

13.06.2008 11:00

## **FOKUS: Ölpreis verhagelt Air Berlin Expansion in Wachstumsmarkt**

===

Von Kirsten Bienk  
DOW JONES NEWSWIRES

===

HAMBURG (Dow Jones)--Vor etwas mehr als einem Jahr verkündete die Air Berlin plc, Rickmansworth, mit dem Kauf des Ferienfliegers LTU den Einstieg in das Langstreckengeschäft. Doch der zuletzt rasant gestiegene Ölpreis gefährdet das Billig-Konzept der zweitgrößten deutschen Fluggesellschaft auf der Langstrecke und lässt Air Berlin nun wieder einen Ausstieg aus diesem Wachstumsmarkt erwägen. Analysten halten den Rückzug aus der Langstrecke für die wahrscheinlichste Lösung, warnen aber davor, dass das Unternehmen dann ohne Wachstumsstrategie dasteht.

Eigentlich gibt es für alle Fluggesellschaften kaum eine Alternative zum Langstreckengeschäft. "Die Zukunft liegt in der Langstrecke", sagt etwa Unternehmensberater und Luftfahrtexperte Gerd Pontius von der Prologis AG. Mit Ausnahme einiger Kurz- und Mittelstrecken nach Osteuropa gebe es derzeit nur auf den Langstrecken in den Mittleren und Fernen Osten und nach Mittel- und Südamerika solide Wachstumsraten.

Auf allen anderen Strecken herrscht ein gnadenloser Verdrängungswettbewerb", sagt Pontius. Wachstumspotenziale hätten dagegen vor allem Strecken zu den industriellen Ballungszentren in Fernost, in Indien und in Dubai. "Dort wird von europäischen Carriern derzeit die höchste Marge erzielt", so der Luftfahrtexperte.

Der internationale Flugverband IATA bestätigt diese Einschätzung mit seinem jüngsten Ausblick: Demnach prognostiziert der Verband bis 2011 ein internationales Passagierwachstum um durchschnittlich 5,1% pro Jahr. Das größte Plus mit 6,5% wird dabei auf den Langstrecken zwischen Europa und der Region Asien/Pazifik gesehen. Es folgen Verbindungen von Europa in den Nahen Osten mit einem Zuwachs von 6,1%, nach Afrika mit 5,6% und nach Südamerika mit 5,0%. Unterdurchschnittliches Wachstum werde es dagegen auf den gesättigten Routen innerhalb Europas und nach Nordamerika geben.

Der rasante Ölpreisanstieg der vergangenen Monate gefährdet jedoch das Billig-Konzept von Air Berlin auf der Langstrecke. "Bei einem Ölpreis zwischen 80 Dollar und 90 Dollar je Barrel ist die Langstreckenstrategie viel besser nachvollziehbar gewesen," meint etwa Luftfahrtanalyst Per-Ola Hellgren von der Landesbank Baden-Württemberg.

Beim derzeitigen Preisniveau sei es dagegen eher fraglich, ob sich das Low-Cost-Modell auf der Langstrecke, wo Treibstoff

den größten Kostenblock stellt, wirklich rechnen. Der hohe Anteil der Kerosinrechnung an den Gesamtkosten sorgt dafür, dass es kaum noch Preisunterschiede zwischen Low-Cost-Anbietern und klassischen Airlines gebe.

Der Ölpreis bewegte sich auch am Freitag weiterhin nahe seiner jüngsten Rekordstände. Der Preis für einen Barrel (159 Liter) des führenden Juli-Kontrakts der Sorte US-Leichtöl notierte am Freitag um 9.45 Uhr MESZ bei 136,55 Dollar. Vergangene Woche waren für ein Barrel US-Leichtöl sogar zeitweise bis zu 139,12 Dollar bezahlt worden. Analysten gehen davon aus, dass der Preis weiter hoch bleibt und die Kerosinrechnungen der Luftfahrtgesellschaften auch mittelfristig belasten wird.

Keine guten Nachrichten für Air Berlin. Eigentlich wollte der Vorstand den Ausbau des Langstreckengeschäftes neben dem Angebot neuer Flugstrecken auch durch die geplante Übernahme des Ferienfliegers Condor forcieren. Während Condor und der im vergangenen Jahr übernommene Ferienflieger LTU im Vertrieb vor allem auf Reiseveranstalter und Reisebüros setzen, legt Air Berlin den Fokus mehr auf den Einzelplatzverkauf und den Vertrieb über das Internet. Für den Vorstand eine ideale Kombination.

