

Strategische Ausrichtung

Unique (Flughafen Zürich AG)

Strategie

Februar 2008

unique 

Credo

**Wir verbinden die Schweiz mit der Welt,
wir empfangen unsere Gäste rund um die Uhr,
wir realisieren Projekte im In- und Ausland
– und wir unterscheiden uns durch «Swissness».**



Die Strategie unseres Unternehmens dient dazu, den gemeinsamen Erfolg zu planen und zu gestalten.

Der Flughafen Zürich ist international, national und regional eng vernetzt. Als grösster Schweizer Landesflughafen bieten wir eine Drehscheibe, die den Luftverkehr mit den anderen Formen des öffentlichen und

des individuellen Verkehrs zum schweizweit dichtesten Netz verbindet. Zudem betreiben wir am Flughafen Zürich ein Einkaufs- und Dienstleistungszentrum oder kurz ein «Begegnungszentrum» mit einer Vielfalt an Geschäfts- und Unterhaltungsangeboten. Beide Elemente, die Verkehrsdrehscheibe und das Begegnungszentrum, entwickeln wir kontinuierlich weiter. Abgesehen von Kosten/Nutzenrechnungen steht dabei der Konsument uneingeschränkt im Zentrum.

Zürich-Flughafen, Februar 2008

Thomas Kern
Chief Executive Officer

Unternehmerisches Selbstverständnis

- Wir nehmen den Auftrag wahr, den Wirtschaftsstandort, das Wissens-, Kultur-, Sport- und Tourismusland Schweiz mit einer möglichst optimal vernetzten und globalen Erreichbarkeit zu stärken.
- Als pulsierendes und interkulturelles Begegnungszentrum stellen wir innovative sowie bedürfnis- und zeitgerechte Dienstleistungen mit internationaler Anziehungskraft und Schweizer Ausstrahlung zur Verfügung.
- Wir setzen unser Wissen gezielt national und international ein, indem wir ertragswirksame oder effizienzsteigernde Projekte entwickeln, realisieren und betreiben.
- Wir unterscheiden uns von unseren Mitbewerbern durch die konsequente Umsetzung der positiven Schweizer Werte, – der «Swissness».
- Unsere Konsumenten stehen im Zentrum (Passagiere und nichtfliegende Gäste des Flughafens). Erwartung, Verhalten und Profil des Konsumenten sowie deren Urteil über die Qualität des Flughafen Zürich werden professionell erfasst und beeinflussen unsere Entscheidungen. Wir begegnen unseren Konsumenten freundlich und zuvorkommend. In der Wahrnehmung der Konsumenten wird der Flughafen Zürich als berechenbar, zuverlässig, sicher, übersichtlich, freundlich sowie als vielseitig, innovativ, zukunftsorientiert, einmalig und trendsetzend verankert.



Strategie

AVA *

* AVA = Airport Value Added
(Generierung von unternehmerischem Mehrwert)

Projektkompetenz im In- und Ausland

Verkehrsdrehscheibe

Begegnungszentrum

Prozesse:
Leadership und Partnership

Voraussetzungen:
Mitarbeiter, Infrastruktur, Finanzen,
gesetzliche Rahmenbedingungen

AVA

Unsere Unternehmung nimmt die Interessen unserer Aktionäre wahr. Unter Berücksichtigung der regulatorischen Rahmenbedingungen und des Konzessionsauftrages orientieren sich unsere Entscheidungen konsequent an einer nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes.

Projektkompetenz im In- und Ausland

Wir setzen unser Wissen als Flughafenbetreiber gezielt ein, um im Inland und Ausland Projekte zu entwickeln, zu realisieren und betreiben zu können.

Verkehrsdrehscheibe

Die Integration und Zusammenführung der öffentlichen und privaten Verkehrsmittel sowie die optimale Erreichbarkeit sind wichtige Voraussetzungen und Motor für die Schweizer Wirtschaft und Grundlage für die Konsumentenfrequenzen am Flughafen Zürich.

Wir fokussieren auf ein qualitatives Wachstum mit der Anbindung wichtiger Handelszentren an die Schweiz und erweitern gezielt das lokale Einzugsgebiet des Flughafen Zürich. Wir positionieren uns als Schweizer Tor zur Welt und umgekehrt als Tor zum Alpenraum.



Begegnungszentrum

Die gute Lage und Verkehrserschliessung bilden die Basis zur Entwicklung eines Begegnungszentrums mit nationaler und internationaler Ausstrahlung.

Wir fokussieren auf den nachhaltigen Ausbau der grossen Angebotsvielfalt sowie deren breite Vermarktung als Grundlage für einen lebendigen und interessanten Ort mit einmaliger Erlebnisqualität.

Prozesse

Wir nehmen die Führungsverantwortung am Flughafen Zürich aktiv wahr und beherrschen die Kernprozesse in einer konstant guten Qualität und auf hohem Sicherheitsniveau. Wir optimieren bestehende und entwickeln richtungsweisende neue Prozesse.

Voraussetzungen

Die MitarbeiterInnen sind entscheidender Teil des Erfolgs. Unsere kulturelle Kompetenz ist Basis für unsere Dienstleistungen und schafft in der zwischenmenschlichen Begegnung eine attraktive, einzigartige Atmosphäre. Die Eigenverantwortung der MitarbeiterInnen wird gefördert durch offene Information und durch Leistungsanreize.

