

Inhalt

Vorwort zur dritten Auflage	V
Vorwort zur ersten Auflage	VII
Inhalt	IX
Abkürzungsverzeichnis	XV
Abbildungsverzeichnis	XXI
Kapitel I Einführung	1
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 Nachfrageschwankungen	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	27
1. System der Institutionen im Luftverkehr	27
2. Nationale Institutionen auf staatlicher Ebene	28
2.1 Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (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.	50
4.3	Sonstige nationale Institutionen der Luftverkehrswirtschaft	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	61
1.	Rechtsquellen.....	61
1.1	Zur Systematik des Luftverkehrsrechtes.....	61
1.2	Öffentliches Luftverkehrsrecht.....	62
1.2.1	Nationale Rechtsvorschriften	62
1.2.2	Internationale Rechtsvorschriften.....	66
1.3	Privates Luftverkehrsrecht.....	74
1.3.1	Nationale Rechtsvorschriften	74
1.3.2	Internationale Rechtsvorschriften.....	75
1.3.3	Rechtlicher Rahmen von Linienflugbeförderungen	76
2.	Ordnungspolitische Rahmenbedingungen im Luftverkehr	78
2.1	Historischer Überblick.....	78
2.2	Deregulierung und Liberalisierung.....	80
2.3	Die Veränderung des luftverkehrspolitischen Ordnungsrahmens.....	81
Kapitel IV	Produktionsfaktoren.....	85
1.	System der Produktionsfaktoren	85
2.	Flugzeuge.....	86
2.1	Klassifizierung der Fluggeräte.....	86
2.2	Bautechnische Kriterien von Fluggeräten im Lufttransport	88
2.2.1	Abhängigkeit von der Streckenlänge.....	88
2.2.2	Abhängigkeit von den Transportobjekten	89
2.2.3	Abhängigkeit von der Verkehrsart	92
2.2.4	Abhängigkeit von anderen ausgewählten Merkmalen.....	93
2.3	Betriebswirtschaftliche Kriterien des Fluggeräts.....	94
2.3.1	Kosten	94
2.3.2	Gewinnzone.....	95
2.4	Unterschiedliche Ansätze bei der Beschaffung von Fluggerät	96
2.4.1	Flugzeugkauf.....	96
2.4.2	Flugzeugleasing.....	100
2.5	Flugtechnik und Umwelt	103
2.5.1	Ökologische Einflussgrößen im Allgemeinen.....	103

2.5.2	Einfluss des Luftverkehrs auf die Atmosphäre.....	104
2.5.3	Triebwerkemissionen	105
2.5.4	Fuel Dump.....	110
2.5.5	Lärmbelastung.....	111
2.6	Neuere technische Entwicklungen in der Flugzeugindustrie.....	114
3.	Verkehrswege	116
3.1	Errichtung von Verkehrswegen	116
3.2	Routensysteme im Luftverkehr.....	117
3.3	System der Verkehrswegesicherung.....	119
3.4	Zustand und Entwicklung der Luftverkehrswege	121
4.	Flughäfen.....	125
4.1	Arten und Genehmigung von Flugplätzen.....	125
4.2	Funktionen und Aufgaben von Flughäfen	129
4.3	Flughafenanlagen und -einrichtungen	131
4.4	Verkehrsanbindung der Flughäfen.....	136
4.4.1	Individual.- verkehr	136
4.5	Bedeutung des Flughafens als Wirtschaftsfaktor.....	139
4.6	Privatisierung von Flughäfen.....	146
4.6.1	Rahmenbedingungen für die Privatisierung von Flughäfen .	146
4.6.2	Systematisierung potentieller Investoren und Privatisierungsformen	147
4.7	Kooperation und Integration von Flughäfen.....	151
4.8	Aktuelle Probleme der Flughäfen	152
4.8.1	Kapazitätsproblematik.....	152
4.8.2	Umweltproblematik.....	157
4.8.3	Abgeltungsproblematik	160
5.	Arbeitskräfte	161
5.1	Fliegendes Personal	161
5.2	Stationäres Personal.....	164
Kapitel V	Strategien und Geschäftsmodelle	167
1.	Systematisierung von Strategien im Luftverkehr.....	167
2.	Low Cost- vs. Netzwerk-Carrier.....	171
2.1	Ausgangslage.....	171
2.2	Low Cost-Carrier in Europa	174
2.3	Elemente des Low Cost-Geschäftssystems.....	176
Kapitel VI	Unternehmensverbindungen	185
1.	Einleitung.....	185
2.	Alleingang.....	185
3.	Anteilsverkauf.....	186
4.	Kooperationen.....	191
4.1	Kooperationsmotive.....	191
4.2	Kooperationsformen	193
4.3	Airlinespezifische Kooperationen	195
