



airberlin erzielt Nettogewinn in 2012

airberlin erzielt Nettogewinn in 2012
 Nettogewinn von 6,8 Millionen Euro, 33,3 Millionen Fluggäste befördert Konzernumsatz von 4,31 Milliarden Euro, Auslastung und Yield gesteigert Strategische Partnerschaft mit Etihad Airways bringt gemeinsamen Umsatz in Höhe von 100 Millionen Euro, weiteres Wachstum durch neue Codeshare-Strecken erwartet Erste Turbine-Maßnahmen gestartet - 400 Millionen Euro bis Ende 2014 180 Stellen seit Beginn des Jahres bis Ende März 2013 bereits abgebaut Drehkreuze Berlin und Düsseldorf ab kommenden Sommer durch zusätzliche Frequenzen und neue Destinationen gestärkt Umsatzwachstum mit weniger Strecken und höherer Frequenzdichte: Strecken verringern sich von 523 im Sommer 2012 auf 438 im Sommer 2013 Flottenreduzierung um zwölf weitere Flugzeuge auf 143 Flugzeuge bis Ende 2013 Ziel für 2013 ist operative Profitabilität, schwarze Null auf EBIT-Ebene airberlin, Deutschlands zweitgrößte Airline, hat in den ersten Monaten des Jahres mit einer Vielzahl von Maßnahmen die Umsetzung des Turnaround-Programms Turbine gestartet. airberlin CEO Wolfgang Prock-Schauer sagte dazu auf der heutigen Bilanz-Presskonferenz: "Mit Turbine stellen wir airberlin marktgerecht auf, wir werden schlanker, schneller und stärken gleichzeitig stetig unseren Service und unser Angebot. In den ersten Monaten dieses Jahres haben wir eine Reihe von Maßnahmen bereits initiiert. Derartige Programme haben natürlich eine Anlaufphase und Anlaufkosten. Unsere volle Flughöhe werden wir bis Ende 2014 erreichen."
 Mit dem auf zwei Jahre ausgelegten Programm wird Deutschlands zweitgrößte Fluggesellschaft die Präsenz in den Kernmärkten weiter ausbauen und strukturelle Veränderungen vornehmen mit dem Ziel, das Unternehmen nachhaltig zukunftsfähig zu machen. Dafür wird airberlin ihr integriertes Geschäftsmodell, mit dem die Gesellschaft touristische und Geschäftskunden bedient, weiter vorantreiben. Bis Ende 2014 sind im Rahmen von Turbine Initiativen in der Größenordnung von 400 Millionen Euro enthalten, um eine dauerhaft wettbewerbsfähige Ergebnissituation zu erreichen.
 Turbine mit vielen Maßnahmen gestartet
 Das Turnaround-Programm umfasst alle Unternehmensbereiche, besonders Netzwerk und Flotte, Vertrieb, Produkt und Service sowie Operations. Erste Turbine-Maßnahmen sind in dem diesjährigen Sommerflugplan bereits umgesetzt. Mit dem optimierten Angebot stärkt airberlin ihre Präsenz in Europa und baut die Langstreckenverbindungen nach Nordamerika weiter aus. airberlin folgt bei der Netzwerkoptimierung dem Grundprinzip, sich auf wirtschaftlich aussichtsreiche Strecken mit höheren Frequenzen zu fokussieren. Ziel ist ein robustes Netzwerk, das saisonalen Schwankungen weniger unterliegt und einen produktiveren Einsatz von Mitarbeitern und Flugzeugen ermöglicht. So stärkt die Airline die Langstreckendrehkreuze Berlin und Düsseldorf mit zusätzlichen Langstreckenfrequenzen und verbesserten Umsteigeverbindungen. Diese steigen im Vergleich zum Sommer 2012 ab Berlin von rund 7.600 auf rund 11.000, ab Düsseldorf von rund 3.000 auf 4.050. An beiden Flughäfen wird die Anzahl wöchentlicher Frequenzen um zusammen 61 zusätzliche Verbindungen im Vergleich zum Vorjahr steigen. Im Gegenzug wurde eine Reihe unrentabler, nicht strategischer Strecken gestrichen, so dass die Anzahl der bedienten Strecken im Jahresvergleich von 523 auf 438 zurückgeht. Mit dem optimierten Flugplan reduziert sich die Flotte von 155 Flugzeugen Ende des Jahres 2012 auf 143 Flugzeuge zum Ende des Jahres 2013.
 Netzwerk- und Stations-Optimierung werden zu einer höheren Crew-Produktivität führen. Umfangreiche Flugzeugwartungen (Base Maintenance) werden zukünftig nur noch in München durchgeführt.
 Im Zuge der Neustrukturierung des Unternehmens sind Kostenreduzierungen im Bereich Personal durch Stellenabbau und Effizienzsteigerungen notwendig. Von Jahresbeginn bis Ende März 2013 werden bereits 180 Stellen abgebaut sein.
 Den Bedürfnissen ihrer Fluggäste entsprechend baut airberlin den Service weiter aus. Auf der Kurz- und Mittelstrecke wird ab Mitte des Jahres ein modulares Catering-Konzept eingeführt, das den Gästen je nach Streckenlänge angepasste Leistungen anbietet. Ein Beispiel sind die neuen Business Class Sitze auf der Langstrecke.
