



**Air Berlin PLC**

**London**

**Zusammenfassung des Prospekts**

in der Fassung des

**Third Supplementary Prospectus**

vom 5. Mai 2006

## ZUSAMMENFASSUNG

*Diese Zusammenfassung sollte als Einleitung zu dem Prospekt in der Fassung des Nachtrags Nr. 3 vom 5. Mai 2006 verstanden werden. Anleger sollten jede Entscheidung zur Anlage in die Aktien auf die Prüfung des gesamten Prospekts (bestehend aus dem Prospekt vom 19. April 2006, dem Prospekt vom 27. April 2006 (Supplementary Prospectus), dem Nachtrag Nr. 2 vom 4. Mai 2006 und dem Nachtrag Nr. 3 vom 5. Mai 2006) stützen. Für den Fall, dass vor einem Gericht Ansprüche aufgrund der in diesem Prospekt enthaltenen Informationen geltend gemacht werden, könnte der als Kläger auftretende Anleger in Anwendung der einzelstaatlichen Rechtsvorschriften des jeweiligen Staates des Europäischen Wirtschaftsraums die Kosten für die Übersetzung des Prospekts vor Prozessbeginn selbst zu tragen haben. Diejenigen Personen, die für diese Zusammenfassung einschließlich ihrer etwaigen Übersetzungen die Verantwortung übernommen haben, können haftbar gemacht werden, jedoch nur für den Fall, dass die Zusammenfassung irreführend, unrichtig oder widersprüchlich ist, wenn sie zusammen mit anderen Teilen des Prospekts gelesen wird.*

### 1 Air Berlin

#### ***Geschäftstätigkeit***

Air Berlin ist Deutschlands größter Low-Cost-Carrier, Deutschlands zweitgrößte Fluggesellschaft und Europas drittgrößter Low-Cost-Carrier, jeweils in Bezug auf Flottengröße, Passagierzahlen und Umsatzerlöse. Low-Cost-Carrier sind europäische Fluggesellschaften, die in der Regel nur Kurz- und Mittelstreckenflüge anbieten; traditionelle nationale Linienfluggesellschaften der einzelnen europäischen Länder fallen nicht in diese Kategorie. Air Berlin bietet auf zahlreichen kurzen und mittleren Strecken Linienflüge zwischen 18 Flughäfen in ganz Deutschland und 56 ausländischen Flughäfen an. Im Jahr 2005 verkaufte Air Berlin 13,5 Millionen Flugtickets und erwirtschaftete Umsatzerlöse in Höhe von €1.215,2 Millionen.

Durch das Angebot einer Reihe von Zusatzleistungen (Frills) sowie eines guten Preis-/Leistungsverhältnisses bei einem Großteil der Tickets konnte sich Air Berlin im oberen Segment des Low-Cost-Carrier-Marktes etablieren, und hat dadurch vom starken Wachstum dieses Marktsegments in den letzten Jahren profitiert. Air Berlins niedrige Flugpreise, die darauf ausgelegt sind, die Nachfrage zu erhöhen, beruhen auf einer hohen Auslastung ihrer jungen Flugzeugflotte, einer kosteneffizienten Infrastruktur, gestrafften Geschäfts- und Betriebsabläufen sowie dem gezielten Einsatz moderner Informationstechnologie.

Einschließlich zweier geleasteter Flugzeuge der Marke Airbus aus der A320-Familie, deren Lieferung in der zweiten Aprilhälfte ansteht, verfügt Air Berlin über eine Flotte von 56 Flugzeugen mit einem Durchschnittsalter von 5,6 Jahren (diese Zahlen sind ungeprüfte Zahlen der Gesellschaft). Im Rahmen eines Kaufvertrags mit Airbus plant Air Berlin einen bedeutenden Ausbau ihrer Flotte auf 79 Flugzeuge bis Ende 2009.

#### ***Stärken***

Die wichtigsten Wettbewerbsstärken von Air Berlin sind:

***Führende Marktpositionen und kritische Größe.*** Nach Ansicht von Air Berlin verschafft ihr ihre gegenwärtige Marktstellung und Größe einen Wettbewerbsvorteil auf dem sich konsolidierenden europäischen Luftverkehrsmarkt und ermöglicht ihr die Realisierung erheblicher Skaleneffekte.

***Umfangreiches Streckennetz mit effizientem Streckenmix.*** Air Berlin verfügt über ein intelligent geplantes Streckennetz mit dem Schwerpunkt auf Strecken und Flughäfen, die hohe Passagierzahlen und Durchschnittsumsätze sowie eine hohe Flugzeugauslastung

ermöglichen. Gegenwärtig bedient Air Berlin mit ca. 350 Flügen pro Tag rund 135 Strecken und 74 Flughäfen.

