

Höhere Wirtschaftlichkeit durch „Single Till“ Airlines wollen Systempartnerschaft vorantreiben

Um die Wirtschaftskraft des deutschen Luftverkehrsstandortes zu stärken, befürwortet der Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften (BDF) die Einführung eines Einkassensystems („Single Till“) zur Verrechnung der Kosten und Erlöse des Flughafenbetriebs.

Bislang sind sich Flughäfen und Airlines über die sachgemäße Zuordnung von Kosten für das Fluggeschäft (Aviation) und für die weiteren Geschäfte am Flughafen wie Parken, Einzelhandel, Gastronomie oder Werbung (Non-Aviation) uneins. Im Bereich „Aviation“ stellt der Flughafen seine Kosten für insbesondere das Terminal, das Vorfeld und die Start- und Landebahn auf und legt diese als Flughafenentgelte auf die Fluggesellschaften um. Kommerzielle Einnahmen der Flughäfen durch andere Geschäfte bleiben hier unberücksichtigt. Da auf den Flächen des „Aviation“-Geschäfts aber auch Einzelhandel, Gastronomie, Parken, Werbung etc. stattfinden, muss an jedem deutschen Flughafen definiert werden, welche Kosten und Erlöse dem Bereich „Aviation“ und welche dem Bereich „Non-Aviation“ zugeordnet werden. Die Auseinandersetzung über das bestehende „Dual-Till“ ist denkbar kleinteilig.

Bei Flächen unter mobilen Kiosken oder Ausstellungs-PKWs, unter den Stühlen vor einer Bar oder bei den Gängen zwischen Einkaufsläden entbrennt fast zwangsläufig Streit, wer für diese Infrastrukturkosten aufkommen muss. Gleiches gilt für die vorzuhaltenden Verbindungsflächen zwischen Terminals oder in den Transitbereichen und den oft hunderte Meter weiter entfernten Gates. Der Regelfall sieht vor, dass etwa Investitionen in ein Terminalgebäude durch die Nutzer (Fluggesellschaften) bezahlt werden. Sofern es der Wettbewerb erlaubt, preisen die Airlines diese Kosten in die Flugtickets ein. Da diese Flächen in den Flughäfen aber begehrte Verkaufszonen sind, wo große Kundenströme fließen, werden sie von den Flughäfen als Einkaufszonen genutzt. Die Begehrlichkeiten gehen inzwischen bereits teilweise zu Lasten der Passagiere. Land- wie auch luftseitig fehlen mancherorts ausreichend kostenlose Sitzgelegenheiten für die Fluggäste.

Beim „Single Till“ indes werden die verschiedenen Bereiche aus Aviation und Non-Aviation zusammengefasst und als ein Geschäftsfeld behandelt. Kosten und Erlöse fließen in eine Kasse. Dieses System trägt dem Umstand Rechnung, dass der Kunde der Airlines – der Passagier – gleichzeitig auch der Kunde der Flughäfen und damit auch des dort angesiedelten Einzelhandels ist. Auf diese Weise ist es möglich, am Flughafen die Passagiere nicht mehr nur „abzufertigen“, sondern als Kunden zu behandeln.

Vorteile für eine Implementierung des Einkassensystems in Deutschland liegen in der Erschließung neuer Wachstumsressourcen und der gemeinsamen Verantwortung von Fluggesellschaften und Flughäfen für das Non-Aviation-Geschäft. Das schließt Passagierführung, Loungeverkauf, Kioske und Werbung in den Wartezonen mit ein. Den Interessen der Verbraucher wird im Ergebnis doppelt Rechnung getragen: Sie können sich entscheiden, ob sie lieber schnell zum Flieger wollen oder die Zeit für Einkäufe nutzen. Alles in allem führt dies zu sinkenden Ticketpreisen und damit wieder zu mehr Verkehr und mehr Non-Aviation-Erlösen.

BDF

Bundesverband der Deutschen
Fluggesellschaften e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin

Fon: +49(0)30 700 11 85-0
Fax: +49(0)30 700 11 85-20

E-Mail: kontakt@BDFaero.de
www.BDFaero.de

Präsident:
Joachim Hunold

Geschäftsführerin:
Dr. Tanja Wielgoß

Verbandssitz: Berlin
AG Charlottenburg
VR 24648 Nz

Bisher umgesetzt ist der Single-Till-Ansatz vor allem in Großbritannien. Die größten britischen Flughäfen besetzen Spitzenpositionen im internationalen Wettbewerb durch einen florierenden Luftverkehr und den stark ausgebauten Non-Aviation-Bereich. Im Drittgeschäft wird dort weit mehr Umsatz gemacht als in Deutschland. Der britische Hub London-Heathrow erwirtschaftet etwa doppelt so viel im Einzelhandelsgeschäft („Retail“) als sein deutscher Counterpart Frankfurt.¹

Wenn Airports und Airlines eine gemeinsame Verantwortung hätten, könnte das Geschäftsfeld erheblich ausgebaut werden. Beispielsweise könnten Fluggesellschaften, die bisher nur für sich werben, dies in Zukunft auch für ihren Airport tun. Bis zu 25 % ihrer Kosten geben die Airlines für Marketing und Vertrieb aus. Dieser Werbeaufwand könnte auch den Flughäfen zu Gute kommen. Denkbar sind darüber hinaus eine zielgruppengerechte Passagierführung, die Zulassung von Snackverkauf im Wartebereich einer Airline oder Loungeverkauf. Voraussetzung wäre eine praktizierte Systempartnerschaft. Durch diese lassen sich zahlreiche Einnahmen steigern und auch die Wünsche der Fluggäste bedienen.

Die Tatsache, dass die Kosten für den Aviation-Bereich bisher völlig unreflektiert im Verhältnis zu den Einnahmen im Non-Aviation-Bereich erhoben werden, ist in den Augen der Fluggesellschaft nicht nur ein kalkulatorisches Spielchen für die Flughäfen, sondern ein ökonomischer Fehler im Gesamtkonzept.

Die derzeit diametral entgegengesetzten Interessen von Airports und Airlines könnten zugunsten eines gemeinsamen Interesses am Kunden in den Hintergrund treten. Aktuell haben die Airlines keinen Vorteil und auch häufig kein Interesse daran, dass dem Kunden Zeit und Möglichkeit zum Einkaufen gegeben wird. Sie wollen ihre Fluggäste möglichst schnell am Gate und im Flieger haben, um die Turnaround-Zeiten gering zu halten. Die Flughäfen indes wollen sich zu Nutze machen, dass zahlreiche Passagiere die Reisezeit auch für Einkauf und Versorgung nutzen. Wenn beide Interessen in einem Einkassensystem zusammengelegt würden, könnte die Systempartnerschaft weiter ausgebaut werden. Fliegen gehört mit der Anreise, dem Parken und immer öfter auch dem Einkaufen zusammen: Kein Flugbetrieb ohne Flughäfen aber auch keine Shopperlöse ohne Fluggäste.

Der Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften (BDF) vertritt die Interessen der deutschen Linien-, Charter- und Low Cost-Carrier gegenüber Wirtschaft und Politik. Die Verbandsmitglieder gehören zu den weltweit sichersten Fluggesellschaften. Sie befördern jährlich 100 Millionen Passagiere. Dabei kommen mehr als 500 moderne Flugzeuge zum Einsatz. In Summe beschäftigen die BDF-Fluggesellschaften über 100.000 Mitarbeiter.

Berlin, am 5.9.2007

¹ Quellen: Geschäftsberichte 2005 BAA und FRAPORT