 2012 mit positivem Ergebnis
 Das Geschäftsjahr 2012 hat airberlin mit schwarzen Zahlen abgeschlossen. Das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) liegt mit 70,2 Millionen Euro deutlich über dem Ergebnis des Vorjahres. Mit dem Nettoergebnis von 6,8 Millionen Euro ist das Unternehmen nach einem Verlust in Höhe von berichtet 271,8 Millionen Euro (angepasst nach Restatement: -420,4 Millionen Euro) im Geschäftsjahr 2011 wieder profitabel geworden.
 Den Konzernumsatz konnte airberlin leicht auf 4,31 Milliarden Euro erhöhen (Vorjahr 4,23 Milliarden Euro). Während sich die Zahl der Fluggäste um 5,5 Prozent auf 33,3 Millionen (Vorjahr 35,3 Millionen) verringerte, ging damit eine Steigerung der Auslastung um 1,6 Prozentpunkte auf 79,80 Prozent (Vorjahr 78,21 Prozent) einher. Dies wurde durch eine weitere Reduktion der Flotte um 15 auf 155 Flugzeuge und Verbesserungen im Flugplan erreicht. Der Yield (Umsatz pro Passagier) verbesserte sich um 7,7 Prozent auf 120,05 Euro (Vorjahr: 111,43 Euro).
 Zur Verbesserung des operativen Ergebnisses haben neben der Ausgliederung des Vielfliegerprogramms topbonus das Effizienzsteigerungsprogramm "Shape
 Size" und die steigenden Synergieeffekte aus der strategischen Partnerschaft mit Etihad Airways beigetragen. "Shape
 Size" hat dazu einen Beitrag in Höhe von 250 Millionen Euro geliefert.
 "Mit dem Ergebnis des letzten Geschäftsjahres und der erfolgreichen Platzierung der Wandelanleihe ist es uns gelungen, die Finanzbasis des Unternehmens weiter zu stabilisieren. Die guten Konditionen, die schnelle Platzierung und Überzeichnung der Anleihe zeigen das Vertrauen des Marktes in unser Unternehmen", sagte airberlin Chief Financial Officer Ulf Hüttmeyer. Für das Jahr 2013 lautet das Ziel, auf EBIT-Ebene die schwarze Null und damit operative Profitabilität zu erreichen.
 Die Anfang 2012 gestartete strategische Partnerschaft mit Etihad Airways zeigt nach nicht einmal zwölf Monaten ebenfalls positive Effekte. Durch gemeinsame Codeshare-Routen gelang es beiden Fluggesellschaften bis Ende 2012 eine gemeinsame Umsatzsteigerung von 100 Millionen Euro zu erzielen. airberlin und Etihad Airways haben gemeinsam bereits fast 100 Vereinbarungen mit Unternehmen und Vertriebspartnern geschlossen, um den Umsatz weiter zu steigern und auch die Vertriebskosten durch die Nutzung von Synergieeffekten zu reduzieren. Durch den Ausbau gemeinsamer Codeshare-Routen mit weiteren Etihad Airways Partnern wird airberlin zukünftig mehr Destinationen anbieten und den durch Codeshares erzielten Umsatz weiter steigern. Die strategische Partnerschaft führt auch zunehmend zu einer Kostensenkung für beide Fluggesellschaften. So nutzen beide Airlines in den Bereichen Einkauf, Wartung, Ausbildung und Produktharmonisierung ihre Synergiepotenziale immer stärker und werden diese in den kommenden Jahren vollständig ausschöpfen.
 Globales Netzwerk aufgebaut
 Wolfgang Prock-Schauer zieht eine positive Bilanz aus der strategischen Partnerschaft mit Etihad Airways: "Unsere Kooperation mit Etihad Airways übertrifft alle Erwartungen." Durch diese Zusammenarbeit hat airberlin im letzten Jahr ein globales Streckennetz gestaltet. Etihad Airways und airberlin haben die Anzahl der Codeshare-Strecken auf 100 Verbindungen ausgebaut und fliegen zusammen 239 Destinationen in 77 Ländern an. Im Jahr 2012 nutzten bereits über 320.000 Fluggäste das gemeinsame Streckennetz.
 Durch die seit März 2012 bestehende Mitgliedschaft in der oneworld Allianz stieg die Anzahl der Fluggäste auf gemeinsamen Codeshare-Strecken auf 310.000.
 Der airberlin CEO ergänzt: "Mit unserem optimierten Streckennetz und unserem globalen Partnernetzwerk werden wir in Zukunft nachhaltig erfolgreich am Markt agieren. Dafür brauchen wir ein funktionierendes Drehkreuz in Berlin und den neuen Flughafen BER mit den in der Planfeststellung festgelegten Betriebszeiten."

 Pressekontakt
 Uwe Berlinghoff
 Tel.: +49 (0)30 3434 1500
 Fax: +49 (0)30 3434 1509
 abpresse@airberlin.com

Pressekontakt

Air Berlin

13627 Berlin

Firmenkontakt

Air Berlin

13627 Berlin

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage