



## Luftverkehr: Analysten sehen langsame Erholung

FRANKFURT. Das wird die Lufthansa gern hören. Jürgen Pieper, Luftfahrt-Analyst beim Frankfurter Bankhaus Metzler, glaubt nicht daran, dass der krisenbedingte Wechsel der Passagiere von den Business-Sitzen auf die billigen Plätze von Dauer ist, wie er am Montagabend bei einer Analystenrunde des Frankfurter Luftfahrt Presse-Clubs sagte. Gerade dieser Trend, der seit Beginn der Wirtschaftskrise in den Flugzeugen zu beobachten ist, lässt die Lufthansa besonders leiden, kaum weniger als der Passagierschwund. Schließlich basiert das Geschäftsmodell der Lufthansa bislang gerade auf der Nachfrage der lukrativen Business-Kunden. Beim Economy-Ticket sind die Erträge für die Fluggesellschaft mit Premiumanspruch sehr viel geringer.

Pieper zeigte sich sicher: Wie in der deutschen Autoindustrie, so werde auch in der Luftverkehrswirtschaft der Premiumkunde, vor allem der Geschäftskunde, weiter für einen großen Teil von Umsatz und Ertrag sorgen. Zumal das Sparen bei Reisekosten ohnedies der typische Fall einer Milchmädchenrechnung sei. Denn dem rasch anhand der gesparten Reisekosten nachzuweisenden Erfolg stünden Schäden bei Kundenbeziehungen und im

Wettbewerb mit Konkurrenten gegenüber, die zwar erst einmal nicht abzulesen seien, am Ende aber trotzdem zu Buche schlugen.

Mit einer raschen Rückkehr der verlorenen Business-Class-Kunden rechnet Per-Ola Hellgren, Analyst der Landesbank Baden-Württemberg, dagegen erst einmal nicht – zumindest noch nicht in diesem Jahr. Die Fluggesellschaften können seiner Ansicht nach gar nicht anders, als Business-Sitze durch Economy-Plätze zu ersetzen. „Sie müssen das tun, auch wenn es erst einmal weh tut“, sagt er.

Der Ertrag je Sitz wird sich seiner Einschätzung nach in diesem Jahr erst einmal nicht wieder in vormalige Höhen heben lassen. Eine Steigerung der Profitabilität werden die Fluggesellschaften demnach vor allem über Kostensenkungen zu erreichen versuchen, meint Hellgren.

Diese Erkenntnis hat auch bei der Lufthansa längst Platz gegriffen. Der als Nachfolger von Konzernchef Wolfgang Mayrhuber gehandelte Vize-Vorstandsvorsitzende Christoph Franz hat zwar seine für das Gemüt vieler Lufthansa-Kunden mindestens überdosierte Begeisterung für die Kostenstruktur von Billigfluglinien verbal etwas nachjustiert und den Premiumanspruch der Marke Lufthansa erneuert. In der Sache vertritt er aber nach wie vor den Kostensenkungskurs, den auch Analyst Hellgren für unausweichlich hält.

Für die Branche insgesamt rechnet Hellgren in diesem Jahr lediglich mit einer Seitwärtsentwicklung. Seine Kolle-

gen Frank Skodzik von der Commerzbank und Christian Gombert von der Dekabank sind etwas optimistischer, sie sprechen von einer leichten Aufwärtstendenz. Gombert rechnet wie auch Skodzik zudem damit, dass die Fluggesellschaften die Preise wieder leicht anheben werden, um das Verhältnis von Aufwand und Ertrag in ein gesünderes Verhältnis zu bringen.

Abgesehen von der Zuversicht, dass Premiumkunden zurückkehren, sieht Analyst Pieper für die Lufthansa in der ersten Jahreshälfte nicht viel Grund zur Freude. Ganz oben auf der Liste der in dieser Zeit zu lösenden Probleme steht der drohende Streik der Piloten, deren Gewerkschaft Vereinigung Cockpit gerade zur Urabstimmung aufgerufen hat. Viel Arbeit und zunächst einmal wenig Ertrag sieht Pieper zudem bei der Integration der Lufthansa-Zukäufe, der britischen Fluggesellschaft BMI und der österreichischen AUA. Die hohen Kerosinkosten hinzugerechnet, hält er einen Liquiditätsengpass für möglich und schließt auch eine Kapitalerhöhung nicht aus.

Für den Low-cost-Konkurrenten der Lufthansa, Air Berlin, ergibt sich dagegen Pieper zufolge erst einmal die Chance, Marktanteile zu gewinnen. Die Lufthansa sieht er dann wieder im Vorteil, wenn sie die genannten Probleme und Aufgaben rasch löst.

JOCHEN REMMERT

