

Luftverkehr

Betriebswirtschaftliches
Lehr- und Handbuch

Von
Professor
Dr. Rüdiger Sterzenbach

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
<u>Gesamtbibliothek</u>	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	47.340
Abteil-Nr. :	A08/918
Sachgebiete :	

R. Oldenbourg Verlag München Wien

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	1
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	9
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	13
KAPITEL I LUFTVERKEHRSWIRTSCHAFT	
1. Begriffsabgrenzungen	17
2. Organisation des Luftverkehrs	20
2.1 Institutionen auf staatlicher Ebene	20
2.1.1 Nationale Institutionen	20
2.1.2 Internationale Institutionen	21
2.2 Institutionen auf privatwirtschaftlicher Ebene	23
2.3 Organe der EU	27
3. Bedeutung des Luftverkehrs	28
3.1 Wirtschaftliche Funktionen	28
3.2 Gesellschaftliche Funktionen	29
KAPITEL II RECHTLICHE GRUNDLAGEN DES LUFTVERKEHRS	
1. Rechtsquellen	30
1.1 Zur Systematik des Luftverkehrsrechtes	30
1.2 Öffentliches Luftverkehrsrecht	31
1.2.1 Nationale Rechtsvorschriften	31
1.2.2 Internationale Rechtsvorschriften	32
1.2.2.1 Bilaterale Abkommen	32
1.2.2.2 Multilaterale Abkommen	33
1.3 Privates Luftverkehrsrecht	35
1.3.1 Nationale Rechtsvorschriften	35
1.3.2 Internationale Rechtsvorschriften	36
1.3.3 Rechtlicher Rahmen von Linienflugbeförderungen	36
2. Leistungserstellung in Form von Linien- oder Gelegenheitsverkehr	39
2.1 Linienverkehr	39
2.2 Gelegenheitsverkehr	41
KAPITEL III KOOPERATIONEN	
1. Notwendigkeit von Kooperationen	43
2. Begriffsbestimmung	45
2.1 Strategische Allianz/Kooperation	45
2.2 Konzentration	46
3. Kooperationsarten	48
3.1 Überbetriebliche und zwischenbetriebliche Kooperation	48
3.2 Vertikale und horizontale Kooperation	48

4. Kooperationen im Vergleich zu alternativen Strategien	49
4.1 Grundsätzliches	49
4.2 Alleingang	50
4.3 Konzernbildung und Fusion	50
4.4 Kooperationen als unternehmens-strategisches Konzept	54
5. Ökonomische Auswirkungen auf die Kooperationspartner	56
6. Kosten einer Kooperation	57
6.1 Opportunitätskosten	57
6.2 Transaktionskosten	57
6.3 Friktionskosten	58
7. Grenzen einer Kooperation	59
7.1 Rechtliche Grenzen	59
7.2 Psychologische Hemmnisse	60
8. Kooperationen zwischen Fluggesellschaften	61
8.1 Kooperationen im technischen Bereich	61
8.1.1 Handling Agreements	61
8.1.2 Reparatur-, Wartungs- und Instandhaltungsabkommen	61
8.1.3 Datenübertragung	61
8.2 Kooperationen im kommerziellen Bereich	62
8.2.1 Poolabkommen	62
8.2.2 Repräsentationsabkommen	62
8.2.3 Interline Agreements	63
8.2.4 Interchange Agreements	63
8.2.5 Royalty Agreements	64
8.2.6 Code-Sharing-Flüge	64
9. Kooperationen mit anderen Touristikbereichen	67
9.1 Computerreservierungssysteme	67
9.2 Hotels	68
9.3 Schienenverkehr	69
9.4 Reiseveranstalter und Reisebüros	69

