



# Lufthansa

## Tržište

Na tržištu Srbije saobraća 17 avio-kompanija koje realizuju letove iz Beograda. U 2006. godini beogradski aerodrom Nikola Tesla uslužio je dva miliona putnika. Među svim međunarodnim kompanijama prisutnim na tržištu Srbije, Lufthansa je najveći avio-prevoznik sa 26 letova nedeljno i udelom u tržištu od prosečno 22 odsto. Lufthansa ima dobru saradnju sa nacionalnim prevoznikom Jat Airways s kojim ima zajedničke (*code-share*) letove za destinacije u Nemačkoj.

## Dostignuća

Lufthansa ima četrdesetogodišnje iskustvo u Srbiji, odlično poznaje lokalno tržište i neprekidno ojačava svoju poziciju. U ovom trenutku Lufthansa ima dva leta dnevno za Minhenu, svakodnevni let za Frankfurt i pet letova nedeljno za Diseldorf, nudeći putnicima više od 183 destinacija u 78 zemalja širom sveta. U 2005. godini kompanija je prevezla preko 143.247 putnika u i iz Srbije. Shodno zahtevima tržišta, koji su se manifestovali tokom 2006. godine, Lufthansa će povećati kapacitet i frekvenciju saobraćaja povećanjem broja letova za Diseldorf sa pet na sedam letova nedeljno od letnjeg reda letenja za 2007. godinu, čime će se ukupan broj letova u narednoj sezoni povećati na 28.

## Istorijat

Deutsche Luft Hansa Aktiengesellschaft osnovana je 1926. godine nakon spajanja dve avio-kompanije: Deutsche Aero Lloyd i Junkers Luftverkehr AG. Nova avio-kompanija Luft Hansa od kompanije Deutsche Aero Lloyd preuzela je logo - ždral u letu - nastao još davne 1918. godine, i taj logo je do dana današnjeg ostao prepoznatljivi Lufthansin logo.

Redovan saobraćaj kompanija je uspostavila 1926. godine na osam linija. Do 1928. godine Lufthansa je uspela da uspostavi i prvi vazdušni saobraćaj, koristeći avione isključivo za prevoz robe i pošte. Mlada kompanija je uskoro stekla

izuzetnu reputaciju: pre nego što je uspostavila intenzivan saobraćaj na evropskom kontinentu, kompanija je uveliko saobraćala na interkontinentalnim linijama. Lufthansa je otvorila saobraćaj s Azijom, započela je transport pošte za Južnu Ameriku, kao i probne letove na Severnom Atlantiku.

Danas je Lufthansa, sa više od 640.000 letova i preko 50 miliona prevezenih putnika godišnje, jedna od najuspešnijih svetskih avio-kompanija. U potpunosti privatizovana oktobra 1997. godine, Lufthansa je više od avio-kompanije. Lufthansa posluje u okviru Lufthansa koncerna i jedan je od osnivača Star Alliance, svetski poznatog saveza avio-prevoznika. Alijansa, koju čine 18 avio-kompanija i tri regionalne članice, nudi putnicima više od 16.000 letova dnevno za 841 destinaciju u 157 zemalja, što predstavlja najveći broj veza u poređenju s bilo kojom od postojećih alijansi avio-prevoznika. Putnici, takođe, imaju značajne pogodnosti u pogledu izuzetno precizno usklađenih redova letenja koji obezbeđuju direktne veze na brz i komforan način do određene destinacije.

Istorijat Lufthanse u Srbiji počinje 1951. godine, kada je jugoslovenska vlada potpisala sporazum o avio-saobraćaju sa savezničkim snagama u Zapadnoj Nemačkoj. Godinu dana kasnije nacionalni avio-prevoznik JAT uvodi letove za Nemačku, dok je Lufthansa imala pravo da koristi jugoslovenski vazdušni prostor.

Lufthansa je dobila dozvolu za otvaranje saobraćaja 25. avgusta 1967. godine i sa dva leta za Frankfurt preko Budimpešte i Minhena započela je svoje poslovanje na ovom tržištu. U to vreme bilo je potrebno četiri sata da bi se Boeingom 727 stiglo do Beograda, odnosno Frankfurta. U toku skoro 40 godina neprekidnog prisustva Lufthansa nije obustavljala svoje poslovanje u Beogradu, iako je u dva navrata obustavila letove: tokom sankcija Ujedinjenih nacija kojima je obustavljen civilni saobraćaj u periodu od 1992. do 1994. i 1999. zbog zabrane letova za sve



evropske kompanije. Nakon ukidanja sankcija Lufthansa je obnovila saobraćaj i nastavila s uspešnim poslovanjem.