4.3.1	Kooperationen im technischen Bereich.....	195
4.3.2	Kooperationen im kommerziellen Bereich.....	196

5.	Strategische Allianzen	204
5.1	Historische Entwicklung strategischer Allianzen im Luftverkehr ...	204
5.2	Begriffsbestimmung und Ziele strategischer Allianzen.....	206
5.3	Formen strategischer Allianzen	213
5.4	Globale Allianzsysteme im Überblick	216
5.5	Konzeption strategischer Allianzen.....	222
5.6	Markenpolitik strategischer Allianzen.....	229
5.7	Zukünftige Bedeutung von Allianzsystemen.....	231
6.	Ausgewählte Probleme von Kooperationen.....	233
6.1	Kosten von Kooperationen	233
6.2	Konfliktpotenziale in der Zusammenarbeit	235
6.3	Wettbewerbsrechtliche Probleme	237
7.	Kooperationen mit Unternehmen der Touristikbranche.....	238
7.1	Reiseveranstalter und Reisebüros.....	238
7.2	Schienenverkehrsunternehmen	239
7.3	Hotels und Mietwagenunternehmen	240
Kapitel VII Netzmanagement		243
1.	Überblick	243
2.	Kapazitätsplanung.....	246
2.1	Einleitung	246
2.2	Grundsätzliche Probleme der Kapazitätsdimensionierung bei Airlines	247
2.3	Bestimmungsgrößen der Kapazität von Airlines	249
2.4	Die Stellung der Kapazitätsdimensionierung im Rahmen der Unternehmensstrategie von Airlines.....	254
2.5	Flottenplanung bei Airlines	259
3.	Flugplanung	266
3.1	Einleitung	266
3.2	Ziele, Entscheidungsparameter und Restriktionen der Flugplanung	267
3.3	Phasen der Flugplanung.....	272
3.4	Basisinformationen für die Flugplanung: »O & Ds«.....	274
3.5	Priorisierung von O & Ds.....	278
3.6	IT-Systeme zur Flugplanoptimierung.....	280
3.7	Streckennetztypen.....	281
3.8	Vor- und Nachteile von Hub-and-Spokes- und Point-to-Point- Systemen.....	283
3.9	Der Prozess der Flugplanung.....	286
3.10	Ausgewählte Aspekte der Flugplanerstellung	287
3.10.1	Anpassung an die Nachfrage im Point-to-Point-Verkehr	287
3.10.2	Optimierung der Hub-Knoten.....	288
3.10.3	Case Study 1: Hub-Optimierung	292
3.10.4	Case Study 2: Die Überführung von Hub-Verkehren in Point- to-Point-Verkehre.....	295
3.10.5	Case Study 3: Die Parallelität von Hub-Verbindungen und Point-to-Point-Verbindungen	296

	3.10.6 Flottenzuweisung zu den einzelnen Strecken	298
	3.10.7 Die Umlaufplanung von Flugzeugen.....	298
4.	Preis- und Konditionenpolitik.....	300
4.1	Einführung und Ziele.....	300
4.2	Preistheoretische Grundlagen von Luftverkehrsmärkten.....	302
4.3	Grundlagen der Preisfindung.....	306
4.4	Strategiekonzepte der Preispolitik	310
4.5	Tarife	317
	4.5.1 Begriffsbestimmung	317
	4.5.2 Ausgewählte Aspekte des Tarifsystems	319
	4.5.3 Tarifkoordination	331
	4.5.4 Tarifeinhaltung	333
4.6	Preisbildung im Charterflugverkehr	334
5.	Yield Management.....	335
5.1	Grundlagen des Yield Management	335
	5.1.1 Entstehung des Yield Management	335
	5.1.2 Branchencharakteristika und Yield Management-Systeme ..	338
	5.1.3 Begriff des Yield Management im Luftverkehr	339
5.2	Elemente von Yield Management-Systemen.....	343
	5.2.1 Marktsegmentierung und Preisdifferenzierung	344
	5.2.2 Nachfragelenkung im Zeitverlauf.....	345
	5.2.3 Überbuchung	348
	5.2.4 Bildung und Einzelsteuerung von Buchungsklassen.....	351
	5.2.5 Nesting	354
	5.2.6 Verkehrsstrombezogene Buchungsklassensteuerung	357
	5.2.7 Verkaufsursprungbezogene Buchungsklassensteuerung	359
	5.2.8 Prognosemodelle	363
5.3	IT-Systeme für die Netzsteuerung.....	363
Kapitel VIII Strecken- und Netzergiebnisrechnung		367
1.	Begriff und Funktionen.....	367
2.	Voraussetzungen der SER/NER.....	368
3.	Von der SER zur NER.....	371
4.	Aufbau einer Streckenergiebnisrechnung	374
5.	Aufbau einer Netzergiebnisrechnung.....	378
Kapitel IX Marketing		381
1.	Vorbemerkung	381
1.1	Marketingforschung.....	381
1.2	Grundlagen	381
1.3	Instrumente der Marketingforschung bei Airlines.....	383
