

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abkürzungsverzeichnis.....	X
Abbildungsverzeichnis.....	XVI
Tabellenverzeichnis	XXVI

KAPITEL I Einführung

1. Der Luftverkehr heute	1
2. Begriffsabgrenzungen.....	2
2.1 Luftverkehrswirtschaft.....	2
2.2 Systematisierung des Luftverkehrs.....	3
2.3 Begriffsabgrenzungen.....	5
2.3.1 Linienverkehr.....	5
2.3.2 Gelegenheitsverkehr (Charter).....	7
2.3.3 Regionalluftverkehr	10
2.3.4 »Low Cost« Fluggesellschaften.....	10
2.4 Besonderheiten des Luftverkehrs	11
2.5 Schwierigkeiten des Fluganbieters bei Nachfrage- schwankungen.....	12
2.5.1 Nachfragewirksame Fluggastgruppen.....	12
2.5.2 Arten der Nachfrageschwankungen.....	13
2.5.3 Leistungserstellende Anpassungsmaßnahmen.....	19
3. Bedeutung des Luftverkehrs.....	22
3.1 Wirtschaftliche Funktionen.....	22
3.2 Gesellschaftliche Funktionen.....	24
3.3 Technologische Funktionen.....	24
3.4 Politische Funktionen.....	25
3.5 Umweltpolitische Funktionen.....	26

KAPITEL II Organisationen des Luftverkehrs

1. System der Institutionen im Luftverkehr	27
2. Nationale Institutionen auf staatlicher Ebene.....	28
2.1 Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungs- wesen (BMVBW).....	28
2.2 Luftfahrt-Bundesamt (LBA).....	30
2.3 Deutscher Wetterdienst (DWD).....	31

2.4	Deutsche Flugsicherung GmbH (DFS).....	33
2.5	Sonstige nationale Institutionen auf staatlicher Ebene	34
2.5.1	Flughafenkoordinator.....	34
2.5.2	Bundesstelle für Flugunfalluntersuchung (BFU)...	35
2.5.3	Andere Bundesministerien und Behörden.....	35
3.	Internationale Institutionen auf staatlicher Ebene	37
3.1	International Civil Aviation Organisation (ICAO).....	37
3.2	European Civil Aviation Conference (ECAC).....	41
3.3	Joint Aviation Authorities (JAA).....	44
3.4	EUROCONTROL.....	45
3.5	Europäische Agentur für Flugsicherheit (EASA).....	46
3.6	Organe der EU.....	47
4.	Nationale Institutionen der Luftverkehrswirtschaft	48
4.1	Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen e.V. (ADV).....	48
4.2	Board of Airline Representatives in Germany (BARIG) e.V.....	49
4.3	Sonstige nationale Institutionen der Luftverkehrs- wirtschaft	51
5.	Internationale Institutionen der Luftverkehrswirtschaft.....	52
5.1	International Air Transport Association (IATA).....	52
5.2	International Air Carrier Association (IACA).....	55
5.3	Association of European Airlines (AEA)	56
5.4	European Regions Airline Association (ERA)	57
5.5	Airports Council International (ACI)	57
5.6	Sonstige internationale Institutionen der Luftverkehrswirtschaft.....	58

KAPITEL III Rechtliche Grundlagen des Luftverkehrs

1.	Rechtsquellen.....	60
1.1	Zur Systematik des Luftverkehrsrechtes	60
1.2	Öffentliches Luftverkehrsrecht.....	61
1.2.1	Nationale Rechtsvorschriften.....	61
1.2.2	Internationale Rechtsvorschriften.....	65
1.2.2.1	Multilaterale Abkommen.....	65
1.2.2.2	Bilaterale Abkommen.....	71
1.3	Privates Luftverkehrsrecht	73
1.3.1	Nationale Rechtsvorschriften.....	73

1.3.2	Internationale Rechtsvorschriften.....	74
1.3.3	Rechtlicher Rahmen von Linienflug- beförderungen.....	75
2.	Ordnungspolitische Rahmenbedingungen im Luftverkehr	77
2.1	Historischer Überblick.....	77
2.2	Deregulierung und Liberalisierung.....	79
2.3	Die Veränderung des luftverkehrspolitischen Ordnungsrahmens	80

KAPITEL IV Produktionsfaktoren

1.	System der Produktionsfaktoren.....	84
2.	Flugzeuge	85
2.1	Klassifizierung der Fluggeräte.....	85
2.2	Bautechnische Kriterien von Fluggeräten im Lufttransport	87
2.2.1	Abhängigkeit von der Streckenlänge	87
2.2.2	Abhängigkeit von den Transportobjekten.....	88
2.2.3	Abhängigkeit von der Verkehrsart.....	91
2.2.4	Abhängigkeit von anderen ausgewählten Merkmalen.....	92
2.3	Betriebswirtschaftliche Kriterien des Fluggeräts.....	93
2.3.1	Kosten	93
2.3.2	Gewinnzone	94
2.4	Unterschiedliche Ansätze bei der Beschaffung von Fluggerät	95
2.4.1	Flugzeugkauf.....	95
2.4.2	Flugzeugleasing.....	99
2.5	Flugtechnik und Umwelt	102
2.5.1	Ökologische Einflussgrößen im Allgemeinen	102
2.5.2	Einfluss des Luftverkehrs auf die Atmosphäre....	103
2.5.3	Triebwerkemissionen.....	104
2.5.4	Fuel Dump.....	109
2.5.5	Lärmbelastung.....	110
2.6	Neuere technische Entwicklungen in der Flugzeug- industrie	113
3.	Verkehrswege	115
3.1	Errichtung von Verkehrswegen.....	115
3.2	Routensysteme im Luftverkehr	116

