mit Landstrom zu versorgen, langfristig ebenfalls auf die Reduzierung von Feinstaubemissionen ein.





Management natürlicher Ressourcen



GRI: 306-1

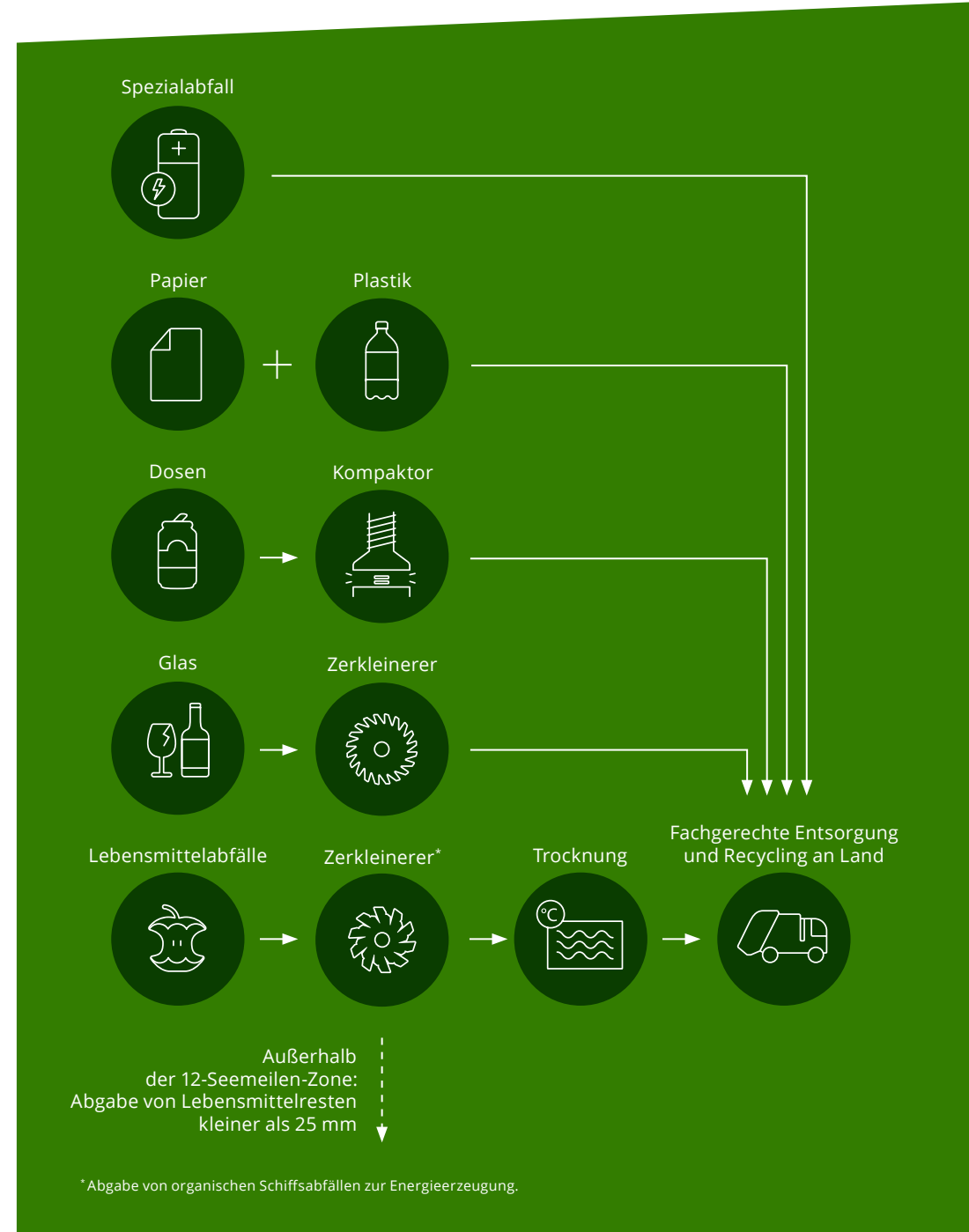
Ressourcen schonen, Kreislaufwirtschaft ausbauen

Sorgsam mit den Ressourcen umzugehen, das ist seit Langem eine elementare Säule des AIDA Umweltmanagements. Um Ressourcen zu schonen, folgt AIDA einem ebenso simplen wie logischen Motto: Das Beste ist, Ressourcen gar nicht erst zu verbrauchen. Deshalb ist an Bord der AIDA Schiffe der sensible Umgang mit Rohstoffen und Lebensmitteln gelebter Alltag. Wir optimieren kontinuierlich Einkaufs- und Verarbeitungsprozesse zur Abfallvermeidung und -reduzierung im Hotel-, Gastronomie- und Schiffsbetrieb. So legen wir beispielsweise Wert auf frisch zubereitete Speisen und verzichten auf Convenience-Produkte. Das erhöht nicht nur den Genuss für unsere Gäste und Crew-Mitglieder. Wir reduzieren so auch den Verpackungsmüll. Einen weiteren Fokus richten wir auf den sorgsamen Umgang mit Lebensmitteln.

Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis Ende 2021 die an Bord anfallenden Lebensmittelabfälle um weitere 20 Prozent gegenüber dem Ende des Geschäftsjahres 2019 zu reduzieren.

Bei der Entsorgung unserer Abfälle stehen wir der Herausforderung gegenüber, dass wir von der lokalen Infrastruktur in unseren Destinationen abhängig sind. Wo immer möglich nutzen wir die Dienstleistungen zertifizierter Entsorger und teilen unser Know-how und unsere Erfahrungen mit unseren Partnern vor Ort. In allen europäischen Häfen ist dies bereits der Fall. In Zielgebieten, die erst noch entsprechende Standards entwickeln müssen, wählen wir die jeweils beste verfügbare Alternative und achten auf behördlich geprüfte Abfallentsorger. Unser langfristiges Ziel ist aber, eine komplette Kreislaufwirtschaft zu erreichen, in der praktisch kein Abfall mehr entsteht. Dazu gehört, dass wir etwa die Recyclingquote für Plastik, Papier und Lebensmittel weiter steigern und auf Wiederverwendung setzen.

Zum schonenden Umgang mit Ressourcen zählt für uns auch, kontinuierlich den Wasserverbrauch weiter zu senken. Durch Wiederaufbereitung, Kreislaufführung und gezielte Einsparungen reduzieren wir den Frischwasserbezug oder vermeiden ihn sogar komplett. Zudem erreichen wir mit unseren Advanced Waste Water Purification Systems (AWWPS) einen Reinheitsgrad des Abwassers, der selbst von vielen Klär- und Reinigungsanlagen an Land nicht erzielt wird.



* Abgabe von organischen Schiffsabfällen zur Energieerzeugung.





Fest verankert: Strategie und Steuerung

Alle AIDA Schiffe werden nach einem Abfallbewirtschaftungsplan betrieben. Konkret ist darin festgelegt, wie mit den unterschiedlichen Abfallarten an Bord verfahren wird. Die Abfallbewirtschaftungsstrategie folgt einem mehrstufigen Ansatz, der die Beseitigung und Minimierung von Abfall, die Entsorgung an Land, die Aufbereitung an Bord sowie die Entsorgung von Flüssigabfällen und Lebensmittelabfällen umfasst. Bereits bei der Routenplanung der AIDA Schiffe klären wir die Entsorgungsmöglichkeiten in den einzelnen Häfen im Voraus. Wir planen jede Reise so, dass die jeweils umweltfreundlichsten Entsorgungsmöglichkeiten genutzt werden können.

Das systematische Abfallmanagement entspricht den internationalen MARPOL-Vorgaben, einem Übereinkommen zum Schutz vor Meeresverschmutzung durch Schiffe (Marine Pollution), und den internen AIDA Standards des Environmental-Compliance-Plans der Carnival Corporation.

Gelebte Praxis an Bord aller AIDA Schiffe ist die Vermeidung von Plastik- und Einwegartikeln genauso wie die kontinuierliche Verringerung von Lebensmittelabfällen, Papier und Wasser.

Konsequent reduziert AIDA den Wasserverbrauch durch Maßnahmen, wie z. B. die Nutzung hochmoderner Abwasserbehandlungsanlagen. Damit erfüllen wir die strikten HELCOM-Standards in der Ostsee.

Systematisch weniger: Unser Abfallmanagement

Um unsere Fortschritte bei der Reduzierung der Abfallmengen besser verfolgen zu können, werden an Bord unserer AIDA Schiffe alle anfallenden Abfallmengen regelmäßig nach Maßgabe der strengen Umweltvorschriften von MARPOL und unserer eigenen internen Standards gemessen, geprüft und die Ergebnisse entsprechend protokolliert. Zudem entwickeln wir kontinuierlich weitere Maßnahmen zu deren Reduzierung

und optimierten Verwertung und bauen unsere Kreislaufwirtschaft aus.

Ein wichtiges Projekt für unser AIDA Abfallmanagement ist CLEAN (<http://www.clean-biogas.de>). Das Forschungsprojekt wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert. In Zusammenarbeit mit weiteren Partnern arbeiten wir daran, an Bord anfallende biologische Abfälle zur Energiegewinnung zu nutzen.

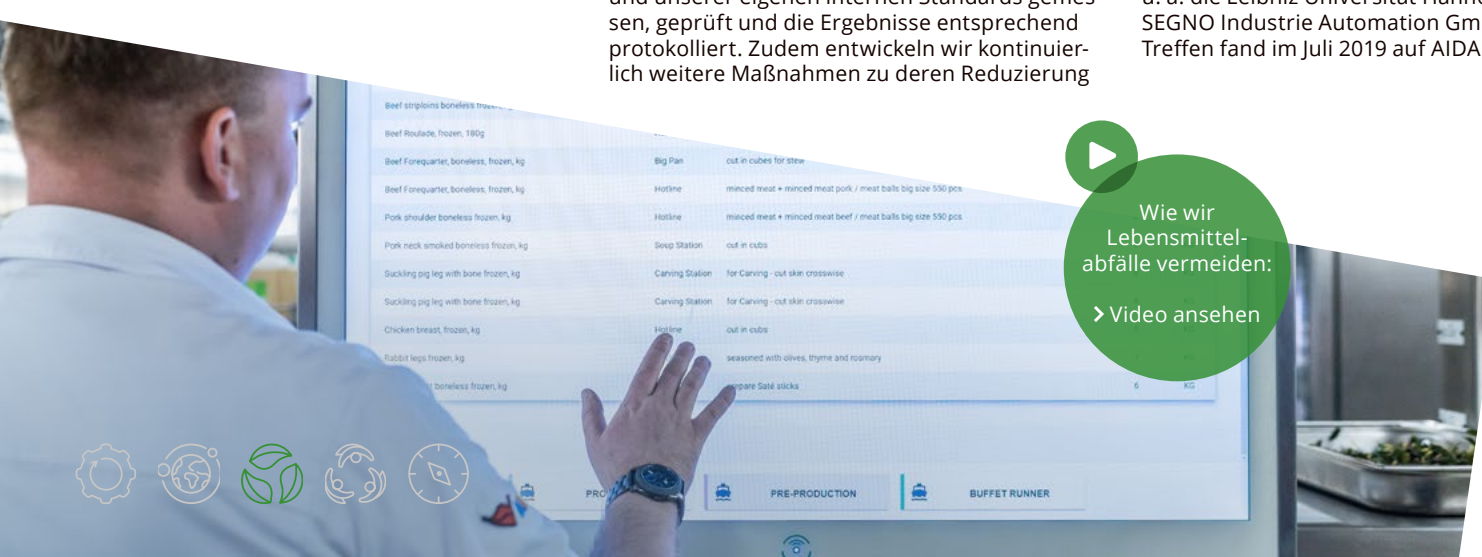
In Biogasanlagen werden organische Abfälle, wie etwa Speisereste und Klärschlamm, vergärt und in Energie umgewandelt. Nach erfolgreichen Tests an Land sind künftig auch praktische Tests an Bord geplant.

Das ebenfalls vom BMWi geförderte Forschungsprojekt „OSCAR“ ging im Sommer 2019 an den Start. OSCAR strebt einen weiteren Entwicklungsschritt zur Verbesserung der Qualität des Umweltschutzes an Bord von (Kreuzfahrt-) Schiffen an. Es soll ein System entwickelt und erprobt werden, das eine Beobachtung und perspektivisch eine Fernsteuerung der komplexen, vornehmlich biologischen Behandlungsprozesse aus den relevanten Umweltsegmenten Abwasser und organische Abfälle an Bord von (Kreuzfahrt-) Schiffen ermöglicht. Projektpartner sind u. a. die Leibniz Universität Hannover und die SEGNO Industrie Automation GmbH. Ein erstes Treffen fand im Juli 2019 auf AIDamar statt.

Reduzieren und vermeiden

Eine große Zahl von Initiativen, Prozessen und Konzepten trägt dazu bei, sowohl den Verbrauch von Ressourcen als auch die entstehenden Abfallmengen an Bord unserer AIDA Schiffe zu reduzieren. Viele vermeintlich kleine Maßnahmen helfen uns, die Menge der Lebensmittelabfälle zu verringern und dabei zugleich unser breites kulinarisches Angebot als wesentlichen Bestandteil des Urlaubserlebnisses zu erhalten.

Sorgsamer Umgang mit Lebensmitteln
Weniger Lebensmittel wegwerfen zu müssen, dazu tragen z. B. unsere Live-Cooking-Stationen an Bord bei. Frisch und in gewünschter Menge bereiten unsere Köche die Speisen direkt vor den Augen der Gäste zu. Für die Gäste unsichtbar funktioniert unser Cook-and-Chill-System: Unsere Küche liefert nur die vorbereiteten Speisen an die Restaurants aus, die dort auch tatsächlich gebraucht werden. Und auch mit unserem Buffet-Runner-System betreiben wir ein gezieltes Mengenmanagement. Nachbestellungen werden digital aus den Restaurants in die Hauptküche übermittelt. Dort bereiten die Köche nur die tatsächlich benötigten Speisen zu. Einen regulierenden Effekt hat zudem die Portionsgröße. Viele Gerichte auf den Buffets wurden 2019 in kleinen Einzelportionen angerichtet. Und bis zum Restaurantabschluss verringern wir nicht die Angebotsvielfalt, sondern die Größe der Servierschalen.



Wie wir
Lebensmittel-
abfälle vermeiden:
> Video ansehen

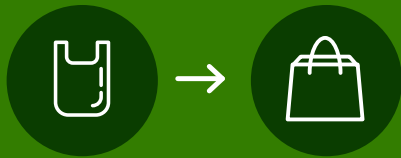




Verantwortung für Natur und Umwelt

Vermeidung von Einweg- und Plastikartikeln an Bord*

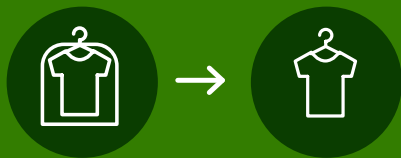
Keine Plastiktüten, sondern AIDA Papiertragetaschen



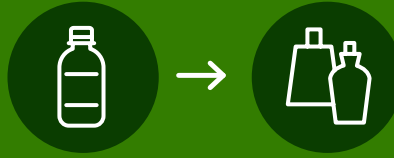
Keine verpackten Kaffeebeigaben



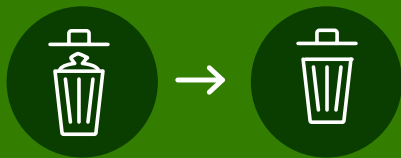
Wäscherei liefert an Gäste Kleidung ohne Plastikfolie



Spa: Pflegeprodukte frei von Mikroplastik



Müllbeutel freie Gästekabinen und Bäder



Keine Einwegkunststoffbecher und -deckel, sondern Mehrwegbecher



Keine Plastiktrinkhalme oder -cocktailspieße, sondern biologisch abbaubare Trinkhalme aus Stärke sowie Cocktailspieße aus Holz



Kein Einwegbesteck aus Plastik, sondern aus Holz und Eislöffel aus Metall



* Ausgewählte Beispiele.



Es ist ein bunter Maßnahmenstrauß, der dazu beiträgt, die Plastikmenge an Bord unserer AIDA Schiffe kontinuierlich zu verringern. Jüngstes Beispiel dafür ist der komplett plastikfreie Cabin Trolley, der Servicewagen im Housekeeping. Er wurde eigens für AIDA entwickelt.

Grundsätzlich setzen wir auf Mehrweg- statt Einwegartikel. So sind unsere Trinkhalme an Bord aus biologisch abbaubarer Stärke und werden nur auf Wunsch des Gastes gereicht. Unser Kaffee to go wurde 2019 in Mehrwegbechern serviert und der Keks dazu unverpackt gereicht. Statt Butter, Margarine, Nutella, Honig oder Joghurt in kleinen Einzelverpackungen anzubieten, konnten sich unsere Gäste an Spendern bzw. aus Schalen bedienen.

Aus den Küchen der AIDA Schiffe haben wir zudem viele Einwegprodukte, wie etwa Probierlöffel, Einwegschrülen oder Einwegflaschen, bereits vor Jahren verbannt. Sie wurden durch Mehrwegprodukte ersetzt oder es wird ganz auf sie verzichtet.

Sichtbar wird unsere Plastiksparsamkeit für die Gäste auch in den Kabinen. Dort verzichteten wir auch 2019 auf Müllbeutel in den Abfallbehältern im Wohnraum und Bad. Für die zu reinigende Kleidung bieten wir Wäschebeutel aus kompostierbarer Stärke an. Unsere flauschigen Bademäntel sind hygienisch sauber in waschbaren Stoffbeuteln verpackt.

Operation Oceans Alive

Im Juni 2018 startete AIDA gemeinsam mit allen Kreuzfahrtmarken der Carnival Corporation die Initiative „Operation Oceans Alive – Our Home – Our Future“. Im Rahmen der weltweiten Kampagne wollen wir unsere Gäste und Mitarbeiter kontinuierlich zu Themen des Umweltschutzes informieren und sensibilisieren. Dabei ist uns ihre aktive Einbindung wichtig, um so die UN-Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen. So finden z. B. regelmäßig Mitarbeitertrainings rund um das Thema Meeresschutz, Ressourcenschonung und Vermeidung von Abfall, wie z. B. Plastik und Einweggeschirr, statt.

2019 haben wir außerdem vielfältige Maßnahmen rund um das Thema Recycling umgesetzt. So haben AIDA und die gesamte Carnival Corporation mit zahlreichen Umweltmaßnahmen auf

den Welt-Recycling-Tag aufmerksam gemacht. An Bord luden wir z. B. unsere Gäste und die Crew zu Upcycling-Events ein, um sie für das Thema Wiederverwertung zu sensibilisieren. Beim Strandsäubern in Vietnam sammelte die Crew von AIDAvita gemeinsam mit Partnern vor Ort 125 Säcke voll Plastik, Metall, Glas und Kleidung ein. An Land wiederum nahm die Abteilung Communication & Sustainability das Motto des zweiten Global Recycling Days „Recycling in die Zukunft“ zum Anlass, eine „Lunch & Learn“-Veranstaltung zu organisieren, an der mehr als 120 Mitarbeiter teilnahmen.

31%

WENIGER PLASTIK-ABFÄLLE PRO PERSON UND TAG IM JAHR 2019

Papier sparen

Ein wichtiger Beitrag zur Ressourcenschonung sind auch unsere Papiersparmaßnahmen. Vermehrt nutzen wir digitale Medien und Kommunikationsmittel. Und wird doch mal etwas gedruckt, dann auf zertifiziertem Papier. Rechnungen an Bord drucken wir schon seit 2013 nur noch auf Wunsch der Gäste aus.

Pro Reise sparen wir so im Schnitt 4.400 Blätter Papier und 1.100 Briefumschläge ein.

Kräftige Einsparungen ermöglichen uns auch die digitalen Fotostationen an Bord. Dort können die Gäste ihre Urlaubsfotos ansehen, Wunschmotive auswählen und bestellen. So sparen wir rund 50 Prozent Papier und Chemikalien ein.



Trennen und entsorgen

Lebensmittelreste vergären

In Pilotversuchen erprobt die Carnival Corporation die biologische Vergärung von Lebensmittelabfällen an Bord. Getestet werden Bio-Vergärungsmaschinen, sogenannte „Stahlmägen“, die Kunststoffe von Lebensmittelabfällen trennen und dabei auf natürliche Weise Lebensmittelteilchen zerkleinern. Bewährt sich das Prinzip, könnte es auch auf anderen Schiffen eingesetzt werden.

Abfälle trennen

Abfälle strikt zu trennen, das ist an Bord aller Schiffe der AIDA Flotte gelebte Praxis. Metall wird platzsparend gepresst und Glas zerkleinert. Aluminium und weitere Metalle werden sortenrein gesammelt und an Land zusammen mit PET-Verpackungen und Papier zum Recycling abgegeben.