**Überlegenes Preis-/Leistungsverhältnis.** Obwohl die Flugpreise von Air Berlin im Durchschnitt erheblich unter den Full-Fare-Tarifen herkömmlicher Fluglinien liegen, ist das Yield-Management-System der Gesellschaft so konzipiert, dass eine hohe Auslastung bei profitablen Durchschnittsumsätzen gewährleistet wird. Air Berlin bietet ihren Fluggästen eine Reihe kostenloser Zusatzleistungen, die von anderen Low-Cost-Carriern entweder gar nicht oder nur gegen Entgelt angeboten werden.

**Effiziente Kostenstruktur.** Als Folge ihrer effizienten Kostenstruktur kann Air Berlin hervorragenden Service bei gleichzeitig niedrigen Flugpreisen bieten. Diese effiziente Kostenstruktur ist zurückzuführen auf eine junge Flugzeugflotte, eine hohe Flugzeugauslastung, niedrige Arbeitskosten, effizientes Outsourcing von Randaktivitäten und die kombinierte Nutzung von Primär- und Sekundärflughäfen.

**Umfassendes und flexibles Absatz- und Vertriebsnetz.** Nach Einschätzung von Air Berlin verfügt die Gesellschaft über das umfassendste Absatz- und Vertriebsnetz von allen größeren europäischen Low-Cost-Carriern. Air Berlin verkauft ihre Tickets über alle verfügbaren Vertriebskanäle, darunter ihre Internet-Website, ihr 24-Stunden-Servicecenter, ihre Ticketschalter an Flughäfen, sowie über Charter- und Pauschalreiseveranstalter, Reisebüros und Online-Reise-Internetseiten.

**Starke Marke.** Air Berlin hat einen starken Markennamen, der sie von ihren Wettbewerbern unterscheidet und als Low-Cost-Carrier mit umfangreichem Streckennetz und hochwertigem Serviceangebot kennzeichnet.

**Stark ausgeprägte Unternehmenskultur.** Die stark ausgeprägte Unternehmenskultur von Air Berlin spiegelt sich in der Freundlichkeit, Qualifikation und dem großen Engagement ihrer Mitarbeiter wider. Mögen es zunächst die niedrigen Flugpreise sein, die die Kunden anziehen, sorgen nach Überzeugung von Air Berlin ihre engagierten Mitarbeiter und der hochwertige Service dafür, dass die Kunden wiederkehren.

**Gut aufgestellt für Wachstum.** Nach eigener Auffassung ist Air Berlin gut aufgestellt für weiteres Wachstum. Dies gilt unter anderem für das Segment Geschäftsreisen sowie für die Märkte in Zentral- und Osteuropa. Durch die Kombination von niedrigen Flugpreisen mit einem hochwertigen Service ist Air Berlin in der Lage, die Nachfrage nach ihren Flügen zu erhöhen und dadurch ein weiteres Wachstum der Umsatzerlöse zu generieren.

## **Strategie**

Die Strategie von Air Berlin zielt darauf ab, aufbauend auf ihren Stärken weiter nachhaltiges und profitables Wachstum zu erzeugen und so ihre Wettbewerbsposition im sich konsolidierenden europäischen Low-Cost-Carrier-Markt auszubauen. Die Eckpunkte von Air Berlins Strategie sind:

**Fortgesetzte Produkt- und Servicedifferenzierung.** Air Berlin hat sich in einem Nischenmarkt zwischen anderen Low-Cost-Carriern und Full-Service/Full-Fare-Anbietern positioniert, indem die Gesellschaft ihren Kunden ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis bietet, das mit den Angeboten anderer Fluggesellschaften und anderer Beförderungsmittel konkurrieren kann. Air Berlin plant, sich weiterhin auf die Entwicklung zusätzlicher kosteneffizienter Serviceleistungen an Bord zu konzentrieren, dabei aber ihr transparentes, nur eine Flugklasse umfassendes Serviceangebot beizubehalten.

**Weiterer Ausbau und Optimierung von Air Berlins Streckennetz.** Air Berlin beabsichtigt, ihr Streckennetz weiter auszubauen und ihren Flugplan zu erweitern, um dem erwarteten Anstieg der Nachfrage nach Flugreisen gerecht werden zu können. Dabei sollen sowohl die

Flughäufigkeit auf bestehenden Routen entsprechend der veränderten Nachfrage gesteigert als auch neue Routen eingeführt werden.

**Stärkerer Fokus auf Geschäftsreisende.** Air Berlin will ihre Position auf dem Geschäftsreisemarkt weiter ausbauen, indem sie den Vertrieb an Geschäftskunden verstärkt, das Air Berlin Corporate-Programm und das Air Berlin Top Bonus-Vielfliegerprogramm weiter ausbaut sowie ihr Streckennetz und ihren Flugplan entsprechend den Bedürfnissen von Geschäftsreisenden weiterentwickelt.

**Laufende Konzentration auf eine effiziente Kostenstruktur.** Obwohl Air Berlin ihren Kunden ein überlegenes Preis-/Leistungsverhältnis bietet, sind die Betriebskosten der Gesellschaft im Vergleich zu anderen europäischen Fluglinien niedrig. Air Berlin plant, die Kostenentwicklung auch weiterhin genau zu kontrollieren, mit besonderem Augenmerk auf Flugzeugbetriebskosten, Flughafenkosten, Personalkosten, Kundenservicekosten und Vertriebskosten.

**Steigende Umsatzerlöse aus zusätzlichen Leistungen.** Air Berlin will ihren großen Kundenstamm und ihren hohen Bekanntheitsgrad dazu nutzen, über ihre Website und ihr 24-Stunden-Servicecenter zusätzliche Nebenleistungen und sonstige mit ihrem Kerngeschäft verbundene Leistungen anzubieten.

**Beteiligung am erwarteten zukünftigen Konsolidierungsprozess der Branche.** Air Berlin hat zwar momentan keine konkreten Akquisitionspläne, wird derartige Möglichkeiten jedoch sorgfältig prüfen, wenn sie sich bieten.

## 2 Zusammenfassung der Finanzinformationen und betrieblichen Daten

Die nachfolgend dargestellten zusammengefassten Konzernergebnisse für die drei Jahre zum 31. Dezember 2003, 2004 und 2005 und die zusammengefassten Konzernbilanzinformationen zum 31. Dezember 2003, 2004 und 2005, die alle nach IFRS aufgestellt wurden, stammen aus den in „Teil XVII – Prüfungsbericht und Finanzinformationen für den Konzern“ („Part XVII – Auditors’ Report and Financial Information for the Group“) dieses Prospekts abgedruckten geprüften Jahresabschlüssen und wurden ohne wesentliche Anpassungen übernommen. Die Grundlagen der Darstellung sind im Prüfungsbericht des Wirtschaftsprüfers aufgeführt.

### Zusammengefasste Konzern-Finanzdaten

	1.1. – 31.12.					
	2005		2004		2003	
	(in Mio. € und als Anteil an den Umsatzerlösen)					
<b>Gewinn- und Verlustrechnung:</b>						
<b>Umsatzerlöse</b> .....	1.215,2	100%	1.033,9	100,0%	863,2	100,0%
<b>Sonstige betriebliche Erträge</b> .....	4,7	0,4%	13,4	1,3%	4,1	0,5%
Materialaufwand und						
Fremdleistungen.....	(864,1)	(71,1)%	(705,3)	(68,2)%	(588,1)	(68,1)%
Personalaufwand.....	(116,9)	(9,6)%	(100,8)	(9,7)%	(90,1)	(10,4)%
Abschreibungen .....	(62,6)	(5,2)%	(74,9)	(7,2)%	(75,7)	(8,8)%
Sonstige betriebliche						
Aufwendungen .....	(181,9)	(15,0)%	(166,9)	(16,1)%	(166,2)	(19,3)%
<b>Betriebliche Aufwendungen</b> ....	(1.225,5)	(100,8)%	(1.047,9)	(101,4)%	(920,1)	(106,6)%
<b>Ergebnis der operativen</b>						
<b>Tätigkeit</b> .....	(5,5)	(0,5)%	(0,7)	(0,1)%	(52,8)	(6,1)%
Nettofinanzaufwand.....	(16,2)	(1,3)%	(11,8)	(1,1)%	(11,0)	(1,3)%
Nettoerträge aus der						
Währungsumrechnung .....	(49,2)	(4,0)%	29,1	2,8%	108,6	12,6%
<b>Finanzergebnis</b> .....	(65,4)	(5,4)%	17,3	1,7%	97,6	11,3%

1.1. – 31.12.						
	2005		2004		2003	
	(in Mio. € und als Anteil an den Umsatzerlösen)					
Anteil am Gewinn/(Verlust) assoziierter Unternehmen	0,0	0,0%	0,3	0,0%	(0,1)	(0,0)%
<b>Gewinn/(Verlust) vor Steuern.</b>	<b>(70,9)</b>	<b>(5,8)%</b>	<b>16,9</b>	<b>1,6%</b>	<b>44,8</b>	<b>5,2%</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag .....	<u>(45,0)</u>	<u>(3,7)%</u>	<u>(19,9)</u>	<u>(1,9)%</u>	<u>(8,0)</u>	<u>(0,9)%</u>
<b>Jahresüberschuss/ (Jahresfehlbetrag) .....</b>	<b><u>(115,9)</u></b>	<b><u>(9,5)%</u></b>	<b><u>(2,9)</u></b>	<b><u>(0,3)%</u></b>	<b><u>36,7</u></b>	<b><u>4,3%</u></b>
<b>Zuzurechnen:</b>						
Gesellschafter der Muttergesellschaft .....	(115,9)	(9,5)%	(2,9)	(0,3)%	12,0	1,4%
Anteile im Fremdbesitz .....	—	—	—	—	24,8	2,9%
<b>Jahresüberschuss/ (Jahresfehlbetrag) .....</b>	<b><u>(115,9)</u></b>	<b><u>(9,5)%</u></b>	<b><u>(2,9)</u></b>	<b><u>(0,3)%</u></b>	<b><u>36,7</u></b>	<b><u>4,3%</u></b>