KAPITEL IV PRODUKTIONSFAKTOREN

1. System der Produktionsfaktoren	71
2. Flugzeuge	72
2.1 Klassifizierung der Fluggeräte	72
2.2 Bautechnische Kriterien der optimalen Flottengestaltung	73
2.2.1 Abhängigkeit von der Streckenlänge	73
2.2.1.1 Abgrenzung der Entfernungsgebiete	73
2.2.1.2 Kurzstrecken	74
2.2.1.3 Mittel- und Langstrecken	75
2.2.2 Abhängigkeit von den Beförderungsobjekten	77
2.2.2.1 Personen	77
2.2.2.2 Fracht	78
2.2.2.3 Kombination von Personen und Fracht	79
2.2.3 Abhängigkeit von der Verkehrsart	80
2.2.3.1 Linienverkehr	80
2.2.3.2 Gelegenheitsverkehr	80

2.3 Betriebswirtschaftliche Kriterien der optimalen Flottengestaltung	81
2.3.1 Berücksichtigung der Kosten	81
2.3.1.1 Anschaffungskosten	81
2.3.1.2 Betriebskosten	81
2.3.2 Berücksichtigung der Gewinnzone	83
2.4 Flugtechnik und Umwelt	84
2.4.1 Ökologische Einflußgrößen	84
2.4.2 Triebwerksemissionen	85
2.4.3 Lärmbelastung	89
2.5 Neuere Entwicklungen in der Flugzeugtechnik	90
3. Verkehrswege	93
3.1 Errichtung von Verkehrswegen	93
3.2 Internationale Verkehrswege	94
3.2.1 Aufbau von Flugroutensystemen	94
3.2.2 Struktur der Verkehrswege in Europa	95
3.2.3 Struktur der Verkehrswege in den USA	97
3.3 System der Verkehrswegesicherung	100
3.3.1 Organisation der Luftverkehrsverwaltung	100
3.3.1.1 Grundsätzliches	100
3.3.1.2 Deutsche Flugsicherung GmbH	100
3.3.1.2.1 Rechtslage	100
3.3.1.2.2 Aufgabenbereich	102
3.3.1.3 Eurocontrol	103
3.3.2 Probleme und Lösungsansätze	104
4. Flughäfen	107
4.1 Arten von Flughäfen	107
4.2 Aufgaben der Flughäfen	108
4.3 Flughafenanlagen und -einrichtungen	110
4.3.1 Start- und Landebahnsystem	110
4.3.2 Fluggast-, Gepäck- und Frachtanlagen	110
4.3.3 Verwaltung, Dienstleistung und Unterhaltung	112
4.4 Verkehrsanbindung der Flughäfen	113
4.5 Bedeutung des Flughafens als Wirtschaftsfaktor	122
4.5.1 Wirtschaftliche Effekte	122
4.5.2 Standortvorteil	123
4.5.3 Beschäftigungseffekt	123
4.5.4 Umsatzerlöse	124
4.5.5 Investitionen	125
4.6 Aktuelle Probleme der Flughäfen	126
4.6.1 Umweltproblematik	126
4.6.1.1 Schadstoff-Emissionen	126
4.6.1.2 Lärmbelastung	127
4.6.2 Kapazitätsproblematik	129
4.6.3 Abgeltungsproblematik	132
5. Arbeitskräfte	134
5.1 Fliegendes Personal	134
5.1.1 Cockpitpersonal	134
5.1.2 Kabinenpersonal	136
5.2 Stationäres Personal	137