Bei den wenigen verbleibenden Einwegprodukten achten wir an Bord darauf, dass sie möglichst biologisch abbaubar sind.

Deshalb sind beispielsweise unsere Papierservietten zu 100 Prozent kompostierbar und tragen die Auszeichnung des NORDIC SWAN LABELS (ISO 14024), eines der strengsten Umweltzertifikate Europas.

6,8%

**WENIGER FRISCH-
WASSERVERBRAUCH
PRO PERSON UND TAG**

Sparen und erzeugen: unser Wasser- management

GRI: 306-1

Mit unserem ausgeklügelten Wassermanagement stellen wir den sorgsamsten Umgang mit der Ressource Wasser sicher. Im Vergleich zum Vorjahr konnten wir 2019 den Frischwasserverbrauch pro Person und Tag an Bord um weitere 6,8 Prozent senken.

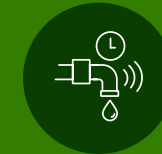
Ein wichtiger Baustein zur Wassereinsparung ist das Vacuum-Food-Waste-System für die Aufbereitung von Lebensmittelabfällen. Alle Schiffe ab Baubeginn 2004 verfügen über dieses System, das die Abfälle nicht mit Wasser durch Rohrleitungen schwemmt, sondern sie über ein Vakuumsaugsystem direkt in einen Speichertank befördert.

Auch in der Bordwäscherei sparen wir Wasser. Durch den Einsatz moderner Wäschereitechnologie und innovativer Tunnelwasher konnten wir den Wasserverbrauch hier bereits um bis zu 50 Prozent senken. Und die WCs an Bord kommen durch den Einsatz eines wassersparenden Vakuumsystems mit nur einem Liter Wasser pro Spülgang aus.



WC-Spülungen

Vakuumsystem mit einem Liter Wasser pro Spülgang



Öffentliche Sanitärbereiche

Zeitschaltungen und Infrarotsteuerung



Duschen

Durchflussbegrenzer bei Waschbecken und Duschen



Wäscherei

Modernste Waschtechnik an Bord, z. B. Tunnelwasher, sorgten für Halbierung der Wasserverbrauchsrate pro Kilogramm Wäsche seit 2008



Vakuumsaugsystem Food

Vakuumsaugsystem im Hotel- und Gastronomiebereich



Maßnahmen zur Reinigung

„Advanced Waste Water Purification System“ zur Reinigung der unterschiedlichen Abwässer an Bord, etwa in Membrankläranlagen und Entlüftungsanlagen



Bilgenwasserbehandlung

Separatoren trennen das im Maschinenraum anfallende Wasser von Ölrückständen





Frischwasser produzieren

In modernen Umkehrosmoseanlagen produzieren wir an Bord aus Meerwasser bestes Trinkwasser. Pro Tag erzeugt eine Anlage bis zu 600.000 Liter hochwertiges Trinkwasser für unsere Gäste und die Crew. Dadurch müssen wir in den Häfen nur noch sehr selten Frischwasser aufnehmen. Somit schonen wir die Ressourcen an Land.

Abwasser aufbereiten

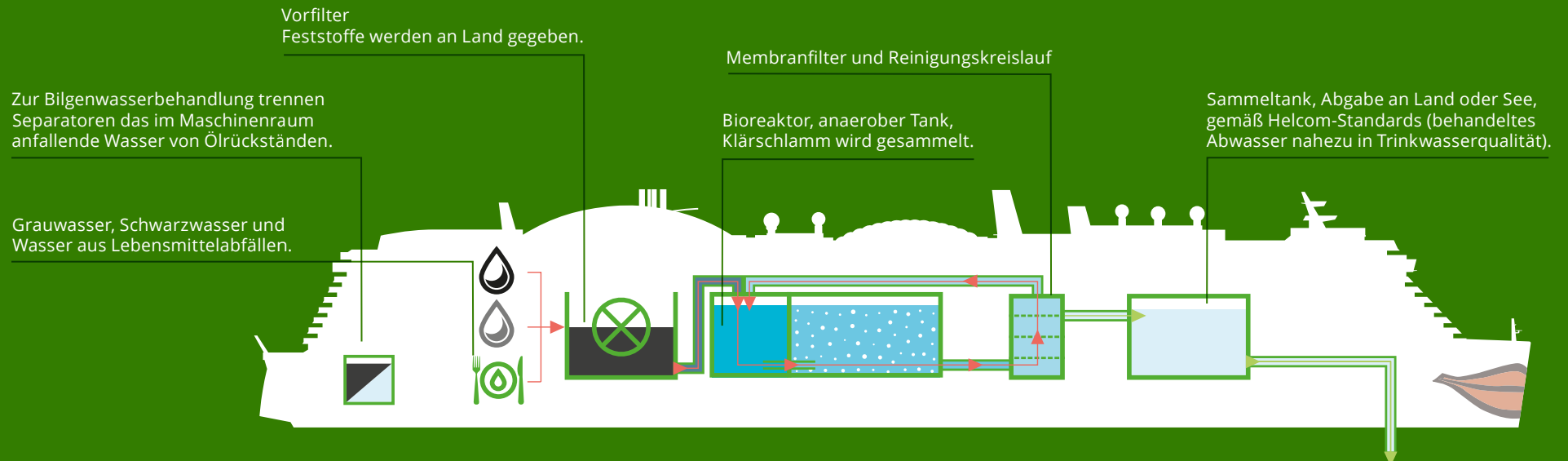
GRI: 306-1

In vielen Bereichen gehen wir über die hohen internationalen Umweltstandards für die Aufbereitung und Entsorgung von Abwässern in der maritimen Wirtschaft (MARPOL) hinaus. So nutzen wir an Bord unserer seit 2007 in Dienst gestellten Schiffe biologische Membrankläranlagen. Sie bereiten das Abwasser nahezu in Trinkwasserqualität auf. Außerdem achten wir schon

bei der Routenplanung darauf, dass Abwasser in den Häfen möglichst an zertifizierte Entsorger abgegeben wird. Neben „normalem“ Abwasser fällt an Bord aber auch mit Öl verschmutztes Wasser an. Dafür hat jedes AIDA Schiff zwei Entölungsanlagen an Bord. Sie trennen im Kielraum anfallendes sogenanntes Bilgenwasser von möglichen Ölrückständen.

Weil Wasserschutz elementar ist, hat sich AIDA bereits 2008 verpflichtet, in der gesamten Ostsee keine unbehandelten Abwässer einzuleiten. Wir erfüllen die strengen HELCOM-Grenzwerte (Baltic Marine Environment Protection Commission, kurz Helsinki Commission) in der Ostsee.

Abwassermanagement





Biodiversität



Meere schützen, Biodiversität erhalten

Für den Erhalt der Umwelt und die Nachhaltigkeit unseres Geschäfts ist die Gesundheit der Ozeane von größter Bedeutung. Überall, wo unsere Schiffe fahren, erfüllen oder übertreffen wir deshalb internationale, nationale und lokale Umweltgesetze. Um unseren Einfluss auf die biologische Vielfalt so gering wie möglich zu halten, arbeiten wir konsequent daran, das Leben im Meer zu schützen. Wir entsorgen unsere Abfälle verantwortungsvoll und setzen neue Technologien ein, um die Abwassereinleitungen zu minimieren und die Qualität unserer Luftemissionen zu verbessern. Wir stehen im Dialog mit Umwelt- und Naturschutzorganisationen, um deren Programme und Initiativen im Bereich unserer Aktivitäten, wo operativ möglich, zu unterstützen. Darüber hinaus arbeiten wir im Rahmen der Carnival Corporation mit Organisationen zusammen, die sich für den Schutz und die Erforschung der Meere einsetzen.

An Land und auf See: Artenvielfalt bewahren

Kontinuierlich erweitern wir unser Angebot nachhaltiger Ausflüge. So bieten wir Gästen beispielsweise Exkursionen an, bei denen sie Wale, Delfine und andere Tierarten in ihrem natürlichen Lebensraum beobachten können. Dabei arbeiten wir mit Anbietern zusammen, die darauf achten, dass die Tiere durch die Touristen nicht gestört werden.

Darüber hinaus achten wir schon bei der Routenplanung darauf, Meeressäuger zu schützen. Wir planen mit den empfohlenen Reisegeschwindigkeiten und ändern auch kurzfristig unsere Fahrtrouten, damit unsere Schiffe Tiere, wie etwa den Glattwal im Golf von St. Lorenz, nicht stören oder irritieren. Zudem unterstützt unsere Muttergesellschaft Carnival Corporation viele Projekte zur Bewahrung und Förderung der Biodiversität in den Weltmeeren.

Für AIDA ist es zudem selbstverständlich, dass keine bedrohten Tierarten ihren Weg auf die Speisekarten der Bordrestaurants finden.

Technisch mitgedacht: Ökosysteme schützen

Damit unsere Schiffe sicher durch die Meere gleiten können, kommt auch sogenanntes Ballastwasser zum Einsatz. Es dient der Stabilisierung von Schiffen. Allerdings können mit dem Ballastwasser auch Organismen wie Plankton oder andere Mikroorganismen aufgenommen und beim Ablassen in anderen Regionen der Welt wieder freigesetzt werden.

An Bord unserer AIDA Schiffe verwenden wir als Ballastwasser weitgehend sogenanntes Permeat (geklärtes Abwasser). Dadurch müssen

wir kaum Meerwasser als Ballast nutzen. Sollte es jedoch ausnahmsweise nötig sein, vermeiden wir mit unseren hochmodernen Ballastwasserbehandlungsanlagen, dass fremde Organismen in andere Ökosysteme eingetragen werden. Damit erfüllen wir die Standards der Ballastwaserkonvention der IMO.

Für den Schutz der maritimen Ökosysteme ist aber auch der Anstrich der Schiffsrümpfe relevant. Denn an Schiffsrümpfen siedeln sich unterschiedliche Organismen an. AIDA Schiffe sind mit einem Spezialunterwasseranstrich behandelt, der den Bewuchs am Unterschiff minimiert. Mit AIDAcara wird derzeit ein neuartiger Anstrich getestet, der den Unterwasserbewuchs nahezu vollständig vermeiden soll. Zudem werden die Schiffsrümpfe regelmäßig gereinigt, was nicht nur die Reibung und dadurch den Treibstoffverbrauch minimiert, sondern auch verhindert, dass Fremdorganismen in andere Meere gelangen. Auf AIDAbella wurde außerdem ein spezielles Messgerät zur Erfassung der Schubkraft und detaillierten Betrachtung des Bewuchsgrades installiert. Ziel ist es, basierend auf diesen Ergebnissen die Reinigungsintervalle individueller zu bestimmen.





Verantwortung für unsere Mitarbeiter

Wir sind ein Team

Wir sind ein Team	46
Mitarbeiterzufriedenheit	48
Ausbildung, Weiterbildung und Entwicklung	55
Vereinbarkeit von beruflichem und privatem Leben	60
Diversität, Chancengleichheit und Förderung von Menschenrechten	61



Verantwortung für
unsere Mitarbeiter

Wir sind ein Team



GRI: 102-8, 102-16

Engagierte und leistungsstarke Mitarbeiter sind Teil des Erfolges von AIDA. Sie begeistern unsere Gäste, bieten beste Servicequalität und stehen ihnen stets mit fachlicher Kompetenz zur Seite. Wir wissen:

Nur zufriedene Mitarbeiter können unseren Gästen mit dem sprichwörtlichen AIDA Lächeln begegnen. Deshalb ist es unser zentrales Anliegen, ein attraktives und sicheres Arbeitsumfeld für sie zu schaffen. Durch Aus- und Weiterbildung unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, ihr Potenzial zu entfalten und ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln.

2019 waren bei AIDA im Durchschnitt rund 15.600 Mitarbeiter aus über 60 Nationen tätig, rund 90 Prozent davon an Bord und rund 10 Prozent an Land. Der Großteil unserer internationalen Crew stammt aus Deutschland und der Europäischen Union (32,6 Prozent) sowie von den Philippinen (36,4 Prozent). 14,2 Prozent der Mitarbeiter kommen aus Indien, 9,2 Prozent aus Indonesien. Auch an Land sind wir 2019 internationaler geworden: 89,3 Prozent unserer Mitarbeiter kommen aus Deutschland, 4,9 Prozent aus Italien sowie 1,2 Prozent aus Großbritannien und Österreich.



Verbindende Werte, vielfältige Kultur

Jeder Einzelne unserer Mitarbeiter trägt mit seinen Fähigkeiten zum Erfolg von AIDA bei, zusammen bilden wir ein starkes Team. An Bord und an Land heißt es: Wir arbeiten Hand in Hand, um unseren Gästen ein unvergessliches Urlaubserlebnis zu bieten. Teamarbeit ist deshalb ebenso in unserer Unternehmenskultur verankert wie Respekt und Weltoffenheit. WE ARE COLORFUL – das ist eines unserer Leitmotive. Es steht für kulturelle Vielfalt und Inklusion, die unser Unternehmen Tag für Tag bereichern.

Das Fundament unserer Unternehmenskultur sind unsere Werte, die AIDA Values. Zu ihnen gehören gegenseitiges Vertrauen und Respekt, leidenschaftliches Engagement und die Anerkennung der Vielfalt unserer Mitarbeiter.

Diese Werte verbinden uns in der täglichen Arbeit und auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft. Tag für Tag werden sie an Bord und an Land mit Leben gefüllt.

Unsere Werte sind darüber hinaus fester Bestandteil unserer Recruitingprozesse, der jährlichen Leistungsbeurteilung aller Mitarbeiter, der Neueinsteigerprogramme sowie aller Führungskräfte trainings.

Aus den vier Werten (respect, trust, passion, colorful) leiten sich unsere verbindlichen Verhaltensnormen des täglichen Handelns eines jeden Einzelnen und der Umgang miteinander ab. Unsere Führungskräfte leben die Verhaltensnormen vor und schaffen eine Arbeitsatmosphäre, die es allen ermöglicht, diese umzusetzen.

Was wir von unseren Mitarbeitern und Führungskräften erwarten, haben wir in unserem Kompetenzmodell definiert. Das Modell ist zugleich der rote Faden für Beurteilungs- und Entwicklungsmaßnahmen.

Wenn es um unsere Mitarbeiter geht, stehen folgende Themen im Fokus unseres nachhaltigen Handelns:

- Mitarbeiterzufriedenheit
- Ausbildung, Weiterbildung und Entwicklung
- Vereinbarkeit von beruflichem und privatem Leben
- Diversität, Chancengleichheit und Förderung von Menschenrechten



AIDA Werte

GEMEINSAM sind wir **VIELFÄLTIG**, zeigen **RESPEKT**, sind **LEIDENSCHAFTLICH**, schaffen und erhalten **VERTRAUEN** – für eine **SICHERE**, **ERFOLGREICHE** und **NACHHALTIGE** Zukunft.

Ich schaffe **VERTRAUEN**, indem ich ...

- ... höchste Priorität auf Sicherheit und den Schutz unserer Umwelt lege.
- ... offen und transparent kommuniziere.
- ... verantwortungsbewusst, zuverlässig und entsprechend unserer Standards und Richtlinien agiere.
- ... ständig dazulerne und anderen die Möglichkeit gebe, sich zu entwickeln.
- ... ein professioneller und achtsamer Partner bin.

Ich zeige **RESPEKT**, indem ich ...

- ... jeden anerkenne und wertschätze.
- ... jeden gleich und freundlich behandle.
- ... mir die Zeit nehme, zuzuhören.



**United – for a safe,
successful and sustainable future.**

Ich bin **LEIDENSCHAFTLICH**, weil ich ...

- ... Initiative ergreife und neue Ideen einbringe.
- ... zielstrebig für den Erfolg arbeite.
- ... für höchste Qualität und besten Service stehe.
- ... mit meiner Begeisterung und Energie zu einer guten Atmosphäre beitrage.
- ... immer mehr gebe, als der Gast erwartet.

Ich lebe **VIELFALT**, weil ich ...

- ... gern mit unterschiedlichen Menschen zusammenarbeite.
- ... aufgeschlossen, umgänglich, neugierig und weltoffen bin.
- ... involviere und integriere.





Verantwortung für
unsere Mitarbeiter

Mitarbeiterzufriedenheit



Zufriedene Mitarbeiter, begeisterte Gäste

Unsere Mitarbeiter sind Botschafter unseres Unternehmens. Ob an Bord oder an Land, sie sorgen nicht nur für zufriedene Gäste, sondern mehr noch: Sie begeistern unsere Gäste und lassen sie unvergessliche Urlaubsmomente erleben. Voraussetzung dafür ist, dass sich unsere Mitarbeiter mit ihrer Arbeit und unserem Unternehmen identifizieren können, dass sie sich wertgeschätzt fühlen, sicher, gesund und zufrieden sind. Dafür bieten wir ihnen eine Arbeitsumgebung, die von Vertrauen, Respekt und einer ausgewogenen Work-Life-Balance gekennzeichnet ist. Es ist unser Ziel, ihnen die bestmögliche medizinische Versorgung zu bieten und sicherheitsbedingte Unfälle stetig weiter zu verringern. Um die besten Talente für AIDA zu gewinnen, haben wir 2019 unsere Positionierung als attraktiver Arbeitgeber weiter ausgebaut.

Fest verankert: Strategie und Steuerung

Die Schifffahrt ist die einzige Branche mit detaillierten Beschäftigungsvorschriften, die weltweit einheitlich durchgesetzt werden. Die internationale Basis für Regelungen zum Arbeitsrecht auf Kreuzfahrtschiffen ist die Maritime Labour

Convention (MLC) der International Labour Organization (ILO), einer Unterorganisation der Vereinten Nationen. Sie umfasst die grundlegenden Arbeitsbedingungen, wie einheitliche und verbindliche Mindeststandards für Gesundheit, Sicherheit, Mindestalter, Rekrutierung, Arbeitszeiten, Unterbringung an Bord sowie soziale Sicherheit und garantiert angemessene Lebensbedingungen. An Bord von AIDA kommen alle oben genannten internationalen Vorschriften sowie die Gesetze der jeweiligen Heimatländer unserer Seeleute zur Anwendung. AIDA fährt unter einer europäischen Flagge (Italien). Daher gelten für uns ebenfalls die jeweiligen italienischen Gesetze und Verordnungen, Regelungen zum Arbeitsschutz sowie zur Unterbringung der Crew.

Unsere Gehaltssysteme sind ausnahmslos mit den zuständigen Gewerkschaften ausgehandelt und berücksichtigen alle oben aufgeführten Aspekte, die in verschiedenen Tarifabkommen verankert sind.



Sehen Sie
das Crew Video
der AIDAnova:
[> Video ansehen](#)

Überprüft wird die Erfüllung der international verbindlichen Arbeits- und Sozialstandards von einer der weltweit führenden Klassifikationsgesellschaften: DNV GL.

Mit unseren Sicherheitsmanagementsystemen (SMS), Ausschüssen für die Sicherheit am Arbeitsplatz und gezielten Schulungsprogrammen sorgen wir für eine möglichst sichere Arbeitsumgebung. Durch Gefährdungsbeurteilungen, Unfallüberprüfungen und Inspektionen unterstützen die Sicherheitsausschüsse die Reduzierung von Unfällen an Bord. Sie fördern insgesamt das Sicherheitsbewusstsein und helfen, Risiken vorzubeugen. Sicherheitsarbeitsgruppen tauschen zudem ihre Erfahrungen und bewährte Praktiken konzernweit aus.

Die Meinung der Mitarbeiter hat bei AIDA einen hohen Stellenwert.

Es ist Teil der Unternehmenskultur, sich auszutauschen, jederzeit Fragen zu stellen oder auch Bedenken zu äußern. An Bord unserer Schiffe wählen die Besatzungen Arbeitnehmervertretungen, die Speakers Committees. Sie vertreten die Interessen der Crew und erhalten einen vom Unternehmen bereitgestellten finanziellen Fonds zur freien Verfügung. Er kann beispielsweise für soziale Zwecke oder gemeinsame Freizeitaktivitäten eingesetzt werden. An Land vertritt der Betriebsrat die Interessen der Mitarbeiter. Er wurde zuletzt 2018 gewählt und besteht aus 13 ordentlichen Mitgliedern.





Verantwortung für
unsere Mitarbeiter

An Bord und an Land: Teamgeist und Identifikation

Eine Kernmaßnahme, mit der wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter während ihrer Zeit an Bord erhalten und kontinuierlich weiter steigern wollen, ist unser Crew-Initiative „I LOVE TO SEE YOU SMILE“. Das Programm ist auf die folgenden fünf Kernthemen fokussiert, zu denen wir im engen Austausch mit unseren Kollegen an Bord vielfältige Maßnahmen entwickelt haben.