1.1. — 31.12.			
	2005	2004	2003
	(in Mio. EUR)		
<b>Bilanzzahlen:</b>			
<b>Aktiva</b>			
Flugzeuge und Triebwerke .....	712,1	706,4	762,0
Sonstiges Anlagevermögen .....	42,6	33,2	32,0
<b>Anlagevermögen .....</b>	<b>754,7</b>	<b>739,7</b>	<b>794,0</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vorräte .....	29,9	23,4	14,7
Sonstiges Umlaufvermögen und Rechnungsabgrenzungsposten .....	88,0	33,7	20,8
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und sonstige Wertpapiere .....	189,2	87,7	45,1
<b>Umlaufvermögen .....</b>	<b>307,1</b>	<b>144,8</b>	<b>80,6</b>
<b>Summe Aktiva .....</b>	<b><u>1.061,9</u></b>	<b><u>884,5</u></b>	<b><u>874,6</u></b>
<b>Passiva</b>			
<b>Den Gesellschaftern der Muttergesellschaft zuzurechnendes Eigenkapital</b>	197,2	183,7	48,9
Anteile im Fremdbesitz .....	—	—	142,0
<b>Eigenkapital .....</b>	<b>197,2</b>	<b>183,7</b>	<b>190,9</b>
Passive latente Steuern .....	96,8	52,9	34,1
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten <sup>(1)</sup> .....	381,0	379,6	478,1
<b>Langfristige Verbindlichkeiten .....</b>	<b>477,8</b>	<b>432,5</b>	<b>512,2</b>
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten gesamt <sup>(1)</sup> .....	117,4	49,7	54,5
Rückstellungen .....	45,9	17,2	11,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen .....	61,2	61,4	52,5
Anzahlungen .....	131,3	102,0	20,2
Sonstige Verbindlichkeiten, (Steuer-)Rückstellungen und Rechnungsabgrenzungsposten .....	31,1	38,0	32,4
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten .....</b>	<b>386,8</b>	<b>268,3</b>	<b>171,5</b>
<b>Passiva .....</b>	<b><u>1.061,9</u></b>	<b><u>884,5</u></b>	<b><u>874,6</u></b>
<b>Sonstige Angaben:</b>			
EBITDA <sup>(2)</sup> .....	57,0	74,2	22,9
EBITDAR <sup>(3)</sup> .....	153,2	149,8	98,0

(1) Enthält Verbindlichkeiten gegenüber Banken aufgrund der Abtretung künftiger Leasingzahlungen sowie andere verzinsliche Schulden.

- (2) EBITDA ist das Ergebnis vor Ertragsteuern, Finanzergebnis, Beteiligungsergebnis und Abschreibungen. Beim EBITDA handelt es sich um einen in der Luftfahrtindustrie weit verbreiteten Leistungsindikator, der einen Vergleich des Betriebserfolgs auf einheitlicher Basis ermöglicht. Dabei werden etwaige Unterschiede infolge der Abschreibungspolitik, Finanzierungssituation und steuerlichen Behandlung der jeweiligen Fluggesellschaft ignoriert. Das EBITDA kann auch zur näherungsweisen Schätzung des operativen Cashflows herangezogen werden, falls das Betriebskapital der betreffenden Fluggesellschaft relativ stabil ist.
- (3) EBITDAR ist das Ergebnis vor Ertragsteuern, Finanzergebnis, Beteiligungsergebnis, Abschreibungen und Leasingkosten für Flugzeuge. Beim EBITDAR handelt es sich um eine insbesondere in der Luftfahrt relevante Kennzahl. Fluggesellschaften erwerben die wichtigsten Vermögenswerte für ihren Betrieb, nämlich Flugzeuge, in der Regel entweder durch Kauf oder Operating Leases. Operating Leases werden durch Erfassung der Leasingzahlungen als Kosten für Materialaufwand und Fremdleistungen in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Das EBITDA ist daher unter Umständen nicht die beste Messgröße für den Betriebserfolg einer Fluggesellschaft, da Fluggesellschaften mit einem höheren Anteil an Operating Leases (und damit höheren Leasingausgaben) nicht mit Fluggesellschaften vergleichbar sind, die über einen größeren Anteil an eigenen Flugzeugen verfügen und bei denen deshalb höhere Abschreibungen sowie potenziell höhere Finanzierungskosten anfallen. Das EBITDAR, das diesen Unterschied berücksichtigt, kann daher als die aussagekräftigere Leistungskennzahl betrachtet werden.