2.	Produktpolitik	389
2.1	Der Produktlebenszyklus.....	390
2.2	Entscheidungstatbestände der Produktpolitik	392
2.3	Produktgestaltung im Luftverkehr	399
	2.3.1 Flugplan und Streckenplanung	400
	2.3.2 Servicekette	402

2.3.3	Prozessdauer.....	406
2.3.4	Sicherheit.....	411
3.	Distributionspolitik.....	413
3.1	Grundlagen der Distribution.....	413
3.2	Distributionswege.....	416
3.2.1	Überblick und Entscheidungsgrundlagen.....	416
3.2.2	Eigenvertrieb.....	422
3.2.3	Exkurs: Die Bedeutung des Internet.....	425
3.2.4	Fremdvertrieb.....	435
3.3	Computerreservierungssysteme.....	452
3.3.1	Aufbau und Funktionalitäten.....	452
3.3.2	Beschreibung der globalen Distributionssysteme.....	456
4.	Kommunikationspolitik.....	462
4.1	Grundlagen der Kommunikationspolitik.....	462
4.2	Instrumente der Kommunikationspolitik.....	465
4.2.1	Corporate Identity.....	465
4.2.2	Werbung.....	467
4.2.3	Verkaufsförderung.....	473
4.2.4	Direktkommunikation.....	474
4.2.5	Persönlicher Verkauf.....	475
4.2.6	Öffentlichkeitsarbeit.....	478
4.2.7	Weitere Kommunikationsinstrumente.....	479
4.3	Markenpolitik.....	480
4.4	Beschwerdemanagement.....	484
4.5	Kundenbindungsprogramme.....	485
Kapitel X	Fallstudie »Lufthansa InfoFlyway«.....	493
1.	Ausgangslage.....	493
2.	Zielgruppenbestimmung.....	493
3.	Konzeption des Lufthansa InfoFlyway.....	494
4.	Die Optimierung des Marketing-Mix.....	498
4.1	Kommunikationspolitik.....	498
4.2	Distributionspolitik.....	501
4.3	Kontrahierungspolitik.....	504
4.4	Produktpolitik.....	509
5.	Die Vermarktung.....	509
5.1	Online-Werbung (i. e. S.).....	509
5.2	Online-Werbung (i. w. S.).....	513
5.3	Offline-Werbung.....	514
6.	Fazit.....	515
	Literaturverzeichnis.....	517
	Stichwortverzeichnis.....	564

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einordnung der Verkehrswirtschaft; Quelle: In Anlehnung an Rößger/Hünemann (1968), S. 3.	2
Abbildung 2: Systematisierung des Luftverkehrs.	5
Abbildung 3: Formen des Gelegenheitsverkehrs; Quelle: In Anlehnung an Pompl (2002), S. 36.	8
Abbildung 4: Arten der Nachfrageschwankungen	13
Abbildung 5: Zusammenhang zwischen Luftverkehrsnachfrage und Wirtschaftsentwicklung.	15
Abbildung 6: Nachfrageschwankungen im Jahresverlauf.	16
Abbildung 7: Nachfrageschwankungen im Tagesverlauf (Kurzstrecke).....	17
Abbildung 8: Luftverkehrswachstum von 1960 - 2000 in Europa; Quelle: In Anlehnung an ICAO (2001).	22
Abbildung 9: Luftverkehrs- und Wirtschaftswachstum regional und weltweit 2002 – 2021 (Anm.: RPK = Revenue Passenger Kilometers; GDP = Gross Domestic Product); Quelle: Boeing, (2002) S. 20.	23
Abbildung 10: Systematisierung der Institutionen im Luftverkehr	27
Abbildung 11: Organisation des BMVBW – Unterabteilung LS (Stand 2002); Quelle: In Anlehnung an www.luftrecht-online.de.	29
Abbildung 12: Organisationsplan des LBA; Quelle: In Anlehnung an Luftfahrt- Bundesamt (2002).	31
Abbildung 13: Geschäftsbereiche des Deutschen Wetterdienstes; Quelle: In Anlehnung an Deutscher Wetterdienst (2002b).	33
Abbildung 14: Organigramm der ICAO; Quelle: In Anlehnung an ICAO (2002b).	39
Abbildung 15: ECAC, EUROCONTROL, JAA, EFTA und EU.	43
Abbildung 16: Organigramm der IATA.	55
Abbildung 17: Systematisierung der rechtlichen Grundlagen des Luftverkehrs. ..	61
Abbildung 18: Die Freiheiten der Luft.	71
Abbildung 19: Verhandlungspositionen auf der Konferenz von Chicago 1944; Quelle: Yergin/Vietor/Evans (2000), S. 40.	79
Abbildung 20: Das System der Produktionsfaktoren im Luftverkehr.	86
Abbildung 21: Flugzeugreichweite in Abhängigkeit von der Nutzlast; Quelle: In Anlehnung an Doganis (1985), S. 110.	89