3.3	System der Verkehrswegesicherung.....	118
3.4	Zustand und Entwicklung der Luftverkehrswege	120
4.	Flughäfen.....	124
4.1	Arten und Genehmigung von Flugplätzen.....	124
4.2	Funktionen und Aufgaben von Flughäfen.....	128
4.3	Flughafenanlagen und -einrichtungen.....	130
4.4	Verkehrsanbindung der Flughäfen.....	135
4.5	Bedeutung des Flughafens als Wirtschaftsfaktor	138
4.6	Privatisierung von Flughäfen.....	145
4.6.1	Rahmenbedingungen für die Privatisierung von Flughäfen.....	145
4.6.2	Systematisierung potentieller Investoren und Privatisierungsformen.....	146
4.7	Kooperation und Integration von Flughäfen.....	150
4.8	Aktuelle Probleme der Flughäfen.....	151
4.8.1	Kapazitätsproblematik	151
4.8.2	Umweltproblematik	156
4.8.3	Abgeltungsproblematik	159
5.	Arbeitskräfte.....	160
5.1	Fliegendes Personal.....	160
5.2	Stationäres Personal.....	163

KAPITEL V Strategien und Geschäftsmodelle

1.	Systematisierung von Strategien im Luftverkehr.....	165
2.	Low Cost- vs. Netzwerk-Carrier	169
2.1	Ausgangslage	169
2.2	Low Cost-Carrier in Europa	172
2.3	Elemente des Low Cost-Geschäftssystems	174

KAPITEL VI Unternehmensverbindungen

1.	Einleitung.....	182
2.	Alleingang.....	182
3.	Anteilserwerb	183
4.	Kooperationen.....	188
4.1	Kooperationsmotive.....	188
4.2	Kooperationsformen.....	190
4.3	Airlinespezifische Kooperationen.....	192

4.3.1	Kooperationen im technischen Bereich.....	192
4.3.2	Kooperationen im kommerziellen Bereich.....	193
5.	Strategische Allianzen.....	201
5.1	Historische Entwicklung strategischer Allianzen im Luftverkehr	201
5.2	Begriffsbestimmung und Ziele strategischer Allianzen..	203
5.3	Formen strategischer Allianzen.....	210
5.4	Globale Allianzsysteme im Überblick.....	213
5.5	Konzeption strategischer Allianzen.....	219
5.6	Markenpolitik strategischer Allianzen.....	226
5.7	Zukünftige Bedeutung von Allianzsystemen.....	228
6.	Ausgewählte Probleme von Kooperationen.....	230
6.1	Kosten von Kooperationen.....	230
6.2	Konfliktpotenziale in der Zusammenarbeit	232
6.3	Wettbewerbsrechtliche Probleme	234
7.	Kooperationen mit Unternehmen der Touristikbranche.....	235
7.1	Reiseveranstalter und Reisebüros	235
7.2	Schienenverkehrsunternehmen.....	236
7.3	Hotels und Mietwagenunternehmen.....	237

KAPITEL VII Netzmanagement

1.	Überblick.....	239
2.	Kapazitätsplanung.....	242
2.1	Einleitung.....	242
2.2	Grundsätzliche Probleme der Kapazitäts- dimensionierung bei Airlines.....	243
2.3	Bestimmungsgrößen der Kapazität von Airlines.....	245
2.4	Die Stellung der Kapazitätsdimensionierung im Rahmen der Unternehmensstrategie von Airlines	250
2.5	Flottenplanung bei Airlines	255
3.	Flugplanung.....	262
3.1	Einleitung.....	262
3.2	Ziele, Entscheidungsparameter und Restriktionen der Flugplanung	263
3.3	Phasen der Flugplanung.....	268
3.4	Basisinformationen für die Flugplanung: »O & Ds«.....	270
3.5	Priorisierung von O & Ds	274
3.6	IT-Systeme zur Flugplanoptimierung.....	276

3.7	Streckennetztypen.....	277
3.8	Vor- und Nachteile von Hub-and-Spokes- und Point-to-Point-Systemen.....	279
3.9	Der Prozess der Flugplanung.....	282
3.10	Ausgewählte Aspekte der Flugplanerstellung	283
3.10.1	Anpassung an die Nachfrage im Point-to-Point-Verkehr.....	283
3.10.2	Optimierung der Hub-Knoten.....	284
3.10.3	Case Study 1: Hub-Optimierung.....	288
3.10.4	Case Study 2: Die Überführung von Hub- Verkehren in Point-to-Point-Verkehre.....	291
3.10.5	Case Study 3: Die Parallelität von Hub-Ver- bindungen und Point-to-Point-Verbindungen.....	292
3.10.6	Flottenzuweisung zu den einzelnen Strecken.....	294
3.10.7	Die Umlaufplanung von Flugzeugen.....	294
4.	Preis- und Konditionenpolitik	296
4.1	Einführung und Ziele.....	296
4.2	Preistheoretische Grundlagen von Luftverkehrs- märkten.....	298
4.3	Grundlagen der Preisfindung.....	302
4.4	Strategiekonzepte der Preispolitik	306
4.5	Tarife.....	313
4.5.1	Begriffsbestimmung.....	313
4.5.2	Ausgewählte Aspekte des Tarifsystems.....	315
4.5.2.1	Tarifpositionen.....	315
4.5.2.2	Beförderungsklassen.....	317
4.5.2.3	Normaltarif.....	318
4.5.2.4	Ermäßigungen und Rabatte	319
4.5.2.5	Sondertarife	321
4.5.2.6	Erlösschmälerungen.....	324
4.5.2.7	Beispiel für Tarife auf einer ausgewählten Strecke	326
4.5.3	Tarifkoordination.....	327
4.5.4	Tarifeinhaltung.....	329
4.6	Preisbildung im Charterflugverkehr	330
5.	Yield Management	331
5.1	Grundlagen des Yield Management	331
5.1.1	Entstehung des Yield Management	331
5.1.2	Branchencharakteristika und Yield	