### Zusammenfassung der betrieblichen Daten

Die nachstehende Tabelle enthält bestimmte ungeprüfte betriebliche Daten der Air Berlin für die jeweils angegebenen Jahre:

	1.1. — 31.12.		
	2005	2004	2003
		(ungeprüft <sup>(1)</sup> )	
Anzahl verkaufter Sitze in Tsd. ....	13.537	12.055	10.019
RPK in Mio. <sup>(2)</sup> .....	20.527	18.782	16.613
ASK in Mio. <sup>(3)</sup> .....	26.102	23.619	21.656
Durchschnittliche Passagiertransportkapazität in Tsd. ....	17.295	15.223	13.111
Sitzladefaktor <sup>(4)</sup> .....	78,64%	79,52%	76,72%
Passagierumsatz pro ASK (in EUR-Cent) <sup>(5)</sup> .....	4,33	4,11	3,75
Betriebliche Aufwendungen pro ASK ohne Treibstoffkosten (in EUR-Cent) .....	3,78	3,71	3,63
Umsatzrelevante geplante Abflüge .....	99.823	87.370	75.626
Durchschnittlicher Preis für eine US-Gallone Kerosin (in USD) <sup>(6)</sup> .....	1,83	1,24	0,99
Verbrauchte US-Gallonen Kerosin in Tsd. ....	164.509	148.946	135.687
Durchschnittliche Fluglänge in km .....	1.509	1.554	1.626
Durchschnittliche umsatzrelevante Blockstunden pro Flugzeug pro Tag <sup>(7)</sup> .....	11,47	11,52	11,17
Umsatzrelevante Blockstunden insgesamt <sup>(8)</sup> .....	210.134	188.546	168.908
Insgesamt zurückgelegte Flugkilometer in Mio. ....	151,4	136,5	123,8
Anzahl der in Betrieb befindlichen Flugzeuge am Ende der Berichtsperiode <sup>(9)</sup> .....	50	47	46
Vollzeitäquivalente Mitarbeiter am Ende der Berichtsperiode .....	2.488	2.146	1.956

- (1) Die Daten in dieser Tabelle stammen aus der internen Berichterstattung der Air Berlin.
- (2) RPK (revenue passenger kilometres = umsatzrelevante Passagierkilometer) ist die durchschnittliche Zahl der verkauften Sitze pro Flugabschnitt multipliziert mit der Gesamtzahl der zurückgelegten Kilometer.
- (3) ASK (available seat kilometres = angebotene (verfügbare) Sitzplatzkilometer) ist die durchschnittliche Zahl der pro Flugabschnitt zur Verfügung stehenden Plätze multipliziert mit der Gesamtzahl der zurückgelegten Kilometer.
- (4) Der Sitzladefaktor ist das Verhältnis von RPK zu ASK.
- (5) Passagierumsatz ist der von Fluggästen gezahlte Betrag (ohne sonstige Umsätze).
- (6) Schließt Auftankgebühren bzw. die Gebühren für die Inanspruchnahme von Tankleistungen an Flughäfen ein.
- (7) Blockstunden sind die durchschnittliche Zahl der Stunden pro Tag, die ein umsatzrelevant eingesetztes Flugzeug betrieben wird (vom Abdocken vor dem Start bis zum Andocken nach der Landung).
- (8) Gesamtzahl der Stunden pro Jahr, die die umsatzrelevant eingesetzte Flugzeugflotte betrieben wird (vom Abdocken vor dem Start bis zum Andocken nach der Landung).
- (9) Außer Flugzeugen, die im Rahmen kurzfristiger Wetleasing-Verträge betrieben werden.

### 3 Risikofaktoren

#### Mit der Luftfahrtindustrie verbundene Risiken

- Die Luftfahrtindustrie ist von starkem Wettbewerb geprägt und muss zudem mit anderen Beförderungsarten konkurrieren. Existierende Überkapazitäten im Luftverkehr bleiben unter Umständen bestehen oder nehmen zukünftig sogar noch zu.

- Air Berlin ist Risiken ausgesetzt, die mit der Preisentwicklung bei Kerosin verbunden sind. Die gegenwärtig bestehenden Steuervorteile für Kerosin könnten aufgehoben werden. Die Flughafen-, Transit- und Landegebühren sowie die Sicherheitszuschläge und alle anderen Kosten, die Fluggesellschaften für die Sicherheit im Flugverkehr aufwenden müssen, könnten noch steigen.
- Die Luftverkehrs- und Urlaubsreisebranchen könnten durch Terroranschläge, militärische Konflikte, Ausbruch von Seuchen oder Naturkatastrophen, die sich negativ auf das Reiseverhalten auswirken, Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen oder Verluste infolge von Flugzeugabstürzen und ähnlichen Unglücken betroffen sein.
- Die Luftfahrtindustrie ist durch einen hohen Fixkostenanteil und streng reglementierte Luftverkehrsrechte geprägt.
- Das Wachstum von Air Berlin hängt vom Zugang zu geeigneten Flughäfen und der Erfüllung der Anforderungen für die Nutzung dieser Flughäfen ab.
- Air Berlin könnte Risiken ausgesetzt sein, die mit der Beschränkung von Treibhausgasemissionen und dem entsprechenden System für den Handel mit Treibhausgasemissionszertifikaten verbunden sind.