Abbildung 22: Flugzeug-Gewinnzone in Abhängigkeit von Passagieraufkommen und Streckenlänge; Quelle: In Anlehnung an Taneja (1978), S. 96.	96
Abbildung 23: Flugzeugliefenzeiten von Airbus und Boeing; Quelle: Clark (2001), S. 12.	98
Abbildung 24: Gegenüberstellung des Energieverbrauchs der Ver-kehrsträger (Personen- und Frachttransport); Quelle: Eurostat (1999).	103
Abbildung 25: Aufbau der Atmosphäre; Quelle: Armbruster (1996).	105

Abbildung 26: Ozonentwicklung in der Atmosphäre; Quelle: In Anlehnung an Schumann/Weyer/Wurzel (1994), S. 15.....	107
Abbildung 27: Aus einer Tonne verbranntem Kerosin entstehen...; Quelle: Deutsche Lufthansa AG (1995), o. S.....	109
Abbildung 28: ICAO Landing and Take-off Cycle (LTO cycle); Quelle: Aviation Environment Federation (2002), o. S.	110
Abbildung 29: Möglichkeiten eines optimierten An- und Abfluges; Quelle: DLR (2002a).....	112
Abbildung 30: Verkehrspolitische Maßnahmen zur Lärmreduzierung; Quelle: In Anlehnung an DLR (2002a).....	113
Abbildung 31: Flugzeugschallquellen; Quelle: DLR (2002a).....	114
Abbildung 32: »Footprints« verschiedener Flugzeugtypen; Quelle: Flughafen München GmbH (1998) sowie Armbruster (1996).....	115
Abbildung 33: Systematisierung von Routensystemen	118
Abbildung 34: Bereiche des ATM; Quelle: Eurocontrol (1999).....	120
Abbildung 35: Prozentuale Entwicklung der Verkehrszahlen im Luftraum der ECAC, Basis 1995; Quelle: Eurocontrol (1999).....	121
Abbildung 36: Das europäische Flugsicherungssystem; Quelle: AEA (2000)....	122
Abbildung 37: Unterschiedliche Ansätze der ATC System Struktur; Quelle: AEA (1999).....	123
Abbildung 38: Privatisierung der ATC Organisationen in Europa und weltweit; Quelle: CERC (2001).....	124
Abbildung 39: Differenzierung von Flugplätzen; Quelle: In Anlehnung an ADV (1994), S. 1.	126
Abbildung 40: Lage bedeutender internationaler Verkehrsflughäfen in Deutschland.....	128
Abbildung 41: Attraktivitätskriterien eines Flughafens; Quelle: In Anlehnung an DG-Bank (1998), S. 50.....	130
Abbildung 42: Abfertigungsvorgänge an einem Verkehrsflugzeug; Quelle: Moser (1995), S. 49.....	133
Abbildung 43: Einkommens- und Beschäftigungseffekte von Flughäfen; Quelle: Fraport AG (2002c), o. S.	141
Abbildung 44: Zusammenhang zwischen Flugbewegungen und Arbeitsplätzen; Quelle: Fraport AG (2002d), o. S.....	142
Abbildung 45: Durchschnittliche Umsatzstruktur von Verkehrsflughäfen; Quelle: Doganis (1992), S. 55.....	143
Abbildung 46: Anteil der kommerziellen Erlöse ausgewählter europäischer Verkehrsflughäfen.....	144
Abbildung 47: Systematisierung von Erlösquellen.	145
Abbildung 48: Systematisierung möglicher Privatisierungsverfahren.	149
Abbildung 49: Optimierung der Kapazitäten durch HALS/DTOP; Quelle: Fraport AG (2002e), o. S.	153
Abbildung 50: Optionen der Erweiterung des Frankfurter Flughafens.	154
Abbildung 51: Verkehrswege bei Geschäftsreisen; Quelle: Flughafen München GmbH (1998), S. 13.....	156
Abbildung 52: Art und Entstehung von Lärm an Flughäfen	159

Abbildung 53: Marktanteile im innereuropäischen Luftverkehr nach Airline-Typen; Quelle: McKinsey (2002), o. S.....	170
Abbildung 54: Stückkosten verschiedener Airline-Typen; Quelle: McKinsey (2002), o. S.....	171
Abbildung 55: Heimatflughäfen der wichtigsten europäischen Low Cost-Carrier.....	174
Abbildung 56: Vergleich von Low Cost-Airlines; Quelle: JPMorgan (2001a), S. 24.....	176
Abbildung 57: Streckennetz der Ryanair (ab London-Stansted); Quelle: www.ryanair.com.....	178
Abbildung 58: Werbung der Ryanair; Quelle: FAZ vom 11.09.2002.....	183
Abbildung 59: Synergien im Streckennetz durch Kooperationen.....	192
Abbildung 60: Formen des Codesharing.....	200