Od 2004. godine Lufthansa je povećavala broj letova ka Beogradu i iz njega skoro svake sezone. Uvođenjem novih letova na linijama Beograd-Minhen, Beograd-Frankfurt i Beograd-Diseldorf ukupan broj letova nedeljno u 2006. godini porastao je na 26. Intenziviranje saobraćaja uslovlilo je i povećanje broja zaposlenih. Danas, u kancelariji Lufthanse u Beogradu radi 12 zaposlenih a u kancelariji na aerodromu ukupno šest. Novembra 2004. godine sve turističke agencije u Beogradu koje saraduju s Lufthansom uvele su Lufthansin etix sistem. Etix omogućava svim putnicima da budu automatski registrovani u Lufthansinom elektronskom sistemu, da ne pokazuju kartu na aerodromu, da se 12 sati pre poletanja prijave za let i da odaberu sedište koristeći web sajt kompanije [www.lufthansa.com](http://www.lufthansa.com). Sve članice Star Alliance takođe nude etix sistem svim svojim putnicima koji putuju za Beograd i iz njega.

## Proizvodi/usluge

Lufthansa je vodeća svetska avio-kompanija u oblasti tehnologije i inovacija, zahvaljujući velikom broju inicijativa koje su unapredile putovanja. Evo nekoliko primera najnovijih inovacija koje odlikuju ponudu Luftanse:

Nova sedišta u biznis i ekonomskoj klasi - uvedena krajem 2005. godine, predstavljaju veliko unapređenje komfora na letovima kompanije u Nemačkoj i širom Evrope. Ona pružaju više komfora putnicima biznis klase, zahvaljujući slobodnom srednjem sedištu koje pruža više slobode u kretanju, više privatnosti, kao i više mesta za odmor i smeštanje prtljaga. Putnicima su na raspolaganju nove kabine s modernim dizajnom a kožna sedišta nisu samo standard za biznis, već i za ekonomsku klasu.

Biznis klasa na interkontinentalnim letovima - poslednja verzija uvedena 2003. godine, obezbeđuje putnicima najduži krevet u svojoj klasi, privatni ležaj u vidu ergonomskog sedišta dužine dva metra. Privatna sfera garantovana je pokretnom pregradom a svaki putnik je u mogućnosti da kreira svoju ličnu zabavu na različite načine. Putnici mogu uživati u velikom izboru audio-sadržaja na velikom monitoru visoke rezolucije promera 10,4 inča. Audio i video sadržaji u ponudi omogućavaju putnicima da slušaju radio-program, izaberu muziku, ili filmove, audio knjige, kurseve stranih jezika, kao i veliki izbor igrice koje će ih zabaviti tokom leta.





Lufthansin terminal za putnike prve klase - Lufthansa je prva avio-kompanija na svetu koja je ponudila putnicima prve klase i članovima programa Miles and More sa statusom HON člana sopstveni terminal u Frankfurtu. Terminal omogućava putnicima da izbegnu uobičajene gužve i uživaju u modernom aerodromu kroz svet prijatne relaksacije. Od parkiranja automobila do ukrcajanja u avion putnici imaju niz pogodnosti koje proizilaze iz Lufthansinih inovativnih procedura. Lični asistent se brine o svim formalnostima, dok se putnici opuštaju u ekskluzivnom prostoru aerodromskog salona.

Lufthansa Business Jet - od 2006. godine svi poslovni ljudi i putnici s posebnim željama imaju na raspolaganju maksimalni komfor i optimalne veze za putovanja između Evrope i SAD, zahvaljujući najnovijim inovacijama u Business Jet usluzi koja je uvedena maja 2002. godine. Svi avioni koji nude ovu uslugu saobraćaju iz Minhena i Diseldorfa za Njujork, kao i iz Diseldorfa za Čikago, imaju isključivo biznis klasu i opremljeni su modernim sedištimama u vidu ravnog ležaja dužine dva metra. Svako sedište opremljeno je tako da omogućava priključivanje laptop računara i lampe za čitanje. Program zabave koji je na raspolaganju svakom putniku u potpunosti je orijentisan ka ispunjavanju individualnih želja putnika.

Mogućnosti brzog prijavljivanja na let - Lufthansa nudi veliki broj mogućnosti brzog prijavljivanja za let: prijavljivanje na šalteru, brzo prijavljivanje na automatima, prijavljivanje za let prethodne večeri na velikom broju aerodroma, telefonsko prijavljivanje, prijavljivanje SMS porukama, WAP prijavljivanje, AirRail prijavljivanje i drugo. Sve opcije prijavljivanja na let predstavljaju razvoj koncepta usluga Lufthanse poznatog kao Evolucija prijavljivanja za let, čiji je cilj da se putnicima omogući fleksibilno planiranje putovanja i veći komfor.