Management-Systeme	334
5.1.3 Begriff des Yield Management im Luftverkehr...	335
5.2 Elemente von Yield Management-Systemen.....	339
5.2.1 Marktsegmentierung und Preisdifferenzierung...	340
5.2.2 Nachfragelenkung im Zeitverlauf.....	341
5.2.3 Überbuchung.....	344
5.2.4 Bildung und Einzelsteuerung von Buchungs- klassen.....	347
5.2.5 Nesting	350
5.2.6 Verkehrsstrombezogene Buchungsklassen- steuerung.....	353
5.2.7 Verkaufsursprungbezogene Buchungsklassen- steuerung.....	355
5.2.8 Prognosemodelle.....	359
5.3 IT-Systeme für die Netzsteuerung.....	359

KAPITEL VIII Strecken- und Netzergebnisrechnung

1. Begriff und Funktionen.....	362
2. Voraussetzungen der SER/NER.....	363
3. Von der SER zur NER.....	366
4. Aufbau einer Streckenergebnisrechnung	369
5. Aufbau einer Netzergebnisrechnung.....	373

Kapitel IX Marketing

1. Vorbemerkung.....	375
2. Marketingforschung.....	375
2.1 Grundlagen.....	375
2.2 Instrumente der Marketingforschung bei Airlines	377
3. Produktpolitik.....	383
3.1 Der Produktlebenszyklus	384
3.2 Entscheidungstatbestände der Produktpolitik	386
3.3 Produktgestaltung im Luftverkehr	393
3.3.1 Flugplan und Streckenplanung.....	394
3.3.2 Servicekette.....	396
3.3.3 Prozessdauer.....	400
3.3.4 Sicherheit	405
4. Distributionspolitik.....	407

4.1 Grundlagen der Distribution.....	407
4.2 Distributionswege	410
4.2.1 Überblick und Entscheidungsgrundlagen.....	410
4.2.2 Eigenvertrieb.....	416
4.2.3 Exkurs: Die Bedeutung des Internet	419
4.2.4 Fremdvertrieb.....	429
4.2.4.1 Funktionen und Strategien im Fremdvertrieb.....	429
4.2.4.2 IATA-Agenturen.....	432
4.2.4.3 Weitere Absatzmittler im Fremd- vertrieb	434
4.2.4.4 Vergütungsformen im Fremdvertrieb.....	438
4.2.4.5 Struktur des Reisemittlermarktes	443
4.3 Computerreservierungssysteme.....	446
4.3.1 Aufbau und Funktionalitäten.....	446
4.3.2 Beschreibung der globalen Distribu- tions- systeme.....	450
5. Kommunikationspolitik.....	456
5.1 Grundlagen der Kommunikationspolitik	456
5.2 Instrumente der Kommunikationspolitik.....	459
5.2.1 Corporate Identity.....	459
5.2.2 Werbung.....	460
5.2.3 Verkaufsförderung.....	467
5.2.4 Direktkommunikation.....	468
5.2.5 Persönlicher Verkauf.....	469
5.2.6 Öffentlichkeitsarbeit.....	471
5.2.7 Weitere Kommunikationsinstrumente	473
5.3 Markenpolitik	474
5.4 Beschwerdemanagement	478
5.5 Kundenbindungsprogramme.....	479

Kapitel X Fallstudie »Lufthansa InfoFlyway«

1. Ausgangslage	487
2. Zielgruppenbestimmung.....	487
3. Konzeption des Lufthansa InfoFlyway.....	488
4. Die Optimierung des Marketing-Mix.....	492
4.1 Kommunikationspolitik	492
4.2 Distributionspolitik	495

4.3 Kontrahierungspolitik	498
4.4 Produktpolitik	503
5. Die Vermarktung.....	503
5.1 Online-Werbung (i. e. S.)	503
5.2 Online-Werbung (i. w. S.)	507
5.3 Offline-Werbung.....	508
6. Fazit.....	509
Literaturverzeichnis	511
Stichwortverzeichnis.....	559

Abkürzungsverzeichnis

ACD	Automatic Call Distribution
ACI	Airports Council International
ADL	Arbeitsgemeinschaft Deutscher Luftfahrtunternehmen
ADV	Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen e. V.
AEA	Association of European Airlines
ATC	Air Traffic Control
ATM	Air Traffic Management
ATO	Airport Ticket Office
ASR	Bundesverband mittelständischer Reiseunternehmen e. V.
BAK	Beförderungsabhängige Kosten
BARIG	Board of Airline Representatives in Germany
BE	Break-even
BFS	Bundesanstalt für Flugsicherung
BFU	Bundesstelle für Flugunfalluntersuchung
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBI	Bundesgesetzblatt
BMVBW	Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft
BSP	Billing and Settlement Plan (früher: Bank Settlement Plan)
BTM	Business Travel Management
CRCO	Central Route Charges Office
CRJ	Canadair Region Jet
CRM	Customer Relationship Management
CRS	Computerreservierungssystem
CSI	Customer Service Index
CTO	City Ticket Office
CVS	Convertible Seat
DFS	Deutsche Flugsicherung GmbH

