



Hapag-Lloyd behauptet sich im ersten Quartal in schwierigem Marktumfeld

Hapag-Lloyd behauptet sich im ersten Quartal in schwierigem Marktumfeld - 5,5 Prozent mehr Transportmenge / Frachtraten weiter unter Druck / Anhaltend aggressiver Wettbewerb belastet Ergebnis / Schwacher US-Dollar beeinflusst Umsatzentwicklung Hapag-Lloyd hat sich im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres trotz eines weiterhin sehr herausfordernden Marktumfeldes und anhaltend hoher Energiekosten im Wettbewerb behauptet. Die Erlöse erreichten im ersten Quartal 1,55 Mrd. Euro (Vorjahreszeitraum: 1,65 Mrd. Euro). Bereinigt um Wechselkursveränderungen aus dem schwächeren US-Dollar, der Hauptwährung in der Schifffahrt, betrug der Umsatzrückgang lediglich 2,3 Prozent. Die Umsatzerlöse lagen damit nur leicht unter dem Niveau des entsprechenden Vorjahreszeitraumes. Ursächlich für diese Umsatzentwicklung waren neben dem schwachen US-Dollar auch die weiterhin stark unter Druck stehenden Frachtraten. Im ersten Quartal 2014 lag die durchschnittliche Frachtrate um 124 USD/TEU unter dem Vorjahreswert bei 1.422 USD/TEU. Dank seines weltweiten Service-Netzwerkes und der guten Positionierung bei seinen Kunden konnte Hapag-Lloyd in diesem schwierigen Marktumfeld dennoch Wachstumsmöglichkeiten ausnutzen und die Transportmenge im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 5,5 Prozent auf 1,4 Mio. TEU steigern. Hapag-Lloyd konnte seine Kosten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum weiter senken. Insgesamt wurden die Transportaufwendungen um 86 Mio. Euro auf 1,404 Mrd. Euro reduziert, trotz des Mengenwachstums von 5,5 Prozent. Vor allem die Aufwendungen für bezogene Leistungen konnten um mehr als 53 Mio. Euro verringert werden, insbesondere bei den Containertransportkosten sowie den Charter-, Leasing- und Containermieten. Eine leichte Entlastung gab es zudem bei den Bunkeraufwendungen, einerseits durch den Einsatz modernerer und effizienterer Schiffe wie den 13.200 TEU-Neubauten, und andererseits durch einen durchschnittlichen Bunkerverbrauchspreis, der sich im ersten Quartal auf 595 USD/Tonne (Vorjahreszeitraum: 627 USD/Tonne) reduzierte. Dies entspricht jedoch nach wie vor einem sehr hohen Gesamtniveau, das durch das aktuelle, viel zu niedrige Rateniveau in keiner Weise kompensiert werden kann. Hapag-Lloyd hat im ersten Quartal, dem in der Linienschifffahrt traditionell schwächsten Quartal des Jahres, ein EBITDA in Höhe von 2,9 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 24,0 Mio. Euro) sowie ein operatives Ergebnis von -63,2 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: -53,2 Mio. Euro) erreicht. Das Konzernergebnis betrug -119,1 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: -93,6 Mio. Euro). Hierin sind allerdings Einmalkosten für die am 16. April vereinbarte Übernahme des Containergeschäftes von CSAV enthalten. Das Ziel für das Gesamtjahr 2014 ist weiterhin eine Verbesserung der Gesamtrate im Vergleich zum Vorjahr. "Das Erreichen dieses Zieles wird maßgeblich von der Ratenentwicklung im zweiten Halbjahr, und hier vor allem der Peak Season, abhängen", sagte Michael Behrendt, Vorstandsvorsitzender von Hapag-Lloyd. "Durch die Erweiterung der G6 Alliance auf alle Ost-West-Fahrtgebiete, die derzeit in unserem Service-Netzwerk umgesetzt wird, sowie durch die Übernahme und Integration der Containersparte von CSAV nach Zustimmung der Wettbewerbsbehörden wird Hapag-Lloyd seine Wettbewerbsfähigkeit nochmals deutlich verbessern. Wir sind damit gut für die Zukunft und weiteres Wachstum aufgestellt." Mit einer Eigenkapitalquote von rund 40 Prozent (per 31.3.2014) weist Hapag-Lloyd eine solide Bilanzstruktur auf. Mit einer Liquiditätsreserve von rund 535 Mio. Euro (inkl. nicht gezogener Kreditlinien) ist das Unternehmen auch weiterhin sicher für die Zukunft finanziert. Hapag-Lloyd AG bedingungen zur webnutzung allgemeine transportbedingungen allgemeine einkaufsbedingungen impressum datenschutzerklärung Herausgeber: Hapag-Lloyd AG Konzernkommunikation Ballindamm 25 20095 Hamburg Telefon +49 40 30 01-25 29 Telefax +49 40 33 53 60 presse@hlag.com 

