

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Abbildungsverzeichnis	8
Tabellenverzeichnis	10
Abkürzungsverzeichnis	12
A. EINFÜHRUNG UND GRUNDLAGEN	14
I. Einführung	14
1. Problemstellung	14
2. Gang der Arbeit	16
II. Grundlagen	17
1. Marktbegriff und Marktabgrenzung	17
1.1 Der allgemeine Begriff des Marktes	17
1.2 Die Marktabgrenzung im Luftverkehr	18
1.2.1 Sachliche Abgrenzung	19
1.2.2 Geographische Abgrenzung	21
1.2.3 Zeitliche Abgrenzung	22
1.2.4 Schlußfolgerung	24
2. Marktstruktur	25
2.1 Der Begriff der Marktstruktur	25
2.2 Die Merkmale der Marktstruktur	26
2.3 Die Merkmale der Marktstruktur im Luftverkehr	34
3. Die Determinanten der Marktstruktur	37
3.1 Marktstruktur und Wettbewerbsprozeß	37
3.1.1 Die Unternehmen als „passive“ Systemelemente	37
3.1.2 Die Unternehmen als „aktive“ Systemelemente	39
3.2 Exogene und endogene Einflußgrößen	42
3.3 Beeinflussungen zwischen den Strukturmerkmalen	44
B. ALLGEMEINE DETERMINANTEN DER MARKTSTRUKTUR	46
I. Exogene Determinanten der Marktstruktur	46
1. Exogene Determinanten der Angebotsstruktur	47
1.1 Kostenvorteile der betrieblichen Dimensionierung	47
1.1.1 Betriebsgrößenvorteile	49
1.1.2 Verbundvorteile	50
1.1.3 Vertikale Kostenvorteile	51

1.2 Marktnachfrage	52
1.2.1 Der quantitative Aspekt	52
1.2.1.1 Die relative Größe der Marktnachfrage	53
1.2.1.2 Nachfragewachstum	57
1.2.2 Preiselastizität der Nachfrage	58
1.3 Markteintrittsbarrieren	59
1.3.1 Contestable Markets	59
1.3.2 Markteintrittsbarrieren	61
1.3.3 Die Wirkung von Eintrittsbarrieren auf die Angebotsstruktur	62
1.4 Produktdifferenzierung	68
2. Exogene Determinanten der Markteintrittsbarrieren	69
2.1 Institutionelle Barrieren	69
X 2.2 Sunk Costs	70
2.2.1 Das Konzept der Sunk Costs	70
2.2.2 Ursachen und Kategorien von Sunk Costs	72
2.2.3 Die Wirkung von Sunk Costs auf die Eintrittsentscheidung	73
2.2.4 Arten exogener Sunk Costs	75
2.3 Kapitalkosten	76
2.4 Dimensionierungsvorteile	78
X 2.5 Switching Costs	79
3. Exogene Determinanten der Produktdifferenzierung	81
3.1 Die Art des Produkts	82
3.2 Qualitative Aspekte der Marktnachfrage	84
3.2.1 Die Präferenzstruktur	84
3.2.2 Die Beeinflussbarkeit der Präferenzstruktur	85
II. Endogene Determinanten der Marktstruktur	86
1. Einführung	86
2. Merkmale der endogenen Beeinflussung der Marktstruktur	86
2.1. Strategische und „unschuldige“ Motive	86
2.2. Mögliche Arten von Marktstrukturveränderungen	87
2.3. Maßnahmen zur Beeinflussung der Marktstruktur	88
3. Beeinflussung der Angebotsstruktur	88
3.1 Unmittelbare Beeinflussung	89
3.1.1 Marktanteilsveränderungen der etablierten Firmen	89
3.1.2 Strukturveränderungen durch Marktaustritte	89
3.2 Mittelbare Beeinflussung	90
3.2.1 Verhinderung oder Verursachung von Markteintritten	90
3.2.2 Beeinflussung des relevanten Marktes	90
4. Beeinflussung der Produktdifferenzierung	91