DOC	Direct Operating Cost
DOT	Department of Transportation
DRV	Deutscher Reisebüro- und Reiseveranstalterverband
DWD	Deutscher Wetterdienst
EASA	Europäische Agentur für Flugsicherheit
ECAC	European Civil Aviation Conference
EFTA	European Free Trade Association
ERA	European Regions Airline Association
ERSP	Electronic Reservation Service Provider
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
FAA	Federal Aviation Authority
FAK	Flugereignisabhängige Kosten
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FFP	Frequent Flyer Program (= Vielfliegerprogramm oder Kundenbindungsprogramm)
GDP	Gross Domestic Product (= Bruttoinlandsprodukt)
GDS	Global Distribution System
GNP	Gross National Product (= Bruttonationalprodukt)
GSA	General Sales Agreement (auch: General Sales Agent)
GWB	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
HGB	Handelsgesetzbuch
IATA	International Air Transport Association
IACA	International Air Carrier Association
ICAO	International Civil Aviation Organisation
ILS	Instrumentenlandesystem
IOC	Indirect Operating Cost
IT	Informationstechnologie

JAA	Joint Aviation Authorities
JAR	Joint Aviation Requirements
KMU	Kleine und mittelständische Unternehmen
LBA	Luftfahrt-Bundesamt
LTO	Landing and Take-off Cycle
LuftBO	Betriebsordnung für Luftfahrtgerät
LuftGerPV	Verordnung zur Prüfung von Luftfahrtgerät
LuftPersV	Verordnung für Luftfahrtpersonal
LuftVG	Luftverkehrsgesetz
LuftVO	Luftverkehrsordnung
LuftVZO	Luftverkehrszulassungsordnung
LVG	Luftverkehrsgesellschaft
MCD	Movable Cabin Divider
MCT	Minimum Connecting Time
MIDT	Marketing Information Data Tapes
MTOW	Maximum Take Off Weight
NER	Netzergebnisrechnung
NTP	Normaltarifpassagier
OAL	Other Airline (= Wettbewerber)
O & D	Origin & Destination
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
OFFP	Operational Flight Plan
PKT	Passenger Kilometers Transported (= RPK)
POS	Point of Sale
PNR	Passenger Name Record
PP	Prozent-Punkte
PR	Public Relations
PTA	Prepaid Ticket Advice
RM	Revenue Management
RPK	Revenue Passenger Kilometers (= PKT)

SAFA	Safety Assessment of Foreign Aircraft
SBE	Streckenbetriebsergebnis
SER	Streckenergebnisrechnung
SGE	Strategische Geschäftseinheiten
SGF	Strategische Geschäftsfelder
SITA	Société Internationale de Télécommunication Aéronautique
SKO	Seat Kilometers Offered
SLF	Sitzladefaktor
STP	Sondertarifpassagier
TCAA	Transatlantic Common Aviation Area
TKP	Tausenderkontaktpreis
TOD	Ticket on Departure
TQM	Total Quality Management
U. E.	Unseres Erachtens
URL	Uniform Resource Locator
UVO	Ursprungsverkaufsort
VC	Vereinigung Cockpit
VFR	Visual Flight Rules
YM	Yield Management

Verwendete Airport Codes

AMS	Amsterdam
ATH	Athen
BCN	Barcelona
BER	Berlin
CDG	Paris-Charles de Gaulle
CGN	Köln-Bonn
CHI	Chicago
CPH	Kopenhagen
CPT	Kapstadt
DUB	Dublin
DUS	Düsseldorf
FCO	Rom-Fiumicino

FDH	Friedrichshafen
FRA	Frankfurt
HAI	Hannover
HAM	Hamburg
HEL	Helsinki
IST	Istanbul
JNB	Johannesburg
LIN	Mailand-Linate
LIS	Lissabon
LON	London
MAD	Madrid
MAN	Manchester
MIL	Mailand
MOW	Moskau
MUC	München
MPX	Mailand-Malpensa
NUE	Nürnberg
NYC	New York
ORY	Paris-Orly
PAR	Paris
ROM	Rom
SEA	Seattle
SIN	Singapur
THF	Berlin-Tempelhof
TRN	Turin
TXL	Berlin-Tegel
TYO	Tokio
VIE	Wien
WAW	Warschau
ZRH	Zürich

Verwendete Airline Codes

AA	American Airlines
AC	Air Canada
AF	Air France
BA	British Airways
LH	Lufthansa
NG	Lauda Air

OS	Austrian Airlines
RG	Varig
SA	South African Airways
SK	Scandinavian Airlines
TG	Thai Airways International
UA	United Airlines
VO	Tyrolian Airways
WE	Eurowings

