

«Ende Jahr stehen wir besser da!»

Von Franz-Xaver Risi

Air Berlin schloss das Jahr 2008 mit dunkelroten Zahlen ab und rechnet für 2009 mit anhaltend schwierigen Zeiten. Dass man die Zukunft trotzdem als Chance sieht, hängt mit zwei neuen Grossaktionären und einem Bündel von Massnahmen zusammen, die Air Berlin fit trimmen sollen.



Aus der Ruhe lässt sich Joachim Hunold nicht so schnell bringen. Auch nicht durch Journalisten. Wann Air Berlin denn nun endlich schwarze Zahlen schreiben, wollte einer Anfang Woche an der Bilanzmedienkonferenz vom Air-Berlin-Chef wissen. Auf den Tag genau könne man das bei den schwierigen Rahmenbedingungen nicht sagen, betonten daraufhin Hunold und sein Finanzchef Ulf Hüttmeyer. Immerhin, sie hätten alles getan, damit 2009 beim Ebit, dem Gewinn vor Steuern und Taxen, besser werde als 2008.

Hunold machte bei der Präsentation der Zahlen keinen Hehl aus der Tatsache, dass im letzten Jahr auch Air Berlin von kräftigen Turbulenzen durchgeschüttelt wurde. Unterm Strich musste man ein Minus von 75 Millionen Euro verbuchen, deutlich mehr als im letzten Jahr (auf vergleichbarer Basis waren es 39,9 Millionen) und von den Analysten erwartet. Die Gründe sind im Wesentlichen dieselben wie bei allen Airlines: massiv höhere Treibstoffkosten im ersten Halbjahr, spätestens ab Herbst bei sinkenden Kerosinpreisen zu teures Hedging sowie die sinkende Nachfrage im

«Mit dem Resultat 2008 sind wir durchaus zufrieden.»

Zuge der einsetzenden Rezession. Dazu kamen höhere Steuern und ein schlechteres Finanzergebnis. Die Folgen schlugen sich bei den Kennwerten nieder: Der operative Cash-flow sank auf 44 Millionen Euro, die Eigenkapitalquote schmolz von 23,7 auf 16,3 Prozent.

Im operativen Geschäft schrieb Deutschlands zweitgrösste Airline wie angekündigt schwarze Zahlen. Der operative Gewinn lag bei 14,2 Millionen Euro, nach 21,4 Millionen im Jahr 2007. Der Umsatz wuchs auf vergleichbarer Basis von 3,19 auf 3,4 Milliarden Euro (plus 6,7 Prozent). Die Passagierzahl nahm

gleichzeitig um 1,2 Prozent auf rund 28,6 Millionen zu. Angeboten wurden 36,4 Millionen Sitzplätze (minus 0,1 Prozent), die zu 78,4 Prozent (plus 1,1 Prozent) ausgelastet waren.

«Geschäftsmodell bewährt sich»

Angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen sei er mit diesem Resultat durchaus zufrieden, machte Hunold deutlich. Trotz der roten Zahlen habe man in einigen wichtigen Punkten die selber gesteckten Ziele erreicht und damit die Position für die Zukunft gestärkt. Insbesondere sei es gelungen, dank

«Jump bringt eine signifikante Ertragsverbesserung.»

einer frühzeitigen und konsequenten Anpassung von Flotte und Netz an die sich im Laufe des Jahres verschlechternde Nachfrage, die Auslastung und den Yield zu verbessern und damit die Umsatzqualität anzuheben. «Wir konnten im Markt deutlich höhere Durchschnittspreise durchsetzen», ergänzte Hüttmeyer. Und: «Unsere Konsolidierungsmassnahmen haben sich bewährt.» Das Sparprogramm «Jump» greife. Von den angestrebten 150 Millionen Einsparpotential habe man im letzten Jahr bereits 44 Millionen realisiert.

In wichtigen Kernmärkten habe sich Air Berlin weiter entwickelt und an Marktanteilen dazu gewonnen. Positiv sei vor allem der Bereich Geschäftsreisen, der markant zugelegt

habe, wie Hüttmeyer vorrechnete. Der Umsatzanteil betrug Ende 2008 610 Millionen Euro (2007: 456 Millionen). Die Zahl der Firmenverträge stieg um 348 auf 841 an. Für Hunold ein Indiz, dass sich das hybride Geschäftsmodell allen Unkenrufen zum Trotz bewährt. Dank den drei Standbeinen Veranstaltergeschäft, Privatreisende und Geschäftskunden könne man schnell auf das sich verändernde Umfeld reagieren. So habe Air Berlin zwar seit Sommer 2008 ebenfalls einen Pax-Rückgang zu verzeichnen. Dieser falle aber in jedem Monat geringer aus als der Branchenschnitt.