2.2.2.3 Servicequalität	129
2.3 Die Ableitung der Angebotsstruktur	130
2.3.1 Marktmodelle	131
2.3.1.1 Grundmodell	131
2.3.1.2 Der Einbezug zeitlicher Aspekte	133
2.3.2 Märkte mit zeitlich konzentrierter Nachfrage	134
2.3.3 Märkte mit zeitlich verteilter Nachfrage	135
2.3.4 Der Einfluß der Bedienungsfrequenz auf die Anbieterzahl	139
2.3.5 Der Einfluß von Verbundvorteilen auf die Angebotsstruktur	145
2.3.6 Die natürlichen Angebotsstrukturen in Luftverkehrsmärkten	150
2.4 Markteintrittsbarrieren	151
2.4.1 Die Relevanz von Markteintrittsbarrieren im Luftverkehr	151
2.4.2 Die Wirkung von Eintrittsbarrieren auf die Angebotsstruktur	152
3. Exogene Determinanten der Markteintrittsbarrieren	156
3.1 Institutionelle Barrieren	156
3.1.1 Gründung eines Luftverkehrsunternehmens	156
3.1.2 Direkter Zugang zu einem Streckenmarkt	157
3.2 Sunk Costs	161
3.3 Dimensionierungsvorteile als Eintrittsbarriere	165
3.3.1 Sunk Costs	166
3.3.2 Längere Reaktionszeit für die Etablierten	167
3.3.3 Verfügbarkeit von Ressourcen	169
3.4 Kapitalkosten	172
3.5 Switching Costs	174
II. Endogene Determinanten der Marktstruktur von Luftverkehrsmärkten	177
1. Beeinflussung der Angebotsstruktur	178
1.1 Veränderung der Zahl etablierter Anbieter	178
1.1.1 Kollusion	178
1.1.2 Kooperationen	181
1.1.3 Fusionen und Übernahmen	188
1.1.3.1 Beispiele und ihre Behandlung	191
1.1.3.2 Relevanz von Fusionen und Übernahmen	197

1.1.4 Markaustritte	200
1.1.4.1 Markaustritt aufgrund mangelnder Effizienz	200
1.1.4.2 Markaustritt aufgrund Verdrängung und Behinderung	202
λ 1.1.4.3 Beispiele für die Verdrängung von Fluggesellschaften	206
1.1.4.4 Bedeutung von Verdrängungswettbewerb	209
1.1.5 Markteintritte	210
√ 2. Beeinflussung der Markteintrittsbarrieren	211
2.1 Verhinderung von Markteintritten	211
2.1.1 Endogene Kostenasymmetrien	211
2.1.1.1 Erhöhung der endogenen Sunk Costs	211
2.1.1.2 Erfahrungsbedingte Kostenasymmetrien	215
2.1.1.3 Allgemeine Kostensteigerungen	218
2.1.2 Switching Costs	228
2.1.2.1 Vielfliegerprogramme	229
2.1.2.2 Mengenrabatte für Großkunden	232
2.1.2.3 Provisionsstaffelung für Reisebüros	234
2.1.2.4 Angebotsgestaltung	236
2.1.3 Vergeltungserwartung	237
2.1.3.1 Androhung von Vergeltungsmaßnahmen	237
2.1.3.2 Eingehen von Commitments	238
2.1.3.3 Herstellung von Vergeltungsreputation	241
2.1.4 Limit-Pricing	243
2.1.5 Produktdifferenzierung	247
2.2 Absenkung von Markteintrittsbarrieren	253
D. ZUSAMMENFASSUNG	258
I. Determinanten der Marktstruktur in Luftverkehrsmärkten	258
1. Exogene Determinanten	258
1.1 Kostenvorteile der Dimensionierung	258
1.2 Nachfragecharakteristika	260
1.3 Exogene Markteintrittsbarrieren	265
2. Endogene Determinanten	267
2.1 Kollusion, Kooperation und Fusion	267
2.2 Strategische Markteintrittsbarrieren	268
3. Gesamtüberblick	270
II. Schlußbemerkung	272

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Exogene Einflußgrößen der Marktstruktur	43
Abb. 2	Endogene Einflußgrößen der Marktstruktur	44
Abb. 3	Beeinflussungen zwischen Marktstrukturmerkmalen	44
Abb. 4	Relevante exogene Determinanten der Marktstruktur	47
Abb. 5	Verschiedene Verlaufsformen von Durchschnittskostenkurven	50
Abb. 6	Durchschnittskosten und Verbundvorteile bei der Produktion zweier Produkte	51
Abb. 7	Die Ermittlung der Gesamtnachfrage	54
Abb. 8	Die Ableitung der Anbieterzahl	54
Abb. 9	Typische Arten „natürlicher“ Angebotsstrukturen	55/56
Abb. 10	Die Wirkung eines Nachfragewachstums auf die Angebotsstruktur	57
Abb. 11	Die Bedeutung der Preiselastizität für die Angebotsstruktur	58
Abb. 12	Die Wirkung des Limitpreises auf die Betriebsgrößen etablierter Anbieter bei verschiedenen Kostenkurven	63
Abb. 13	Die Wirkung des Limitpreises auf die Wachstumsmöglichkeiten etablierter Anbieter bei unterschiedlichen Durchschnittskostenkurven	66/67
Abb. 14	Der Zusammenhang zwischen Betriebskosten und Flugzeuggröße	111
Abb. 15	Der Zusammenhang von Kosten pro Passagier und dem Auslastungsgrad am Beispiel der Boeing 757-200	112
Abb. 16	Restriktionen bei der Ausnutzung von Vorteilen der Flugzeuggröße	114
Abb. 17	Modell eines einfachen Streckennetzes im Luftverkehr	120
Abb. 18	Modell eines Hub-and-Spoke-Streckennetzes	121
Abb. 19	Beispiel für die zeitliche Verteilung der Nachfrage in einem Streckenmarkt über einen Tageszeitraum (24 Std.)	127
Abb. 20	Die Nachfrage in einem Streckenmarkt in Abhängigkeit von der Bedienungshäufigkeit	129
Abb. 21	Die Ableitung der Flugzeuggröße	131
Abb. 22	Die Ableitung der Anbieterzahl	132

