

Der Zivilluftverkehr in Russland und China: Vom Plan zum Markt

Eine industrieökonomische Analyse

von
Niko Stalf

1. Auflage

[Der Zivilluftverkehr in Russland und China: Vom Plan zum Markt – Stalf](#)

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Diplomica Verlag 2012

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 8428 7323 0

Leseprobe

Textprobe: Kapitel 2, Markt und Wettbewerb im Luftverkehr: 2.1, Grundlagen: 2.1.1, Markt- und Produktabgrenzung: Es stellt sich zu Beginn der Analyse die sich dem Markt widmet, die Frage was unter einem Markt zu verstehen ist. Ein Markt stellt unter einer allgemeingültigen Form eine Gruppe von Käufern und Verkäufern dar, die eine bestimmte Art von Gütern austauscht. Jede Marktabgrenzung dient grundsätzlich dem Ziel, die in der allgemeinen Definition genannte Gruppe von Anbietern und Nachfragern und die von ihr gehandelten Güter so abzugrenzen, dass von den Anbietern und Nachfragern, die nicht zu dieser Gruppe gehören, keine bedeutende Einflüsse auf das Wettbewerbsverhalten innerhalb der Gruppe ausgeht. Sobald von einem Luftverkehrsmarkt gesprochen wird, stellt sich die Frage welcher Markt damit gemeint ist und wie man diesen Markt vom Markt anderer Verkehrsmittel abgrenzt. Es kann eine Marktabgrenzung nach sachlichen, räumlichen und zeitlichen Kriterien durchgeführt werden. Man kann sicherlich bei weiten Entfernungen davon ausgehen, dass das Flugzeug als das alleinige Verkehrsmittel zwischen zwei Städten wahrgenommen wird, wohingegen auf kürzeren Verbindungen die Bahn, der Bus und gar der PKW ernst zu nehmende Alternativen sind. Auch muss eine Strecke nicht als ein Markt betrachtet werden, da es für die Passagiere von Bedeutung ist, ob ein Flug mit oder ohne Zwischenlandung durchgeführt wird und wenn mit, dann mit wie vielen. Entsprechende Überlegungen gibt es auch für unterschiedliche Arten von Maschinen (Props, Jets oder gar Überschall), die auf diesen Märkten eingesetzt werden oder unterschiedliche Qualitätsniveaus der Carrier (Charter vs. Linie, Klassischer- vs. Günstig-Anbieter). Es kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass die individuellen Qualitäts- und Zeitpräferenzen über die sachliche Marktabgrenzung entscheidenden Einfluss haben. Die Marktabgrenzung kann aber gleichzeitig auch als Produktdifferenzierung betrachtet werden, welche die Unternehmen als Anbieter im Markt platzieren, um eine entsprechende Nachfrage zu bedienen und um sich von Konkurrenten abzugrenzen. Es stellt sich auch die Frage, ob die Strecke von Frankfurt (FRA) nach London-Heathrow (LHR), die im Sommer 2009 von Lufthansa und British Airways bedient wird, mit der von Frankfurt-Hahn (HHN) nach London-Stansted (STN), geflogen durch Ryanair, als ein und derselbe Markt verstanden werden kann. Sicherlich ist diese Frage nicht eindeutig zu beantworten. Wenn man betrachtet, dass die Strecke LHR nach FRA auch von Geschäftsreisenden genutzt wird, die eventuell schnell von einem Termin aus der Londoner City zum nächsten nach Frankfurt müssen und Business Class fliegen, so steht die Entscheidung die Verbindung mit Ryanair von STN nach HHN zu nutzen nicht zur Wahl. Wohingegen für den Touristen- bzw. für den VFR-Passagier, der entsprechend Economy Class bucht, die Verbindung vom Hahn nach London eine Alternative darstellt. Die räumliche Marktabgrenzung muss somit nicht zwangsläufig über ein Airportpaar erfolgen, sondern kann auch ein Städtepaar sein oder auch ein Regionenpaar. 'Ein Carrier, der auf einem bestimmten Flughafen eine Quasi-Monopolstellung erworben hat, ist demnach nicht notwendigerweise ohne Konkurrenz, wenn von in der Nähe gelegenen Airports ähnliche Verbindungen angeboten werden.' Ein weiteres Abgrenzungskriterium ist die Zeit, bei der insbesondere bei Kurzstreckenflügen verschiedene Perioden eines Tages unterschiedliche Märkte darstellen, da Geschäftsreisende für gewöhnlich Flüge am Morgen und frühen Abend bevorzugen, um einen Termin innerhalb eines Tages wahrnehmen zu können. Bei Langstreckenflügen kann hingegen ein bestimmter Tag einen Markt darstellen. Die Marktabgrenzung unter räumlichen und

zeitlichen Gesichtspunkten kann aber gleichzeitig auch als Produktdifferenzierung betrachtet werden, welche die Unternehmen als Anbieter im Markt platzieren, um eine entsprechende Nachfrage zu bedienen und um sich von Konkurrenten abzugrenzen. Ein Flug mit Ryanair von Hahn um die Mittagszeit stellt ein anderes Produkt, als ein Flug mit British Airways von Frankfurt am Morgen oder frühen Abend dar. Entsprechend kann eine Fluggesellschaft ihr Produkt zu solch einer Zeit anbieten in dem noch keine andere einen Flug durchführt. Eine zusätzliche qualitative Produktdifferenzierung erfolgt zudem durch vor oder während eines Fluges durchgeführten Prozesse oder auch in der Ausstattung der Kabine.