Atmosphäre

Sobald unsere neuen Crew-Mitglieder an Bord kommen, sollen sie sich bei uns wie zu Hause fühlen, denn die Besatzung an Bord wird für die nächsten Monate ihre Ersatzfamilie. Damit sie sich vom ersten Tag an wohlfühlen können, haben wir unsere Crew-Bereiche farbenfroh gestaltet und heißen sie z. B. mit Selfiepoints oder mit Motivationssprüchen in den verschiedenen Landessprachen willkommen. Ein Guiding-System hilft zusätzlich bei der besseren Orientierung im Crew-Bereich und unterstützt somit das schnellere Einleben. An Geburtstagen wird jedes Crew-Mitglied mit einem persönlichen Gruß überrascht.



Atmosphäre



Health & Sports



Discover & Enjoy



Learn & Develop



Benefits

Health & Sports

Eine gesunde und abwechslungsreiche Ernährung ist eine wichtige Grundlage für die Motivation und das Wohlbefinden unserer Besatzung. Unsere Crew-Messen haben nahezu rund um die Uhr geöffnet. Das kostenlose Angebot ist abwechslungsreich und berücksichtigt die unterschiedlichen religiösen und kulturellen Gewohnheiten der verschiedenen Nationen an Bord. Die Zubereitung der Speisen erfolgt durch eigene Crew-Köche aus den verschiedensten Nationen und ist zertifiziert. Zudem arbeiten wir an einem Konzept, das über ein Bonusprogramm der Crew zusätzliche Anreize geben soll, unser vielfältiges Sportangebot in der Freizeit zu nutzen.





Verantwortung für unsere Mitarbeiter

Discover & Enjoy

Gemeinsame Events

Es ist uns wichtig, das Zusammengehörigkeitsgefühl, aber auch das Verständnis für die jeweils anderen Kulturen zu fördern. So gehört es z. B. bei AIDA zur Tradition, dass wir mit unserer Crew gemeinsam die jeweiligen Nationalfeiertage ihrer Heimatländer feiern.

Im Rahmen unserer Initiative „I love to see you smile“ wollen wir allen Mitarbeitern die jeweiligen Bräuche und Traditionen der einzelnen Länder vermitteln und somit zur Verständigung zwischen den verschiedenen Kulturen und Nationalitäten beitragen.

Mit gemeinsamen Kochevents, Führungen an Bord oder unseren traditionellen Festen zum Jahreswechsel fördern wir auch jenseits des Arbeitsalltags den Austausch zwischen unseren Land- und Bordmitarbeitern. Auch die Familien unserer Mitarbeiter an Land beziehen wir in unser Programm mit ein. So haben wir z. B. 2019 für die Schulklassen der Kinder unserer Mitarbeiter Bordbesuche verlost, in deren Rahmen sie die Welt von AIDA entdecken konnten. Regelmäßig bieten wir unseren Mitarbeitern Freikarten für kulturelle Veranstaltungen wie Theaterbesuche, Sportevents oder Konzerte an, die sie mit der ganzen Familie besuchen.

Persönliche Ansprache & Wertschätzung

Gemeinsam mit unseren Gästen und Kollegen erleben unsere Mitarbeiter jeden Tag einzigartige Momente, die ihnen ein Lächeln ins Gesicht zaubern. Mit unserer Initiative „I love to see you smile“ teilen wir miteinander diese schönen Erlebnisse und das Lob und die Wertschätzung von Gästen und Mitarbeitern. Wir haben 2019 erneut unsere Gäste eingeladen, ihre SMILING MOMENTS mit uns zu teilen und Mitarbeiter zu nominieren, die ihnen ein Lächeln ins Gesicht gezaubert haben. Wer die meisten Nominierungen erhalten hat, wurde am Ende einer Reise in Anwesenheit vieler Gäste mit einem SMILING STAR Award ausgezeichnet. Eine Anerkennung, die jeden motiviert.

AIDA zeichnet regelmäßig einzelne Mitarbeiter (Employee of the Month) und ganze Teams für besonders gute Leistungen, Teamarbeit und Flexibilität aus. An Land wird das Engagement unserer Mitarbeiter ebenfalls gewürdigt. Hier sind es die Mitarbeiter selbst, die ihre Kollegen zum SMILING STAR küren. Mit neuen Kategorien wie dem JUNIOR SMILING STAR und dem HR SMILING STAR schaffen wir weitere Motivationsanreize.

Mit „I love to see you smile – Crewmade“ binden wir die Ideen unserer Crew ein, denn wer könnte anhand der Erfahrungen aus seinem Berufsalltag bessere Anregungen liefern? Wir berichten darüber im Intranet und auf weiteren internen Kommunikationskanälen. So können erfolgreiche Aktionen von den verschiedensten Schiffen aufgegriffen, adaptiert oder auch erweitert werden.


Sowohl an Bord als auch an Land überraschen wir unseren Kollegen regelmäßig zu verschiedenen Anlässen und Themen mit den „I love to see you smile“-Postkarten.

Mit einem „Augenzwinkern“ werden hier Themen wie Freundschaft, Dankbarkeit, Loyalität und Teamgeist aufgegriffen und visualisiert.

Für die Besatzung von AIDAnova haben wir 2019 ein Pilotprojekt gestartet: die Crew News.

Sie ergänzen das Intranet und enthalten viele nützliche Tipps und Infos rund um das Bordleben oder für Ausflüge in der Freizeit. Die Crew gewinnt Eindrücke aus anderen Abteilungen, erhält interessante Informationen vom Schiffsrat und kann sich selbst redaktionell mit einbringen. Die Crew News von AIDAnova dienen als Vorbild für einen regelmäßigen Newsletter, den wir seit Beginn der Coronakrise an Bord aller AIDA Schiffe eingeführt haben, um unsere Crew in Zeiten von Social Distancing mit allen wichtigen Informationen rund um das Bordleben und vielen nützlichen Tipps auf dem Laufenden zu halten.

I ♥ 2CU:)

I lost
my heart
to the
Sea 





Verantwortung für
unsere Mitarbeiter



72%

**ALLER MITARBEITER NAHMEN 2019
AN UNSERER BEFRAGUNG TEIL**

Benefits

GRI: 401-2

Mit unseren Benefits schaffen wir einen vielseitigen Ausgleich zur Arbeit. So haben wir für alle Mitarbeiter das Paket „AIDA 4 me“ geschnürt. Es enthält u. a. verschiedene Angebote wie Reisen zu Mitarbeiterkonditionen, Vergünstigungen an Bord, Sonderkonditionen bei Sport, Wellness, Gesundheit und Freizeit sowie bei unternehmensnahen Gesellschaften. Der aktuelle Stand ist im Intranet für jeden schnell und einfach nachzulesen. Zu den weiteren Vorzügen des „AIDA 4 me“-Pakets gehören u. a. je nach Vertragsgestaltung auch eine betriebliche, arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge und Mitarbeitergratifikationen.

Jedes Crew-Mitglied hat in seiner Freizeit die Möglichkeit, auf Landgängen die schönsten Urlaubsdestinationen weltweit zu entdecken oder nahezu alle Angebote in den öffentlichen Gästebereichen zu nutzen, einschließlich des Unterhaltungs- und Fitnessprogramms an Bord. Es gibt für die Crew ein eigenes Restaurant, ein Sonnendeck, eine Sauna sowie einen Sportbereich. Auf alle Waren und Serviceangebote erhält jedes Crew-Mitglied zudem Ermäßigungen sowie 500 MB freies WLAN an Hafentagen, um mit den Lieben zu Hause in Kontakt zu bleiben.

Mitarbeiterbefragung

Wir wollen die Wünsche und Bedürfnisse unserer Mitarbeiter kennen und uns als Arbeitgeber weiterentwickeln. Deshalb führen wir jedes Jahr eine unternehmensweite Mitarbeiterbefragung durch. 2019 nahmen 72 Prozent aller Mitarbeiter an Land und an Bord daran teil. Mit diesem großartigen Ergebnis konnten wir die Beteiligungsquote erneut deutlich steigern. Wie auch im Vorjahr bewerten Land- wie Bordmitarbeiter vor allem die freundliche und faire Atmosphäre sowie die Teamkultur und die Wertschätzung jedes Einzelnen bei AIDA sehr positiv. Aus den Ergebnissen haben wir bereits erste Anregungen und Wünsche abgeleitet und umgesetzt. Ein Beispiel aus dem Jahr 2018: ein kostenloses WLAN-Paket über 500 MB monatlich für die Crew im Jahr 2019. Außerdem haben wir 2019 entsprechend den Wünschen unserer Crew die Vertragslängen flexibler gestaltet.





Angebote für unsere Mitarbeiter

GRI: 401-2



Work

Motivierendes Arbeiten

Zu unseren Angeboten für Mitarbeiter an Land und an Bord zählen unter anderem:

- Arbeiten in internationalen Teams
- Persönliche Begleitung in der Einarbeitungszeit
- Umfangreiches Weiterbildungsangebot und kostenfreier Zugang zum E-Learning-System
- Hohe verbindliche Arbeitssicherheits- und Sozialstandards
- Onlinebasierter Dienstreiseservice
- Mitarbeiterrestaurant
- Einladungen zu Firmen-Events
- Angebote zur betrieblichen und privaten Altersvorsorge
- Kostenlose Arbeitsbekleidung, Bettwäsche und Handtücher sowie Kabinenreinigung an Bord



Benefits

Vorteile voll genießen

Zu unseren Angeboten für Mitarbeiter zählen unter anderem:

- Prämien für herausragende Leistungen, z. B. „Employee of the Month“, oder langjährige Mitarbeiter, z. B. „Seniority Awards“, an Bord unserer Schiffe
- Vergünstigungen für private Urlaubsreisen
- Ermäßigungen bei verschiedenen Partnerunternehmen
- Vergünstigungen für das RSAG-JobTicket
- Poolfahrräder und Poolautos zur privaten Nutzung
- Vergünstigungen bei Crew-Ausflügen sowie Einkäufen im Gästebereich
- Kostenlose Shuttles für die Crew
- Crew Handhelds an Bord von AIDAnova zur Unterstützung der Kommunikation
- Möglichkeit, an Bord Internet, TV, Telefon und eine Auswahl von Büchern und Filmen zu nutzen



Health

Balance halten

Unsere Mitarbeiter profitieren unter anderem von:

- Kostenfreier medizinischer Versorgung an Bord
- Vergünstigten Angeboten in verschiedenen Fitnessclubs an Land
- Betrieblicher Gesundheitsvorsorge, Präventionskursen
- Sportangeboten für die Freizeit, u. a. creweigenes Fitnessstudio und Zugang zum Gästefitnessbereich an Bord
- Verschiedenen Sportmöglichkeiten im Team (z. B. AIDA Volleyballteam, AIDA Drachenbootteam etc.)
- Jährlich stattfindenden Gesundheitstagen, betriebsärztlichen Vorsorgeuntersuchungen und Gripeschutzimpfungen



Family and Friends

Unsere Mitarbeiter an Land bieten wir unter anderem:

- Unterstützung mit hilfreichen Informationen bei der Familiengründung
- Kooperationen mit Krippen und Kindergärten (Belegplätze)
- Familien-Events
- Angebote zur Kinderbetreuung bei beruflichen und privaten Anlässen
- Ferienangebote für Kinder
- Bordbesuche für Freunde und Familie





Verantwortung für unsere Mitarbeiter



Hier geht's zur Crew:
> Videos ansehen

Fair geregelt: Vergütung und Arbeitsbedingungen

GRI: 102-41

Die Maritime Labour Convention legt die Mindeststandards für die Vergütung an Bord eines Kreuzfahrtschiffes fest. Unsere verschiedenen Gehaltsstufen gehen darüber hinaus und werden regelmäßig gemeinsam mit den Tarifpartnern überprüft. Bei AIDA honorieren wir außerdem die Betriebszugehörigkeit unserer Mitarbeiter und bieten eine umsatzorientierte Vergütung sowie individuelle Zielvereinbarungen an. Zusätzlich honorieren wir besondere Sprachkenntnisse (z. B. der deutschen Sprache) unserer asiatischen Crew mit Gehaltszulagen. Für herausragende Leistungen zahlt AIDA Sonderprämien. Neben dem Gehalt bieten wir unseren Mitarbeitern an Bord selbstverständlich freie Kost und Logis, kostenlose medizinische Versorgung sowie verschiedenste kostenlose Aus- und Weiterbildungsangebote. Die Arbeitsbekleidung wird ebenfalls kostenlos vom

Unternehmen gestellt. Alle Crew-Mitglieder an Bord wohnen ausschließlich in Einzel- oder Zweibettkabinen, die mit Fernsehen, Internet und Bad ausgestattet sind.

Unser ausbalanciertes Gehaltssystem für unsere Crew gewährleistet eine faire Behandlung aller Nationalitäten sowie eine gleichwertige Entlohnung. Damit sollen vergleichbare Lebensstandards für die Seeleute und ihre Familien zu Hause sichergestellt werden.

Unsere Mitarbeiter verdienen in der Regel mehr, als sie für vergleichbare Tätigkeiten in ihrem Heimatland erhalten würden. Dies ermöglicht es ihnen, mit ihrem Einkommen ihre Familie zu unterstützen und Vermögen zu bilden. AIDA leistet damit indirekt einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in Schwellen- und Entwicklungsländern. Durch die kostenfreie Aus- und Weiterbildung eröffnen wir den Seeleuten zudem Karriereperspektiven in ihren Heimatländern nach ihrer Zeit an Bord unserer Flotte.

Nachwachskräfte anziehen: Employer Branding

Unsere Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolges. Deshalb ist es für uns elementar, ein Arbeitgeber zu sein, bei dem die Menschen mit Begeisterung tätig sind. Unser Ziel ist es, auch in Zukunft die besten Fach- und Führungskräfte zu gewinnen und dauerhaft zu binden. Deshalb investieren wir gezielt in ein aussagekräftiges Employer Branding, vor allem über ausgewählte soziale Netzwerke wie Instagram, Facebook, XING und LinkedIn. Durch vielfältige Recruitingmaßnahmen, wie Messen oder Kooperationen mit Hochschulen, treten wir in den direkten Kontakt mit potenziellen Nachwuchskräften.

Kampagnen mit dem AIDA Spirit

Im Rahmen unseres Employer Brandings setzen wir kreative Kampagnen um, die den besonderen AIDA Spirit erlebbar machen.

Indem wir dabei unsere Mitarbeiter zu Wort kommen lassen, zeigen wir authentisch, wie die Arbeit bei AIDA aussieht. Großen Erfolg feierte unsere HR-Kampagne „DIE CREW“ – eine Reality-Doku auf Instagram. Darin gaben beispielsweise sechs Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen einen Einblick in den Alltag auf hoher See und teilten ihre Träume mit den Abonnenten.

Angespornt durch den Erfolg dieses Formats haben wir 2019 die Kampagne mit der Serie „THE CREW JOURNEY“ auf Instagram, Facebook und Youtube fortgesetzt. Wir haben drei externe Bewerber aus den Bereichen Gastronomie, Activities & Guest Services gesucht, die aus ihrem bisherigen Arbeitsalltag direkt in die bunte AIDA Jobwelt springen wollten.

Während einer zweiwöchigen Jobreise an Bord von AIDAPERLA konnten sie in verschiedenste Arbeitsbereiche an Bord hineinschnuppern und sich dabei den unterschiedlichsten Herausforderungen stellen.

Neben den erfolgreichen Videoformaten ging 2019 auch unser Karriere-Podcast „CREW STORIES“ auf Sendung.

Er richtet sich an alle, die sich für eine Laufbahn bei AIDA interessieren. Darin teilen Crew-Mitglieder ihre ganz persönlichen Erlebnisse und Erfahrungen an Bord von AIDA und geben exklusive Einblicke in das Crew-Leben.

Mit dem Programm „EXPI YOU – von Azubis für Azubis“ hatten 2019 darüber hinaus Auszubildende der Tourismusbranche aus ganz Deutschland die Möglichkeit, persönlich in die AIDA Welt einzutauchen und einen Blick hinter die Kulissen zu werfen.

Auch die Vernetzung mit anderen Unternehmen und Hochschulen ist für uns ein wichtiger Faktor, um die besten Nachwuchskräfte für AIDA zu gewinnen.

THE CREW JOURNEY
READY FOR THE JOB OF YOUR LIFETIME?

FOLGE DER SERIE TÄGLICH BEI INSTAGRAM UND YOUTUBE

Mitarbeiterzufriedenheit | 53

AIDA CAREERS | FIND YOUR STORY. www.aida.de/careers





Verantwortung für unsere Mitarbeiter

Einbinden und kommunizieren: Mitarbeitermedien

Unsere Mitarbeiter sind weltweit im Einsatz. Daher ist das Intranet unser wichtigstes Medium zur Mitarbeiterkommunikation. Abrufbar über PC, Laptop oder auch private mobile Endgeräte bietet es alle wichtigen News aus den verschiedensten Bereichen des Unternehmens und von Bord der Schiffe. Der Zugang zum Intranet ist personalisiert und Inhalte können untereinander geteilt werden.

Mit der Einführung des Crew Portals 2019 haben wir unser Angebot weiter ausgebaut. Das Crew Portal ist eine digitale Kommunikations- und Self-Service-Plattform für die Besatzung an Bord. Über einen zusätzlichen persönlichen Log-in ermöglicht es dem Einzelnen den direkten Zugriff auf alle personenbezogenen und vertragsrelevanten Daten sowie Unternehmensrichtlinien, die bisher noch per E-Mail oder per Post zugestellt wurden ... Zudem bieten wir allen unseren Crew-Mitgliedern seit 2019 eine Service-Hotline an, über die sie ihre Anliegen direkt an die Personalabteilung an Land adressieren können.

Vier Mal im Jahr veröffentlichen wir unser Mitarbeitermagazin „WIR“. Wie der Titel bereits zum Ausdruck bringt: Mit dem Magazin wollen wir das Gemeinschaftsgefühl bei AIDA stärken – über alle Teams hinweg, an Bord und an Land. Entsprechend enthält es einen Querschnitt aus der faszinierenden AIDA Welt. Neuheiten auf den Schiffen werden ebenso vorgestellt wie

beispielsweise spannende Weiterbildungsangebote, Mitarbeiterstorys und Termine.

Die Covid-19-Pandemie bringt auch kommunikative Herausforderungen mit sich, denn die Mitarbeiter haben ein verstärktes Bedürfnis, sich gut informiert und sicher zu fühlen. Das Ziel der internen Kommunikation: ganzheitlich, aktuell und auf Augenhöhe berichten. Die Mitarbeiter an Bord und im Homeoffice an Land werden deshalb seit Mitte März 2020 zusätzlich mit dem täglichen Newsletter „AIDA Aktuell“ so schnell und transparent wie möglich informiert. Dieser bündelt Unternehmensnachrichten, informiert über aktuelle Entwicklungen und Entscheidungen und sorgt dank der Einführung weiterer „bunter“ Rubriken im AIDA Intranet auch für ein Stück Unterhaltung in schwierigen Zeiten.

Auszeichnungen als Arbeitgeber

AIDA wurde 2019 erneut vom internationalen Research-Unternehmen Top Employers Institute als „Top Arbeitgeber Deutschland“ ausgezeichnet.

Die jährlich durchgeführte Untersuchung analysiert weltweit führende Arbeitgeber.

Bei den alljährlichen Awards des unabhängigen Marktforschungs- und Beratungsunternehmens Tendance sicherte AIDA sich zudem den ersten Platz in der Kategorie „Attraktivster Arbeitgeber für Fachkräfte im Tourismus“. Im Bereich „Attraktivster Arbeitgeber für Absolventen im Bereich Logistik & Tourismus“ belegte AIDA

Platz drei, ebenso in der Kategorie „Attraktivster Arbeitgeber für Young Professionals im Bereich Tourismus.“

Darüber hinaus hat die Industrie- und Handelskammer zu Rostock das Kundencenter von AIDA 2019/2020 erneut als „TOP Ausbildungsbetrieb“ ausgezeichnet.