Abbildung 61: Codeshare-Vereinbarungen; Quelle: Darstellung in Anlehnung an Wiezorek (1998).....	201
Abbildung 62: Begriffsmerkmale strategischer Allianzen.....	207
Abbildung 63: Internationale Flüge von Lufthansa und Star Alliance-Partnern (Sommerflugplan 1998).....	208
Abbildung 64: Kooperationsbereiche strategischer Allianzen; Quelle: Wiezorek (1998), S. 312.....	209
Abbildung 65: Quantifizierung der Synergieeffekte bei der strategischen Allianz zwischen KLM und Alitalia; Quelle: Donaldson, Lufkin & Jenrette (2000), S. 47.....	210
Abbildung 66: Quantifizierung der Synergieeffekte bei strategischen Allianzen; Quelle: Donaldson, Lufkin & Jenrette (2000), S. 50.....	211
Abbildung 67: Angebotsoptimierung durch strategische Allianzen; Quelle: Wiezorek (1998).....	212
Abbildung 68: Kooperationen zwischen Flag-Carriern und Regionalfluggesellschaften.....	216
Abbildung 69: Die Hubs der Allianzpartner der Star Alliance.....	218
Abbildung 70: Verkehrsgeographische Lage der Hubs MAD und HEL von Oneworld im Hinblick auf den Verkehrsstrom ATH – MOW.....	224
Abbildung 71: Kriterien und Gewichte der Evaluation potentieller Allianzpartner; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.....	225
Abbildung 72: Integrationsstrategien der globalen Allianzsysteme; Quelle: Roland Berger Strategy Consultants (2000).....	226
Abbildung 73: Integrationstiefe der vier globalen Allianzsysteme; Quelle: SalomonSmithBarney (2001), S. 11.....	227
Abbildung 74: Integrationspfade von Airline-Allianzen am Beispiel der Star Alliance; Quelle: Roland Berger Strategy Consultants (2000).....	227
Abbildung 75: Von losen bilateralen Verbindungen zu engen, strategisch orientierten multilateralen Allianzen; Quelle: Döring (1999), S. 119.....	228
Abbildung 76: Airbus A330 der BMI British Midland.....	230
Abbildung 77: Integration und Austrittsrisiken unterschiedlicher Formen von Unternehmensverbindungen im Luftverkehr; Quelle: Roland Berger Strategy Consultants (2000).....	233

Abbildung 78: Konfliktwahrscheinlichkeit und -intensität in Abhängigkeit des Kooperationslebenszyklus; Quelle: Tröndle, in Balling (1998), S. 135.	236
Abbildung 79: Phasen und Inhalte des Netzmanagements; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.	244
Abbildung 80: Der Zusammenhang von Flugplanung, Pricing und Yield Management; Quelle: In Anlehnung an Pölt (2001).....	245
Abbildung 81: Produktionsfaktoren als Entscheidungsobjekte der langfristigen Kapazitätsplanung.	246
Abbildung 82: Schematische Darstellung von Kostenstruktur und Umsatzentwicklung bei Airlines.	247
Abbildung 83: Einflussgrößen auf Wahl der Kapazitätsstrategie.	249
Abbildung 84: Zusammenhang zwischen Luftverkehrsnachfrage und Wirtschaftsentwicklung.	250
Abbildung 85: Zusammenhang zwischen Reiseintensität und GNP pro Kopf der Bevölkerung (1990); Quelle: Boeing.	251
Abbildung 86: Entwicklung der Welt-RPK (Revenue Passenger Kilometers, in Billionen), Quelle: Airbus (2000), S. 12.	251
Abbildung 87: Wachstum des Weltluftverkehrs 2000 – 2019 in ausgewählten Regionen; Quelle: Airbus (2000), S. 68 f.	252
Abbildung 88: Der Prozess der strategischen Unternehmensplanung; Quelle: Bea/Haas (2001).	255
Abbildung 89: Der Lufthansa-Strategieprozess im Überblick; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.	256
Abbildung 90: Das Marktattraktivitäts-Wettbewerbsvorteils-Portfolio nach McKinsey.	257
Abbildung 91: Kriterien der Attraktivität von Märkten und der relativen Wettbewerbsvorteile im Luftverkehr.	258
Abbildung 92: Das Break even-Auslastungs-Portfolio im Luftverkehr.	258
Abbildung 93: Grundstruktur eines Flottenplanungsmodells; Quelle: Holloway (1992), S. 63.	260
