



**Lufthansa**

# Liste



Marco Kurzweg	2285552
Simon Ruisinger	2298552
Lukas Henselek	2294937
Julia Wirth	2285938
Christian Leifgen	2288368
Nando Czerwinski	2269329
Moritz Stoll	2288654
Sebastian Pehlke	2285904
Indra Batnasan	2285482
Katharina Münchow	2299818

# Inhalt

## 1. Die Gruppe „Lufthansa“

- 1.1 Gruppenmitglieder und Aufgaben
- 1.2 Terminplanung

## 2. Die Deutsche Lufthansa AG

## 3. Formale Herangehensweise

## 4. Inhaltliche Herangehensweise

- 4.1 Unternehmensanalyse
- 4.2 Umweltanalyse

# 1. Die Gruppe „Lufthansa“

## 1.1 Gruppenmitglieder und Aufgaben

### **Unternehmensanalyse:**

Lukas Henselek (Unternehmensressourcen)

Christian Leifgen (Potentiale)

Simon Ruisinger (Stärken/Schwächen)

### **Umweltanalyse:**

Samir Verdiyev (Wettbewerber)

Indra Batnasan (potentielle Konkurrenten)

Katharina Münchow (Lieferanten)

Marco Kurzweg (Abnehmer, **Gruppenchef**)

Nando Czerwinski & Sebastian Pehlke (Substitutionsprodukte)

Moritz Stoll (Zusammenfassungen und „Helping Hand“)

Julia Wirth (Deutsche Lufthansa AG, Präsentation, „Helping Hand“)



# 1. Die Gruppe „Lufthansa“

## 1.2 Terminplanung

### **Termine: Zwischenpräsentation**

- 12.04. Treffen: Präsentation durchzugehen
- 13.04. Zusammenfassung in Emil laden (Marco & Moritz)
- 14.04. Deadline PowerPoint (Julia)
- 18.04. PowerPoint hochladen (Marco & Julia)

### **Termine: Hauptpräsentation**

- 14.04. Treffen
- 28.04. Treffen
- 12.05. Treffen (**bis spätestens 12.05. Treffen von einzelnen Gruppen**)
- 25.05. Zusammenfassung in Emil laden (Marco & Moritz)
- 26.05. Treffen: letzte Besprechung
- 27.05. Abschlusspräsentation
- 30.05. PowerPoint hochladen (Marco & Julia)

## 2. Die Deutsche Lufthansa AG

CEO  
**Carsten Spohr**

Hauptsitz  
**Köln**

Gegründet  
**1953**

Tochterunternehmen/  
Beteiligungsgesellschaften  
**540**

**Lufthansa Group:**

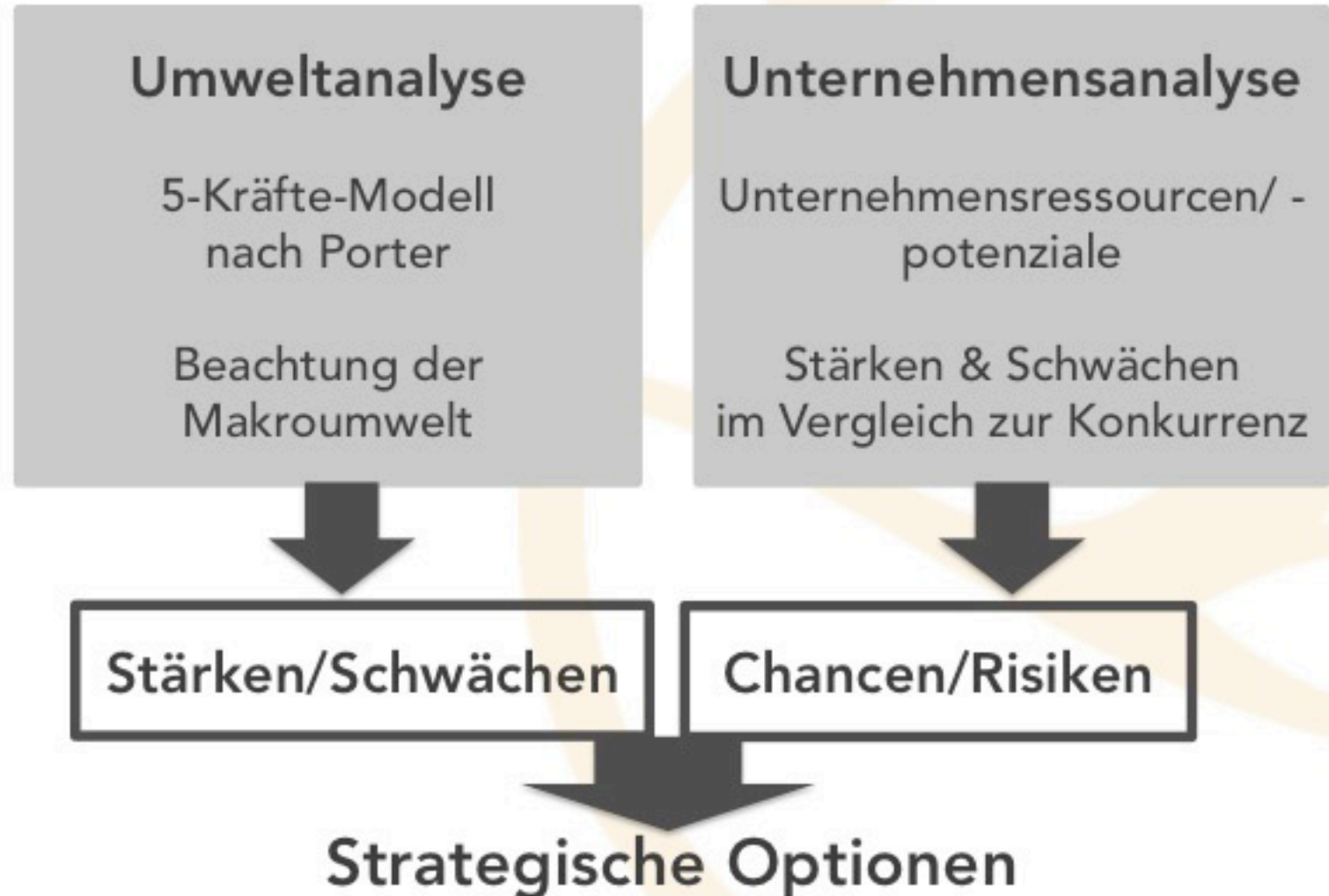
Passagierbeförderung  
Logistik  
Technik  
Catering