KAPITEL V BESCHÄFTIGUNGSSCHWANKUNGEN

1. Schwierigkeiten des Fluganbieters bei Nachfrageschwankungen	139
2. Nachfragewirksame Fluggastgruppen	139
2.1 Geschäftsreisende	139
2.2 Privatreisende	140
3. Nachfrageschwankungen im einzelnen	141
3.1 Arten der Nachfrageschwankungen	141
3.2 Zeitliche Nachfrageschwankungen	141
3.2.1 Nachfrageschwankungen im Konjunkturverlauf	141
3.2.2 Nachfrageschwankungen im Jahresverlauf	143
3.2.3 Nachfrageschwankungen im Wochenverlauf	144
3.2.4 Nachfrageschwankungen im Tagesverlauf	145
3.2.5 Nachfrageschwankungen aufgrund von besonderen Ereignissen	146
3.3 Räumliche Nachfrageschwankungen	147
3.3.1 Erklärung der Zahlenwerte	147
3.3.2 Linienverkehr	147
3.3.3 Gelegenheitsverkehr	147
3.4 Auswirkungen der Nachfrageschwankungen	148
3.4.1 Auswirkungen auf den Dienstleistungsbetrieb	148
3.4.2 Auswirkungen auf die Kosten- und Umsatzstruktur	148
3.4.3 Auswirkungen auf den Personaleinsatz	150
4. Anpassung an bzw. Senkung der Nachfrageschwankungen	152
4.1 Leistungserstellende Anpassungsmaßnahmen	152
4.1.1 Quantitative Anpassung	152
4.1.1.1 Theoretische Grundlegung	152
4.1.1.2 Spezifika im Luftverkehr	153
4.1.2 Zeitliche Anpassung	155
4.1.2.1 Theoretische Grundlegung	155
4.1.2.2 Spezifika im Luftverkehr	155
4.1.3 Intensitätsmäßige Anpassung	157
4.1.3.1 Theoretische Grundlegung	157
4.1.3.2 Spezifika im Luftverkehr	157
4.2 Absatzpolitische Maßnahmen	159
4.2.1 Vorbemerkung	159
4.2.2 Präferenzpolitik	159
4.2.2.1 Produkt- und Sortimentspolitik	159
4.2.2.2 Distributionspolitik	160
4.2.2.3 Kommunikationspolitik	161
4.2.3 Preispolitik	161

KAPITEL VI PLANUNG DER LEISTUNGSERSTELLUNG

1. Flugplangestaltung	163
1.1 Abgrenzung des Begriffs 'Flugplan'	163
1.2 Aussageinhalt und Attraktivität von Flugplänen	163
1.3 Rechtliche Determinanten der Flugplangestaltung	165
1.3.1 Flugliniengenehmigung	165
1.3.1.1 Genehmigungspflicht	165
1.3.1.2 Luftverkehrsabkommen	165

1.3.2 Kapazitätsregelungen	166
1.3.3 Flugplangenehmigung	166
1.4 Methodik der Flugplangestaltung	166
1.4.1 Produktionsplanung	166
1.4.2 Operationelle Randbedingungen	168
1.4.2.1 Restriktive interne Faktoren	168
1.4.2.1.1 Creweinsatz	168
1.4.2.1.2 Eigenschaften, Wartung und Reserve von Flugzeugen	168
1.4.2.1.3 Flughafenanlagen	169
1.4.2.2 Restriktive externe Faktoren	170
1.4.2.2.1 Flughafenslots	170
1.4.2.2.2 Flugplankoordination	171
1.4.2.2.3 Verträge mit anderen Luftverkehrsgesellschaften	173
2. Flugzeugeinsatzplanung	173
2.1 Aufgabe der Flugzeugeinsatzplanung	173
2.2 Organisation der Flugzeugeinsatzplanung	174
2.3 Operationelle Einflußfaktoren	175
2.3.1 Instandhaltung	175
2.3.2 Reserveplanung	176
2.3.3 Mindestbodenzeit	177
3. Personaldienstplanung	177
3.1 Organisation des Besatzungseinsatzes	177
3.2 Rechtliche Grundlagen der Crewplanung	178
3.2.1 Relevante Vorschriften	178
3.2.2 Arbeitszeit	179
3.2.3 Flugdienstzeit	179
3.2.4 Flugzeit	180
3.2.5 Ruhezeiten	181
3.2.6 Dead Head	181
3.2.7 Bereitschaftszeit	182
3.2.8 Freie Tage am dienstlichen Wohnsitz	182
3.2.9 Mitwirkung der Personalvertretung	183
3.3 Methodik der Crewplanung	183
3.3.1 Erstellung von anonymen Besatzungsumläufen	183
3.3.2 Dienstplan und Disposition	185
3.3.2.1 Einsatzplanerstellung	185
3.3.2.1.1 Ablaufschritte	185
3.3.2.1.2 Abwesenheitszeiten	185
3.3.2.1.3 Weitere Plandeterminanten	186
3.3.2.1.4 Requeste	186
3.3.2.1.5 Einsatzplanung der Flugzeugumläufe	187
3.3.2.2 Einsatzplanverwaltung	187
3.3.2.3 Einsatzsteuerung	187