Verantwortung für
unsere Mitarbeiter



Ausbildung, Weiterbildung und Entwicklung



GRI: 401-1

Nachwuchskräfte ausbilden, Mitarbeiter entwickeln

Unser Ziel ist es, den Bedarf an Fachkräften dauerhaft zu decken, die besten Talente für AIDA zu gewinnen und sie an unser Unternehmen zu binden. Fach- und Führungskräften bieten wir ein spannendes, abwechslungsreiches Aufgabenfeld und attraktive Arbeitsbedingungen mit interessanten Karriereaussichten. Gleichzeitig haben wir auch 2019 Berufseinsteigern neue Perspektiven eröffnet. Wir engagieren uns weltweit für den Mitarbeiternachwuchs, indem wir junge Menschen zielgerichtet auf einen Job an Bord vorbereiten. Auf den Philippinen, in Indien, Vietnam, Sri Lanka, Äthiopien, Vietnam, Myanmar und Indonesien haben wir gemeinsam mit Partnern vor Ort kontinuierlich eigene zertifizierte Trainingszentren auf- und ausgebaut. Die Einhaltung der internationalen MLC-Standards sowie unserer eigenen internen Standards wird regelmäßig überprüft.

**2019 konnten wir insgesamt
364 neue Mitarbeiter an Land
und 3.605 an Bord begrüßen.**

Mit jedem neuen Schiff, das AIDA Cruises in Dienst stellt, entstehen im Durchschnitt rund 2.000 zusätzliche Arbeitsplätze. Damit schaffen wir attraktive Beschäftigungs- und Lebensperspektiven. Zudem bieten wir auf die verschiedenen Lebens- und Arbeitssituationen zugeschnittene Arbeitszeitmodelle. Es ist unser Anspruch, der „Arbeitgeber der ersten Wahl“ zu sein: heute und morgen.





Verantwortung für unsere Mitarbeiter

Fest verankert: Strategie und Steuerung

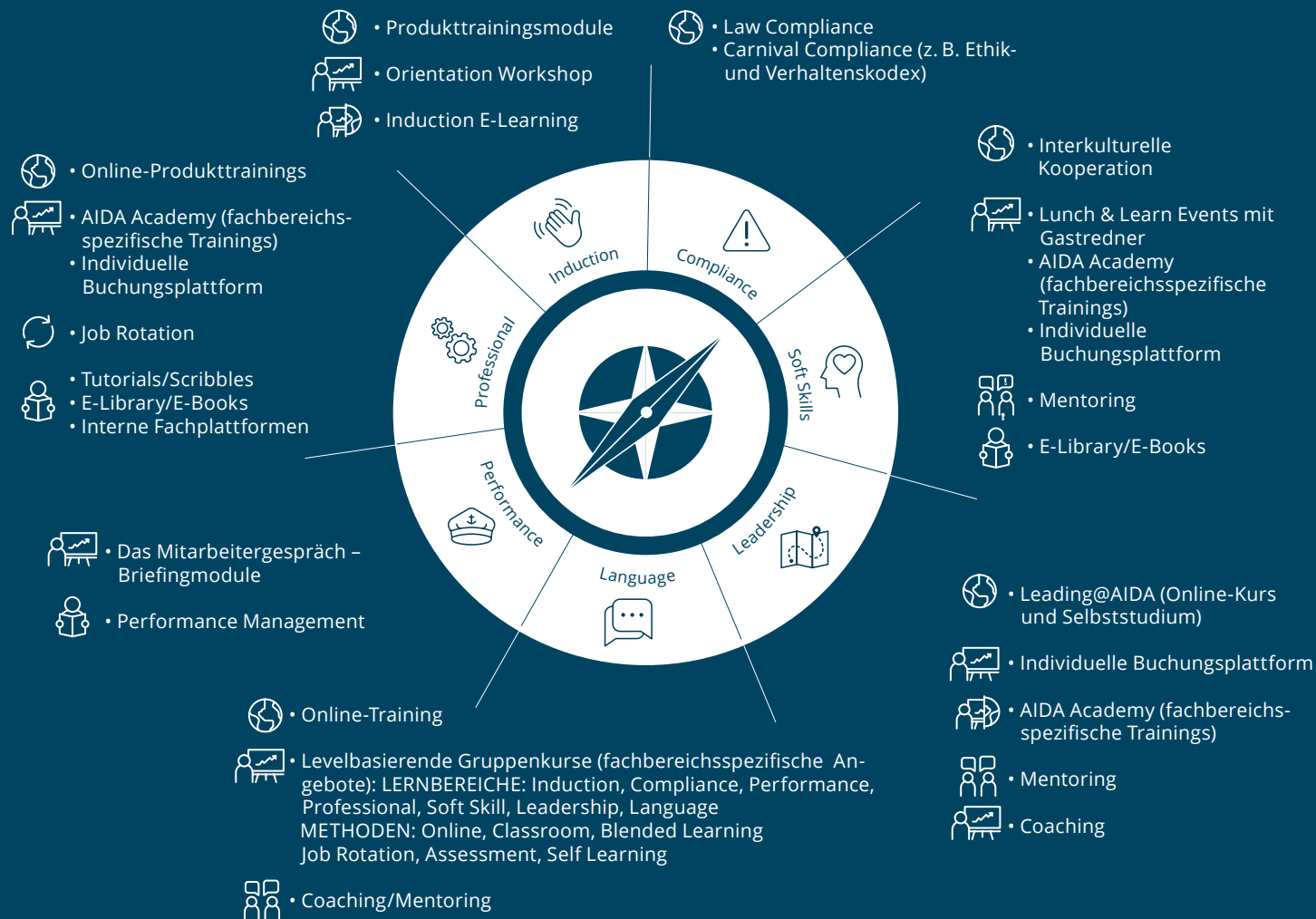
GRI: 404-2, 404-3

Wir wissen um das Potenzial und Talent eines jeden Einzelnen bei AIDA. Deshalb fördern wir die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter auch anhand individueller Ziele. Das Kerninstrument unseres Managementansatzes ist der eigens für AIDA entwickelte Trainings- und Entwicklungskompass. Er enthält auf die verschiedensten Tätigkeiten bei AIDA zugeschnittene Karrierewege und die dafür nötigen Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen.

Daneben dient das AIDA Kompetenzmodell als Managementsystem für die Mitarbeiterentwicklung. In diesem Modell sind für alle Mitarbeiter gültige Verhaltensnormen festgeschrieben und die wichtigsten Erwartungen an unsere Mitarbeiter und Führungskräfte definiert. Es beschreibt, welche Fähigkeiten, Eigenschaften und Einstellungen wir voraussetzen. Das Modell ist zugleich der rote Faden für Beurteilungs- und Entwicklungsmaßnahmen.

AIDA Cruises „Training & Development“-Kompass

Gestalte deinen Entwicklungsweg



Online



Classroom



Blended Learning



Coaching/
Mentoring



Job Rotation



Assessment



Self Learning





Fördern und voranbringen: vielfältige Maßnahmen

GRI: 404-1

AIDA ist ein angesehener Arbeitgeber, in Deutschland und weltweit. So entschieden sich z. B. im vergangenen Jahr mehr als 90 Prozent unserer asiatischen Bordmitarbeiter nach Beendigung eines Vertrags erneut für unser Unternehmen. Wichtige Faktoren dafür sind das hohe Ausbildungsniveau, die guten Karriere- und Verdienstmöglichkeiten und die Arbeit in einem internationalen Team. Dabei sind die Berufsfelder bei AIDA so verschieden wie die Aufgabenvielfalt. Sie reichen beispielsweise von Nautik und Schiffsbetriebstechnik über Hotel, Gastronomie, Entertainment und Gästebetreuung an Bord der AIDA Schiffe bis hin zu IT, Personalwesen, Vertrieb, Marketing oder Finanzen und Controlling an Land.

Wir bilden in unserer Zentrale in Rostock sowohl Kaufleute in den Bereichen Tourismusmanagement, Veranstaltungsmanagement, Büromanagement und E-Commerce als auch Industriekaufleute und Mediengestalter aus.

Online und analog: unsere Weiterbildungsformate

In unseren internationalen Trainingszentren werden jährlich über 3.000 Mitarbeiter in über 200 teilweise mehrwöchigen Trainingsprogrammen für Neueinsteiger, in Professional Trainings sowie in Sprach- und Führungskräfte Trainings aus- und weitergebildet.

Wir überzeugen uns regelmäßig vor Ort von der hohen Qualität der Ausbildung und der Einhaltung aller internationalen sowie unserer eigenen Standards.

Im Mai 2019 hat AIDA Präsident Felix Eichhorn beispielsweise unseren langjährigen und wichtigsten Partner Magsaysay in Manila auf den Philippinen besucht. In Rostock betreiben wir unser unternehmenseigenes Aus- und Weiterbildungszentrum: die AIDA Academy. Dort bündeln wir Studien-, Trainings- und Schulungsprogram-

me für alle Mitarbeiter und Führungskräfte unter einem Dach. Unser fachspezifisches Angebot umfasst beispielsweise Restauranttrainings, Weiterbildungen zu Lebensmittelunverträglichkeiten und Sprachunterricht. Zudem schulen wir die Mitarbeiter hier und an Bord regelmäßig auch zu HESS-Themen (HESS = Health, Environment, Safety and Security) sowie in Soft Skills. Wir veranstalten Einarbeitungsprogramme sowie Führungskräfte Trainings.

Da der Großteil unserer Mitarbeiter auf unseren Schiffen arbeitet, nutzen wir auch die digitalen Möglichkeiten zur Intensivierung der Aus- und Weiterbildung. Mit unserem eigenen E-Learning-Managementsystem AIDA Expert können sich unsere Mitarbeiter nahezu an jedem Ort der Welt weiterbilden. Rund 323 computerbasierte Trainings werden aktuell angeboten. Den Großteil dieser Trainings entwickeln wir selbst, zugeschnitten auf den individuellen Bedarf der AIDA Belegschaft. Zudem können wir über die Plattform Programme anderer Reedereien aus der Carnival-Gruppe anbieten ebenso wie Literatur zum Selbststudium. 2019 konnten wir insgesamt 67.398 Schulungsteilnahmen in 1.300 Trainingsangeboten und -kursen verzeichnen.





Verantwortung für
unsere Mitarbeiter

Maßgeschneidert: Trainingsangebote für Mitarbeiter und Führungskräfte

GRI: 404-1, 404-3

Vom Einsteiger bis zum Professional: AIDA gibt Neueinsteigern das nötige Know-how an die Hand und entwickelt Mitarbeiter und Führungskräfte auf allen Karriereebenen weiter. Sämtliche Weiterbildungen, Coachings sowie individuell maßgeschneiderte Förderprogramme sind im Trainings- und Entwicklungskompass von AIDA integriert. Sie sind Bausteine für die individuellen Entwicklungswege. Zudem bieten wir Ausbildungsplätze an und kooperieren mit der Hamburg School of Business Administration beim dualen Studium.

Vermittlung von Basiswissen

Wer neu als Mitarbeiter bei AIDA startet, nimmt an einem Onboarding-Training teil. Dort vermitteln wir erste Einblicke in die Produktvielfalt unseres Unternehmens, die Firmenphilosophie, die Organisationsstrukturen sowie die relevanten Systeme und Abläufe. Insgesamt nahmen 2019 an Land 364 neue Mitarbeiter an den Onboarding-Trainings teil, an Bord waren es 3.605.

Zum Einstieg bei AIDA schulen wir Mitarbeiter und Führungskräfte zudem in einem verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt und ihren natürlichen Ressourcen. Jedes neue Crew-Mitglied ist verpflichtet, ein spezielles Umweltschutztraining zu absolvieren. Offiziere, Ingenieure oder Manager an Bord machen wir mit umweltspezifischen Anforderungen ihres beruflichen Alltags vertraut, sodass sie diese auch im Team weitergeben können.

Für alle Mitarbeiter verpflichtend ist auch unsere Online-Schulung zum Code of Business Conduct and Ethics – unserem verbindlichen

Regelwerk für rechtskonformes und integriertes Verhalten. Die Mitarbeiter erwerben in der Schulung ein themenabhängiges Zertifikat, das sie alle zwei Jahre erneuern müssen.

Bei AIDA hat Sicherheit jederzeit höchste Priorität. Wir schulen jeden Mitarbeiter bereits vor dem ersten Arbeitstag an Bord und später auf jeder Stufe seiner Laufbahn zum Thema Sicherheit. Unsere gesamte Crew wird nach unseren HESS-Standards (Hess = Health, Environment, Safety and Security) aus- und weitergebildet. Alle Standards und Prozesse werden kontinuierlich weiterentwickelt und ihre Einhaltung wird sowohl intern als auch extern in Form von Audits überprüft.

Spezifische Schulungen

Neben dem Wissen, das wir der gesamten Belegschaft vermitteln, bilden wir einzelne Berufsgruppen fachspezifisch aus und fort, fördern Soft Skills und bieten Sprachtrainings an, on- und offline. In Gruppen-, Einzel-, Workshop- sowie Online-Formaten werden die Professional, Leadership und Language Skills spezifisch gefördert.

2019 haben wir in Rostock das erste Professional Training für neue AIDA Mitarbeiter durchgeführt, die noch nie an Bord eines Kreuzfahrtschiffes gearbeitet haben. Innerhalb einer Woche lernten die angehenden Receptionisten alles rund um AIDA, das Leben und Arbeiten an Bord sowie jede Menge Fachinhalte.

Im Rahmen des Equality-Programms setzt die Personalabteilung Workshops und Weiterbildungsprogramme rund um die Themen „Interkulturelle Zusammenarbeit“, „Vielfalt“ und „Respektvoller Umgang miteinander“ um.

Weiterentwicklung von Führungskräften

Führungskräfte sind Vorbilder. Es gehört zu ihrer Aufgabe, die AIDA Werte zu leben und zu vermitteln. Wir unterstützen unsere Führungs-

kräfte dabei z. B. mit speziellen Workshops für werteorientiertes Handeln und Führen in beruflichen Alltags- und Stresssituationen. Zusätzlich bieten wir ein umfassendes Online-Modul an, durch das wir vermitteln, was „Führen“ bei AIDA bedeutet.

Mit dem Blended Learning Training „AIDA Spirits“ bilden wir die Führungskräfte von Bord und an Land in erfolgreicher Mitarbeiterführung fort: praxisnah und abwechslungsreich. Im Fokus stehen Themen wie Führungsstandards, Kommunikation, Feedback, Meetingkultur, Konfliktmanagement, Motivation und Teamarbeit.

Speziell für den Einsatz an Land haben wir das Management-Trainee-Programm aufgesetzt. Damit wollen wir gezielt qualifizierte Nachwuchskräfte gewinnen und auf eine Managementposition im Unternehmen vorbereiten. Innerhalb von etwa zwei Jahren durchlaufen sie unterschiedliche Bereiche des Unternehmens. Organisiert und begleitet wird dieses Programm durch HRM sowie im ersten Jahr durch einen erfahrenen Mentor. Unterstützend wirken auch unsere Leadership-Trainings AIDA Spirits, Leaders und Leaders Essential.

Alle nautischen und technischen Führungskräfte der AIDA Flotte absolvieren ihre Weiterbildungs- und Trainingslehrgänge im Trainingszentrum Arison Maritime CSMART in Almere in den Niederlanden. Es ist das derzeit modernste Aus- und Weiterbildungszentrum für maritimes Training seiner Art und wurde vom DNV GL als das weltweit erste „Center of Safety Excellence“ in der maritimen Wirtschaft zertifiziert. Die Trainings- und Ausbildungsangebote für nautische und technische Offiziere der Kreuzfahrtmarken der Carnival-Gruppe basieren auf den höchsten internationalen Qualitäts- und Sicherheitsstandards. Die Workshops und Assessments gehen weit über die Anforderungen der internationalen STCW-Konvention (Standards for Training, Certification and Watchkeeping) hinaus.

2019 nahmen 645 nautische und technische AIDA Offiziere an mehr als 800 Kursen teil.

Im vergangenen Jahr wurden ebenfalls die Aus- und Weiterbildungsangebote für unsere Umweltoffiziere in das Trainingsprogramm von CSMART integriert.

Individuelles Feedback in Mitarbeitergesprächen

Wir fördern offene Gespräche, denn sie sind die Grundlage für eine vertrauensvolle und zielorientierte Zusammenarbeit. In regelmäßigen Mitarbeitergesprächen tauschen sich Mitarbeiter und Führungskräfte über Strategien, Ziele sowie die individuellen Leistungen und Entwicklungsmöglichkeiten aus. Die Gespräche folgen einem transparenten, klar definierten Ablauf. Gerade die Identifikation und damit die Förderung von Talenten wird durch den Austausch gestärkt.





Verantwortung für unsere Mitarbeiter

In die Zukunft investieren: Studium und Ausbildung

Um den Bedarf an Fachkräften zu decken, haben wir auch 2019 junge Menschen ausgebildet und Studierenden Einblick in unsere Arbeit gegeben und mit verschiedenen Hochschulen kooperiert.

Im vergangenen Jahr haben bei AIDA in Rostock fünf junge Menschen eine duale kaufmännische Berufsausbildung gestartet. Wir bilden derzeit neun junge Menschen in den Berufen Tourismuskaufräu/-mann, Kaufräu/-mann im E-Commerce, Industriekaufräu/-mann und Mediengestalter für Digital & Print aus. Im AIDA Kundencenter haben 2019 acht Tourismuskaufräuleute einen Ausbildungsvertrag erhalten.

Studierende. In einem dreimonatlichen Wechsel aus Theorie und Praxis können sie ihr erlerntes Wissen in den verschiedenen Abteilungen von AIDA anwenden und festigen.

Gemeinsam mit der Hochschule Wismar bieten wir derzeit drei Bachelorstudiengänge in den Bereichen Nautik, Schiffsbetriebstechnik und Schiffselektrotechnik an. 2019 nahmen elf junge Menschen ihr Nautik-Studium und weitere zehn ein Studium in den Bereichen Schiffsbetriebstechnik bzw. Schiffselektronik auf, unter ihnen fünf junge Frauen. Den Studiengang Schiffselektrotechnik an der Hochschule Wismar unter-

stützt AIDA Cruises zudem mit einer Stiftungsprofessur.

Mit dem weiteren Wachstum von AIDA wächst auch die Diversität und Internationalität. 2019 hat AIDA Cruises sein internationales Cadetship-Programm erweitert und neue Kooperationsvereinbarungen mit den Marineakademien in der Ukraine, in Polen und in Bulgarien abgeschlossen. Derzeit nehmen Kadetten aus zehn verschiedenen Nationen an unserem Kadettenprogramm teil.

Ausgezeichnet: Awards für AIDA

AIDA wurde 2020 vom eLearning Journal Deutschland für den innovativen Prozess der Durchführung des E-Learning-Moduls „Onboarding für Landmitarbeiter“ ausgezeichnet. Die Jury lobte, dass ein großer Teil der Wissensvermittlung bereits vor dem ersten Arbeitstag der neuen Mitarbeiter stattfindet.

Aktuell sind 37 Auszubildende über drei Lehrjahre unter Vertrag.

2019 haben wir unsere Zusammenarbeit mit regionalen und überregionalen Hochschulen erneut ausgeweitet. Vor allem Vorträge, Schiffsbesuche und Workshops zu Fachthemen standen im Mittelpunkt, aber auch Events im AIDA Firmensitz in Rostock sowie an Bord unserer Flotte. So nahmen 31 Studierende an der Campus Cruise auf AIDAperla teil. Wir sind außerdem Förderer von insgesamt fünf Deutschlandstipendien an den Hochschulen Wismar und Stralsund sowie an der Universität Rostock.

In Kooperation mit der Hamburg School of Business Administration (HSBA) bildet AIDA Abiturienten aus, im Rahmen eines dreijährigen dualen Bachelorstudiengangs im Bereich Business Administration. 2019 starteten drei neue

! Weitere Informationen

> Ausbildung und Studium bei AIDA





Verantwortung für
unsere Mitarbeiter

Vereinbarkeit von beruflichem und privatem Leben



Balance ermöglichen, Zufriedenheit erhöhen

Familie und Beruf gut miteinander zu vereinbaren ist für viele Arbeitnehmer ein wichtiger Faktor. Immer mehr Menschen wählen bei der Jobsuche gezielt Unternehmen aus, die ihre Mitarbeiter aktiv in der besseren Vereinbarkeit

von Beruf und Familie unterstützen. Von einem ausgeglichenen Verhältnis zwischen Privat- und Berufsleben profitieren die Mitarbeiter genauso wie das Unternehmen.

Einblick: attraktiv als Arbeitgeber

Für AIDA ist die Vereinbarkeit von Beruf und Familie schon lange ein wichtiger Faktor für den Unternehmenserfolg und deshalb auch ein wichtiger Teil des Employer Brandings. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels sind familienfreundliche Angebote für Unternehmen wichtig, um qualifizierte Mitarbeiter zu finden und zu halten. Zudem ist das Thema auch ein Gradmesser für die Mitarbeiterzufriedenheit.

Das bedeutet auch, dass die Angebote für Männer und Frauen gleichermaßen gelten und partnerschaftlich genutzt werden. So bietet AIDA etwa verschiedene Arbeitszeitmodelle für die unterschiedlichen Lebens- und Arbeitssituationen seiner Mitarbeiter.