Abb. 23a	Zeitlich konzentrierte Nachfrage in einem Streckenmarkt in Abhängigkeit vom Preis	134
Abb. 23b	Ableitung der Nachfrage und der Flugzeuggröße bei zeitlich konzentrierter Nachfrage	134
Abb. 24a	Zeitlich gleichverteilte Nachfrage in einem Streckenmarkt mit niedriger Frequenzelastizität der Nachfrage	136
Abb. 24b:	Zeitlich gleichverteilte Nachfrage in einem Streckenmarkt mit hoher Frequenzelastizität der Nachfrage	136
Abb. 25	Die Frequenzelastizität der Nachfrage in Abhängigkeit von Bedienungshäufigkeit und Streckenentfernung	137
Abb. 26	Natürliche Angebotsstrukturen in Luftverkehrsmärkten	151
Abb. 27	Die Wirkung von Sunk Costs auf die Markteintrittssituation potentieller Wettbewerber	155

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Beispiel für ein mögliches Marktformenschema	28
Tab. 2	Die Wirkung von Markteintrittsbarrieren auf Abweichungen von der maximal möglichen Anbieterzahl in einem Markt	68
Tab. 3	Bezugsgrößen von Dimensionierungsvorteilen	105
Tab. 4	Struktur und Einflußgrößen von Kosten im Luftverkehr	108
Tab. 5	Betriebskosten von Verkehrsflugzeugen unterschiedlicher Größe	111
Tab. 6	Die Wirkung von Hubbing auf die Zahl der angebotenen Quelle-Ziel-Verbindungen	122
Tab. 7	Dimensionierungsvorteile im Luftverkehr	125
Tab. 8	Zusammenhang zwischen Streckenlänge und Bedienungshäufigkeit	138
Tab. 9	Zusammenhang zwischen der geringsten Bedienungshäufigkeit und anderen Merkmalen eines Streckenmarktes	142
Tab. 10	Zusammenhang von Gesamt- sowie Minimalbedienungshäufigkeit und der Streckenlänge	144
Tab. 11	Die maximal zu erwartende Anbieterzahl in Abhängigkeit von der Gesamtbedienungshäufigkeit und der Streckenlänge	144
Tab. 12	Angebotsstruktur in Streckenmärkten von und zu einem Hub-Flughafen	147
Tab. 13	US-Hub-Flughäfen und Zahl der Hub-Fluggesellschaften	148
Tab. 14	Typische Anbieterzahl auf Streckenmärkten eines Hub-and-Spoke-Netzes	149
Tab. 15	Marktpräsenz und Sunk Costs beim Markteintritt in Streckenmärkte	164
Tab. 16	Auszug des Flugplans für Flüge von Zürich nach Wien	184
Tab. 17	Kooperationen europäischer Fluggesellschaften in einzelnen Märkten im Jahre 1994	185
Tab. 18	Ansätze für globale strategische Allianzen zwischen Fluggesellschaften	187
Tab. 19	Zusammenschlüsse von US-Fluggesellschaften 1978-1994	192
Tab. 20	Zusammenschlüsse zwischen größeren europäischen Fluggesellschaften ab 1987	194

Tab. 21	Wirkung des Zusammenschlusses von British Airways und British Caledonian auf die Anbieterzahl in den von beiden Unternehmen bedienten Märkten	195
Tab. 22	Die bedeutendsten Computerreservierungssysteme und ihre Eigentümer	226
Tab. 23	Firmen-Rabattstaffel der Lufthansa für Umsätze aus Inlandsflügen in Deutschland	233
Tab. 24	Dimensionen der Produktdifferenzierung im Luftverkehr	248
Tab. 25	Dimensionen der Service-Differenzierung im Luftverkehr	250
Tab. 26	Bedienungsfrequenz in Abhängigkeit von der Streckenlänge eines Nonstop-Marktes	261
Tab. 27	Mindestbedienungsfrequenz auf Nonstop-Märkten eines Hub-and-Spoke-Systems	262
Tab. 28	Tendenz der Mindestbedienungsfrequenz eines Anbieters in unterschiedlichen Märkten	263
Tab. 29	Tendenz der Angebotsstruktur in Luftverkehrsmärkten aufgrund exogener Determinanten	264
Tab. 30	Ausprägungstendenz der Merkmale der Marktstruktur in Luftverkehrsmärkten	271