#### ***Mit Air Berlin verbundene Risiken***

- Zur Maximierung ihrer Umsatzerlöse stützt sich Air Berlin vor allem auf hohe Auslastungsraten ihrer Flugzeuge. Daher können sich Verspätungen besonders negativ auf Air Berlin auswirken.
- Air Berlin ist auf gute Beziehungen zu ihren Mitarbeitern sowie auf ihre Fähigkeit angewiesen, weiterhin solche Gehälter mit ihren Mitarbeitern vereinbaren zu können, die es ihr ermöglichen, ihre Dienstleistungen zu wettbewerbsfähigen Konditionen anzubieten. Das Anlegervertrauen gründet sich vor allem auf Personen in Schlüsselpositionen des Managements.
- Air Berlin ist auf den ununterbrochenen Betrieb ihrer eigenen automatisierten Systeme und Technologien sowie der Systeme und Technologien Dritter angewiesen. Dies gilt ebenso für externe Dienstleister und Anbieter.
- Air Berlin ist, insbesondere in Bezug auf den US-Dollar, Wechselkursrisiken ausgesetzt.
- Die Nachfrage nach Flügen nach Palma de Mallorca, der wichtigsten Destination in Air Berlins Streckennetz, könnte zurückgehen, und Air Berlins neue Strecken könnten sich als nicht profitabel erweisen.
- Derzeit werden die betrieblichen, finanzwirtschaftlichen und Management-Informationssysteme von Air Berlin erweitert. Während der Übergangsphase könnten sich diese Systeme angesichts des schnellen Wachstums der Gesellschaft als unzureichend erweisen.
- Air Berlin wird zur Bezahlung bereits verbindlich bestellter Flugzeuge auch in Zukunft Finanzierungsmittel benötigen.
- Air Berlins Umsatzerlöse und Gewinne unterliegen saisonalen Schwankungen.

#### ***Mit dem Angebot verbundene Risiken***

- Aktionäre könnten bei der Übertragung ihrer Aktien an der Gesellschaft Beschränkungen unterworfen sein.

- So lange die Richtlinie 2004/25/EG betreffend Übernahmeangebote weder in Großbritannien noch Deutschland in nationales Recht umgesetzt ist, finden weder die britischen noch die deutschen Übernahmevorschriften auf Air Berlin Anwendung. Die Aktionäre kommen daher nicht in den Genuss der Schutzbestimmungen dieser Regelungen, falls Dritte sich während dieses Zeitraums um die Übernahme der Kontrolle über Air Berlin bemühen.
- Es gab bisher keinen Markt für die Aktien der Gesellschaft, und künftige Verkäufe dieser Aktien könnten sich negativ auf deren Kurs auswirken.

#### 4 Das Angebot

*Aktien*..... Das Angebot, durch das ein Emissionserlös von ca. €225 Mio. für die Gesellschaft erzielt werden soll (auf Basis eines Angebotspreises am unteren Rand der Preisspanne und bei Ausgabe sämtlicher Neuer Aktien im Rahmen des Angebots), besteht aus der Ausgabe und dem Verkauf von bis zu 19.565.217 Neuen Aktien durch die Gesellschaft und dem Verkauf von bis zu 17.391.304 Altaktien durch die Abgebenden Aktionäre. Die genaue Anzahl der Neuen Aktien, die von der Gesellschaft ausgegeben werden, und die genaue Anzahl der Altaktien, die von den Abgebenden Aktionären verkauft werden, hängt vom Angebotspreis ab. Das Angebot wurde vollumfänglich (mit Ausnahme der Aktien für Mitarbeiter und Geschäftspartner) von der COMMERZBANK Aktiengesellschaft, Morgan Stanley Bank AG sowie NORD/LB Norddeutsche Landesbank Girozentrale und Société Générale übernommen. COMMERZBANK Aktiengesellschaft und Morgan Stanley Bank AG werden im Rahmen des Angebots als Joint Global Coordinators handeln.

Das Angebot erfolgt im Wege (i) eines öffentlichen Angebots in der Bundesrepublik Deutschland; (ii) von Privatplatzierungen an bestimmte Investoren außerhalb der Vereinigten Staaten gemäß der auf Grundlage des Securities Act ergangenen Regulation S sowie (iii) in den USA an Personen, die Qualified Institutional Buyers (QIBs) gemäß Rule 144A sind, bzw. aufgrund einer sonstigen Ausnahme von den Registrierungsanforderungen des Securities Act oder im Rahmen einer Transaktion, die nicht unter den Anwendungsbereich des Securities Act fällt.