AIDA hat Kooperationen mit Krippen und Kindergärten geschlossen, bietet Angebote zur Kinderbetreuung bei beruflichen oder auch privaten Anlässen sowie spezielle Ferienangebote für Kinder. Mitarbeiter konnten auch 2019 mit der ganzen Familie an Family-Events teilnehmen oder mit Familie und Freunden besuchsweise an Bord gehen. Zudem unterstützt AIDA ihre Mitarbeiter mit hilfreichen Informationen bei der Familiengründung.

Wichtig ist AIDA, für Väter und Mütter die gleichen Bedingungen zu schaffen, um Familie und Beruf im Einklang zu halten.



Ausblick: relevantes Zukunftsthema

Weil die gesunde Balance zwischen Berufs- und Privatleben eine sehr hohe Relevanz hat, betrachtet AIDA die Vereinbarkeit auch als

wichtiges Zukunftsthema. Deshalb arbeiten wir intensiv an Konzepten und Ideen zur weiteren Verbesserung an Bord wie auch an Land.



Verantwortung für
unsere Mitarbeiter

Diversität, Chancengleichheit und Förderung von Menschenrechten



Vielfalt, Chancengleichheit und Inklusion leben

An Bord der AIDA Flotte bemerkt jeder Gast schnell: WE ARE COLORFUL. AIDA ist ein multinationales Unternehmen mit Mitarbeitern aus mehr als 60 Nationen. Sie bereichern unser tägliches Miteinander mit ihren vielfältigen kulturellen Erfahrungen, an Bord wie auch an Land. COLORFUL steht bei AIDA für Vielfalt und Inklusion, ohne die AIDA nicht erfolgreich wäre. Diese kulturelle Vielfalt wird jeden Tag gelebt. Weltoffenheit, ein hohes Qualitätsbewusstsein und die Bereitschaft aller, täglich voneinander zu lernen, sind feste Bestandteile der AIDA Werte.

Dazu zählt auch, dass AIDA gezielt Frauen unterstützt und fördert. In vielen Bereichen an Bord und an Land tragen Frauen in unterschiedlichsten Positionen erheblich zum Erfolg des Unternehmens bei. Die Chance, in wertorientierten internationalen Teams zu arbeiten und die außergewöhnlichen Karriereperspektiven machen AIDA als Arbeitgeber interessant.

Fest verankert: Strategie und Steuerung

Wo Menschen aus vielen verschiedenen Kulturkreisen miteinander arbeiten und in einer anderen Sprache als in ihrer jeweiligen Muttersprache miteinander kommunizieren, können gelegentlich Missverständnisse entstehen. Orientierung für das Miteinander im Arbeitsalltag bieten die AIDA Werte und der AIDA Verhaltens- und Ethikkodex. In regelmäßigen Schulungen und E-Learnings machen sich alle Mitarbeiter mit diesen vertraut.

Welchen Wert das Bekenntnis zu Vielfalt, Chancengleichheit und Inklusion für AIDA hat, zeigt sich beispielsweise darin, dass AIDA sich der „Charta der Vielfalt“ angeschlossen hat. Die 2006 gegründete Arbeitgeberinitiative hat sich zum Ziel gesetzt, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von jeglichen Vorurteilen ist. Mit seiner Teilnahme bekennt sich AIDA ausdrücklich dazu, alle Mitarbeiter als gleichberechtigt zu respektieren – unabhängig von Geschlecht, ethnischer Herkunft, sexueller

Orientierung, Weltanschauung oder Alter.

Darüber hinaus hat sich AIDA der Initiative „Fair Company“ angeschlossen, deren Gütesiegel sie seit 2010 trägt. Fair Company setzt sich für eine faire Arbeitswelt, besonders für Berufseinsteiger, ein.

Potenzial entfalten: Frauen gezielt fördern

Von Beginn an haben wir bei AIDA darauf geachtet, dass alle Mitarbeiter beruflich die gleichen Chancen haben. Unser Verhaltens- und Ethikkodex, unsere Werte wie auch unser Engagement für die „Charta der Vielfalt“ und die Initiative „Fair Company“ ergänzen einander und dienen demselben Ziel: gleiche Chancen für alle Mitarbeiter sicherzustellen.

In der Umsetzung bedeutet das auch, dass wir gezielt Frauen in den sogenannten MINT-Berufen (MINT = Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft, Technik) fördern. Wir motivieren sie,

die beruflichen Möglichkeiten in der Kreuzschiffahrt gerade in diesen Bereichen kennenzulernen. Und das trägt Früchte. 2019 arbeiteten 25 weibliche Offiziere auf den Brücken der 13 AIDA Schiffe. Auch unter Deck zeigen Frauen, dass sie etwas von Technik verstehen. Im Frühjahr 2019 wurde die erste von aktuell insgesamt neun Frauen im AIDA Maschinenbereich zum Chief Electrician Officer berufen.

60

**NATIONEN BESCHÄFTIGT AIDA.
WIR SIND STOLZ, EIN MULTINATIONALES
UNTERNEHMEN ZU SEIN.**





Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung

Wir handeln fair

Wir handeln fair

63

Dialog mit Stakeholdern

64

AIDA Cruise & Help

67

Nachhaltiges Destinationsmanagement

69

Mitwirkung in Verbänden und Initiativen

73



Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung

Wir handeln fair



GRI: 102-12, 102-40, 102-42, 102-43

AIDA strebt eine nachhaltige Entwicklung an. Diesen Weg gehen wir jedoch nicht alleine. Vielmehr ist es uns wichtig, Mitarbeiter, Gäste, Partner und andere Interessengruppen mitzunehmen – in Deutschland, in Europa sowie in unseren Destinationen weltweit. Denn wir sind überzeugt, dass wir im Dialog, in der Zusammenarbeit und im Rahmen von Partnerschaften mehr Wirkung erzielen können: gesellschaftlich, ökologisch und ökonomisch.

Weltweit steuerte unsere AIDA Flotte 2019 rund 290 Destinationen an. Damit tragen wir auch eine Verantwortung dafür, wie sich diese

Destinationen entwickeln. Das nachhaltige Destinationsmanagement hat bei AIDA einen entsprechend hohen Stellenwert. Es geht uns darum, die Landschaften, das kulturelle Erbe und historische Schätze zu bewahren, indem wir die Menschen vor Ort einbinden und die lokale Wirtschaft stärken. Denn die Menschen vor Ort tragen wesentlich zu den Urlaubserlebnissen unserer Gäste und damit auch zu unserem Erfolg bei.

Erfolge teilen – diese Haltung ist fest verankert in unserer Unternehmenskultur. Erfolg ist für uns ohne andere Menschen nicht denkbar.

Wir betrachten es als unsere Pflicht, einen Teil davon an die Gesellschaft zurückzugeben. 2019 haben wir unser soziales und kulturelles Engagement im In- und Ausland unter dem Dach von AIDA Cruise & Help gebündelt. Unser Fokus liegt insbesondere auf der Verbesserung der Zukunftsperspektiven von Kindern und Jugendlichen durch den Bau von Schulen in Schwellen- und Entwicklungsländern. Aber auch in Deutschland unterstützen wir verschiedene regionale karitative und kulturelle Projekte.

Transparenter Dialog, ehrliche Stakeholder-Beziehungen

Eine offene und konstruktive Gesprächskultur ist seit jeher ein bestimmendes Element der AIDA Unternehmensphilosophie. Deshalb schätzen und suchen wir den Dialog mit den unterschiedlichsten Interessengruppen und den lebendigen Austausch über die Themen, die nicht nur uns, sondern auch unsere Mitarbeiter, Gäste und Partner bewegen. Dazu gehören beispielsweise auch die ehrliche Diskussion mit Nichtregierungsorganisationen, etwa zu Umweltthemen, oder der Know-how-Austausch in Brancheninitiativen über nachhaltigen Tourismus. Im Dialog konzentrieren wir uns auf die Entwicklung gemeinsamer Lösungen. Dabei ist es uns wichtig, dass alle Seiten transparent und fair kommunizieren.

2019 haben wir vor allem unseren Dialog zu Themen rund um den Umweltschutz und das nachhaltige Destinationsmanagement ausgeweitet. Wir arbeiten intensiv an unserem Ziel der emissionsneutralen Kreuzfahrt. Zahlreiche Vertreter aus Politik, Umweltverbänden und der Wissenschaft nutzten unser Angebot, sich an Bord unserer Schiffe persönlich ein Bild vom aktuellen Fortschritt unserer Umweltschutzmaßnahmen zu machen und gemeinsam mit uns zu diskutieren.

Es ist uns zudem ein wichtiges Anliegen, in den Destinationen gemeinsam mit lokalen Partnern Projekte oder Entwicklungen voranzutreiben, die eine positive Wirkung auf die Gemeinschaften, die Wirtschaft und die Natur haben. Indem wir gemeinsam mit Partnern vor Ort neue Konzepte erarbeiten, können wir diese gezielt auf die Bedarfe in den Destinationen ausrichten und den nachhaltigen Tourismus fördern: im Interesse der lokalen Gemeinschaften und unserer Gäste.

Die Grafik zeigt unsere wichtigsten Stakeholder:

Aus der Wesentlichkeitsanalyse leiten sich folgende wesentliche Themen für AIDA im Bereich „Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung“ ab:

- Gesellschaftliches Engagement in den Destinationen, z. B. durch AIDA Cruise & Help
- Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung in den Destinationen durch nachhaltiges Destinationsmanagement

Weitere relevante Themen für AIDA sind außerdem:

- Dialog mit Stakeholdern
- Mitwirkung in Verbänden und Initiativen





Dialog mit Stakeholdern



GRI: 102-12, 102-43, 102-44

Offener Austausch, konstruktives Miteinander

Nachhaltig und transparent zu handeln, das ist für AIDA eine wesentliche Grundlage des eigenen Wertekanons. Unverzichtbar ist dafür der Dialog mit vielen verschiedenen Interessengruppen. Deshalb ist AIDA kontinuierlich im Austausch mit den Gästen genauso wie mit unterschiedlichen gesellschaftlichen und politischen Stakeholdern. Dabei geht es sowohl darum, die eigenen Maßnahmen etwa im Bereich Umweltschutz zu vermitteln, als auch Ansprüche, Erwartungen oder Planungen mit beteiligten Stakeholdern zu diskutieren. Denn nur so können wir uns weiterentwickeln und die bestmöglichen Entscheidungen treffen.

Einen fairen und konstruktiven Dialog zu führen birgt natürlich auch Herausforderungen. AIDA bewegt sich in einem Umfeld, das etwa im Zusammenhang mit Ökologie oder dem Destinationsmanagement durch diverse Meinungsbilder geprägt ist.

Gerade hier wird deutlich, wie wichtig Gespräche, Information und fairer Austausch mit den verschiedenen Stakeholdern sind. Denn AIDA geht es darum, miteinander Lösungen zu diskutieren und zu finden.

Dialog ausweiten und vertiefen

Für AIDA ist Dialog ein zentraler Strategiebaustein zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele. Für den Dialog mit den Stakeholdern hat sich AIDA die kontinuierliche Erweiterung des bestehenden Netzwerks von Gesprächspartnern aus den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen zum Ziel gesetzt. Weiter ausgebaut wird auch der Dialog mit Gästen und möglichen neuen Stakeholdern. Zugleich treibt AIDA die Weiterentwicklung verantwortungsvoller Geschäftsbeziehungen voran. Unter Einhaltung des AIDA Ethik- und Verhaltenskodex arbeitete AIDA 2019 z. B. allein in Europa mit mehr als 3.300 Lieferanten und Dienstleistern (ohne Schiffbau und Vertriebspartner) zusammen.

Ehrlich und direkt kommunizieren

Schon seit 2007 veröffentlichen wir unseren jährlichen AIDA Nachhaltigkeitsbericht. Alle relevanten Zahlen stellen wir darin transparent bereit und ziehen Bilanz.

Rund 7.400 Interessierte haben diesen Bericht im Jahr 2019 durchschnittlich pro Monat im Internet angeklickt.

Das sind 24 Prozent mehr Leser als im Vorjahr, was das zunehmende Interesse an uns und dem Thema Nachhaltigkeit unterstreicht. Mit unseren Stakeholdern kommunizieren wir auf allen Ebenen und stellen uns der öffentlichen Diskussion, auch zu den brennenden Fragen der heutigen Zeit. Dafür nutzen wir die unterschiedlichsten Formate und Medien, von den verschiedenen Social-Media-Kanälen über klas-

sische Medien, Schiffsbesuche, die Teilnahme an Konferenzen bis hin zur Beantwortung direkt an uns gestellter Fragen. Regelmäßige Newsletter, inhaltlich zugeschnitten auf verschiedene interne und externe Stakeholder, ergänzen unsere Dialoginitiativen.

2019 folgten 1,3 Millionen Facebook-Fans unseren Themen und tauschten sich darüber aus. Mit vielen unterschiedlichen Stakeholdern stehen wir auch auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen im Austausch. Mit AIDA Social Media sind wir aktiv auf Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest und Twitter sowie auf den Karriereplattformen XING und LinkedIn. Und in unserer neuen AIDA Lounge haben wir bereits 175.248 Mitglieder. Auf all diesen Kanälen gibt es wertvolle Reisetipps, stellen wir Routen vor, gewähren Video-Einblicke, können sich Interessierte austauschen. Zugleich gehen wir auch hier in den Dialog, promoten unseren Nachhaltigkeitsansatz und stellen uns natürlich auch kritischen Fragen.

AIDA auf Social Media



> Facebook



> Twitter



> YouTube



> Instagram



> Pinterest





Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung

Gesicht und Haltung zeigen

Ein Zeichen für die gesamte Kreuzfahrtindustrie setzte AIDA Präsident Felix Eichhorn, als er im September 2019 beim UNWTO-Gipfel (UN-Weltorganisation für Tourismus) in Sankt Petersburg (Russland) unsere Green-Cruising-Strategie präsentierte.

Ein zentrales Thema beim UN-Treffen war, wie dem Klimawandel mit Innovationen im Tourismus begegnet werden kann.

Felix Eichhorn unterstrich in seiner Rede, dass AIDA zu seiner Verantwortung stehe, Kreuzfahrt nachhaltig zu gestalten. Mit der Umsetzung der Green-Cruising-Strategie leistete AIDA einen konkreten Beitrag zur Erreichung der Pariser Klimaziele und der UN-Ziele für eine nachhaltige Entwicklung.

Vor Ort im Dialog

AIDA war 2019 erneut auf den wichtigsten Reiseumessen des Landes sowie auf für die Reederei relevanten Veranstaltungen vertreten. Gäste und andere Interessierte konnten sich bei diesen Gelegenheiten persönlich informieren und mit uns in den Dialog treten.

Im Mai 2019 engagierte sich AIDA bereits zum achten Mal als Hauptsponsor des Hamburger Hafengeburtstags. Vier AIDA Schiffe machten im Hamburger Hafen fest. Die AIDA Urlaubswelt in der Hamburger Hafency zog unzählige Besucher an. Auch bei der Kieler Woche waren wir im Juni 2019 wieder als Event-Sponsor dabei. Vier AIDA Kreuzfahrtschiffe waren während des größten Segelevents der Welt an der Kieler Förde zu Gast.

Im September 2019 hieß es dann Leinen los für die Hamburg Cruise Days, die alle zwei Jahre Kreuzfahrt-Fans in den Hamburger Hafen locken. Bereits zum vierten Mal war AIDA Premiumpartner dieses maritimen Events.

Hamburg ist grundsätzlich für AIDA ein beliebter Anlaufpunkt: 96 Mal waren AIDA Schiffe 2019 in Hamburg zu Gast.

Im September 2019 trafen sich Experten der Kreuzfahrtbranche zu Seatrade Europe Cruise & River Cruise Convention in Hamburg. Sie bringt

Kreuzfahrtreedereien, regionale sowie internationale Kreuzfahrt-Destinationen und Zulieferer für Hochsee- und Flusskreuzfahrten zusammen. Eine zentrale Plattform für den Tourismus ist die Internationale Tourismus Börse ITB in Berlin. Dort waren wir Anfang März vorigen Jahres vertreten.

Beim 22. Tourismusgipfel des Bundesverbands der deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) im November 2019 in Berlin stellte AIDA Präsident Felix Eichhorn unsere Green-Cruising-Strategie vor. In einer Runde mit dem Gründer des Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung Prof. Dr. Dr. h.c. Hans Joachim Schellnhuber und weiteren Vertretern der Tourismuswirtschaft wurde das Thema „Weltklima und Reisen – Ausflug ins Machbare“ diskutiert.

Dialogveranstaltungen und Uni-Partnerschaften

Ein wichtiger Baustein für unseren Erfolg und die Innovationskraft ist die Partnerschaft mit Hochschulen und Universitäten, z. B. in Rostock, Stralsund, Wismar und Hamburg (mehr Informationen hierzu im Kapitel Mitarbeiter). Die Zusammenarbeit im regionalen Umfeld ist ein Teil unserer strategischen Ausrichtung. So unterstützten wir z. B. 2019 ein Sommerfest der Universität Rostock und waren auf der NConf Rostock, der größten Entwicklerkonferenz in Mecklenburg-Vorpommern, vertreten. Ein weiteres Highlight war die Campus Cruise, eine

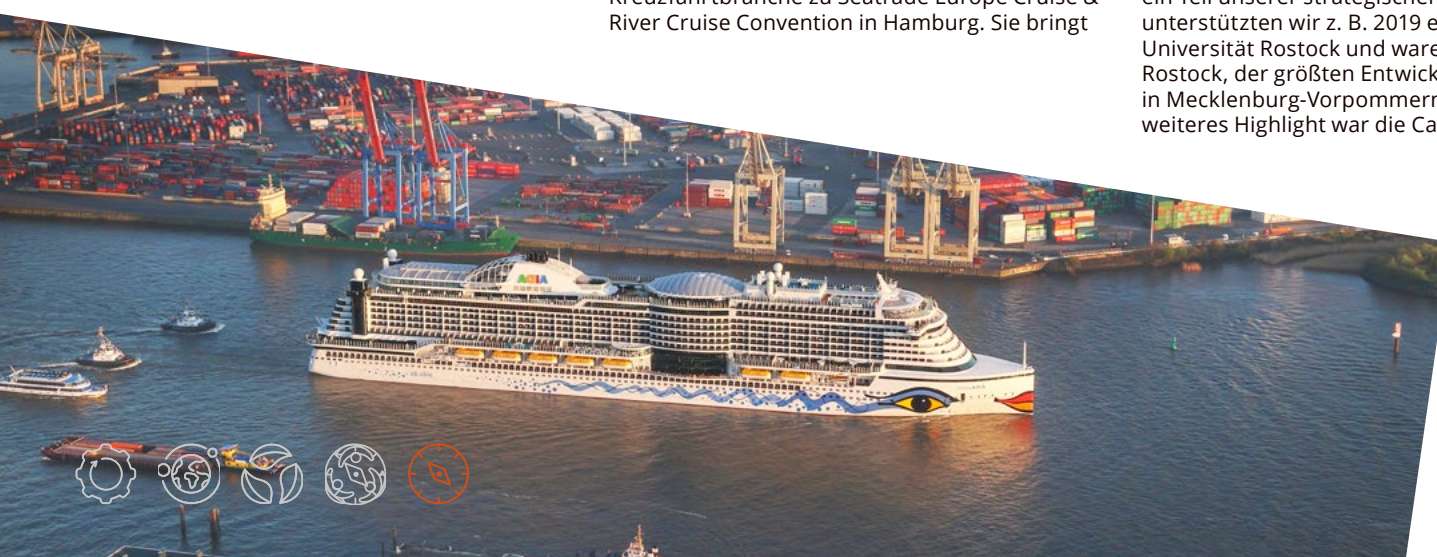
Exkursionsreise an Bord eines AIDA Schiffes für rund 40 Studierende mit spannenden Insights rund um AIDA.

AIDA zum Anfassen

An Bord gehen und hinter die Kulissen blicken konnten Studierende von Berufs- und Hochschulen aus ganz Deutschland mit den Ausbildungsschwerpunkten Gastgewerbe, Gesundheit oder Tourismus. Sie nutzten im Rahmen von „School meets Crew“ die Chance auf exklusive Schiffsbesichtigungen und kamen z. B. aus Ludwigshafen, Bergkamen, Osnabrück oder Bremerhaven.

AIDA zum Anfassen bedeutet aber auch, dass wir neben den Schiffsbesuchen in verschiedensten Häfen weltweit auch weitere Möglichkeiten für Begegnungen und den direkten Austausch schaffen, z. B. über Case Studies, Fachvorträge oder die Teilnahme an Schul- und Hochschulmessen. 2019 haben wir z. B. durch die Teilnahme an Hochschulkarrieremessen in Bremerhaven, Wismar, Rostock, Stralsund, Bad Honnef, Düsseldorf oder Maastricht die Chance genutzt, mit potenziellen Nachwuchskräften ins Gespräch zu kommen.