Für das Bundeskartellamt weniger. Die Behörde befürchtet durch den Zusammenschluss mit Condor eine Übermacht des Billigfliegers auf bestimmten Strecken und hat die Prüffrist bis Anfang Oktober verlängert.

Aber nicht nur das Kartellamt droht die Expansionspläne von Air Berlin zu durchkreuzen, auch Analysten sehen die neue Strategie zunehmend kritisch. "Air Berlin kann sich beim derzeitigen Marktumfeld keine unrentablen Strecken leisten", sagt etwa Analystin Martina Noß von der Nord/LB.

Das Management sollte sich zunächst lieber auf sein bisheriges Kerngeschäft konzentrieren, Kurz- und Mittelstreckenflüge zu touristischen Zielen anbieten und den Geschäftsreiseverkehr innerhalb Europas ausbauen, meint auch LBBW-Analyst Hellgren. "Größte Herausforderung für Air Berlin ist es nämlich, profitabel zu bleiben", sagte der Analyst.

Denn ohne ein profitables Kerngeschäft können die notwendigen Investitionen ins Langstreckengeschäft nicht getätigt werden. Um nämlich auf dem wachstumsstarken Fernstrecken Kunden zu gewinnen, müsste Air Berlin ihr Streckennetz durch neue Routen und mit neuen Maschinen erweitern. Gerade Letzteres kostet aber Geld. Geld, das Air Berlin nach Einschätzung von Analysten aufgrund der gestiegenen Kerosinrechnungen nicht hat. "Dem Unternehmen fehlt zum Ausbau des interkontinentalen Geschäftes die Finanzkraft", so Hellgren.

Ein Sprecher der Air Berlin wollte diese Einschätzung nicht kommentieren. Zu diesem Themenkomplex nehme die Fluggesellschaft keine Stellung, so der Sprecher.

Das laufende Geschäft jedenfalls wirft die notwendigen Mittel

nicht ab. Ende Mai hatte das Unternehmen aufgrund des gestiegenen Ölpreises eine Gewinnwarnung für das laufende Jahr herausgegeben. Vorstandsvorsitzender Joachim Hunold rechnet jetzt nur noch mit einem operativen Gewinn im laufenden Jahr, beziffert dessen Höhe vorsorglich aber nicht. Der gestiegene Kerosinpreis schlage 2008 jedoch mit etwa 80 Mio Euro mehr zu Buche als noch im März geplant - damit wird nahezu der komplette noch im März in Aussicht gestellte operative Gewinn von 73 Mio bis 120 Mio Euro durch die Triebwerke gepustet.

Das Unternehmen reagierte sofort: Bei den erst wenige Wochen zuvor aufgemachten Strecken nach Peking und Shanghai gab es bereits erste Streichungen, weitere Reduzierungen und Streichungen unrentabler Flüge seien möglich, kündigte Hunold an. "Wir stellen alle Langstrecken auf den Prüfstand", sagte der Vorstandsvorsitzende Ende Mai.

Ein Rückzug aus der Langstrecke wäre kurzfristig sicherlich eine Entlastung, meint Hellgren. Langfristig würde dem Unternehmen damit aber die Wachstumsstrategie fehlen. Bei einer Konzentration auf die Kurz- und Mittelstrecke könnten nur noch in den nächsten zwei bis drei Jahren überdurchschnittliche Wachstumsraten verzeichnet werden, so Analyst Hellgren. Danach sei der Low-Cost-Markt, in dem sich Air Berlin tummelt, gesättigt. "Dann muss sich die Air Berlin eine neue Wachstumsstory überlegen".

===

Webseite: <http://www.airberlin.com>

-Von Kirsten Bienk, Dow Jones Newswires, +49 (0)40 3574 3116,  
kirsten.bienk@dowjones.com  
DJG/kib/kgb/brb

===

(END) Dow Jones Newswires

June 13, 2008 05:00 ET (09:00 GMT)

Copyright (c) 2008 Dow Jones & Company, Inc.