KAPITEL VII ABSATZPOLITIK

1. Vorbemerkung und grundlegende Zusammenhänge	189
1.1 Begriff und Aufgaben des Absatzes	189
1.2 Absatzrelevante Eigenarten im Luftverkehr	190

2. Marktforschung im Luftverkehr	192
3. Präferenzpolitische Instrumentarien	197
3.1 Produkt- und Sortimentspolitik	197
3.1.1 Begriff	197
3.1.2 Produktgestaltung	198
3.1.2.1 Produktgestaltungsprinzipien	198
3.1.2.2 Streckenprogramm	202
3.1.2.3 Flugplan	202
3.1.2.4 Service	204
3.1.2.4.1 Grundsätzliches	204
3.1.2.4.2 Service vor dem Flug	205
3.1.2.4.3 Service während des Fluges	206
3.1.2.4.4 Service nach dem Flug	208
3.1.2.5 Sicherheit	209
3.1.2.5.1 Bedeutung für den Luftverkehr	209
3.1.2.5.2 Sicherheit der Flugzeuge	210
3.1.2.5.3 Sicherheit am Flughafen	211
3.1.2.6 Neuere Produktentwicklungen	212
3.1.2.6.1 Kundenkarten	212
3.1.2.6.2 Bonusprogramme	214
3.1.3 Produktpolitische Maßnahmen	215
3.1.3.1 Produktlebenszyklus	215
3.1.3.2 Produktvariation	217
3.1.3.3 Produktinnovation	218
3.1.3.3.1 Produktdifferenzierung	218
3.1.3.3.2 Produktdiversifikation	220
3.1.3.3.3 Produkteliminierung	222
3.1.4 Sortimentspolitik	223
3.2 Prozeßpolitik	224
3.2.1 Begriff	224
3.2.2 Prozeßdauer	224
3.2.2.1 Elemente der Prozeßdauer	224
3.2.2.2 Zu- und Abgangszeit	225
3.2.2.3 Systemzeit	226
3.2.2.4 Wartezeit	227
3.2.2.5 Flugzeit	228
3.3 Distributionspolitik	229
3.3.1 Begriff	229
3.3.2 Distributionswege	231
3.3.2.1 Vertriebswegeentscheidung	231
3.3.2.2 Direkter Vertrieb	233
3.3.2.2.1 Bedeutung im Luftverkehr	233
3.3.2.2.2 Firmeneigene Verkaufsbüros	234
3.3.2.2.3 Firmenreisestellen	235
3.3.2.3 Indirekter Vertrieb	237
3.3.2.3.1 Bedeutung im Luftverkehr	237
3.3.2.3.2 Reisebüros	237
3.3.2.3.3 Agenturen	240
3.3.2.3.3.1 IATA-Agenturen	240
3.3.2.3.3.2 NON-IATA-Agenturen	241