Im Rahmen von gemeinsamen Projekttagen mit Fachvorträgen, z. B. für die Fachschaften Informatik und Wirtschaft der Universität Rostock zu Nachhaltigkeitsthemen in der Kreuzfahrtbranche oder der Besuch verschiedenster Abteilungen in unserer Unternehmenszentrale durch Studenten der Hochschule Stralsund, setzten wir den intensiven Dialog fort.





Im Austausch mit Medien

Es geht uns stets darum, in offenen und konstruktiven Dialogen mit Medienvertretern durch Fakten zu überzeugen. Zentrale Elemente dafür sind, neben der Beantwortung von Presseanfragen, der direkte Kontakt und natürlich das persönliche Erleben. So konnten u. a. Medienvertreter im Februar 2019 unser erstes LNG-Kreuzfahrtschiff AIDAnova im Rahmen einer Pressereise kennenlernen und sich an Bord persönlich davon überzeugen, welche Maßnahmen AIDA für mehr Nachhaltigkeit in der Kreuzfahrt bereits umgesetzt hat und wie die weitere Roadmap aussieht.

Das Thema Arbeitsbedingungen, Ausbildung unserer internationalen Besatzungen sowie der Beitrag von AIDA zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung auf den Philippinen stand im Mai im Fokus einer Informationsreise für interessierte Vertreter aus Medien, Politik und Wissenschaft nach Manila.

Mit der Politik im Dialog

Während ihrer Sommertour 2019 besuchte uns Mecklenburg-Vorpommerns Ministerpräsidentin Manuela Schwesig in Rostock. Im Gespräch mit AIDA Präsident Felix Eichhorn und im Rahmen eines Treffens mit Mitarbeitern informierte sie sich über die wirtschaftliche Bedeutung von AIDA, wollte aber auch wissen, wie sich AIDA aktuellen und künftigen gesellschaftlichen Herausforderungen stellt. Felix Eichhorn unterstrich die wirtschaftliche Bedeutung von AIDA für die Region, für Arbeitsplätze und die vielen mit AIDA verbundenen Betriebe.

Manuela Schwesig stellte fest, „dass AIDA beispielhaft wirtschaftlichen Erfolg und Nachhaltigkeit zusammenbringt.“

Direkten Kontakt zur Berliner Politik bot u. a. das Sommerfest in der Landesvertretung Mecklenburg-Vorpommern in Berlin, auf dem AIDA mit einem Informationsstand vertreten war. Weitere Möglichkeiten der Fortsetzung des konstruktiven Dialogs im politischen Raum nutzte AIDA Präsident Felix Eichhorn im Rahmen seiner Teilnahme an verschiedensten Podiumsdiskussionen während der Nationalen Maritimen Konferenz in Friedrichshafen im Mai 2019 oder anlässlich der Jahrestagung des Grünen Wirtschaftsdialog e. V. im November 2019. Im Oktober bot sich bei der Kiellegung von AIDAcosma auf der Neptun Werft in Warnemünde die Chance zu Gesprächen mit Landespolitikern.

Im Gespräch mit Mitarbeitern

Eine besonders wichtige Stakeholder-Gruppe sind die AIDA Mitarbeiter. Ihre Meinungen und Einschätzungen haben für uns bei AIDA einen hohen Stellenwert. Es ist Teil unserer Unternehmenskultur, sich auszutauschen, offen Fragen zu stellen oder Bedenken zu äußern. Möglich ist das in persönlichen Gesprächen, bei regelmäßig stattfindenden Town Hall Meetings (Informationsveranstaltungen), über das Intranet und bei anderen internen Events.

Dialog mit Vertriebs- und Geschäftspartnern

Für viele Menschen spielt das Thema Umweltschutz auch bei der Urlaubsbuchung eine wichtige Rolle. Damit sie ihre Kunden gut und umfassend beraten können, informieren wir unsere Vertriebspartner in Online-Lernformaten wie Webinaren, E-Learnings oder im Rahmen von Nachhaltigkeitstalks für Reisebüros direkt vor Ort. Zudem stehen wir ihnen auf Reisebüroveranstaltungen, Messen oder auch in persönlichen Gesprächen mit unserem Außen- und Innendienst jederzeit Rede und Antwort.

Darüber hinaus richten wir 2020 weiter unser Augenmerk auf unsere Reisebüropartner vor Ort. Ihnen geben wir z. B. im Rahmen unserer Veranstaltungsreihe „EXPIsession“, die aufgrund der Coronakrise in den letzten Monaten virtuell durchgeführt wurde, in gezielten Umweltdialogen die für sie wichtigen Argumente zum Ausräumen möglicher Vorurteile gegenüber ihren Kunden an die Hand. Im Mai dieses Jahres ging außerdem im AIDA EXPInet, unser Online-Portal für Reisebüros, eine neue Landingpage zum Thema Nachhaltigkeit live.

Nachbarn im Blick

Vertriebspartner aus Österreich und der Schweiz machte unsere AIDA Führungscrow um Felix Eichhorn im Sommer 2019 mit unseren Plänen und Zielen für eine nachhaltige Kreuzschiffahrt vertraut. Im Zentrum der Gespräche stand die Ausweitung der Zusammenarbeit mit deutschsprachigen Nachbarländern.

Entdecken und erleben

Rund 4.000 Mitarbeiter von Reisebüros aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Benelux erlebten seit ihrer Indienstellung AIDAnova bei Besuchen an Bord „hautnah“. Besonders das Nachhaltigkeitskonzept des mit dem Blauen En-

gel ausgezeichneten weltweit ersten LNG-Kreuzfahrtschiffes stieß auf positive Resonanz.

Gelegenheit zum Dialog boten 2019 zudem die Jahreshauptveranstaltungen von Reiseveranstaltern und Airlines. So fand im Februar 2019 die Jahrestagung der BEST-Reisen mit rund 500 Teilnehmern auf AIDAnova statt. Erneut eine gute Gelegenheit, über das AIDA Nachhaltigkeitskonzept zu sprechen.

Unseren SMILING-STAR-Reisebüro-Award vergeben wir jährlich in fünf verschiedenen Kategorien an unsere Vertriebspartner: von Marketing über Innovation bis hin zum Newcomer des Jahres und Nachhaltigkeit.



Dialog mit Stakeholdern | 66





Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung



AIDA Cruise & Help



GRI: 102-12

Menschen helfen, Perspektiven eröffnen

AIDA ist in den schönsten Reiseregionen der Welt unterwegs. Deshalb ist es für uns selbstverständlich, unseren Erfolg zu teilen, nicht nur in Deutschland, sondern auch mit den Menschen in den Regionen, die wir gemeinsam mit unseren Gästen ansteuern. Als erfolgreiches Kreuzfahrtunternehmen wollen wir vor allem in ärmeren Ländern dazu beitragen, die Lebensverhältnisse nachhaltig zu verbessern.

Seit 2019 bündeln wir unser soziales und kulturelles Engagement im In- und Ausland unter dem Dach von AIDA Cruise & Help. Unser Fokus liegt insbesondere auf der Verbesserung der Zukunftsperspektiven von Kindern und Jugendlichen durch den Bau von Schulen in Schwellen- und Entwicklungsländern. Aber auch in Deutschland unterstützen wir verschiedene regionale karitative und kulturelle Projekte. 2019 haben wir die verschiedensten Projekte mit mehr als 440.000 Euro gefördert.

100%

DER SPENDEN ERREICHEN PROJEKTE VOR ORT

Zur Finanzierung der Projekte tragen auch unsere Gäste, Mitarbeiter und Partner bei. Sowohl an Bord als auch an Land veranstalten wir regelmäßig Aktionen zu Gunsten von AIDA Cruise & Help, deren Erlöse zu 100 Prozent gespendet werden. Unser Spendenkomitee trifft seine Entscheidungen über die Vergabe der Mittel transparent und nach festgelegten Kriterien.

In den Destinationen: Bildung für Kinder und Jugendliche fördern

Unter dem Dach von AIDA Cruise & Help bündeln wir unsere sozialen und kulturellen Aktivitäten. In Schwellen- und Entwicklungsländern wollen wir die Zukunftsperspektiven von Kindern und Jugendlichen langfristig verbessern. Entscheidend dafür ist, dass die jungen Menschen eine Bildungseinrichtung besuchen können. Denn gerade in Schwellen- und Entwicklungsländern haben Kinder oft keine Möglichkeit, in eine sichere und solide Schule zu gehen. Mit AIDA Cruise & Help sammeln wir deshalb Spenden, um dort Schulen zu bauen, wo sie am meisten gebraucht werden. Zudem sind wir mit den Regionen, in denen wir uns engagieren, eng verbunden. Zum einen, weil unsere Schiffe diese Regionen bereisen, zum anderen, weil sie die Heimat vieler AIDA Crew-Mitglieder sind. Deshalb hat sich AIDA auch für Cebu City auf den Philippinen als ersten Schulstandort entschieden.

Im Mai 2019 konnten wir die erste AIDA Schule dort eröffnen. Finanziert durch Spendengelder bieten die Klassenzimmer Raum für rund 40 Kinder.

Nach diesem Auftakt konnte 2019 im Rahmen von „AIDA Cruise & Help“ der Bau von sieben weiteren Schulen bzw. Vorschulen finanziert werden, u. a. in Nepal, Haiti, Indien und Indonesien. Im Jahr 2020 haben wir unser Engagement fortgesetzt und konnten bis zum Ausbruch der Coronapandemie bereits den Bau für sechs weitere Schulprojekte, z. B. in Namibia und Madagaskar, initiieren.

Seit 2005 förderte AIDA außerdem mit mehr als 1 Million Euro verschiedene Projekte von SOS-Kinderdorf e. V. in Deutschland, Afrika, Asien und in der Karibik. Im vergangenen Jahr haben wir unser langjähriges Engagement für SOS-Kinderdorf e. V. fortgesetzt und konnten dem Verein für seine Arbeit eine Spende in Höhe von über 9.000 Euro übergeben.





In der Heimat: das Gemeinwesen unterstützen

Kulturelle Vielfalt ist ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur von AIDA, mit Mitarbeitern aus über 60 Nationen.

Weltoffenheit, Respekt und Teamarbeit zwischen Menschen unterschiedlicher Nationalitäten sind fest im Unternehmen verankert. Deshalb haben wir auch 2019 die Unterstützung der Demokratieinitiative „WIR. Erfolg braucht Vielfalt“ des Landes Mecklenburg-Vorpommern und die des Fördervereins des Migrantenrats Rostock e. V. fortgesetzt.

Viele weitere lokale Vereine und Einrichtungen am Sitz von AIDA Cruises in Rostock und in Norddeutschland wurden gefördert. Im Fokus standen insbesondere Projekte zur Unterstützung der Kinder- und Jugendarbeit, wie z. B. die Kindertagesstätten „Kalis Kinderwelten“ (Rostock) und „Paul Gerhardt Haus“ (Leer) sowie die Jugendbegegnungsstelle „Fischkutter Toitenwinkel e. V.“, der Warnemünder Kutterverein „Jugend zur See“, der Traditionsverein „Ostseeschiffahrt e. V.“, das Kreisdiakonische Werk Stralsund, freiwillige Feuerwehren und die

Musikinitiative für Kinder „JeKi – Musik ist Klasse“ in Rostock und Mecklenburg-Vorpommern.

Seit 2002 fördert AIDA die Festspiele Mecklenburg-Vorpommern. Auch dank unseres Engagements zählen die Festspiele heute zu einem der wichtigsten Klassikfestivals in Deutschland. 2019 übernahm AIDA erneut als Hauptsponsor die Schirmherrschaft für eines der Highlights der Festspielsaison: das große Open Air Konzert anlässlich des 120. Geburtstages des Rostocker Zoos. Außerdem stand erneut ein Kinderkonzert an ungewöhnlicher Spielstätte auf dem gemeinsamen Programm: Das Kreuzfahrtschiff AIDamar wurde in Rostock-Warnemünde zur Bühne für ein Kinderkonzert, zu dem AIDA rund 600 Kinder von Schulen aus Rostock und Umgebung eingeladen hatte.

AIDA Cruises gehörte auch zu einem der Förderer des 94. Bachfests, welches vom 10. bis 19. Mai 2019 in der Universitäts- und Hansestadt Rostock stattfand.

Wir unterstützen zudem das Deutsche Meeresmuseum Stralsund, um auf die Gefährdung von Meerestieren aufmerksam zu machen. In der Sportförderung war AIDA 2019 ebenfalls aktiv. So förderten wir Sportvereine aus der Region, wie den Polizei-Sportverein Schwerin e. V. sowie Sportaktionen von AIDA Mitarbeiterteams, wie Beachvolleyball oder Drachenbootfahren.

An Bord und an Land: ehrenamtlich engagierte Mitarbeiter

Auch unsere Mitarbeiter engagieren sich gemeinsam mit AIDA für soziale Projekte. Seit 2017 engagiert sich die Costa Gruppe, zu der auch AIDA gehört, für „Mercy Ships“, dem Betreiber des größten zivilen Krankenschiffes der Welt. Mercy Ships hat das Ziel, den Zugang zu medizinischer Grundversorgung in Entwicklungsländern zu verbessern. Auf dem zivilen Lazarettschiff, der Africa Mercy, sind über 400 ehrenamtliche Helfer aus 40 verschiedenen Ländern im Einsatz.

2019 arbeiteten wieder AIDA Crew-Mitglieder ehrenamtlich an Bord, um die Crew der Mercy Ship insbesondere im nautisch-technischen Bereich zu unterstützen.

Zudem besuchten z. B. Mannschaftsmitglieder von AIDAcara Anfang 2019 ein Waisenhaus in Mindalo auf den Kapverdischen Inseln, um bedürftigen Kindern mit Sachgeschenken eine Freude zu bereiten.

Auch die Crew von AIDAvita war aktiv. Inspiriert von Operations Oceans Alive hat sie im März 2019 anlässlich des Global Recycling Days das Projekt „Clean Up – Minimize our Environmental Impact“ gestartet.

Während ihres Aufenthalts in Nha Trang in Vietnam hat das Team am Strand Müll gesammelt.





Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung

5,3 Mrd.

EURO WAR 2018 UNSER WIRTSCHAFTLICHER BEITRAG IN EUROPA

Nachhaltiges Destinationsmanagement



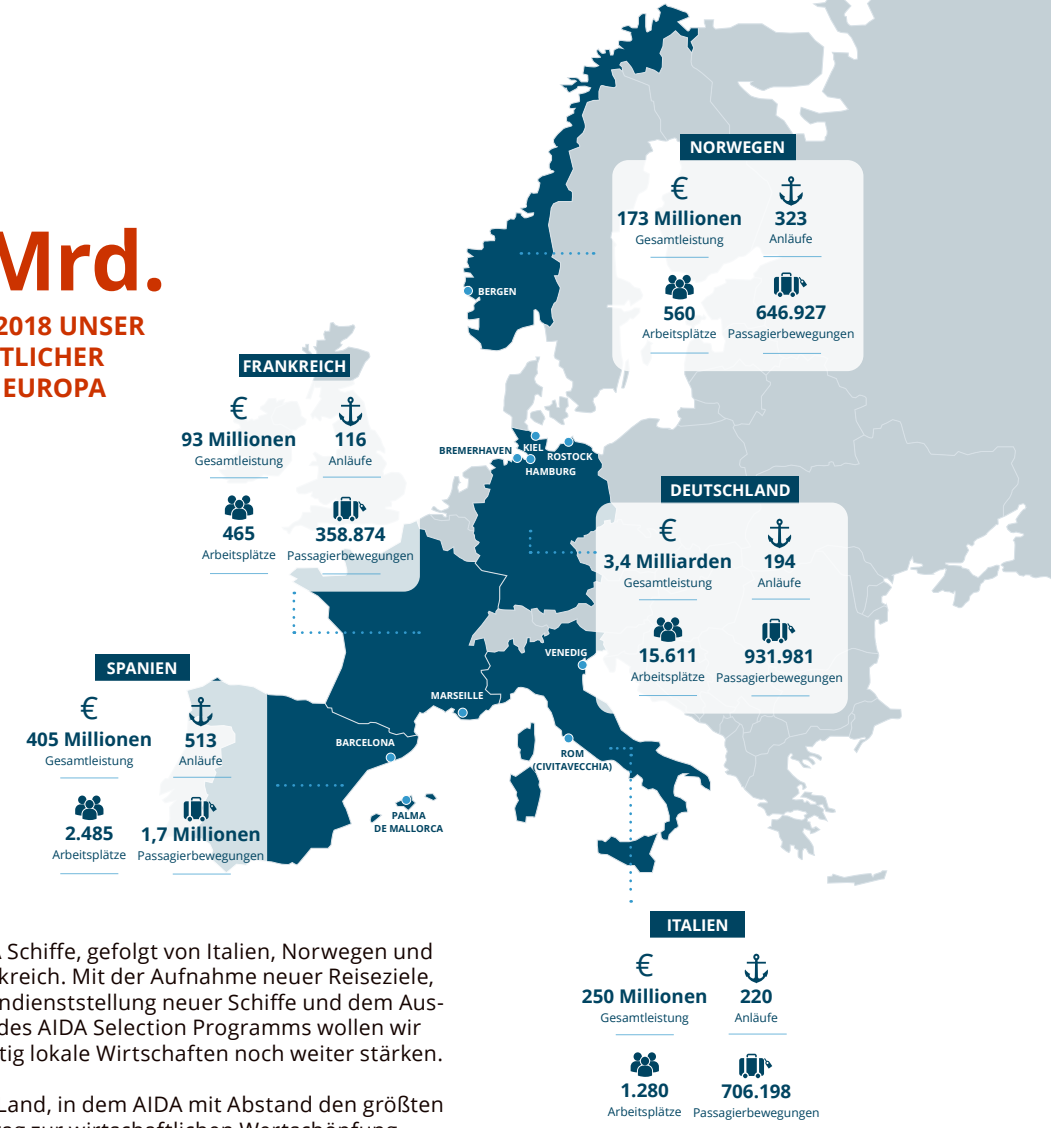
GRI: 102-6, 102-9, 203-2, 413-2

Nachhaltige Entwicklung fördern, lokale Wirtschaften stärken

In den Städten oder Regionen, die wir besuchen, sind die Bewohner die wichtigsten Botschafter der Destinationen. Wir haben verstanden, dass nur, wenn Kreuzfahrt ein willkommener und von den Menschen akzeptierter Wirtschaftszweig ist, diese Menschen unseren Gästen authentische und nachhaltige Erlebnisse vermitteln können, sodass sie gerne wiederkommen. Deshalb arbeiten wir gemeinsam mit unseren Partnern vor Ort weiter daran, nachhaltige Konzepte zu entwickeln. Es geht uns darum, die Landschaften, das kulturelle Erbe und historische Schätze zu bewahren, indem wir die Menschen vor Ort einbinden und die lokale Wirtschaft stärken. Das gilt natürlich vor allem für die Regionen, die maßgeblich vom Tourismus leben. Dabei stellen wir uns der Herausforderung, eine gesunde Balance zwischen florierendem Tourismus und nachhaltiger Entwicklung zu schaffen. Zu unseren Zielen zählen daher beispielsweise unser Angebot von nachhaltigen Ausflügen auszubauen und in den kommenden Jahren zwei weitere LNG-Kreuzfahrtschiffe in Dienst zu stellen. Wir

wollen sowohl unser Partnernetzwerk erweitern als auch bestehende Geschäftsbeziehungen stärken. Auf dieser Basis schaffen wir gemeinsam Werte und Wachstumschancen in unseren Destinationen.

Durch unsere Einkaufspolitik und unsere Partnerschaften sind wir ein wichtiger Faktor für die regionale Wirtschaft in den Destinationen. Für Europa haben wir unseren wirtschaftlichen Beitrag im Rahmen einer Economic-Impact-Studie erhoben, die Anfang 2020 erschienen ist. Die Ergebnisse zeigen: 2018 hat AIDA einen geschätzten wirtschaftlichen Beitrag von 5,3 Milliarden Euro geleistet und rund 27.000 Vollzeitarbeitsplätze in ganz Europa geschaffen. Nicht nur die direkten Aktivitäten, sondern auch die lokalen Ausgaben von Gästen und Crew-Mitgliedern sorgten für konjunkturelles Wachstum in den lokalen Gemeinden und Unternehmen. Zu den wichtigen Ländern Europas, in denen AIDA zur Wertschöpfung beiträgt, zählen u. a. Spanien als eines der Hauptzielgebiete der



AIDA Schiffe, gefolgt von Italien, Norwegen und Frankreich. Mit der Aufnahme neuer Reiseziele, der Indienststellung neuer Schiffe und dem Ausbau des AIDA Selection Programms wollen wir künftig lokale Wirtschaften noch weiter stärken.