Pressekontakt

Hapag-Lloyd AG

20095 Hamburg

Firmenkontakt

Hapag-Lloyd AG

20095 Hamburg

Seit über 150 Jahren verbindet Hapag-Lloyd Kontinente, Länder und Kulturen. Das Unternehmen, das zu den führenden Anbietern im weltweiten Containerverkehr von Haus zu Haus gehört, bietet komplexe logistische Leistungen entlang der Transportkette an und offeriert seinen Kunden ein umfassendes Paket von Serviceleistungen rund um den Transport. Hapag-Lloyd unterhält rund 330 Vertriebsbüros in über 100 Ländern und beschäftigt weltweit über 8.000 Mitarbeiter in fünf Regionen: Nordeuropa, Südeuropa, Nordamerika, Lateinamerika und Asien. Die Flotte besteht aus 144 Containerschiffen mit einer Gesamtkapazität von über 480.000 TEU. Im Jahr 2006 erzielte Hapag-Lloyd einen Umsatz von 6,3 Mrd. €. Das weltweite Transportvolumen belief sich im selben Zeitraum auf 5,0 Mio. TEU und stieg damit gegenüber dem Vorjahr um 2,6 Prozent. Im Europa-Fernost-Verkehr erreichte das Transportvolumen 2006 mehr als 1,2 Mio. TEU. Auf der Transpazifik-Route beförderte Hapag-Lloyd 948.000 TEU und auf der Nordatlantik-Route mehr als 1,3 Mio. TEU. Der Rest entfiel auf lateinamerikanische, innerasiatische und sonstige Verkehre. Hapag-Lloyd Kreuzfahrten ist der führende Veranstalter im Segment von Premium- und Luxuskreuzfahrten im deutschsprachigen Raum. Europa, Hanseatic, Bremen und Columbus bereisen alle Weltmeere. Die Europa wurde vom renommierten Berlitz Cruise Guide bereits zum siebten Mal in Folge als weltbestes Kreuzfahrtschiff ausgezeichnet. Durch die Übernahme von CP Ships Ende vergangenen Jahres ist es Hapag-Lloyd gelungen, die Stärken von zwei erfolg- und traditionsreichen Schifffahrtsunternehmen zu bündeln und damit ein flexibles und wettbewerbsfähiges Transportunternehmen zu schaffen, das allen Kundenanforderungen gerecht wird. Seit der Integration von CP Ships gehört Hapag-Lloyd zu den fünf größten Reedereien der Welt. Durch die Übernahme kann Hapag-Lloyd sein Liniennetz erweitern und seinen Kunden eine diversifizierte und größere Flotte bieten. Verbesserungen beim IT-Support, Kundenservice und im intermodalen Verkehr sind weitere Vorteile. Die hervorragende Marktposition, das umfassende Liniennetz, Kundenorientierung und das große Know-how sind verbunden mit einem hohen Service- und Qualitätsstandard die Grundpfeiler der Unternehmensphilosophie.