Abbildung 94: Elemente der Produktivitätssteigerung im Luftverkehr; Quelle: Airbus (2000), S. 15.	261
Abbildung 95: Der Boeing Sonic Cruiser.	261
Abbildung 96: Airbus A380.	262
Abbildung 97: Austauschalter in den verschiedenen Weltregionen; Quelle: Airbus (2000), S. 21.	263
Abbildung 98: Vor- und Nachteile homogener bzw. inhomogener Flottenstruktur.	264
Abbildung 99: Entwicklung der Weltflotte; Quelle: Boeing (2000).	265
Abbildung 100: Key Parameters der Prognose im Passage-Weltluftverkehr; Quelle: Airbus (2000), S. 8.	266
Abbildung 101: Prinzipien der Slotvergabe; Quelle: www.luftrecht-online.de/literatur/aufsaeetze/slots.htm , o. S.	271
Abbildung 102: Phasen und Schwerpunkte der Flugplanung; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.	273
Abbildung 103: Beispiel für »O & Ds« und »Itineraries«.....	274

Abbildung 104: Darstellung der Flüge von HKG nach FRA im Neutral Display des CRS Amadeus.....	275
Abbildung 105: Stufenweises Vorgehen zur Auswahl relevanter O & Ds; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.....	279
Abbildung 106: Grundstruktur eines Simulationsmodells zur Netzwerk-Optimierung; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.....	280
Abbildung 107: Grundstruktur und Anzahl möglicher Verbindungen in Point-to-Point- und Hub-and-Spokes-Systemen.....	282
Abbildung 108: Anbindung deutscher Flughäfen an den Hub AMS.....	284
Abbildung 109: Schematische Darstellung des Flugplanungsprozesses am Beispiel der Deutschen Lufthansa AG.	286
Abbildung 110: Knotenlagen der Lufthansa am Flughafen Frankfurt.....	288
Abbildung 111: Minimum Connecting Time ausgewählter Flughäfen.....	290
Abbildung 112: Alternative Itineraries für den O & D MAN – IST.	290
Abbildung 113: Verzahnung der Knotenlagen in MUC und FRA.	291
Abbildung 114: Hubabstimmung FRA und MUC am Beispiel der Flugverbindungen HAM – BCN (Lufthansa).....	292
Abbildung 115: Flugzeugumläufe im Interkontinental-Verkehr der KLM.	299
Abbildung 116: Zeitbedarf von Aktivitäten während der Bodenzeit eines Airbus A300.	300
Abbildung 117: Preisbildung im Angebotsmonopol.	304
Abbildung 118: Nachfragekurve des Polypolisten auf dem unvollkommenen Markt.....	305
Abbildung 119: Strategiekonzepte der Preispolitik.....	311
Abbildung 120: Klassisches Modell der Preisdifferenzierung.....	313
Abbildung 121: Einschränkungen bei Sondertarifen.....	327
Abbildung 122: Beispiel der Tarife auf FRA – LON von LH und BA; Quelle: Amadeus Fare Quote, 12.06.2002, Abflüge ab 01.07.2002.....	330
Abbildung 123: YM-relevante Branchenspezifika.....	337
Abbildung 124: Grundgedanke des YM anhand eines beispielhaften Entscheidungsbaums.	339
Abbildung 125: Zusammenhang von Marketing und Yield Management.	340
Abbildung 126: Alternative Nutzungsstrategien von Kapazitäten; Quelle: In Anlehnung an Daudel/Vialle (1992), S. 36.	341
Abbildung 127: Maßnahmen des Yield Management in Abhängigkeit von der Nachfragehöhe.	342
Abbildung 128: Zentrale Elemente von Yield Management-Systemen.	343
Abbildung 129: Von der klassischen Preisdifferenzierung zum Yield Management.....	345
Abbildung 130: Typischer Buchungsverlauf von Geschäfts- und Urlaubsreisen.	346
Abbildung 131: Beispiel eines Buchungsverlaufs für verschiedene Marktsegmente ohne Nachfragesteuerung; Quelle: Deutsche Lufthansa AG.....	347
Abbildung 132: Erlöswirkungen ohne und mit Nachfragesteuerung; Quelle: Deutsche Lufthansa AG.....	347

Abbildung 133: Grundsätzliche Alternativen der Nachfragenlenkung; Quelle: In Anlehnung an Daudel/Vialle (1992), S. 57.	348
Abbildung 134: Buchungsverläufe bei unterschiedlichen Überbuchungsquoten; Quelle: Weber (1997).	350
Abbildung 135: Die Zerlegung physischer Compartments in Buchungsklassen unter Berücksichtigung der Überbuchung.	352