Das Land, in dem AIDA mit Abstand den größten Beitrag zur wirtschaftlichen Wertschöpfung und Beschäftigung leistet, ist Deutschland. Hier hat das Unternehmen seinen Sitz und mit dem erfolgreichen Wachstum von AIDA wurden auch langjährige Partnerschaften zu Werften, Zulieferern und Dienstleistern kontinuierlich ausgebaut. Allein 2018 erzielte das Unternehmen in Deutschland einen wirtschaftlichen Beitrag von 3,4 Milliarden Euro sowie einen Beschäftigungseffekt von 15.611 Arbeitsplätzen.





60%

UNSERER GÄSTE MÖCHTEN EINE DESTINATION NOCHMALS BESUCHEN



Fest verankert: Strategie und Steuerung

Zu den Grundprinzipien von AIDA gehört es, die Gesetze der Länder, in denen AIDA tätig ist, zu achten und sich um höchstmögliche ethische Standards im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeiten zu bemühen. Mit unserem „Verhaltens- und Ethikkodex für Geschäftspartner“ (Business Partner Code of Conduct and Ethics) verpflichten wir uns zu einem fairen Umgang und Integrität mit allen unseren Geschäftspartnern und Lieferanten. Weitere Informationen zu unseren Standards und Richtlinien sind im Kapitel Nachhaltigkeit bei AIDA zu finden.

Die darin definierten Grundsätze dienen hierbei als Leitlinie für alle unsere gemeinsamen Geschäftsbeziehungen. Somit ist der Kodex auch Bestandteil unserer Stakeholder-Beziehungen im Rahmen des nachhaltigen Destinationsmanagements.

Um unser Destinationsmanagement nachhaltig zu gestalten, sind der Dialog und die Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren, wie Unternehmen und Organisationen, Politikern und der Zivilgesellschaft, wesentlich. Auch unsere Gäste spielen eine wichtige Rolle.

Gästeausgaben: lokale Wertschöpfung stärken

Unsere Gäste tragen maßgeblich zur lokalen Wertschöpfung in den Destinationen bei. Wie genau, das haben wir in einer umfassenden Umfrage unter denjenigen, die 2018 mit uns gereist sind, ermittelt. Die Antworten von 10.565 Gästen geben Aufschluss über deren individuelles Konsumverhalten in 13 ausgewählten Reisezielen, zusätzlich zu den von AIDA direkt organisierten Aktivitäten an Land. Die Ergebnisse zeigen: Im Durchschnitt geben unsere Passagiere 74,60 Euro pro Hafenanlauf aus, unter Berücksichtigung von Transit- und Turnaround-Anläufen sowie individueller Ausgaben, Transporte

und Aktivitäten, die über uns gekauft wurden. Über 50 Prozent der Gästeausgaben entfallen auf Aktivitäten und Einkäufe vor Ort. Beim Anlauf von Wechselhäfen wird ein größerer Wert erzielt. Der größte Teil der Wertschöpfung wird vor Beginn der Kreuzfahrt generiert. Die Umfrage bestätigt außerdem, dass Kreuzfahrten ein wichtiger Motor für den lokalen Tourismus sind: 60 Prozent unserer Gäste gaben an, dass sie eine Destination auf jeden Fall oder höchstwahrscheinlich noch einmal besuchen werden.





Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung

Jobmotor: Arbeitsplätze schaffen

Mit unserem erfolgreichen Geschäftsmodell tragen wir zum Erhalt und zur Schaffung neuer Arbeitsplätze bei, in Deutschland, aber auch in anderen Ländern.

Mit jedem neuen Schiff, das wir in Dienst stellen, schaffen wir zusätzlich 2.000 neue Arbeitsplätze direkt bei AIDA an Land und an Bord.

Von der Zusammenarbeit mit zahlreichen Zulieferern aus ganz Deutschland, z. B. aus Kiel, Hamburg, Rostock und auch aus Süddeutschland, profitiert die lokale Wirtschaft und sorgt für neue Arbeitsplätze.

Ein Beispiel, wie AIDA auch in Schwellen- und Entwicklungsländern Jobperspektiven eröffnet, ist die Zusammenarbeit mit der Magsaysay Maritime Corporation, dem größten Human-Resources-Dienstleister auf den Philippinen und in Indonesien, mit dem uns bereits seit 2006 eine partnerschaftliche Zusammenarbeit verbindet.

Doris Magsaysay Ho, President and CEO der Magsaysay Group, sprach bei den AIDA Management Days 2019 vor rund 300 Führungskräften über das „Sustainable Human Resource Management“. Magsaysay und AIDA setzen zusammen ein inklusives Business-Modell um, das neue

Maßstäbe setzt. Dieses spiele eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, die besten Talente für unser Unternehmen zu gewinnen, aber auch eine nachhaltige Wertschöpfung in den Heimatländern unserer Mitarbeiter zu schaffen. Indem AIDA Crew-Mitglieder von den Philippinen und aus anderen asiatischen Ländern beschäftigt, bietet das Unternehmen ihnen eine Karriereperspektive, von der auch das Heimatland profitiert. Denn jedes erfolgreiche Beschäftigungsverhältnis trägt zum ökonomischen Wohlstand des Landes bei – nach dem Motto „Earn, Learn and Return Home“. Intensive kostenlose Ausbildungen und Trainings vor dem Aufstieg und kontinuierliche Weiterbildung machen die Crew-Mitglieder fit für eine langfristige und nachhaltige Karriere bei AIDA, die ihnen eine berufliche Perspektive nach der Seefahrtzeit eröffnet.

Weitere wichtige Aspekte des inklusiven Business-Modells sind auch die Implementierung eines Programms zur Work-Family-Balance und die Auseinandersetzung mit Gesundheits- und Sicherheitsaspekten. Dazu zählen z. B. Trainings zum Familienmanagement oder zur Ernährung, auch zu Hause. Ziel beider Partner ist es, dass ein Seefahrer nach seiner Zeit auf den Schiffen zurück nach Hause kommt, ein gutes Auskommen für sich und seine Familie hat und seinen Kindern eine gute Ausbildung ermöglichen kann.

Zivilgesellschaft vor Ort: Schülerbesuche auf AIDA Schiffen

In unseren Destinationen empfangen wir gerne Schüler- und Studentengruppen auf unseren Schiffen, um ihnen im Rahmen von Lernprojekten die Möglichkeit zu geben, den Betrieb auf einem Kreuzfahrtschiff persönlich kennenzulernen. Im Februar 2019 empfingen wir beispielsweise 29 Schüler einer 8. Klasse in der dominikanischen Republik. Auch in La Palma hat sich die Crew über den Besuch einer Schulklasse gefreut. Und im Januar 2020 besuchte eine Gruppe Studenten von Hotel- und Touristikschulen sowie von Universitäten auf Curaçao AIDAperla.





Stakeholder-Dialog für ein nachhaltiges Destinationsmanagement

Unsere Kreuzfahrtschiffe bringen die Gäste in die schönsten Reiseregionen der Welt. Je attraktiver die Ziele sind, umso mehr Besucher ziehen sie an. Es ist uns deshalb ein wichtiges Anliegen im Rahmen unseres Destinationsmanagements, gemeinsam mit den Stakeholdern vor Ort einen verantwortungsbewussten Tourismus zu fördern. Ziel ist es, den Gästen im Einklang mit Umwelt- und Naturschutz sowie der Bewahrung des kulturellen Erbes in den Destinationen einmalige Urlaubserlebnisse zu bieten.

Im September 2019 kamen beispielsweise Felix Eichhorn, AIDA Präsident, und der Bürgermeister von Dubrovnik, Mato Franković, zusammen.

Dubrovnik ist ein wichtiger Anlaufhafen für AIDA in der Adria. In den Gesprächen sicherte Felix Eichhorn zu, die Stadt Dubrovnik in ihren Bemühungen zur Optimierung der Kreuzfahrtschiff-Anläufe und die vorgesehene Neuregelung für den Besuch der historischen Altstadt weiter zu unterstützen. AIDA begrüßt zudem den geplanten Bau einer Landstromanlage sowie eines Passagierterminals. Damit knüpfte AIDA mit seinen konkreten Gesprächen an das kurz zuvor unterzeichnete Memorandum of Understanding zwischen der Cruise Lines International Association (CLIA) und Dubrovnik an. Ziel des

Memorandums ist es, Dubrovnik als Modell für nachhaltigen Tourismus in der Adria-Region und darüber hinaus zu etablieren.

Auch Norwegen ist ein beliebtes Reiseziel der AIDA Gäste. Zwischen Anfang Februar und Ende Oktober 2019 nahmen zehn AIDA Schiffe regelmäßig Kurs auf insgesamt 24 norwegische Häfen und Destinationen. Damit leistet AIDA auch in der touristischen Nebensaison einen wichtigen Beitrag zur lokalen Wirtschaft. Im November 2019 besuchten daher Vertreter aus sechs der wichtigsten Kreuzfahrthäfen Norwegens die AIDA Zentrale in Rostock. Dort tauschten sie sich mit AIDA Präsident Felix Eichhorn und weiteren Vertretern der Geschäftsleitung darüber aus, wie man den Herausforderungen bei der Entwicklung eines nachhaltigen Kreuzfahrttourismus in Norwegen zukünftig noch besser gemeinsam begegnen kann. Nicht nur die jeweiligen Hafenkapazitäten und der Aufbau einer Infrastruktur für die Nutzung von Landstrom standen auf der Agenda, sondern auch die Optimierung logistischer Prozesse und der Ausbau des Angebots an nachhaltigen Landausflügen.

Außerdem nutzten unsere lokalen Touristikpartner, aber auch regionale Vertreter aus Politik und Wirtschaft sowie Schulklassen und Studenten in der vergangenen Saison die Möglichkeit, direkt vor Ort im Rahmen von Schiffsbesuchen mit AIDA ins Gespräch zu kommen und sich über unser Nachhaltigkeitsengagement sowie unsere Green-Cruising-Strategie zu informieren.



Authentische Reiseerlebnisse: nachhaltige Landausflüge

47 Prozent der Gäste auf Kreuzfahrtschiffen wünschen sich Ziele mit schönen Landschaften und einer intakten Natur. Dies zeigt die 35. Deutsche Tourismusanalyse 2019 zum Thema Urlaubsbedürfnisse. Wir wollen unseren Gästen genau diese Wünsche erfüllen und erweitern kontinuierlich unser Angebot an nachhaltigen Landausflügen in unseren weltweiten Destinationen. Aktuell tragen 1.141 Ausflugsangebote von AIDA das Baumsiegel, mit dem wir seit 2012 unsere nachhaltigen Ausflüge kennzeichnen. Organisiert werden diese in Zusammenarbeit mit lokalen Agenturen. Zu den vier Hauptkriterien, nach denen wir die Angebote zertifizieren, zählen die Transportleistungen, die Inhalte bzw. Schwerpunkte des Ausflugs (z. B. Kultur, Natur, soziales Engagement), das regionale gastronomische Angebot und das Nachhaltigkeitsengagement der Partneragentur vor Ort. Daneben gibt es zahlreiche Unterpunkte, die ebenfalls in die Beurteilung einfließen. Im Bereich Transport steht die Vermeidung von CO₂-Emissionen im Vordergrund. Das positive Feedback unserer Gäste und die hohe Nachfrage nach unserem AIDA Selection Programm haben wir auch 2019 zum Anlass genommen, unsere Routenvielfalt zu erweitern und neue Traumziele in den schönsten Regionen der Welt anzubieten.

Auf ausgedehnten Landausflügen in den verschiedenen Destinationen hatten die Gäste unserer Selection Schiffe AIDAcara, AIDAvita und AIDAaura die Möglichkeit, schützenswerte Naturschauspiele und Landschaften kennenzulernen und Kulturen von einer ganz anderen Seite zu erleben. Abgerundet wurden alle AIDA Selection Reisen durch ein individuell gestaltetes Entertainment- und Edutainmentprogramm an Bord, das auch Bezug auf die jeweilige landestypische Kultur sowie die schützenswerte Fauna und Flora der Region nimmt. Neben außergewöhnlichen Reiserouten, regionalen Spezialitäten, landestypischer Kultur und langen Aufenthalten in Häfen ist es die persönliche Atmosphäre, kombiniert mit einem exklusiven Service, die eine Selection Kreuzfahrt mit AIDA so besonders macht.

Wir engagieren uns für den Tier- und Artenschutz. AIDA bietet seinen Gästen daher nur Exkursionen an, bei denen sie Wale, Delfine und andere Tierarten in ihrem natürlichen Lebensraum beobachten können. Dabei arbeiten wir mit ausgewählten Anbietern zusammen, die darauf achten, dass die Tiere durch die Touristen nicht gestört werden.





Mitwirkung in Verbänden und Initiativen



GRI: 102-13

In Verbänden und Initiativen mitwirken, Lösungen voranbringen

Als eines der führenden Touristikunternehmen Deutschlands bringt sich AIDA in den gesellschaftlichen Dialog ein. Auf diversen Veranstaltungen, in Verbänden und Initiativen tauschen wir uns zu Nachhaltigkeitsthemen aus und teilen unsere Erfahrungen auf dem Weg zu einer emissionsneutralen Kreuzfahrt.

2019 lag unser Fokus erneut auf dem Dialog zu innovativen Technologien zur Verbesserung des Umweltschutzes.

Zudem beteiligt sich AIDA an Dialogveranstaltungen in Nachhaltigkeits- und Brancheninitiativen, um regulatorische Rahmenbedingungen und internationale Standards mitzugestalten.

Dialogveranstaltungen: aktiv in Nachhaltigkeits- und Brancheninitiativen

2019 lag der Schwerpunkt des Dialogs mit Stakeholdern auf Umweltschutzthemen. So stellte Felix Eichhorn im Februar 2019 die Green-Cruising-Strategie von AIDA im Rahmen der Jahresmitgliederversammlung der Maritimen LNG Plattform e. V. vor. Vertreter von AIDA sprachen im Mai 2019 mit Branchenvertretern und Vertretern der Politik in einem gemeinsamen Parlamentarischen Abend über das Thema „Liquified Renewable Gas (LRG) im Straßenverkehr und in der Schifffahrt“. Im Juni 2019 beteiligte sich AIDA am Fachforum „Emissionsarme Energieträger“ beim Grünen Wirtschaftsdialog in Berlin.

Im Dezember 2019 wurde Felix Eichhorn zum Vorstandsmitglied des Deutschen Reiseverbandes (DRV) gewählt. Außerdem ist er Präsidiumsmitglied im Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW). Auch im touristischen Kooperationsnetzwerk Hamburg Cruise Net e. V. arbeitet AIDA mit, um eine nachhaltige Entwicklung am Kreuzfahrtstandort Hamburg zu fördern. Mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ) sind wir im regelmäßigen Erfahrungs- und Best-Practice-Austausch.

AIDA ist zudem seit vielen Jahren Mitglied einer Arbeitsgruppe der Nachhaltigkeitsinitiative Futouris e. V., die gemeinsam mit Umweltverbänden und Wissenschaftlern die Festsetzung und Einhaltung von Standards für artgerechte Tierhaltung überprüft und weiterentwickelt. Seit 2015 unterstützt AIDA Cruises die Stiftung 2° in ihrer Arbeit. Ziel der Unternehmerinitiative ist es, im Dialog mit Politik und Wissenschaft das Know-how und die Lösungskompetenz deutscher Unternehmer bei der Umsetzung der Klimaziele, insbesondere bei der Beschränkung des Anstiegs der globalen Durchschnittstemperatur auf unter zwei Grad Celsius, einzubringen.

Forschung und Entwicklung: Projekte mit externen Stakeholdern

AIDA verfolgt das Ziel einer emissionsneutralen Kreuzfahrt. An der Erreichung dieses Ziels arbeiten wir mit verschiedenen Partnern mit ganzer Kraft. Gemeinsam erforschen wir innovative Technologien zur nachhaltigen Reduktion der Emissionen. So konnten wir bereits die LNG-Technologie voranbringen. Derzeit suchen wir z. B. zusammen mit der MEYER WERFT und weiteren Partnern nach Lösungen, um regeneratives LNG zu nutzen.

Mit der MEYER WERFT, Freudenberg Sealing Technologies und weiteren Partnern arbeiten wir in dem vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur geförderten Projekt „Pa-X-ell2“ zusammen.

Im Rahmen des Projekts entwickeln wir ein dezentrales Energienetzwerk und ein hybrides Energiesystem mit einer neuen Generation von Brennstoffzellen für den Einsatz auf Hochsee-Passagierschiffen.

Ein weiteres Beispiel für den externen Dialog ist unsere Beteiligung an Forschungsprojekten zur Entwicklung neuer Technologien in der Kreuzschifffahrt.





Anhang

AIDA in Zahlen
GRI-Inhaltsindex
Impressum

75
78
81

AIDA in Zahlen

GRI: 102-3

AIDA Cruises: Die wichtigsten Kennzahlen des Geschäftsjahres 2019 im Überblick

Die Entwicklung der absoluten Verbrauchszahlen im Geschäftsjahr 2019 spiegeln den Flottenzuwachs (Indienststellung von AIDAnova im Dezember 2018) wider.

ENERGIE UND TREIBSTOFF [GRI: 301-1, 302-1, 302-3, 302-4, 302-5]

		2017	2018	2019
Gesamtenergieverbrauch	[GJ]	8.998.330	9.475.775	10.543.266
Energieverbrauch an Bord	[GJ]	8.990.208	9.469.578	10.537.219
Davon Schweröl	[GJ]*	4.088.656	4.307.760	4.475.160
Davon niedrigschweflige Schweröle	[GJ]*	1.370.983	1.919.080	1.418.160
Davon Marinegasöl	[GJ]**	3.476.165	3.225.222	3.561.558
Davon Landstrom	[GJ]****	968	2.291	1.977
Davon Flüssigerdgas (LNG)	[GJ]***	53.436	15.226	1.080.364
Energieverbrauch Fuhrpark (nur AIDA Cruises und AIDA Kundencenter)	[GJ]	8.122	6.196	6.046
Energieverbrauch an Bord pro Person und Tag	[GJ/P x Tag]	0,770	0,757	0,708

Treibstoffverbrauch an Bord	[t]	220.373	233.050	254.696
Anteil Schweröl	[%]	46,3	46,3	43,9
Anteil niedrigschweflige Schweröle	[%]	15,6	20,6	13,9
Anteil Marinegasöl	[%]	37,6	33,0	33,3
Anteil Flüssigerdgas (LNG)	[%]	0,5	0,1	8,9
Treibstoffverbrauch an Bord pro Person und Tag	[kg/P x Tag]	18,9	18,6	17,1

Berechnung der Energie aus Treibstoff nach internen Projektunterlagen; 1 GJ = 277,78 kWh
 * 40 Gigajoule je Tonne Brennstoff; ** 42 Gigajoule je Tonne Brennstoff; *** 48 Gigajoule je Tonne Brennstoff; **** Strommix aus 52,9 % gefördert nach EEG und 47,1 % sonstigen erneuerbaren Energien (100 % Ökostrom)

Veränderungen 2018/2019

- » 6,6 Prozent weniger Energie pro Person und Tag an Bord
- » 8,2 Prozent weniger Treibstoffverbrauch pro Person und Tag an Bord

INDIREKTER PRIMÄRENERGIEVERBRAUCH [GRI: 302-1, 302-3, 302-4, 302-5]

		2017	2018	2019
Gesamtenergieeinkauf (Ökostrom)*	[kWh]	2.654.262	2.702.539	10.543.266
Energieverbrauch pro Person und Tag	[kWh/P x Tag]	6,64	6,64	6,47

* Bezieht sich auf AIDA Standorte in Rostock und Hamburg (100 % Ökostrom). Grundlage für die Kennzahl sind die Angaben des Stromlieferanten (Strommix aus 52,9 % gefördert nach EEG und 47,1 % sonstigen erneuerbaren Energien). An Bord fällt kein indirekter Energieverbrauch an.