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Einordnung der Verkehrswirtschaft.....	2
Abbildung 2:	Systematisierung des Luftverkehrs.....	5
Abbildung 3:	Formen des Gelegenheitsverkehrs.....	8
Abbildung 4:	Arten der Nachfrageschwankungen.....	13
Abbildung 5:	Zusammenhang zwischen Luftverkehrs- nachfrage und Wirtschaftsentwicklung.....	15
Abbildung 6:	Nachfrageschwankungen im Jahresverlauf.....	16
Abbildung 7:	Nachfrageschwankungen im Tagesverlauf (Kurzstrecke).....	17
Abbildung 8:	Luftverkehrswachstum von 1960 - 2000 in Europa.....	22
Abbildung 9:	Luftverkehrs- und Wirtschaftswachstum regional und weltweit 2002 – 2021	23
Abbildung 10:	Systematisierung der Institutionen im Luftverkehr	27
Abbildung 11:	Organisation des BMVBW – Unterabteilung LS ..	29
Abbildung 12:	Organisationsplan des LBA.....	31
Abbildung 13:	Geschäftsbereiche des Deutschen Wetterdienstes .	33
Abbildung 14:	Organigramm der ICAO.....	39
Abbildung 15:	ECAC, EUROCONTROL, JAA, EFTA und EU ..	43
Abbildung 16:	Organigramm der IATA.....	55
Abbildung 17:	Systematisierung der rechtlichen Grundlagen des Luftverkehrs.....	60
Abbildung 18:	Die Freiheiten der Luft.....	70
Abbildung 19:	Verhandlungspositionen auf der Konferenz von Chicago 1944.	78
Abbildung 20:	Das System der Produktionsfaktoren im Luftverkehr.....	85
Abbildung 21:	Flugzeugreichweite in Abhängigkeit von der Nutzlast	88
Abbildung 22:	Flugzeug-Gewinnzone in Abhängigkeit von Passagieraufkommen und Streckenlänge.....	95
Abbildung 23:	Flugzeugliefertezeiten von Airbus und Boeing.	97
Abbildung 24:	Gegenüberstellung des Energieverbrauchs der Verkehrsträger.....	102
Abbildung 25:	Aufbau der Atmosphäre.....	104

Abbildung 26: Ozonentwicklung in der Atmosphäre.	106
Abbildung 27: Aus einer Tonne verbranntem Kerosin entstehen	108
Abbildung 28: ICAO Landing and Take-off Cycle (LTO cycle).....	109
Abbildung 29: Möglichkeiten eines optimierten An- und Abfluges.....	111
Abbildung 30: Verkehrspolitische Maßnahmen zur Lärmreduzierung.	112
Abbildung 31: Flugzeugschallquellen.....	113
Abbildung 32: »Footprints« verschiedener Flugzeugtypen.	114
Abbildung 33: Systematisierung von Routensystemen.....	117
Abbildung 34: Bereiche des ATM.	119
Abbildung 35: Prozentuale Entwicklung der Verkehrszahlen im Luftraum der ECAC.	120
Abbildung 36: Das europäische Flugsicherungssystem.....	121
Abbildung 37: Unterschiedliche Ansätze der ATC System Struktur.....	122
Abbildung 38: Privatisierung der ATC Organisationen in Europa und weltweit	123
Abbildung 39: Differenzierung von Flugplätzen.	125
Abbildung 40: Lage bedeutender internationalen Verkehrs- flughäfen in Deutschland	127
Abbildung 41: Attraktivitätskriterien eines Flughafens.....	129
Abbildung 42: Abfertigungsvorgänge an einem Verkehrs- flugzeug.....	132
Abbildung 43: Einkommens- und Beschäftigungseffekte von Flughäfen.....	140
Abbildung 44: Zusammenhang zwischen Flugbewegungen und Arbeitsplätzen.....	141
Abbildung 45: Durchschnittliche Umsatzstruktur von Verkehrsflughäfen.....	142
Abbildung 46: Anteil der kommerziellen Erlöse ausgewählter europäischer Verkehrsflughäfen.	143
Abbildung 47: Systematisierung von Erlösquellen.	144
Abbildung 48: Systematisierung möglicher Privatisierungs- verfahren.	148
Abbildung 49: Optimierung der Kapazitäten durch HALS/DTOP	152

Abbildung 50: Optionen der Erweiterung des Frankfurter Flughafens	153
Abbildung 51: Verkehrswege bei Geschäftsreisen.	155
Abbildung 52: Art und Entstehung von Lärm an Flughäfen.....	158
Abbildung 53: Marktanteile im innereuropäischen Luftverkehr nach Airline-Typen.....	168
Abbildung 54: Stückkosten verschiedener Airline-Typen.....	169
Abbildung 55: Heimatflughäfen der wichtigsten europäischen Low Cost-Carrier.	172
Abbildung 56: Vergleich von Low Cost-Airlines.....	174
Abbildung 57: Streckennetz der Ryanair (ab London-Stansted) .	176
Abbildung 58: Werbung der Ryanair	181
Abbildung 59: Synergien im Streckennetz durch Kooperationen.	189
Abbildung 60: Formen des Codesharing.....	197
Abbildung 61: Codeshare-Vereinbarungen.....	198
Abbildung 62: Begriffsmerkmale strategischer Allianzen.....	204
Abbildung 63: Internationale Flüge von Lufthansa und Star Alliance-Partnern (Sommerflugplan 1998).....	205
Abbildung 64: Kooperationsbereiche strategischer Allianzen....	206
Abbildung 65: Quantifizierung der Synergieeffekte bei der strategischen Allianz zwischen KLM und Alitalia.....	207
Abbildung 66: Quantifizierung der Synergieeffekte bei strategischen Allianzen.....	208
Abbildung 67: Angebotsoptimierung durch strategische Allianzen.....	209
Abbildung 68: Kooperationen zwischen Flag-Carriern und Regionalfluggesellschaften.	213
Abbildung 69: Die Hubs der Allianzpartner der Star Alliance. ...	215
Abbildung 70: Verkehrsgeographische Lage der Hubs MAD und HEL von Oneworld im Hinblick auf den Verkehrsstrom ATH – MOW.	221
Abbildung 71: Kriterien und Gewichte der Evaluation potentieller Allianzpartner	222
Abbildung 72: Integrationsstrategien der globalen Allianzsysteme.....	223
Abbildung 73: Integrationstiefe der vier globalen Allianzsysteme.....	224

