

# Für Billigflieger wird die Luft dünner

Experten erwarten Verdrängungswettbewerb bei Discount-Airlines / Preisaktionen in den nächsten Wochen

Der Konkurrenzkampf in der **Luftfahrtbranche** **verschärft** sich. Hinzu kommen hohe Kerosinpreise. **Fachleute** sind sich einig, dass viele Billigflieger in den nächsten Jahren auf der Strecke bleiben.

FRANKFURT A.M. · 23. JUNI. Wer ist der beste **Billigflieger** in Großbritannien? Ryanair? Easyjet? Weit gefehlt. Die gute, alte **British Airways** (BA) ist auf dem ersten Platz gelandet. Für Lucio Pompeo, **Luftfahrtexperte** bei der Unternehmensberatung **McKinsey**, ist das Ergebnis einer Befragung der britischen Zeitung **The Guardian** typisch für die derzeitige Lage. Etablierte **Linienfluggesellschaften** hätten schnell von **Low-Cost-Carriern** gelernt und nicht nur Preise gesenkt, sondern von den Konkurrenten unter anderem auch das Buchen per Internet, die Nutzung elektronischer Tickets abgeguckt – mit dem Effekt, dass Kosten reduziert wurden.

Aus Sicht von Pompeo gibt es **keinen** Zweifel: „Die Konvergenz wächst.“ **Discount-, Charter- und Linienfluggesellschaften** werden sich **ähnlicher**. So würden künftig **Lufthansa, BA und Co.** zunehmend auch typische **Billigfliegerklientel** erreichen, etwa Leute, die an einem verlängerten Wochenende von **Frankfurt** nach London fliegen, um Freunde zu besuchen.

### MARKTFÜHRER RYANAIR

Etwa 50 **Billigfluggesellschaften** sind derzeit in Europa aktiv. Sie hatten Ende vorigen Jahres einen Marktanteil von 16 Prozent. Experten schätzen, dass er in den nächsten Jahren auf etwa ein Viertel steigen wird. Derzeit bieten die europäischen **Low-Cost-Carrier** pro Woche drei Millionen Plätze in ihren Maschinen an. Etwa 27 Prozent stammen vom Marktführer, der irischen **Ryanair**. Knapp dahinter kommt **Easyjet** aus Großbritannien mit einem Anteil von 23 Prozent. Mit deutlichem Abstand folgt **Air Berlin** (sechs Prozent) auf dem dritten Platz. Etwa jeweils vier Prozent der Platzkapazität wird von der **Lufthansa-Beteiligung Germanwings** und von der **DBA** bereit gestellt. fw

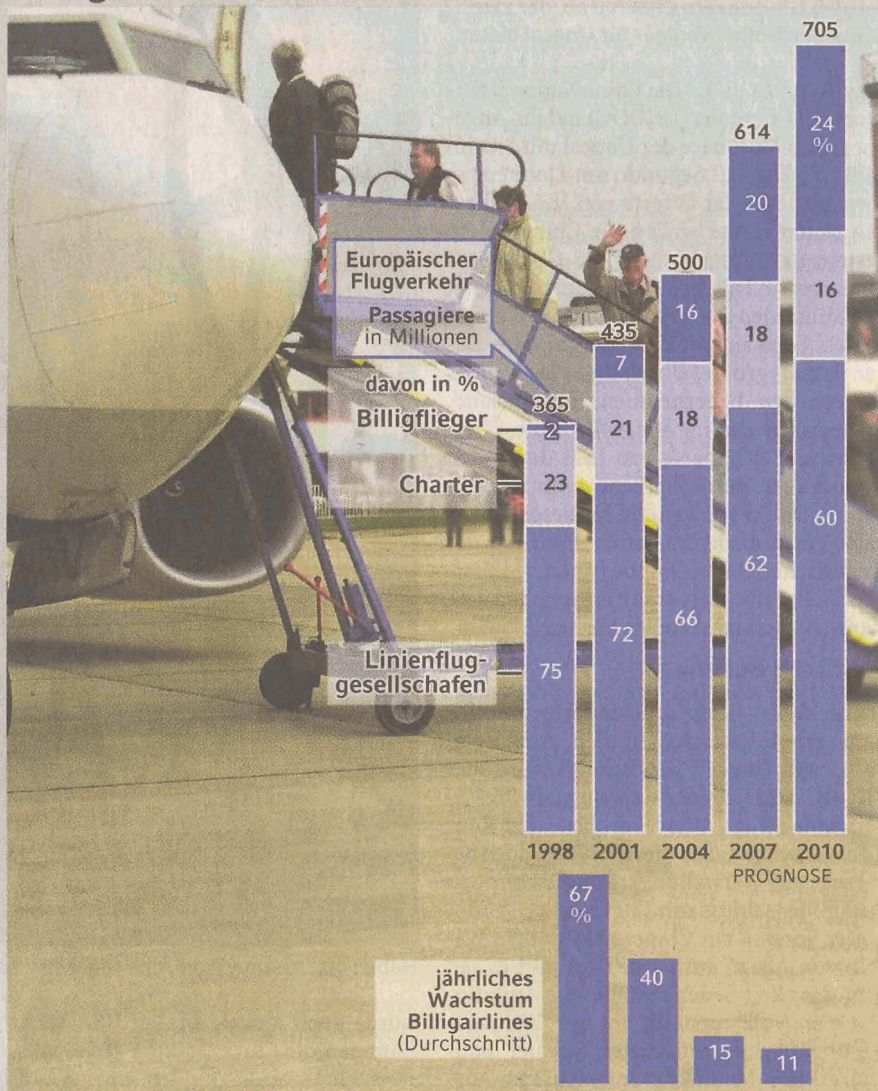
Hinzu komme, dass es in Europa nach wie vor ein großes Angebot gebe – Pompeo spricht von „**Überkapazitäten**“. Er sieht deshalb die „**Boombranche** vor dem Wendepunkt“. Ein harter **Verdrängungswettbewerb** sei zu erwarten. **Gewinnmargen** würden sinken, der Zuwachs bei den **Passagierzahlen** fliegender Billigheimer wie **Ryanair oder Easyjet** werde sich verlangsamen. Deren Marktanteile näherten sich in **einigen** Ländern der **Sättigungsgrenze**. „Viele werden scheitern.“ **Im paneuropäischen** Verkehr würden 2010 nur zwei bis drei **Gesellschaften** „nachhaltig profitabel sein“.