Miles and More je vodeći evropski nagradni miljažni program koji omogućava putnicima da brzo sakupljaju dragocene milje i da ih iskoriste za veliki broj atraktivnih nagrada kao što su let na neku od destinacija za odmor, putovanje u višoj klasi od plaćene (upgrade) ili poklon iz velike kolekcije nagrada. Putnici mogu sakupljati statusne milje na svim letovima Lufthanse, Lufthanse Regional i svim partnerima u Star Alliance. U zavisnosti od broja sakupljenih statusnih milja, članovi M/M programa dobijaju status članova: Basis Member, Frequent Flyer, Senator i HON Circle.



### Najnoviji poduhvati

U 2006. godini Lufthansa je preselila svoju kancelariju na novootvoreni međunarodni terminal beogradskog aerodroma, pružajući svojim putnicima visok komfor u obavljanju formalnosti pred let. Unapređujući svoju uslugu na aerodromu Nikola Tesla, članice Star Alliance, prisutne na ovom tržištu, otvorile su zajednički šalter za prijavljivanje na let i brzu, potpunu i visokokvalitetnu uslugu.

Tokom 2006. godine Lufthansa je otvorila još dva Lufthansa City centra u Srbiji (ukupno ih ima dva u Beogradu i jedan u Novom Sadu). Domaće turističke agencije, koje su sklopile ugovor o LCC franšizi, jedinstvenoj mreži turističkih agencija širom sveta, ponudiće putnicima standardizovanu i visokokvalitetnu uslugu, zahvaljujući stručnosti, iskustvu i snazi međunarodne mreže.

Globalno, Lufthansa je predstavila novi i mnogo pristupačniji veb sajt [www.lufthansa.com](http://www.lufthansa.com). Unapređenja će omogućiti da putnici na najbolji način iskoriste brojne pogodnosti, da se automatski usmere

na stranice koje se odnose na njihovu zemlju već nakon prve posete, kao i značajno pojednostavljenje potrebnih koraka pri rezervaciji karata ili dobijanja informacija o tarifama.

Tokom Svetskog prvenstva u fudbalu održanom u Nemačkoj jula 2006. godine Lufthansa je bila zvanični partner Fudbalskog saveza Nemačke. Promocija partnerstva počela je godinu dana ranije, avgusta 2005. godine kada su nosevi 40 Lufthansinih aviona ofarbani u vidu crno-bele fudbalske lopte. Ova inicijativa nagrađena je u januaru 2006. godine na čuvenom Njujorškom festivalu advertisinga svetskom srebrnom medaljom za upečatljivost u marketingu. Međunarodni žiri, sastavljen od marketinških eksperata, nagradio je ovu ideju kao jednostavnu, ali ingenioznu vezu kompanije s fudbalom.

### Promocija

U svojim promotivnim akcijama Lufthansa želi, pre svega, da naglasi vrednosti koje čine Lufthansa brend: sigurnost, pouzdanost, kredibilitet, tačnost, ali takođe ima i promotivne cene za mnoge atraktivne destinacije. Širok spektar cena koje Lufthansa nudi odgovara širokom spektru proizvoda i servisa koji pruža - od vrhunske usluge za korisnike Lufthansa Private Jeta ili putnike prve klase, pa do zaista atraktivnih cena za putnike u ekonomskoj klasi koje počinju već od 25 evra, na primer, za Diseldorf, Frankfurt i Minhen.



### Vrednosti brenda

Lufthansa je jedan od najpoznatijih brendova u Evropi, prepoznatljiva po visokom kvalitetu i inovativnim rešenjima. Filozofija kompanije je da svojim putnicima obezbedi vrhunska tehnološka rešenja koja će ne samo ispuniti, već i prevazići njihova očekivanja. Cilj kompanije je da pripremi optimalna rešenja koja će putnicima omogućiti najkomfortnije putovanje. Zbog toga je kompanija usmerena na neprekidno usavršavanje proizvoda, širenje međunarodne mreže letova, uvođenje inovativnih tehnoloških rešenja, visokokvalitetnu uslugu, komfor, sigurnost i ugodno putovanje.

[www.lufthansa.com](http://www.lufthansa.com)



### ONO ŠTO NISTE ZNALI

#### Lufthansa

- Duže od 35 godina osoblje Lufthansinog servisa poznatog pod nazivom Red Cap Service (nazvano po crvenim kapama koje nose) brine o putnicima kojima je potrebna pomoć i deci koja putuju sama.
- Svi putnici koji putuju prvom, odnosno biznis klasom, uživaju u specijalnom catering servisu poznatom pod nazivom Sky Chefs. Najugledniji majstori kuhinje iz celog sveta kreiraju obroke koji su uveliko osvojili putnike.
- Lufthansa na globalnom nivou realizuje 12.908 letova nedeljno preko aerodroma u Frankfurtu, Minhenu i Diseldorfu, koji predstavljaju glavne vazdušne luke ove kompanije.
- Najmoderniji i najkomfortniji aerodromski terminal na svetu je Lufthansin terminal na aerodromu u Minhenu.