Abbildung 74: Integrationspfade von Airline-Allianzen am Beispiel der Star Alliance	224
Abbildung 75: Von losen bilateralen Verbindungen zu engen, strategisch orientierten multilateralen Allianzen.	225
Abbildung 76: Airbus A330 der BMI British Midland.....	227
Abbildung 77: Integration und Austrittsrisiken unterschiedlicher Formen von Unternehmensverbindungen im Luftverkehr.	230
Abbildung 78: Konfliktwahrscheinlichkeit und -intensität in Abhängigkeit des Kooperationslebenszyklus.	233
Abbildung 79: Phasen und Inhalte des Netzmanagements	240
Abbildung 80: Der Zusammenhang von Flugplanung, Pricing und Yield Management	241
Abbildung 81: Produktionsfaktoren als Entscheidungsobjekte der langfristigen Kapazitätsplanung.....	242
Abbildung 82: Schematische Darstellung von Kostenstruktur und Umsatzentwicklung bei Airlines.....	243
Abbildung 83: Einflussgrößen auf Wahl der Kapazitätsstrategie.	246
Abbildung 84: Zusammenhang zwischen Luftverkehrsnachfrage und Wirtschaftsentwicklung.....	245
Abbildung 85: Zusammenhang zwischen Reiseintensität und GNP pro Kopf der Bevölkerung (1990).....	247
Abbildung 86: Entwicklung der Welt-RPK	247
Abbildung 87: Wachstum des Weltluftverkehrs 2000 – 2019 in ausgewählten Regionen.....	248
Abbildung 88: Der Prozess der strategischen Unternehmensplanung.....	251
Abbildung 89: Der Lufthansa-Strategieprozess im Überblick.....	251
Abbildung 90: Das Marktattraktivitäts-Wettbewerbsvorteils-Portfolio nach McKinsey.	253
Abbildung 91: Kriterien der Attraktivität von Märkten und der relativen Wettbewerbsvorteile im Luftverkehr.....	254
Abbildung 92: Das Break even-Auslastungs-Portfolio im Luftverkehr.....	254
Abbildung 93: Grundstruktur eines Flottenplanungsmodells.	256

Abbildung 94: Elemente der Produktivitätssteigerung im Luftverkehr.....	257
Abbildung 95: Der Boeing Sonic Cruiser.....	257
Abbildung 96: Airbus A380.....	258
Abbildung 97: Austauschalter in den verschiedenen Weltregionen.....	259
Abbildung 98: Vor- und Nachteile homogener bzw. inhomogener Flottensstruktur.....	260
Abbildung 99: Entwicklung der Weltflotte.....	261
Abbildung 100: Key Parameters der Prognose im Passage-Weltluftverkehr	262
Abbildung 101: Prinzipien der Slotvergabe.....	267
Abbildung 102: Phasen und Schwerpunkte der Flugplanung.....	269
Abbildung 103: Beispiel für »O & Ds« und »Itineraries«.....	270
Abbildung 104: Darstellung der Flüge von HKG nach FRA im Neutral Display des CRS Amadeus.....	271
Abbildung 105: Stufenweises Vorgehen zur Auswahl relevanter O & Ds.....	275
Abbildung 106: Grundstruktur eines Simulationsmodell zur Netzwerk-Optimierung.....	276
Abbildung 107: Grundstruktur und Anzahl möglicher Verbindungen in Point-to-Point- und Hub-and-Spokes-Systemen.	278
Abbildung 108: Anbindung deutscher Flughäfen an den Hub AMS.....	280
Abbildung 109: Schematische Darstellung des Flugplanungsprozesses am Beispiel der Deutschen Lufthansa AG.....	282
Abbildung 110: Knotenlagen der Lufthansa am Flughafen Frankfurt	284
Abbildung 111: Minimum Connecting Time ausgewählter Flughäfen.....	286
Abbildung 112: Alternative Itineraries für den O & D MAN – IST.....	286
Abbildung 113: Verzahnung der Knotenlagen in MUC und FRA	287
Abbildung 114: Hubabstimmung FRA und MUC am Beispiel der Flugverbindungen HAM – BCN (Lufthansa).....	288

Abbildung 115:	Flugzeugumläufe im Interkontinental-Verkehr der KLM	295
Abbildung 116:	Zeitbedarf von Aktivitäten während der Bodenzeit eines Airbus A300	296
Abbildung 117:	Preisbildung im Angebotsmonopol.....	300
Abbildung 118:	Nachfragekurve des Polypolisten auf dem unvollkommenen Markt.....	301
Abbildung 119:	Strategiekonzepte der Preispolitik	307
Abbildung 120:	Klassisches Modell der Preisdifferenzierung	309
Abbildung 121:	Einschränkungen bei Sondertarifen.....	323
Abbildung 122:	Beispiel der Tarife auf FRA – LON von LH und BA.....	326
Abbildung 123:	YM-relevante Branchenspezifika	333
Abbildung 124:	Grundgedanke des YM anhand eines beispielhaften Entscheidungsbaums	335
Abbildung 125:	Zusammenhang von Marketing und Yield Management	336
Abbildung 126:	Alternative Nutzungsstrategien von Kapazitäten.....	337
Abbildung 127:	Maßnahmen des Yield Management in Abhängigkeit von der Nachfragehöhe.....	338
Abbildung 128:	Zentrale Elemente von Yield Management-Systemen.....	339
Abbildung 129:	Von der klassischen Preisdifferenzierung zum Yield Management.....	340
Abbildung 130:	Typischer Buchungsverlauf von Geschäfts- und Urlaubsreisen.....	342
Abbildung 131:	Beispiel eines Buchungsverlaufs für verschiedene Marktsegmente ohne Nachfragesteuerung.....	343
Abbildung 132:	Erlöswirkungen ohne und mit Nachfragesteuerung.....	343
Abbildung 133:	Grundsätzliche Alternativen der Nachfrage- lenkung	344
Abbildung 134:	Buchungsverläufe bei unterschiedlichen Überbuchungsquoten.....	346
Abbildung 135:	Die Zerlegung physischer Compartments in Buchungsklassen unter Berücksichtigung der Überbuchung	348