Abbildung 136: Buchungsverlauf und Buchungskorridor am Beispiel eines Fluges.	353
Abbildung 137: Buchungsbestand 10 Tage vor Abflug (Beispiel); Quelle: In Anlehnung an Daudel/Vialle (1992), S. 116.	354
Abbildung 138: Grundmodell des Nesting.	355
Abbildung 139: Buchungsklassen auf einem Kontinental-Flugzeug der Deutschen Lufthansa AG; Quelle: Lufthansa (1991), o. S.	356
Abbildung 140: Die Wertigkeit verschiedener Reisender in Abhängigkeit von deren O & D-Zugehörigkeit.	357
Abbildung 141: Leg- und O & D-bezogene Steuerung von Buchungsklassen; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.	358
Abbildung 142: Methode der virtuellen Schachtelung; Quelle: In Anlehnung an Daudel/Vialle (1992), S. 122.	359
Abbildung 143: Mechanismus einer verkaufursprungbezogenen Buchungsklassensteuerung am Beispiel des Bid Price-Mechanismus der Lufthansa; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.	360
Abbildung 144: Identifikation von Erlöspotentialen in globalen Verkaufsmärkten; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.	362
Abbildung 145: Aggregationsstufen der SER/NER.	368
Abbildung 146: Beispiel für die Errechnung der Cockpit-Personalkosten eines Fluges.	370
Abbildung 147: Erlösaufteilung nach Prinzip der Full Fare-Ratios.	371
Abbildung 148: Beispiel für Netzerlöse des Itinerary STR – FRA – JFK.	372
Abbildung 149: Erlösdefinitionen am Beispiel der Strecke STR–FRA.	373
Abbildung 150: Strecken- und Netzerlöse auf der Strecke STR – FRA bei der Lufthansa; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.	373
Abbildung 151: Grobstruktur der SER bei der Deutschen Lufthansa AG.	374
Abbildung 152: Feinstruktur der SER: Streckenerlöse.	375
Abbildung 153: Feinstruktur der SER: Deckungsbeitrag I.	375
Abbildung 154: Feinstruktur der SER: Deckungsbeitrag II.	376
Abbildung 155: Feinstruktur der SER: Deckungsbeitrag III und IV und Streckenergebnis.	376
Abbildung 156: Deckungsbeitragsorientierte Kostenstruktur internationaler Netzwerk-Carrier.	377
Abbildung 157: Von der SER zur NER.	378
Abbildung 158: Bedeutung der Kennzahlen bei Netzwerk-Carriern.	379
Abbildung 159: Phasen der Marketingforschung; Quelle: Böhler (1992).	382
Abbildung 160: Instrumente der Marketingforschung bei Airlines am Beispiel der Deutschen Lufthansa AG.	383
Abbildung 161: Prozessschritte beim CSI der Deutschen Lufthansa AG.	384

Abbildung 162: Die 16 Qualitätsdimensionen des CSI der Deutschen Lufthansa AG.....	385
Abbildung 163: Das Gap-Modell der Dienstleistungsqualität; Quelle: Parasuraman/Zeithaml/Berry (1985).....	386
Abbildung 164: Der Produktlebenszyklus.....	390
Abbildung 165: Das Produktlebenszykluskonzept im Luftverkehr; Quelle: Boeing.....	391
Abbildung 166: Entscheidungstatbestände der Produktpolitik.....	392
Abbildung 167: Entscheidungstatbestände der Produktpolitik im Luftverkehr...	393
Abbildung 168: Ansatzpunkte und Beispiele für Produktvariationen bei Airlines.....	395
Abbildung 169: Anforderungen an das Produkt Flug seitens verschiedener Nachfragersegmente; Quelle: In Anlehnung an Doganis (1991), S. 210.....	400
Abbildung 170: Servicekette bei Passage-Airlines.....	403
Abbildung 171: Kontrollpunkte im USA-Verkehr am Flughafen Frankfurt; Quelle: Hildenbrand (2002).....	412
Abbildung 172: Kennzahlen der Distribution.....	415
Abbildung 173: Entscheidungstatbestände bei der Festlegung der Distributionskanalsstruktur; Quelle: Meffert (1998), S. 597.....	417
Abbildung 174: Distributionswege im Luftverkehr.....	418
Abbildung 175: Vorteile des direkten und indirekten Vertriebs im Luftverkehr.....	419
Abbildung 176: Vertriebskosten in Prozent der Bruttoerlöse (1997 zu 2003).....	420