Das bestehende Immobilien-Portfolio wird mehrwertorientiert bewirtschaftet (Lifecycle-Betrachtung) und zielgruppenorientiert weiterentwickelt. Dies schliesst Planung, Entwicklung und Bau von entsprechender Infrastruktur und die Umnutzung mit ein.

Die Sicherstellung der Ertragskraft und der finanziellen Mittel dienen als Grundlagen für Erneuerungs- und Erweiterungsinvestitionen am und um den Flughafen Zürich.

Die politische Akzeptanz der internationalen Verkehrsdrehscheibe ist Voraussetzung für die zukünftige Entwicklung des Flughafen Zürich.





Geschäftsstruktur Flughafen

I Konsumenten	II Geschäftskunden (business to business)	III Leistungspartner	IV Weitere Anspruchsgruppen
<ul style="list-style-type: none"> - Passagiere - Nichtfliegende Gäste - Mitarbeiter 	<ul style="list-style-type: none"> - Fluggesellschaften - Konzessionäre/ Kommerzpartner - Mieter 	<ul style="list-style-type: none"> - Flugsicherung - Flughafenpartner - Lieferanten 	<ul style="list-style-type: none"> - Öffentlichkeit - Politik - Behörden - Aktionäre

Geschäftsfelder

Verkehrsdrehscheibe

Passagier-Dienstleistungen

Sämtliche Dienstleistungen im Bereich Abflug, Ankunft und Transfer

Flughafen Infrastruktur/Fracht/Wartung

Pisten und Rollwege, Frachthandling, Frachtprüfung, Flugzeugwartung, etc.

Öffentlicher Schienen- und Strassenverkehr

SBB inkl. Kombiangebote, S-Bahn, Busse, Reisezentrum, Shuttle-Services, Glattalbahn, etc.

Individualverkehr

Parkplätze, Park & Ride, Mietwagen, Langzeit- und Valetparking, Hotelbusse, Taxis, Tankstelle, etc.

Internationale Projekte

Internationales Flughafenmanagement

Begegnungszentrum

Dienstleistungen

Medizinische Versorgung, Finanz- und Rechtsberatung, Immobilienverwaltung, Hotel, Nursery, Dayrooms, Sicherheitsdienste, VIP-Service, etc.

Retail & Gastronomie

Verkaufsgeschäfte, Bars, Cafés, Restaurants, Reiseveranstalter, etc.

Business Infrastruktur

Vermietung Büroflächen, Konferenz- und Tagungsinfrastruktur, etc.

Unterhaltung/Event-Infrastruktur

Messen, Clubs, Theater, Zuschauerterrasse, Rundflüge, Sportanlässe, Ausstellungen, etc.

Werbung/Promotionen/PR

Werbeflächen, Promotionen

Immobilien

Land- und Immobiliengeschäfte



Kernwerte und Verhalten

Unser Verhalten ist zielorientiert und geprägt durch Offenheit, Respekt, Loyalität und Disziplin.

Führungsgrundsätze

Führung bei Unique (Flughafen Zürich AG) ist eine Aufgabe mit persönlicher Verantwortung.

vorbildlich	<ul style="list-style-type: none">■ Ich verhalte mich so, wie sich meine MitarbeiterInnen verhalten sollen.■ Ich orientiere mich an den Zielen unseres Unternehmens und richte auch die Ziele meiner MitarbeiterInnen daran aus.■ Ich informiere offen, stufengerecht und rechtzeitig.
menschlich	<ul style="list-style-type: none">■ Ich lasse zu, dass Bestehendes und Geplantes kritisch hinterfragt wird.■ Ich schaffe für meine MitarbeiterInnen/mein Team ein glaubwürdiges, vertrauensvolles Umfeld.■ Ich fordere und fördere meine MitarbeiterInnen, helfe dabei, aus Fehlern zu lernen und belohne gute Leistungen.
konsequent	<ul style="list-style-type: none">■ Ich gebe meine Erwartungen klar bekannt (Ziele, Prioritäten, Qualität, Verantwortlichkeit).■ Ich kommuniziere Entscheidungen nachvollziehbar, respektiere sie selber und vertrete sie einheitlich.■ Ich übertrage Verantwortung so weit wie möglich aber immer in Verbindung mit den nötigen Kompetenzen und Informationen.

Langfristige Schwerpunkte

- 1 Konsequente **Konsumenten- und Qualitätsorientierung**
- 2 Erhalt der unternehmerischen **Flexibilität**
- 3 Wahrnehmung der **Führungsrolle** am Flughafen
- 4 Erweiterung und weitere Vernetzung der **Verkehrsdrehscheibe**
- 5 Stärkung des **Begegnungszentrums** durch innovative Projekte mit hoher Anziehungskraft
- 6 Ausbau und Stärkung der **Projektleistung im In- und Ausland**
- 7 Schaffung optimaler **politischer Rahmenbedingungen**
- 8 Zielgerichtete **Personalführung** und Mitarbeitereinsatz
- 9 Stärkung der finanziellen Basis und **solide Wertvermehrung**
- 10 Differenzierung durch **Schweizer Kernwerte – «Swissness»**



Unique (Flughafen Zürich AG)
Marketing Communication
Postfach
CH-8058 Zürich-Flughafen
Tel. +41 (0)43 816 31 78
www.unique.ch
www.flughafen-zurich.ch