Abbildung 136:	Buchungsverlauf und Buchungskorridor am Beispiel eines Fluges	349
Abbildung 137:	Buchungsbestand 10 Tage vor Abflug (Beispiel).....	350
Abbildung 138:	Grundmodell des Nesting	351
Abbildung 139:	Buchungsklassen auf einem Kontinental- Flugzeug der Deutschen Lufthansa AG.....	352
Abbildung 140:	Die Wertigkeit verschiedener Reisender in Abhängigkeit von deren O & D- Zugehörigkeit.....	353
Abbildung 141:	Leg- und O & D-bezogene Steuerung von Buchungsklassen.....	354
Abbildung 142:	Methode der virtuellen Schachtelung	355
Abbildung 143:	Mechanismus einer verkaufsurprung- bezogenen Buchungsklassensteuerung am Beispiel des Bid Price-Mechanismus der Lufthansa	356
Abbildung 144:	Identifikation von Erlöspotentialen in globalen Verkaufsmärkten.	358
Abbildung 145:	Aggregationsstufen der SER/NER	363
Abbildung 146:	Beispiel für die Errechnung der Cockpit- Personalkosten eines Fluges.....	365
Abbildung 147:	Erlösaufteilung nach Prinzip der Full Fare- Ratios	366
Abbildung 148:	Beispiel für Netzerlöse des Itinerary STR – FRA – JFK	367
Abbildung 149:	Erlösdefinitionen am Beispiel der Strecke STR–FRA.....	368
Abbildung 150:	Strecken- und Netzerlöse auf der Strecke STR – FRA bei der Lufthansa.....	368
Abbildung 151:	Grobstruktur der SER bei der Deutschen Lufthansa AG.....	369
Abbildung 152:	Feinstruktur der SER: Streckenerlöse.....	370
Abbildung 153:	Feinstruktur der SER: Deckungsbeitrag I.....	370
Abbildung 154:	Feinstruktur der SER: Deckungsbeitrag II	371
Abbildung 155:	Feinstruktur der SER: Deckungsbeitrag III und IV und Streckenergebnis.....	371
Abbildung 156:	Deckungsbeitragsorientierte Kostenstruktur internationaler Netzwerk-Carrier	372

Abbildung 157:	Von der SER zur NER.....	373
Abbildung 158:	Bedeutung der Kennzahlen bei Netzwerk- Carriern.....	374
Abbildung 159:	Phasen der Marketingforschung	376
Abbildung 160:	Instrumente der Marketingforschung bei Airlines am Beispiel der Deutschen Lufthansa AG.....	377
Abbildung 161:	Prozessschritte beim CSI der Deutschen Lufthansa AG.....	378
Abbildung 162:	Die 16 Qualitätsdimensionen des CSI der Deutschen Lufthansa AG.....	379
Abbildung 163:	Das Gap-Modell der Dienstleistungsqualität.....	380
Abbildung 164:	Der Produktlebenszyklus.....	384
Abbildung 165:	Das Produktlebenszykluskonzept im Luftverkehr	385
Abbildung 166:	Entscheidungstatbestände der Produktpolitik....	386
Abbildung 167:	Entscheidungstatbestände der Produktpolitik im Luftverkehr.....	387
Abbildung 168:	Ansatzpunkte und Beispiele für Produkt- variationen bei Airlines.....	389
Abbildung 169:	Anforderungen an das Produkt Flug seitens verschiedener Nachfragersegmente	394
Abbildung 170:	Servicekette bei Passage-Airlines.....	397
Abbildung 171:	Kontrollpunkte im USA-Verkehr am Flughafen Frankfurt	406
Abbildung 172:	Kennzahlen der Distribution.....	409
Abbildung 173:	Entscheidungstatbestände bei der Festlegung der Distributionskanalsstruktur.....	411
Abbildung 174:	Distributionswege im Luftverkehr.....	412
Abbildung 175:	Vorteile des direkten und indirekten Vertriebs im Luftverkehr	413
Abbildung 176:	Vertriebskosten in Prozent der Bruttoerlöse (1997 zu 2003).....	414
Abbildung 177:	Struktur der Vertriebskosten bei der Lufthansa	415
Abbildung 178:	Entwicklung der Vertriebsstückkosten bei direktem und indirektem Vertrieb	415
Abbildung 179:	Internetnutzung nach Ländern.....	420
Abbildung 180:	Prognose der Internetnutzung in Deutschland	