Zuversicht trotz schwierigem Ausblick

Mit beeindruckender Ruhe erklärt Hunold Zahlen und skizziert Strategien. Nicht zuletzt dieser Ruhe, gepaart mit langjähriger Erfahrung, viel Know-how und einem unbestrittenen Führungsgeschick, verdankt Air Berlin das enorme Wachstum. Hunold verkörpert wie kein anderer sein Unternehmen und treibt es an. Wenn immer Kritiker ihn in Rücklage wähen, überrascht er mit einem Befreiungsschlag. So ist es ihm in den letzten Tagen gelungen, den Ausstieg des Grossaktionärs Blavatnik (er besass eine Beteiligung von 18,94 Prozent) mit zwei neuen Teilhabern mehr als zu kompensieren. Die Kooperation mit dem weltgrössten Reisekonzern TUI respektive dessen Tochter TUIfly bringt nicht nur frisches Kapital in die Kasse (rund 65 Millionen Euro, Air Berlin muss im Gegenzug 36 Millionen für die Beteiligung an TUIfly einschliessen). Vor allem übernimmt Air Berlin zum Winterflugplan 2009/2010 das bisherige City-Geschäft von TUIfly und erwartet daraus Synergien von 20 Millionen Euro. Am letzten Sonntag wurde

bekannt, dass die türkische Familienholding ESAS, die unter anderem den Ferienflieger Pegasus betreibt, 15,3 Prozent der Aktien übernimmt. Beide Deals sind nicht ohne Risiko. Positiv zum Tragen kommen sie erst, wenn die Nachfrage wieder anzieht. Hunold hat sich damit aber gegen eine feindliche Übernahme besser geschützt.

Dass 2009 herausfordernd bleibt, räumt der Air-Berlin-Chef ohne Einschränkung ein. Trotzdem sind er und sein Finanzchef überzeugt, Ende 2009 besser dazustehen. Bei leicht sinkenden Passagierzahlen (minus 4 bis 5 Prozent auf rund 27,3 Millionen) will man den Betriebsgewinn steigern. Der bisherige Sparkurs wird konsequent weitergeführt. So wird das Sitzplatzangebot um 1,2 bis 1,5 Millionen auf rund 35,2 Millionen reduziert. Die Flotte bleibt bei 128 Maschinen – ursprünglich geplant waren 140. Die Ablösung alter Maschinen durch neue geht aber weiter. Teil des Programms sind ebenfalls Einsparungen beim Einkauf, ein Service- und Cateringkonzept auf der Mittelstre-

«Die Finanzierung der neuen Maschinen ist gesichert.»

cke (warme Mahlzeiten gegen Aufpreis) und auch der Verkauf von Unternehmensteilen. Umsatzsteigerungen erwartet man aus kurzfristigen Netzanpassungen. Unterm Strich, da ist sich Joachim Hunold sicher, «werden wir 2009 unsere Profitabilität steigern können». ♦

SCHWEIZER MARKT WÄCHST WEITERHIN MASSIV

Er sei sehr zufrieden mit der Entwicklung im Schweizer Markt, betonte Joachim Hunold am Rande der Bilanzmedienkonferenz gegenüber der ST. Knapp 2,1 Millionen Passagiere beförderte Air Berlin im letzten Jahr von Zürich und Basel aus. Dies entspricht einem Wachstum von 45 Prozent. Dabei hätten vor allem der Bereich City Shuttle, aber auch das touristische Geschäft stark zugelegt, ergänzt Stefan Gutknecht (Bild), der für das Schweizer Geschäft verantwortlich zeichnet. Allein auf der Strecke Zürich-Berlin beförderte Air Berlin 2008 rund 350 000 Passagiere. In Zürich habe Air Berlin inzwischen einen Marktanteil von 7,7 Prozent erreicht, wurde in Berlin bekanntgegeben.

Mit der Nachfrageentwicklung im laufenden Jahr sei man «noch ganz zufrieden», erläutert

Gutknecht weiter. «Natürlich spüren wir den verhaltenen Buchungseingang vor allem im touristischen Segment. Im City-Shuttle-Bereich ist dieser nicht so gross.» Zusammen mit den Veranstaltern habe man die notwendigen Anpassungen für den Sommer vorgenommen und einige Flüge storniert oder zusammengelegt. Bei den City-Shuttle-Flügen beobachtet man, dass «viele Firmen mit uns Verträge abschliessen möchten». In diesem Segment werde das bekannte Programm ex Zürich weiter geflogen. Dank «Schengen» könne man nun das Angebot mit Flügen via Deutschland beispielsweise nach Russland ausbauen oder überhaupt erst anbieten. Das bringe eine breitere Vielfalt, insbesondere für Geschäftsleute. Aktuell hat Air Berlin vier Maschinen in Zürich sowie ganz

neu eine in Basel fest stationiert. Im Sommerhalbjahr bietet die Airline aus den beiden Städten insgesamt 187 Flüge pro Woche in 86 Destinationen.

Für das nächste Winterhalbjahr sind die City-Shuttle-Flüge und auch alle Palma-Rotationen bereits buchbar. Hier bleiben die Kapazitäten unverändert. Zum Teil, so Gutknecht, habe man noch bessere Flugzeiten, so nach Berlin, Düsseldorf oder auch Hannover. Bezüglich der touristischen Flüge befinde man sich noch in den Gesprächen mit den Veranstaltern. Dabei ist noch nicht entschieden, ob die Langstrecke wieder mit einer Charterkette bedient wird.