Abbildung 177: Struktur der Vertriebskosten bei der Lufthansa; Quelle: In Anlehnung an Deutsche Lufthansa AG.....	421
Abbildung 178: Entwicklung der Vertriebsstückkosten bei direktem und indirektem Vertrieb.....	421
Abbildung 179: Internetnutzung nach Ländern; Quelle: www.nua.ie.....	426
Abbildung 180: Prognose der Internetnutzung in Deutschland und Europa; Quelle: Forrester Research Inc. (2002b), o.S.....	426
Abbildung 181: Stärken und Schwächen des Internet.....	427
Abbildung 182: Einsatzfelder des E-Business; Quelle: Cap Gemini Ernst & Young (2001), S. 16 (Befragung von 310 Fach- und Führungskräften des E-Business); vgl. auch: KPMG/BDA (2001).....	428
Abbildung 183: Online-Buchung von Reisen und Nutzung von Distributionskanälen; Quelle: Forrester Research, Inc. (2002a).....	432
Abbildung 184: Reiserecherchen im Internet und Online-Buchungen; Quelle: Forrester Research, Inc. (2001a) und (2002b).....	432
Abbildung 185: Potenziale des Internet für Unternehmen der Reise- und Tourismusbranche.....	433
Abbildung 186: Push- und Pullstrategie als Alternativen zur Stimulierung des Absatzes; Quelle: In Anlehnung an Kotler/Bliemel (2001), S. S. 921; Meffert/Bruhn (1997), S. 435.....	437
Abbildung 187: Struktur von Vergütungsmodellen im Airline-Vertrieb.....	444
Abbildung 188: Grundstruktur der Volume Plus-Komponente im Partner-Plus-Modell der Lufthansa.....	447

Abbildung 189: Systematik von Management-Fee- und Transaction-Fee-Modellen.....	449
Abbildung 190: Reisebürotypen in Deutschland.....	450
Abbildung 191: Veränderungen im Reisemittlermarkt; Quelle: FVW International (2001), S. 3.....	450
Abbildung 192: Die Top 10 im deutschen Reisevertrieb; Quelle: FVW International (2001), S. 1.....	451
Abbildung 193: Leistungskomponenten eines CRS (aus Sicht einer Airline); Quelle: In Anlehnung an Schulz/Frank/Seitz (1996), S. 46 ff.....	453
Abbildung 194: Aufbau eines PNR; Quelle: Schulz/Frank/Seitz (1996), S. 84.....	454
Abbildung 195: Vergütungsstrukturen zwischen Airline, Reisebüro und CRS.....	456
Abbildung 196: Das START-System als Integrator; Quelle: START Amadeus (2000), S. 14.....	460
Abbildung 197: Kommunikationsformen und Beispiele zum Luftverkehr.....	463
Abbildung 198: Entscheidungsprobleme im Regelkreis der Marketingkommunikation; Quelle: Meffert (1998), S. 668.....	464
Abbildung 199: Instrumente der Kommunikationspolitik.....	465
Abbildung 200: Grundlegende Beeinflussungsziele und Bedingungen für ihre Wirksamkeit; Quelle: Kroeber-Riel/Esch (2000), S. 37.....	467
Abbildung 201: Systematik ökonomischer Werbeziele.....	468
Abbildung 202: Kriterien für die Werbeträgerselektion (Intermediaselektion) mit Beispielen zum Luftverkehr.....	470
Abbildung 203: Werbekampagne der Lufthansa.....	472
Abbildung 204: Bereiche der Verkaufsförderung.....	473
Abbildung 205: Gliederungsformen und Anwendungsbedingungen von Verkaufsorganisationen.....	476
Abbildung 206: Gliederungsformen der Verkaufsorganisation von Airlines.....	477
Abbildung 207: Namen und Symbole ausgewählter Airlines und Allianzsysteme.....	481
Abbildung 208: Markierung der Flugzeuge von Ryanair und easyJet.....	483
Abbildung 209: Mega-Brands im Luftverkehr (Beispiel Star Alliance).....	484
Abbildung 210: Gewinnwirkungen der Dauer der Geschäftsbeziehung.....	486
Abbildung 211: Screenshot von www.lufthansa.com	495
Abbildung 212: Screenshot des Lufthansa CorporateFlyway; www.corporateflyway.com	498
Abbildung 213: E-Mail-Feedback über den InfoFlyway.....	499
Abbildung 214: Preisliche Sortierung von Last Minute-Flugreisen.....	500
Abbildung 215: Beispiel einer Microsite der Lufthansa auf www.sixt.de	511