Für die Aktien werden eine oder mehrere Globalurkunden ohne Gewinnanteilschein bei der Clearstream Banking AG (“Clearstream”) hinterlegt. Aus rechtstechnischen Gründen im Zusammenhang mit dem Erfordernis der Eintragung von Clearstream im Aktienregister der Gesellschaft werden Aktionäre aufgrund einer Vollmacht von Clearstream an Hauptversammlungen der Gesellschaft teilnehmen und Stimmrechte ausüben.

*Angebotsfrist, Angebotspreis und Preisspanne*..... Die Angebotsfrist hat am 28. April 2006 begonnen und wird frühestens am 10. Mai 2006 enden. Die Preisspanne, innerhalb derer während der Angebotsfrist Anträge zum Kauf von Aktien abgegeben werden können, beträgt

€11,50 bis €14,50. Privatkunden können Kaufaufträge bis 12:00 Uhr (MESZ) und Institutionelle Investoren bis 17:00 Uhr (MESZ) des letzten Tages der Angebotsfrist abgeben.

Nach Ablauf der Angebotsfrist bestimmen die Gesellschaft, die Abgebenden Aktionäre und die Joint Global Coordinators den Angebotspreis für die Aktien aufgrund des Bookbuildings. Der Angebotspreis soll frühestens am 10. Mai 2006 durch Bekanntmachung über einen elektronischen Informationsdienst (wie z. B. Reuters oder Bloomberg) und auf Air Berlins Website veröffentlicht werden.

*Zuteilung*..... Aktienzuteilungen werden aufgrund der „Grundsätze für die Zuteilung von Aktienemissionen an Privatanleger“ vom 7. Juni 2000 vorgenommen werden.

*Bevorrechtigte Zuteilung*..... Air Berlin wird voraussichtlich insgesamt bis zu 5% der angebotenen Aktien an ihre inländischen Mitarbeiter, bestimmte Geschäftspartner und Mitglieder ihres Top Bonus Card-Programms zuteilen. Mitarbeiter und Geschäftspartner können ihre Kaufaufträge bis 17:00 Uhr (MESZ) des vorletzten Tages der Angebotsfrist abgeben.

*Rücktrittsrechte*..... Anleger, die ihre Kaufaufträge vor der Veröffentlichung des 3. Nachtrags zum Prospekt abgegeben haben, können diese bis zum 9. Mai 2006, 24:00 Uhr (MESZ) zurückziehen. Kaufaufträge, die bis zu diesem Zeitpunkt nicht zurückgezogen wurden, bleiben wirksam. Anleger senden ihren Widerruf an die COMMERZBANK Aktiengesellschaft, ZCM – CMAD, Mainzer Landstraße 153, 60327 Frankfurt am Main, Telefax +49 (0) 69 – 136 44598. Privatanleger können ihre Kaufaufträge während der üblichen Geschäftszeiten auch durch eine entsprechende Nachricht an die Bank, die ihren Kaufauftrag entgegengenommen hat, zurückziehen. Sofern die Zahl der in das Angebot einbezogenen Aktien, die Preisspanne bzw. die Angebotsfrist geändert wird, wird ein Nachtrag zum Prospekt auf dieselbe Weise wie der 3. Nachtrag zum Prospekt veröffentlicht. Eine solche Änderung berührt nicht die Wirksamkeit von Kaufaufträgen für Aktien, die bereits vor Bekanntmachung einer solchen Änderung abgegeben wurden. Anleger, die sich bereits zum Erwerb der Aktien verpflichtet hatten, bevor der Nachtrag veröffentlicht wurde, haben jedoch das Recht, ihren Auftrag zurückzuziehen.

*Börsenzulassung* ..... Die Gesellschaft geht davon aus, dass die Frankfurter Wertpapierbörse am 10. Mai 2006 die Zulassung zum Handel erteilen wird, so dass die Handelsaufnahme im Amtlichen Markt der Frankfurter Wertpapierbörse (Prime Standard) voraussichtlich am 11. Mai 2006 erfolgen wird. Die buchmäßige Lieferung der Aktien gegen Zahlung des Angebotspreises erfolgt voraussichtlich am 15. Mai 2006. Die Lieferung der Aktien für Mitarbeiter und Geschäftspartner erfolgt voraussichtlich am 19. Mai 2006.

*Sperrfrist*.....

Die Gesellschaft und die Abgebenden Aktionäre haben sich verpflichtet, für einen Zeitraum von sechs Monaten nach dem Datum der Zulassung keine Aktien der Gesellschaft auszugeben bzw. zu verkaufen. Joachim Hunold (CEO) hat sich verpflichtet, für einen Zeitraum von achtzehn Monaten nach dem Datum der Zulassung keine Aktien der Gesellschaft zu verkaufen.