Auch die **Luftfahrtexperten** von Deutsche Bank Research sehen **Überkapazitäten** und bezweifeln, ob es „wirklich vielen Unternehmen gelingt, ihre **Erfolgsgeschichte** fortzuschreiben“, **Martin Gaebges**, Generalsekretär des Verbandes der **Fluggesellschaften** in Deutschland (Barig), halte eine „Konsolidierung“ auf dem europäischen **Markt für unabweichlich**. „Wer wachsen will, muss anderen **etwas** wegnehmen“. Es **werde Pleiten** geben, aber auch **Übernahmen und Fusionen**. Denn man müsse auch bedenken, dass in nächster Zeit mit hohen **Kerosinpreisen** zu rechnen sei, das mache viele **Anbieter** zusätzlich zu schaffen\*.

Was diese **Entwicklung** für die **Ticketpreise** bedeutet, lässt sich nach **Ansicht des McKinsey-Experten** nur **schwer** vorher-sagen. Viel hänge davon ab, ob **Treibstoffkosten** an Kunden weitergegeben werden. **Gaebges** erwartet für die nächsten Monate keine Sonderangebote auf breiter Front. Die Kunden könnten sich aber auf „**punktu-elle Preisaktionen**“ einstellen. Damit sind verbilligte Tickets für einen **begrenzten** Zeitraum, beispielsweise für vier **oder** sechs Wochen gemeint und günstige Offerten für bestimmte Verbindungen.

**McKinsey** stellt indes in eine **Studie** drei **Überlebensstrategien für Billigflieger** vor. Erstens **Kostenführerschaft** durch „**kompromissloses**“ Drücken der **Aufwendungen** à la **Ryanair**. Zweitens **Differenzierung**, etwa wie bei **Air Berlin**, die mit ihren **Shuttle-Flügen** nach **Mallorca** eine **Nische** gefunden hat. Drittens **Diversifizierung**: **Das** zielt auf neue Geschäftsfelder – etwa **Kooperationen** mit **Autovermietern**. Pompeo kann sich aber auch vorstellen, dass **Billigflieger** eines Tages **Fracht** transportieren.

## Langsameres Wachstum



Quelle: McKinsey

FR-InfoGrafik

Und was wird, wenn der Staat dazwischen funkt, etwa mit einer Steuer auf das ohnehin schon teure **Flugbenzin**? Einen Umbruch am Markt bringe solche eine Abgabe aber nicht, betont Pompeo. Es sei mit vielleicht fünf Prozent mehr Kunden für die Schiene zu rechnen. Bahnen könnten nur eingeschränkt **Fliegern Konkurrenz** machen. So sei bei **Trips** jenseits **400-Kilometer-Grenze** das **Flugzeug** schon allein wegen der **Reisedauer** attraktiver als der **Zug**.

Eine **Kerosinsteuer** ist für **John Kohlsaas**, Geschäftsführer von **Easyjet** Deutschland, ein rotes Tuch: „**Das** lehnen wir ab.“ Allerdings befürwortet er einen **Emissionshandel**, um **Umweltbelastungen** zu verringern. Das würde so laufen, dass **Fluggesellschaften**, die viel **Dreck** in die Luft blasen, sich **Emissionszertifikate** von **Airlines** kaufen müssen, die wegen ihrer modernen **Flieger** wenig **Sprit** verbrauchen – **Easyjet** gehört zu letzterer Gruppe.