führende Rolle  
in jeweiliger Branche

### 3. Formale Herangehensweise

## SWOT – Analyse



# 4. Inhaltliche Herangehensweise

## 4.1. Unternehmensanalyse

Physische Ressourcen z.B. Anzahl der Gebäude, Flottengröße

Immaterielle Ressourcen z.B. „Know-How“, Marketing

Vorhandene Potentiale z.B. Wettbewerb mit „Billigfluglinien“

Stärken / Schwächen auf die Konkurrenz bezogen

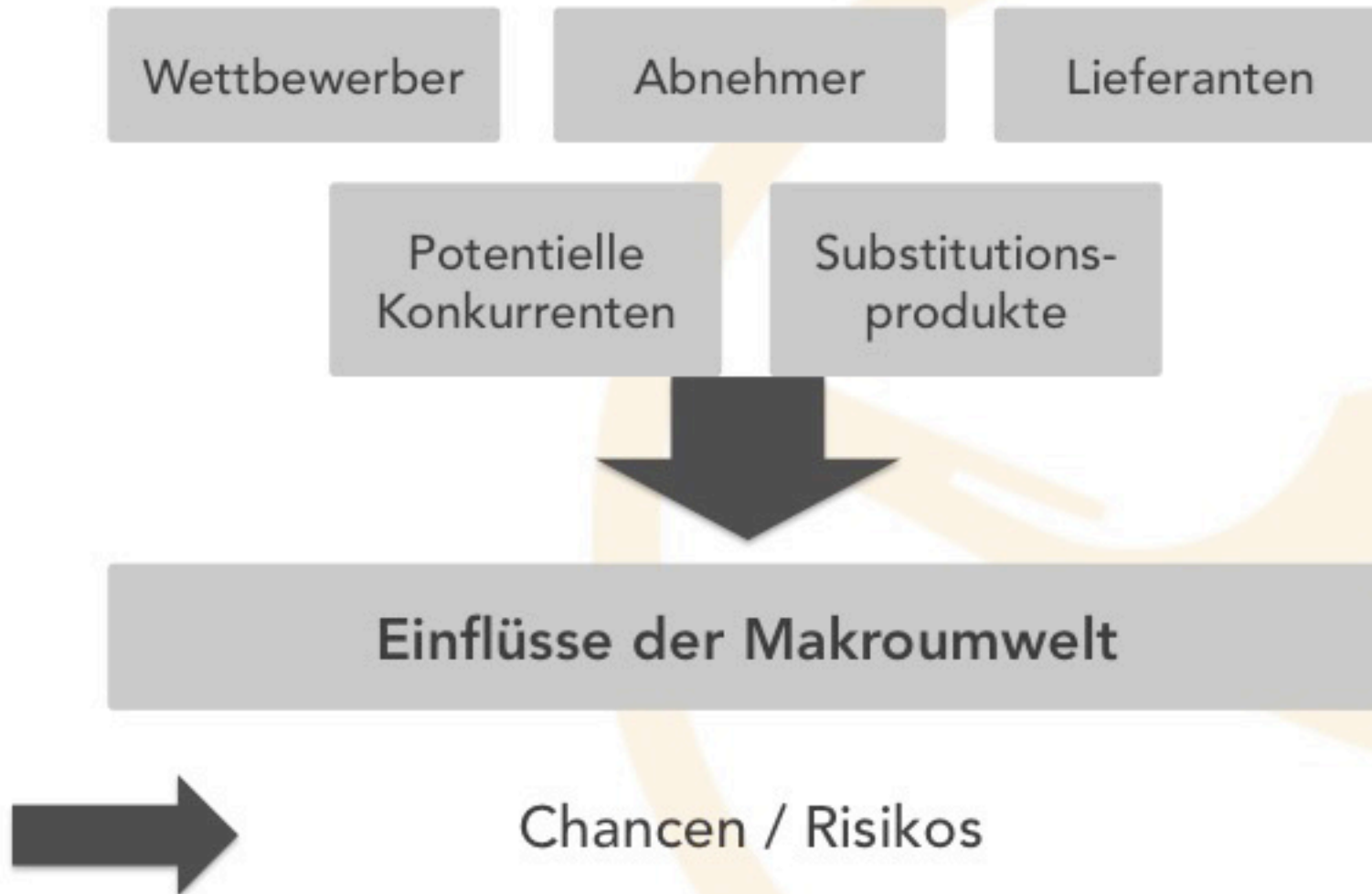


Alternative Geschäftsfelder /  
Stärken / Schwächen des Unternehmens



# 4. Inhaltliche Herangehensweise

## 4.2. Umweltanalyse





Danke für eure  
Aufmerksamkeit!