## 5 Gründe für das Angebot und Verwendung der Erlöse

Air Berlin erwartet infolge der Ausgabe der Neuen Aktien im Rahmen des Angebots und auf Basis eines Angebotspreises am unteren Rand der Preisspanne sowie der Ausgabe sämtlicher Neuer Aktien im Rahmen des Angebots einen Bruttoerlös in Höhe von ca. €225 Mio. Auf Basis dieser Annahme wird die Gesellschaft nach Abzug der Vergütung für die Konsortialbanken und sonstiger mit dem Angebot verbundener Aufwendungen (einschließlich von der Gesellschaft zu tragender Ausgaben in Höhe von bis zu €10,5 Mio. zur Begleichung der in Großbritannien anfallenden Stempelsteuer) voraussichtlich einen Nettoerlös in Höhe von ca. €185 Mio. einnehmen.

Air Berlin beabsichtigt derzeit, den Nettoerlös aus dem Angebot für das weitere Wachstum der Gesellschaft zu verwenden, insbesondere für die Finanzierung des Erwerbs neuer Flugzeuge.

Air Berlin erhält keine der Erlöse aus dem Verkauf der Altaktien durch die Abgebenden Aktionäre.

## 6 Bisherige und Abgebende Aktionäre

<b>Vor Durchführung des Angebots</b>	<b>In Eigentum befindliche Aktien (Zahl)</b>	<b>In Eigentum befindliche Aktien (%)</b>
Ringerike GmbH & Co. Luftfahrtbeteiligungs KG .....	10.400.000	25,89%
Hans Joachim Knieps .....	10.000.000	24,89%
Werner Huehn .....	6.000.000	14,93%
Severin Schulte .....	5.000.000	12,44%
Rudolf Schulte .....	5.000.000	12,44%
Joachim Hunold <sup>(1)</sup> .....	2.030.004	5,05%
Johannes Zurnieden .....	1.600.000	3,98%
Ulf Hüttmeyer <sup>(1)</sup> .....	30.000	0,07%
Karl Friedrich Lotz <sup>(1)</sup> .....	30.000	0,07%
Elke Schütt <sup>(1)</sup> .....	30.000	0,07%
Bernd Schniering <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Carsten Dettmar <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Carsten Kröger <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Derek Fund <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Eckhard Rautenberg <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Hildegard Beck <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Ingolf Hegner <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Joachim Winkler <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Kai Gottschlich <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Marc Altenscheid <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Ralf Nagel <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Siegfried Olivo <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Tim Haferl <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Thomas Ney <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Michelle Johnson <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Holger Gimzicki <sup>(1)</sup> .....	3.600	0,01%
Streubesitz .....	—	0,0%
<b>Gesamt</b> .....	<b>40.177.604</b>	<b>100%</b>

(1) Diese Altaktionäre werden im Rahmen des Angebots keine Aktien veräußern.

## **7 Zur Einsichtnahme zur Verfügung stehende Dokumente**

Exemplare des Prospekts (einschließlich der zugehörigen Nachträge), der hierin erwähnten Jahresabschlüsse, der Prüfungsberichte sowie der Gründungsunterlagen der Gesellschaft können während der üblichen Geschäftszeiten am Sitz der Air Berlin, Saatwinkler Damm 42-43, 13627 Berlin, sowie in den Geschäftsräumen der COMMERZBANK Aktiengesellschaft, Kaiserstraße 16, 60311 Frankfurt am Main, eingesehen werden. Die genannten Dokumente werden für die Dauer von zwölf Monaten nach Veröffentlichung des Prospekts auch im Internet unter <http://www.airberlin.com> abrufbar sein.

## **8 Kapitalausstattung und Schulden**

Am 31. Dezember 2005 lag die Kapitalausstattung der Gesellschaft bei €725,5 Mio., und am 31. Januar 2006 betrug ihre Nettoverbindlichkeiten (d. h. Gesamtverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich Barmitteln) €345,4 Mio.

## **9 Geschäftsgang und Aussichten**

Air Berlins Umsatz in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2006 entsprach den Erwartungen der Geschäftsführung, und der Vorstand ist zuversichtlich, was die Aussichten von Air Berlin für das laufende Geschäftsjahr betrifft.

**Anleger, die vor der Veröffentlichung dieses Nachtrags eine auf den Erwerb oder die Zeichnung der Wertpapiere gerichtete Willenserklärung abgegeben haben, können diese bis zum 9. Mai 2006, 24:00 Uhr (MESZ) zurückziehen. Kaufaufträge, die bis zu diesem Zeitpunkt nicht zurückgezogen wurden, bleiben wirksam.**

**Anleger senden ihren Widerruf an die COMMERZBANK Aktiengesellschaft, ZCM – CMAD, Mainzer Landstraße 153, 60327 Frankfurt am Main, Telefax +49 (0) 69 – 136 44598. Privatanleger können ihre Kaufaufträge während der üblichen Geschäftszeiten auch durch eine entsprechende Nachricht an die Bank, die ihren Kaufauftrag entgegengenommen hat, zurückziehen.**