

Billigflieger als Vorbild Lufthansa sieht auch 2010 als Krisenjahr

HAMBURG - Die Lufthansa stimmt ihre Investoren auf eine langwierige Durststrecke ein. «2010 wird eine schwierige Herausforderung für uns werden», sagte Vizechef Christoph Franz der «Financial Times Deutschland» (Dienstag). «Wir sind in der Lage, genügend Tickets abzusetzen, aber wir sind nicht in der Lage, dabei das Preisniveau zu heben. Und ich sehe offen gestanden auch keinerlei Tendenz für eine nachhaltige Erholung.»

Das durchschnittliche Erlösniveau, also den Umsatz je Ticket früherer Jahre werde die Lufthansa nie wieder erreichen.

Neben den krisenbedingten Einnahmeausfällen bei Premiumkunden machen Europas größter Airline vor allem die hohen Personalkosten und die Konkurrenz durch Billigflieger zu schaffen. Künftig will die Lufthansa die erfolgreichen Billigflieger mit deren eigenen Waffen schlagen.

Um effektiver zu werden, werde die Lufthansa «in einigen Bereichen gezielt Elemente aus dem Geschäftsmodell der Low-Cost-er übernehmen», sagte Franz der «Welt» (Dienstag). So soll im Europaverkehr der Abstand zwischen den Sitzen verringert werden, um mehr Menschen im Flieger unterbringen zu können.

Neuer Wettbewerbsgeist

Auch der Service an Bord steht auf dem Prüfstand, allem voran das Essen. Laut Franz ist die Lufthansa im Europa-Verkehr schlicht «zu teuer». Dies habe bereits zu erheblichen Marktanteilsverlusten geführt. «Ein neuer Wettbewerbsgeist wird uns gut tun», sagte Franz.

Dazu gehöre zum Beispiel auch, mit mehr Flugzeugen zu niedrigeren Kosten und attraktiven Preisen Marktanteile zu verteidigen oder neue Märkte zu schaffen. Besonders die lukrativen Geschäftsreisenden blieben aus oder wechselten zur billigeren Konkurrenz.

Die seit Juni von Franz verantwortete Sparte Passage - dahinter verbergen sich die Kernmarke Lufthansa und Regionaltöchter wie die Cityline - schreibt derzeit Verluste. Nach Aussagen von Vorstandschef Wolfgang Mayrhuber droht auch dem Gesamtkonzern in diesem Jahr ein Minus. Zu den Aussichten für 2010 hatte sich die Lufthansa bislang nicht explizit geäußert.

Marktanteil bisweilen unter 15 Prozent

Franz, der als Favorit für die Nachfolge Mayrhubers gilt, deutete an, dass das Kerngeschäft auch in den nächsten beiden Jahren nicht aus den roten Zahlen komme. In zwei Jahren sollte die Passage wieder profitabel sein. «Das ist ein sehr anspruchsvolles Ziel,» sagte der 49-Jährige.

Auf manchen innerdeutschen Strecken sei der Marktanteil auf unter 15 Prozent gefallen, sagte Franz. Dieser Trend werde sich nur mittelfristig wenden lassen: «In fünf Jahren müssen wir den Verlust an Marktanteilen gestoppt haben und welche zurückgewonnen haben.»