ABWASSER [GRI:306-1, 306-2]

		2017		2018		2019	
		Seeseitig	An Land	Seeseitig	An Land	Seeseitig	An Land
Abwasser gesamt	[t]	1.747.300	66.762	1.850.499	83.622	2.069.528	88.894
Unbehandeltes Schwarzwasser	[t]	0	3.687	0	876	0	18
Behandeltes Schwarzwasser	[t]	52.700	3.813	117.725	16.624	148.681	25.835
Permeat (geklärtes Abwasser mit annähernd Trinkwasserqualität)	[t]	1.320.800	11.789	1.336.990	11.536	1.636.638	11.662
Unbehandeltes Grauwasser (inkl. Poolwasser)	[t]	302.460	42.529	319.119	48.774	195.618	33.713
Biomasse und Klärschlamm (extrahierte Feststoffe aus dem Klärprozess)	[t]	71.340	4.945	76.666	5.811	88.582,6	17.667
Abwasser gesamt an Bord pro Person und Tag	[l/P x Tag]	155,3		154,6		144,96	

Veränderungen 2018/2019

- » 6,23 Prozent weniger Abwasseranfall pro Person und Tag an Bord

WASSER [GRI: 301-1]

		2017	2018	2019
Gesamtwasserverbrauch Flotte*	[t]	1.862.832	2.005.353	2.223.574
Wasser, das von Land aufgenommen wurde**	[t]	309.531	386.199	325.870
Wasser, welches an Bord aus Meerwasser produziert wurde	[t]	1.553.301	1.630.409	1.963.086
Gesamtwasserverbrauch an Bord pro Person und Tag***	[l/P x Tag]	159,5	160,3	149,3

* Wasserverbrauch mittels Durchflussmesser erfasst (1.000 t = 1 Megaliter). 2019 konnten wir 86 Prozent unseres Trinkwasserbedarfs über die Eigenproduktion an Bord abdecken. ** Wenn Trinkwasser aufgrund von regionalen Gesetzgebungen oder aufgrund von Umwelteinflüssen nicht in ausreichender Menge und/oder Qualität gemäß dem Vessel Sanitation Program und den WHO-Trinkwasserqualitätsstandards an Bord produziert werden kann, wird Frischwasser in den Häfen über regionale Trinkwasseranbieter bezogen. Alle Anbieter müssen im Vorfeld zertifiziert sein und durchlaufen kontinuierliche Überprüfungen der Trinkwasserqualität, die sowohl von zuständigen Gesundheitsbehörden als auch von Mitarbeitern an Bord durchgeführt werden. *** Aufgrund von wechselnden Fahrtgebieten kann es zu Schwankungen in der Wasserverbrauchsrate kommen.

Veränderungen 2018/2019

- » 6,83 Prozent weniger Wasserverbrauch pro Person und Tag an Bord

CO ₂ -EMISSIONEN [GRI: 305-1,302-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6]				
		2017	2018	2019
Direkte CO ₂ -Emissionen gesamt	[t]	715.980	748.713	821.955
Davon Treibstoff und Kühlmittel an Bord	[t]	715.579	748.253	821.506
Davon Firmenwagenflotte	[t]	401	460	449
Direkte CO ₂ -Emissionen an Bord pro Person und Tag	[kg/P × Tag]	61,3	59,8	55,2
Indirekte CO ₂ -Emissionen gesamt	[t]	169	0	0
Davon durch Stromverbrauch der Bürogebäude	[t]	169	0*	0
Die Treibhausgasemissionen von AIDA Cruises werden nach den IMO Guidelines (MEPC.1/Circ.684), dem CRC Handbook of Chemistry and Physics, Lieferantenangaben und internen Standards berechnet und für diesen Bericht zusammengefasst dargestellt. Hierbei bildet die Berichtsgrenze auf Basis des Konsolidierungsansatzes die CO ₂ -Emissionen der AIDA Schiffe und der Landstandorte. Zusätzlich erfasst die Carnival Corporation & plc alle Treibhausgasemissionen konzernweit nach dem internationalen „Greenhouse Gas Protocol“. * Keine Treibhausgasemissionen durch den Wegfall des Erdgasanteils am bereitgestellten Energiemix (0 g CO ₂ /kWh; Deutschland: 435 g CO ₂ /kWh; gleiche Angaben gelten auch für den Bezug von Energie aus Landstrom).				
Veränderungen 2018/2019 » 8 Prozent weniger CO ₂ -Emissionen pro Person und Tag an Bord				

NO _x , SO _x , FEINSTAUB [GRI: 305-7]				
		2017	2018	2019
NO _x *	[t]	17.275,37	18.287,84	18.433,84
SO _x **	[t]	6.277,42	6.256,15	6.604,58
Feinstaub***	[t]	121,94	135,81	131,05
NO _x -Rate	[kg/P × Tag]	1,479	1,463	1,238
SO _x -Rate	[kg/P × Tag]	0,537	0,501	0,444
Feinstaubrate	[kg/P × Tag]	0,011	0,011	0,009
Seit GJ 2018 Umstellung auf die Umrechnungsfaktoren der Carnival Corporation & plc zur besseren Vergleichbarkeit. Vorjahre wurden dementsprechend angepasst. Standard-Emissionsfaktoren: Alle Angaben ohne Berücksichtigung der Effekte durch den Einsatz der Abgasreinigungssysteme (AAQS). 2019 waren diese an Bord von neun Schiffen im Einsatz. *NO _x : 1 Tonne HFO-/LSFO-/ULSFO-Kraftstoff entspricht 78 kg NO _x ; 1 Tonne MGO-Kraftstoff entspricht 80 kg NO _x ; 1 Tonne LNG-Kraftstoff entspricht 7 kg NO _x (Standard-Emissionsfaktoren); **SO _x : Berechnung auf der Grundlage des durchschnittlichen Schwefelgehalts der Kraftstoffe (Standard-Emissionsfaktor ist %S × 20 × 0,96); ***Feinstaub: 1 Tonne HFO-Kraftstoff entspricht 0,82 kg Feinstaub; 1 Tonne LSFO-/ULSFO-Kraftstoff entspricht 0,75 kg Feinstaub; 1 Tonne MGO-Kraftstoff entspricht 0,15 kg Feinstaub (Standard-Emissionsfaktoren); Emissionen von Feinstaub durch den Einsatz von LNG sind nahezu null.				
Veränderungen 2018/2019 » 15,4 Prozent weniger NO _x -Emissionen pro Person und Tag an Bord » 11,5 Prozent weniger SO _x -Emissionen pro Person und Tag an Bord » 19,1 Prozent weniger Feinstaubemissionen pro Person und Tag an Bord				

Abfall [GRI: 306-2]				
		2017	2018	2019
Abfallaufkommen an Bord*	[m ³]	79.718,44	88.461,45	99.715,99
... davon aufbereitet fürs Recycling	[m ³]	52.801,09	64.607,46	67.772,92
[Marpol Cat. A] Plastik	[m ³]	9.276,55	10.555,84	8.650,21
[Marpol Cat. B] Lebensmittelreste	[m ³]	16.722,08	19.692,35	19.884,23
[Marpol Cat. C] s.g. Mischaabfall	[m ³]	24.828,44	21.473,76	28.366,85
[Marpol Cat. C] Papier, Holz, Metall, Glas (sortenrein getrennt)	[m ³]	26.689,50	33.471,40	36.342,35
[Marpol Cat. D] Altspeiseöl	[m ³]	k. A.	k. A.	1.109,66
[Marpol Cat. F] Betriebsabfälle	[m ³]	1.047,37	1.343,41	2.597,71
... davon gefährlicher Abfall nach Marpol	[t]	230,99	276,36	368,98
[Marpol Cat. F] Medizin- und Hygieneabfall, mit Öl verunreinigte Materialien	[m ³]	1.041,54	1.036,82	978,51
[Marpol Cat. I] Elektroschrott	[m ³]	k. A.	726,22	1.786,47
Marpol Cat. E aus thermischer Verwertung	[m ³]	672,81	438,55	831,22
Abfall pro Person und Tag	[l/Pxd]	6,83	7,07	6,70
* Seit 2016 erfolgt zur besseren Vergleichbarkeit innerhalb der Schifffahrt die Mengenangabe analog MARPOL in Volumen (m ³ = 1.000 l). Seit dem GJ 2019 werden zusätzlich die einzelnen Abfallkategorien ebenfalls gemäß nach MARPOL ausgewiesen.				
Veränderungen 2018/2019 » 5,3 Prozent weniger Abfallaufkommen insgesamt pro Person und Tag an Bord » 31,1 Prozent weniger Plastikabfälle pro Person und Tag an Bord » 15,2 Prozent weniger Lebensmittelabfälle pro Person und Tag an Bord » 8,8 Prozent weniger Papier-, Holz-, Metall- und Glasabfälle pro Person und Tag an Bord				

MITARBEITER* [GRI: 102-8, 401-1]*						
	2018			2019		
	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen
Mitarbeiter gesamt**	11.140	8.350	2.790	11.369	8.526	2.843
An Bord	9.733	7.806	1.927	9.952	8.006	1.946
An Land	1.407	544	863	1.417	520	897
Vollzeit Land	1.188	536	652	1.091	510	581
Teilzeit Land	219	8	211	326	10	316

* Insgesamt beschäftigte AIDA Cruises 2019 mehr als 15.600 Mitarbeiter. Die hier aufgeführten Zahlen beziehen sich auf alle Mitarbeiter, die am Stichtag 30. November 2019 (Ende des Geschäftsjahres) aktiv beschäftigt waren. Darin nicht enthalten sind z. B. rund 4.250 Crew-Mitglieder auf Heimaturlaub bzw. Mitarbeiter in einem ruhenden Arbeitsverhältnis.
 ** Anteil der befristeten Arbeitsverträge an Land 5,4 % (davon 95 % als Elternzeitvertretung) und 82 % an Bord (beinhalten alle branchentypischen Heuerverträge)

MITARBEITER NACH REGION IN % [GRI: 401-1]					
	an Bord		an Land		
	2018	2019		2018	2019
EU	33,3	32,6	Deutschland	89,8	89,3
Philippinen	36,7	36,4	Italien	4,6	4,9
Indien	14,3	14,2	Großbritannien	0,6	0,7
Indonesien	9,7	9,2	Österreich	0,6	0,5
Andere	5,9	7,6	Andere	4,3	4,6

AUS- UND WEITERBILDUNGSMASSNAHMEN FÜR MITARBEITER [404-1]				
	2018		2019	
	Anzahl*	Tage**	Anzahl*	Tage**
Bordmitarbeiter	95.657	37.991	163.055	60.987
Landmitarbeiter	9.800	7.168	11.903	3.936

* Teilnehmer inklusive Mehrfachteilnahme ** ein Trainingstag wird mit 8 Stunden berechnet;

AUFTEILUNG DER MITARBEITER UND LEITUNG NACH GESCHLECHT, ALTERSGRUPPE UND VIELFALT [GRI: 102-18, 401-1]								
	2018				2019			
	An Bord		An Land		An Bord		An Land	
	Absolut	In %	Absolut	In %	Absolut	In %	Absolut	In %
Leitende Organe	1.577	16,2	63	4,5	1.716	17,2	65	4,6
Mitarbeiter	8.156	83,8	1.344	95,5	8.236	82,8	1353	95,4
Weiblich	1.927	19,8	863	61,3	1.946	19,6	897	63,3
Männlich	7.806	80,2	544	38,7	8.006	80,4	520	36,7
Alter < 30 Jahre	3.896	40	268	19	3.909	39,3	274	19,3
Alter 30-50 Jahre	5.429	55,8	988	70,2	5.594	56,2	985	69,5
Alter > 50 Jahre	408	4,2	151	10,7	449	4,5	159	11,2

MITARBEITERLOYALITÄT [GRI: 401-1, 401-3]				
	2018		2019	
	Absolut	in %	Absolut	in %
Fluktuation*	770	6,9	977	8,6
Neueinstellungen	3.865	34,7	3.969	34,9
Mitarbeiter in Elternzeit	124	84,0**	206	88,0**
Davon Land	91	26,0***	151	13,0***
Davon Bord	33	76,0***	55	66,0***

* Ende der Befristung nicht enthalten; ** Rückkehrrate; *** Anteil männlicher Mitarbeiter

MITARBEITER NACH REGION IN %					
	an Bord		an Land		
	2018	2019		2018	2019
EU	33,3	32,6	Deutschland	89,8	89,3
Philippinen	36,7	36,4	Italien	4,6	4,9
Indien	14,3	14,2	Großbritannien	0,6	0,7
Indonesien	9,7	9,2	Österreich	0,6	0,5
Andere	5,9	7,6	Andere	4,3	4,6

ARBEITSSICHERHEIT				
	2018		2019	
	An Bord	An Land	An Bord	An Land
Ausfalltage* (in %)	3,20	6,50	0,02	0,03
Arbeitsunfälle**	346	21	516**	15

* Bis 2018 wurden alle krankheitsbedingten Ausfalltage (in Prozent der Arbeitstage) erfasst. Seit 2019 werden nur noch unfallbedingte Ausfalltage aufgeführt.
 ** Seit 2019 werden auch alle Arbeitsunfälle von Crew-Mitgliedern während der Dienstzeit an Land erfasst, z. B. während Weiterbildungsmaßnahmen oder der An- und Abreise zum/vom Schiff. Zuvor wurden nur Vorkommnisse während der Dienstzeit an Bord erfasst.
 Im Berichtszeitraum sind keine Todesfälle aufgetreten.

GÄSTEZUFRIEDENHEIT	
	2019
Gesamtzufriedenheit	91 %

GRI-Inhaltsindex

GRI: 102-55, 102-56

Der Nachhaltigkeitsbericht von AIDA Cruises wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt. Für den Materiality Disclosures Service hat GRI Services überprüft, ob der GRI-Inhaltsindex klar aufgebaut ist und die Angaben für 102-40 bis 102-49 mit den entsprechenden Abschnitten im Bericht übereinstimmen.



GRI 101: GRUNDLAGEN 2016 GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016			
Organisationsprofil			
GRI-Standard	Angabe	Verweis und Kommentar	
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-1	Name der Organisation	S. 3, S. 6
	102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	S. 6, S. 19
	102-3	Hauptsitz der Organisation	S. 6-7 (Siehe Grafik „Unsere Aktivitäten 2019 weltweit“)
	102-4	Betriebsstätten	S. 6-7 (Siehe Grafik „Unsere Aktivitäten 2019 weltweit“)
	102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	S. 4, S. 6
	102-6	Belieferte Märkte	S. 6-7, S. 69
	102-7	Größe der Organisation	S. 3, S. 6
	102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	S. 3, S. 6, S. 46, S. 77
	102-9	Lieferkette	S. 6, S. 17, S. 20-22, S. 69
	102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	S. 3, S. 6
	102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	S. 10, S. 11, S. 12, S. 27
	102-12	Externe Initiativen	S. 5, S. 14, S. 21 (Siehe „Nachhaltige Landausflüge“), S. 63, S. 64-66, S. 67-68
	102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	S. 73
Strategie			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	S. 3
Etik und Integrität			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	S. 11, S. 14-15, S. 46-47
Governance			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-18	Führungsstruktur	S. 13, S. 77

GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016			
Stakeholder-Einbeziehung			
GRI-Standard	Angabe	Verweis und Kommentar	
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	S. 63 (Siehe Grafik der Stakeholder-Gruppen)
	102-41	Tarifverträge	S. 53 (Siehe „Fair geregelt: Vergütung und Arbeitsbedingungen“)
	102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	S. 63
	102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 63, S. 64
	102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	S. 13 (Siehe „Relevanz im Fokus: Wesentlichkeitsanalyse“), S. 64
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	S. 4, S. 6
	102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	S. 4
	102-47	Liste der wesentlichen Themen	S. 13 (Siehe „Relevanz im Fokus: Wesentlichkeitsanalyse“)
	102-48	Neudarstellung von Informationen	S. 4
	102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	S. 4, S. 13 (Siehe „Relevanz im Fokus: Wesentlichkeitsanalyse“)
	102-50	Berichtszeitraum	S. 4
	102-51	Datum des letzten Berichts	Der Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2018 erschien im Juli 2019
	102-52	Berichtszyklus	Jährliche Berichterstattung
	102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	S. 4
	102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	S. 4
	102-55	GRI-Inhaltsindex	S. 78-80 (GRI-Inhaltsindex)
102-56	Externe Prüfung	S. 4, S. 78-80 (GRI-Inhaltsindex)	

GRI 200: WIRTSCHAFT			
Wirtschaftliche Leistung			
GRI-Standard	Angabe		Verweis und Kommentar
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 6
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 10, S. 11
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 10, S. 11
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	S. 12-13, S. 16, S. 33
Indirekte ökonomische Auswirkungen			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 12-13
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 3, S. 10
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 10-11
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016	203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	S. 30-31, S. 33-35, S. 37-38
	203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	S. 6, S. 69

GRI 300: UMWELT			
Materialien			
GRI-Standard	Angabe		Verweis und Kommentar
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 39, S. 40-43
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 39, S. 40
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 40
GRI 301: Materialien 2016	301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	S. 75

GRI 300: UMWELT			
Energie			
GRI-Standard	Angabe		Verweis und Kommentar
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 33, S. 34-36, S. 44
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 33, S. 44
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 33, S. 44
GRI 302: Energie 2016	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 75
	302-3	Energieintensität	S. 75
	302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	S. 35, S. 36, S. 75
	302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	S. 35, S. 36, S. 75
Emissionen			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 30-32, S. 33-36, S. 76
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 33, S. 37
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 33, S. 37
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte HG-Emissionen (Scope 1)	S. 76
	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	S. 76
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	S. 76
	305-4	Intensität der THG-Emissionen	S. 76
	305-5	Senkung der THG-Emissionen	S. 76
	305-7	Stickstoffoxide (NOx), Schwefeloxide (SOx) und andere signifikante Luftemissionen	S. 76

GRI 300: UMWELT			
Abwasser und Abfall			
GRI-Standard	Angabe	Verweis und Kommentar	
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 39–40, S. 44, S. 75–76
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 40
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 40
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016	306-1	Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	S. 39, S. 42, S. 43, S. 75
	306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsverfahren	S. 75–76
	306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen	Im Berichtszeitraum sind keine Fälle bekannt
Umwelt-Compliance			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 14–15, S. 33, S. 37, S. 40, S. 30
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 10–11, S. 33, S. 37, S. 40, S. 30
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 10–11, S. 30
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016	307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	Im Berichtszeitraum sind keine Fälle bekannt

GRI 400: SOZIALES			
Beschäftigung			
GRI-Standard	Angabe	Verweis und Kommentar	
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 46, S. 48, S. 55, S. 56, S. 57, S. 60, S. 61
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 46, S. 48, S. 55, S. 56, S. 61
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 46, S. 48, S. 55, S. 56, S. 61
GRI 401: Beschäftigung 2016	401-1	Neue Angestellte und Angestelltenfluktuation	S. 55, S. 77
	401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	S. 51, S. 52
	401-3	Elternzeit	S. 77

GRI 400: SOZIALES			
Aus- und Weiterbildung			
GRI-Standard	Angabe	Verweis und Kommentar	
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 55–57
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 56
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 56
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	S. 57, S. 58
	404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	S. 56
	404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	S. 56 (Siehe Grafik „AIDA Cruises Training & Development-Kompass“), S. 58, alle Angestellten erhalten eine regelmäßige Beurteilung
Lokale Gemeinschaften			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 20–22 S. 63, S. 65, S. 67–68, S. 69, S. 72, S. 73
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 21, S. 69
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 13, S. 21
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016	413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	S. 7, S. 21
	413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	S. 21, S. 69
Kundengesundheit und -sicherheit			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 11, S. 13, S. 23, S. 26, S. 27–28
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 12, S.14–15, S. 16, S. 19, S. 23, S. 26, S. 28
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 23, S. 26, S. 28
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	S. 20, S. 21, S. 26, S. 27, S. 28
	416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten	Im Berichtszeitraum sind keine Fälle bekannt
Sozioökonomische Compliance			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 10–11, S. 12–13, S. 14–15, S. 16
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 10, S. 11, S. 13, S. 16
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	S. 13, S. 15, S. 16
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016	419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	Im Berichtszeitraum sind keine Fälle bekannt

Impressum

GRI: 102-5

Herausgeber:

AIDA Cruises
German Branch of Costa Crociere S.p.A.
Am Strande 3d
18055 Rostock

Kontakt:

E-Mail: aidacares@aida.de

Web:

www.aida.de/aidacares

Redaktionelle Leitung:

Hansjörg Kunze (V. i. S. d. P.)

Fotos:

AIDA Cruises
Fly & Help
Deutscher Reiseverband e. V.

Text:

Martina Reuter (AIDA Cruises)
Scholz & Friends

Grafik und Realisierung:

Scholz & Friends

Wenn wir auf Internetseiten Dritter verweisen (Links), übernimmt AIDA Cruises keine Verantwortung für die Inhalte der verlinkten Seiten.

Mit dem Betätigen des Verweises verlassen Sie das Informationsangebot von AIDA Cruises. Für die Angebote Dritter können daher abweichende Regelungen gelten, insbesondere hinsichtlich des Datenschutzes. Stand: Mai 2020.