



Low-Cost-Airlines im Geschäftsreisemarkt

Strategien und Nutzungsanalyse

Sabrina Felske, Matthias Klumpp

14

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Der Markt für Geschäftsreisen	3
2.1. Begriffliche Bestimmung der Geschäftsreise	3
2.2. Nachfragespezifische Betrachtung des Geschäftsreisemarktes	3
2.2.1. Anzahl der Geschäftsreisen	3
2.2.2. Reiseintensität	5
2.2.3. Reiseanlass	5
2.2.4. Zielregionen und Länder	6
2.2.5. Reisedauer	7
2.2.6. Reiseverkehrsmittel	8
2.3. Bedarfsträger	8
2.3.1. Das Travel Management	8
2.3.2. Reisender	9
2.4. Geschäftsreisekosten	10
2.4.1. Begriffliche Bestimmung der Geschäftsreisekosten	10
2.4.2. Volumen und Struktur der Geschäftsreisekosten	10
2.5. Kritische Würdigung	12
3. Der Markt für Low-Cost-Airlines	13
3.1. Definition und Abgrenzung des Begriffs Low-Cost-Airline	13
3.2. Angebotspezifische Betrachtung der Low-Cost-Airlines	14
3.2.1. Sicherheit	14
3.2.2. Flotte	16
3.2.3. Wartung	16
3.2.4. Personalpolitik	17
3.2.5. Sitzplatzdichte	17
3.2.6. Flughäfen	18
3.2.7. Strategische Flugplanung und Streckennetz	21
3.2.8. Vertrieb	22
3.2.9. Yield Management	23
3.2.10. Ausweitung des Produktangebots	24
3.3. SWOT-Analyse	25
3.4. Wettbewerbsanalyse nach Porter	27
3.4.1. Branchenstrukturanalyse	27
3.4.2. Wettbewerbsstrategien	29
3.6. Kritische Würdigung	30
4. Low-Cost-Airlines und Travel Management	32
4.1. Bedürfnisse der Geschäftsreisenden	32
4.1.1. Sicherheit	32
4.1.2. Flexibilität	32
4.1.3. Verfügbarkeit in wirtschaftlichen Ballungszentren	33
4.1.4. Flugstrecken und Flugfrequenzen	34
4.1.5. Beförderungsklassen	36
4.1.6. Lounges	37
4.2. Anforderungen des Travel Managements	38
4.2.1. Buchungswege	38

4.2.2. E-Tickets	39
4.2.3. Akzeptanz von Corporate Cards und Company Accounts.....	40
4.2.4. Management Informationssysteme (MIS)	41
4.2.5. Firmenverträge	41
4.2.6. Vielfliegerprogramme	42
4.3. Fallbeispiel AirBerlin/dba	44
5. Folgen für das Travel Management	47
5.1. Low-Cost-Airlines als Alternative.....	47
5.2. Handlungsempfehlungen.....	48
6. Ausblick	51

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
B-to-B	Business to Business
CRS	Computerreservierungssysteme
ebd.	ebenda
etc.	et cetera
GDS	Global Distribution Systems
HLX	Hapag-Lloyd Express
HJ	Halbjahr
IATA	International Air Transport Association
ICAO	International Civil Aviation Organization
Kap.	Kapitel
KMU	kleine und mittlere Unternehmen
LCA	Low-Cost-Airline
LCC	Low-Cost-Carrier
Min.	Minuten
MIS	Management Informationssystem
OBE	Online Booking Engine
VDR	Verband Deutsches Reisemanagement e. V.
WLAN	Wireless Local Area Network

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Einschätzung des künftigen Flugaufkommens im Geschäftsreisemarkt.....	4
Abb. 2: Geschäftliche Reiseintensität 2005	5
Abb. 3: Gesamtanzahl der Geschäftsreisen nach Zielregion 2004-2005	6
Abb. 4: Dauer einer Geschäftsreise 2005.....	8
Abb. 5: Gesamtkosten für Geschäftsreisen nach Kostenbereichen 2005	10
Abb. 6: Zeitanteile und -verlauf während eines Turnarounds	21
Abb. 7: Diversifizierung: Zusätzliche Einnahmequellen werden erschlossen.....	25
Abb. 8: ‚5-Kräfte-Modell‘ nach Porter	28
Abb. 9: Passagierflüge pro Woche auf deutschen Flughäfen im Juli 2006	33
Abb. 10: Entscheidungsprozess bei der Wahl einer Airline	50

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Wichtige Auslandsziele für Geschäftsreisen 2005	7
Tab. 2: Die wichtigsten Ziele des Travel Managements	9
Tab. 3: Ranking der Fluggesellschaften nach Anzahl der Flüge 07/2006 der Low Cost Carrier in Deutschland* im Jahr 2005 und 2006	14
Tab. 4: SWOT-Analyse aus Sicht der LCAs	26
Tab. 5: Anteile der Low Cost Passagiere am Gesamtpassagieraufkommen auf den internationalen Verkehrsflughäfen der ADV im 1. Halbjahr 2006	34
Tab. 6: Ranking der Zielländer nach Anzahl der Flüge 07/2006, die von Deutschland aus angefliegen werden.	35
Tab. 7 : Service und Komfort an Bord der Low-Cost-Airlines	37
Tab. 8 : Business-Tarife der AirBerlin in der Übersicht.....	45
Tab. 9 : Beispielhafte Gesamtkostenbetrachtung einer Flugreise	49

inomic paper series

In der Reihe der Diskussionspapiere der inomic GmbH sind (unter ISSN 1619-4721 registriert) bisher die folgenden Ausgaben erschienen:

- No 1 - 11/2001 *Dirk Bessau, Matthias Klumpp, Thomas Lenk: [Existenzgründung an Hochschulen in Leipzig](#) - Modellierung und Pretest zur Untersuchung der Existenzgründungspotenziale an Hochschulen in Leipzig im EU- Projekt ENTRE*
- No 2 - 12/2001 *Matthias Klumpp, Thomas Lehr, Oliver Uecker: [Erfolgsfaktoren für Technologie- und Gründerzentren \(TGZ\)](#) - Erhebung und Analyse von Rahmen-, Leistungs- und Erfolgskennzahlen zur Ermittlung von Erfolgsfaktoren für Technologie- und Gründerzentren in der Region Leipzig/Halle*
- No 3 - 12/2001 *Daniel Baumann, Matthias Klumpp, Thomas Lehr: [PISA Coaching](#) - Konzeption zu praktischen Innovationsansätzen in der begleitenden Kompetenzentwicklung für Lehrer in Reflexion der Ergebnisse der OECD-Studie 'Programme for International Student Assessment (PISA)'*
- No 4 - 03/2002 *Imran Akhtar, Matthias Klumpp: [Network Management](#) - Introduction and Guide to Successful International Inter-Organizational Cooperation of Institutions*
- No 5 - 06/2002 *Dirk Bessau, Nadine Hoppe, Thomas Lehr: [Chancen und Risiken des Functional-Food-Marktes](#) - Historische Entwicklung, Rechtslage, Entwicklungstendenzen und Unternehmensstrategien*
- No 6 - 09/2002 *Matthias Klumpp, Katharina Schar: [Innovation und Hochschulen](#) - Moderne Entwicklung von Master- und Bachelorstudiengängen sowie der Akkreditierungs-verfahren in Deutschland*
- No 7 - 01/2003 *Matthias Klumpp, Stefan Zug: [Managementinnovation im Gesundheitswesen](#) - Praxisevaluation und Fallbeispiel zur Anwendung der Balanced Scorecard im Krankenhausmanagement*
- No 8 - 07/2003 *Nadin Ernst, Matthias Klumpp, Thomas Lehr: [Wettbewerbsanalyse in der Unternehmenspraxis](#) - Theoretische Grundlagen, Praktische Umsetzung, Anwendungsbeispiele aus dem Energiemarkt, Telekommunikationsmarkt und Versicherungsmarkt*
- No 9 - 10/2003 *Matthias Klumpp, Markus Schubert: [Motive und Hintergründe von Hochschul-Existenzgründungen](#) - Ergebnisse einer empirischen Studie an der Universität Duisburg-Essen im Rahmen der Gründungsinitiative ICE*
- No 10 - 10/2003 *Bianca Krol, Matthias Klumpp in Zusammenarbeit mit der perdata Gesellschaft für Informationsverarbeitung mbH: [Chancen durch Informationstechnologie im Gesundheitswesen](#) - Status quo und Perspektiven*
- No 11 - 01/2004 *Matthias Klumpp, Stephan Zelewski: [Organisationsmodelle der Wissenschaftlichen Weiterbildung](#) - Entscheidungskriterien und Praxisbeispiele erfolgreicher Hochschulen*
- No 12 - 12/2006 *Steffen Bauer, Matthias Klumpp: [RFID-Technologie in der Logistik](#) - Potenzialanalyse für das Supply Chain Management der Chemischen Industrie*
- No 13 - 12/2006 *Marina Zimmermann, Matthias Klumpp: [Anforderungen der Kontraktlogistik](#) - Erfolgsfaktor Vertragscontrolling*
- No 14 - 03/2007 *Sabrina Felske, Matthias Klumpp: [Low-Cost-Airlines im Geschäftsreisemarkt](#) - Strategien und Nutzungsanalyse*

inomic study series

In der Reihe der Studien der inomic GmbH sind bisher die folgenden Ausgaben erschienen:

- No 1 - 2002 *Dirk Bessau: [Regional Economic Development Policies](#)
ISBN 3-935693-65-6*
- No 2 - 2002 *Dirk Bessau, Matthias Klumpp: [Zukunft der Energiemärkte](#)
ISBN 3-936522-11-1*
- No 3 - 2002 *Matthias Klumpp, Bianca Krol: [Zukunft der Weiterbildung](#)
ISBN 3-936522-15-4*
- No 4 - 2005 *Bianca Krol, Matthias Klumpp: [Informationsmanagement im Krankenhaus](#)
ISSN 1619-3733*
- No 5 - 2006 *Dennis Seckler, Matthias Klumpp: [Strategisches Personalmanagement in der Post-Merger-Integration](#)
ISSN 1619-3733*

inomic contact:

Die beiden Arbeiterteams in Leipzig und Essen sind über folgende Kontaktangaben erreichbar: Nonnenstraße 19, 04229 Leipzig/Germany, Tel. +49 (0) 341 -215 36 90, Fax +49 (0) 341 -215 36 91 und Karolingerstraße 96, 45141 Essen/Germany, Tel. +49 (0) 201 -8 22 86 86, Fax +49 (0) 201 -8 22 86 88