3.3.2.3.4 Reiseveranstalter	242
3.3.2.3.5 Andere Fluggesellschaften	243
3.3.2.3.6 Consolidator	243
3.3.2.3.7 Einzelplatzverkauf	244
3.3.2.4 Neuere Distributionserscheinungen	245
3.3.3 Computerreservierungssysteme (CRS)	248
3.3.3.1 Bedeutung	248
3.3.3.2 Reservierungssysteme	249
3.3.3.2.1 START/AMADEUS	249
3.3.3.2.1.1 START	249
3.3.3.2.1.2 AMADEUS	250
3.3.3.2.2 SABRE	251
3.3.3.2.3 GALILEO International	252
3.3.3.2.4 Worldspan	253
3.4 Kommunikationspolitik	253
3.4.1 Begriff	253
3.4.2 Corporate Identity	255
3.4.3 Werbung	257
3.4.3.1 Allgemeines	257
3.4.3.2 Werbebudget	258
3.4.3.3 Mediaplanung	259
3.4.3.4 Werbeerfolgsprognose und -kontrolle	260
3.4.4 Verkaufsförderung	261
3.4.4.1 Allgemeines	261
3.4.4.2 Personalbezogene Verkaufsförderung	262
3.4.4.3 Absatzmittlerbezogene Verkaufsförderung	263
3.4.4.4 Absatzpartnerbezogene Verkaufsförderung	263
3.4.5 Persönlicher Verkauf (Personal Selling)	264
3.4.6 Öffentlichkeitsarbeit	266
3.4.7 Sponsoring	267
4. Preispolitisches Instrumentarium	271
4.1 Theoretische Grundlegung	271
4.2 Preistheoretische Betrachtung	272
4.2.1 Preispolitik bei Konkurrenz	272
4.2.2 Preispolitik im Monopol	274
4.3 Praxisorientierte Preisfindung	277
4.3.1 Kostenorientierte Preisfindung	277
4.3.2 Nachfrageorientierte Preisfindung	278
4.3.3 Konkurrenzorientierte Preisfindung	279
4.4 Tarife	281
4.4.1 Begriff	281
4.4.2 Tarifgestaltung	282
4.4.3 Kriterien der Tarifbildung	283
4.4.4 Preisdifferenzierung	283
4.4.5 Tarifsysteem	285
4.4.5.1 Beförderungsklassen	285
4.4.5.2 Normaltarif	286
4.4.5.3 Ermäßigungen	286
4.4.5.4 Sondertarife	287

4.4.6 Tarifkoordination	289
4.4.6.1 Multilaterale Tariffestsetzung	289
4.4.6.2 Bilaterale Tariffestsetzung	290
4.4.6.3 Unilaterale Tariffestsetzung	290
4.4.7 Tarifeinhaltung	290
4.5 Besonderheiten im Charterverkehr	291
4.6 Aktuelle Entwicklungen in der Preispolitik	293
4.6.1 Problematik	293
4.6.2 Flugpreise	293
4.6.3 Neue Produkte	294
4.6.4 Kundenbindung	295
4.6.4.1 Vielfliegerprogramme	295
4.6.4.2 Firmenförderungsprogramm	298
4.7 Liberalisierung und Preispolitik	299
5. Yield Management	302
5.1 Grundlagen des Yield Management	302
5.1.1 Entstehung	302
5.1.2 Definition	302
5.1.3 Zielsetzungen	304
5.1.4 Prämissen	305
5.2 Voraussetzungen	306
5.2.1 Computergestützte Reservierungssysteme (CRS)	306
5.2.2 Controlling Cycle	307
5.3 Techniken des Yield Management	307
5.3.1 Overbooking	307
5.3.1.1 No-Shows und Stornierungsverhalten	307
5.3.1.2 Fehlmengenkosten und Recapture-Probability	308
5.3.1.3 Festlegung der Überbuchungsrate	308
5.3.2 Preis-Mengen-Steuerung	310
5.3.3 Strecken-Management	312
5.4 Überwachungs- und Leistungsbewertungssysteme	313
5.4.1 Monitoring System	313
5.4.2 Performance System	313
5.4.2.1 Overbooking Modell	314
5.4.2.2 Preis-Mengen-Steuerungs-Modell	314
5.5 Yield Management als Wettbewerbsinstrument	315
5.6 Probleme beim Einsatz eines Yield Management Systems	316

LITERATURVERZEICHNIS

310

STICHWORTVERZEICHNIS