	und Europa.....	420
Abbildung 181:	Stärken und Schwächen des Internet.	421
Abbildung 182:	Einsatzfelder des E-Business.....	422
Abbildung 183:	Online-Buchung von Reisen und Nutzung von Distributionskanälen.....	426
Abbildung 184:	Reiserecherchen im Internet und Online- Buchungen.....	426
Abbildung 185:	Potenziale des Internet für Unternehmen der Reise- und Tourismusbranche.	427
Abbildung 186:	Push- und Pullstrategie als Alternativen zur Stimulierung des Absatzes.....	431
Abbildung 187:	Struktur von Vergütungsmodellen im Airline-Vertrieb	438
Abbildung 188:	Grundstruktur der Volume Plus-Komponente im Partner-Plus-Modell der Lufthansa	441
Abbildung 189:	Systematik von Management-Fee- und Transaction-Fee-Modellen.....	443
Abbildung 190:	Reisebürotypen in Deutschland.	444
Abbildung 191:	Veränderungen im Reisemittlermarkt.....	444
Abbildung 192:	Die Top 10 im deutschen Reisevertrieb.....	445
Abbildung 193:	Leistungskomponenten eines CRS (aus Sicht einer Airline).....	447
Abbildung 194:	Aufbau eines PNR	448
Abbildung 195:	Vergütungsstrukturen zwischen Airline, Reisebüro und CRS.....	450
Abbildung 196:	Das START-System als Integrator	454
Abbildung 197:	Kommunikationsformen und Beispiele zum Luftverkehr.	457
Abbildung 198:	Entscheidungsprobleme im Regelkreis der Marketingkommunikation.....	458
Abbildung 199:	Instrumente der Kommunikationspolitik.....	459
Abbildung 200:	Grundlegende Beeinflussungsziele und Bedingungen für ihre Wirksamkeit	461
Abbildung 201:	Systematik ökonomischer Werbeziele.....	462
Abbildung 202:	Kriterien für die Werbeträgerselektion (Intermediaselektion) mit Beispielen zum Luftverkehr	464
Abbildung 203:	Werbekampagne der Lufthansa	466
Abbildung 204:	Bereiche der Verkaufsförderung.....	467

Abbildung 205:	Gliederungsformen und Anwendungsbedingungen von Verkaufsorganisationen.....	470
Abbildung 206:	Gliederungsformen der Verkaufsorganisation von Airlines	471
Abbildung 207:	Namen und Symbole ausgewählter Airlines und Allianzsysteme.....	475
Abbildung 208:	Markierung der Flugzeuge von Ryanair und easyJet.....	477
Abbildung 209:	Mega-Brands im Luftverkehr (Beispiel Star Alliance).....	478
Abbildung 210:	Gewinnwirkungen der Dauer der Geschäftsbeziehung	480
Abbildung 211:	Screenshot von www.lufthansa.com	489
Abbildung 212:	Screenshot des Lufthansa CorporateFlyway	492
Abbildung 213:	E-Mail-Feedback über den InfoFlyway.....	493
Abbildung 214:	Preisliche Sortierung von Last Minute-Flugreisen.....	494
Abbildung 215:	Beispiel einer Microsite der Lufthansa auf www.sixt.de	505

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Übersicht Abschnitte des LuftVG	62
Tabelle 2:	Übersicht Abschnitte der LuftVO	63
Tabelle 3:	Übersicht Abschnitte der LuftVZO	63
Tabelle 4:	Luftverkehrspolitische Meilensteine in Europa.....	81
Tabelle 5:	Liberalisierungspakete im europäischen Luftverkehr.	82
Tabelle 6:	Klassifizierung von Luftfahrzeugen in Deutschland	86
Tabelle 7:	Bildung und Zerstörung von Ozon in der Atmosphäre.....	106
Tabelle 8:	Modal Split an ausgewählten deutschen Flughäfen.....	135
Tabelle 9:	Schiienenanbindung der deutschen Verkehrsflughäfen.....	136
Tabelle 10:	Bahnnutzer und vermiedene Pkw-Fahrten.....	137
Tabelle 11:	Eigentumsstruktur der deutschen Verkehrs- flughäfen.....	146
Tabelle 12:	Belastungen der Umwelt durch den Luftverkehr auf unterschiedlichen Produktionsstufen.....	157
Tabelle 13:	Maßnahmen zur Lärminderung	159
Tabelle 14:	Größe der europäischen Low Cost-Carrier im Mai 2002.....	173
Tabelle 15:	Entwicklung Strategischer Allianzen im Luftverkehr	202
Tabelle 16:	Globale Allianzen im Überblick.....	218
Tabelle 17:	Anteil der Allianzen am globalen Luftverkehrsmarkt	218
Tabelle 18:	Marktabdeckung der vier globalen Allianzen.....	229
Tabelle 19:	Entscheidungsparameter der Flugplanung.....	263
Tabelle 20:	Ziele der Preis- und Konditionenpolitik	297
Tabelle 21:	Marktbeschaffenheit und Preisbildung	299
Tabelle 22:	Sitzkonfiguration in der Business Class.....	390
Tabelle 23:	Top US-Online-Reisebüros	436
Tabelle 24:	Agenturvergütung Air Berlin.....	437
Tabelle 25:	Grundprovisionssätze für Reisebüros in Deutschland	439

Tabelle 26: Marktanteile und Buchungsstellen der globalen Distributionssysteme im Jahr 2000.....	451
Tabelle 27: Übersicht über mögliche Formen der Verkaufsförderung.....	468
Tabelle 28: Vielfliegerprogramme US-amerikanischer Airlines.	482
Tabelle 29: Kundenbindungsprogramme bei Charterfluggesellschaften.....	485