

May 31, 2011

Mit „Happy Snacks“ gegen hohe Kerosinpreise

Translated: Happy Snacks fight high fuel prices

Gebühren für Buchung, Gepäck oder Snacks machen inzwischen bis zu einem Drittel der Einnahmen der Fluglinien aus, wie eine Studie zeigt. Doch nicht nur Billigflieger sind bei den Extras kreativ.

By Nils Rudel

This article is based upon a report issued by IdeaWorks.

Düsseldorf. Ein "Happy Snack Plus" für 6,50 Euro für Hungerige an Bord eines Germanwings-Airbus. 40 Euro für den, der mit zu viel Handgepäck eine Ryanair-Maschine betritt. Und 10 Euro zahlt bereits der, der bei Easyjet einen Flug bucht. Zusatzgebühren können einen Billigflug ganz schön teuer machen.

Den Airlines bringen solche Extras eine Menge. Allein 47 der größten Luggesellschaften der Welt, die zusammen für die Hälfte des gesamten Branchenumsatzes stehen, haben im vergangenen Jahr 11,5 Milliarden Dollar durch Zusatzgeschäfte verdient - 38 Prozent mehr als im Vorjahr.

Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie des Airline-Technologiedienstleisters Amadeus mit Sitz in Madrid und des US-Beratungsunternehmens IdeaWorks, über die das "Wall Street Journal" berichtet.

"Zusatzeinnahmen sind ein Wachstumsmarkt, und sie werden es bleiben", sagte Ian Wheeler von Amadeus. Den Airlines bleibe auch kaum etwas anderes übrig: Sie müssten die steigenden Kosten wegen des gestiegenen Ölpreises und neuer Steuern kompensieren. Happy Snacks gegen hohe Kerosinpreise

Fast ein Drittel des Umsatzes (29,2 Prozent) verdiente laut Studie allein die US-Billigfluggesellschaft Allegiant im vergangenen Jahr an dem Geschäft mit den Extras - so viel wie keine andere Fluglinie. Konkurrent Spirit Airlines kam mit 22,6 Prozent auf Rang zwei. Der irische Billigfluglinie Ryanair, die das Konzept des "No-Frills-Carrier" ("Keine Extras") in Europa am konsequentesten umsetzt, erreichte mit 22,1 Prozent Platz drei.

Die klassischen Airlines kommen auf den Geschmack

Die Billigflieger haben von Anfang an auf das Zusatzgeschäft gesetzt, sie sind wichtiger Bestandteil ihres Geschäftsmodells. Rund 20 Prozent ihres Umsatzes verdienen die Billigheimer folglich mit Snacks, Gepäckgebühren oder Früh-Boarding. Bei den klassischen Fluglinien ist der Anteil noch verschwindend gering - aber er nimmt zu. Wer etwa mit der spanischen Iberia fliegt, kann mittlerweile über den Gratis-Keks hinaus noch gegen Geld teure Menüs bestellen. Die Studie sieht auch die herkömmlichen Airlines unter Druck: "Wenn es ein Barometer dafür gibt, dann ist des der Kerosinpreis", sagte Ideaworks-Chef Jay Sorensen dem "Wall Street Journal".

Der weltweite Branchenverband IATA hat bereits vor "gravierenden Folgen" des hohen Ölpreises gewarnt. "Das Marktwachstum wird sich damit weiter abschwächen, da ein Teil der Kunden auf andere Verkehrsmittel wechseln und bei diesen bleiben wird", sagte Ralf Baron, Partner und Luftfahrtexperte bei der Unternehmensberatung Arthur D. Little kürzlich Handelsblatt Online.

Für die Billigflieger ist es ein Dilemma: Sie müssen die steigenden Kosten irgendwie wieder hereinholen, gleichzeitig müssen sie ihre Preise attraktiv halten, um die klassische Konkurrenz auszustechen. "Wenn jemand 2000 Euro für ein Ticket bezahlt, macht ihm ein Zuschlag von 100 Euro vermutlich wenig aus", so Per-Ola Hellgren, Luftfahrt-Analyst bei der LBBW. Koste das Ticket aber statt 50 plötzlich 150 Euro, sei das eine ganz andere Hausnummer.

Ewig ausreizen lässt sich die Politik der Zusatzbeiträge nicht - man muss günstiger bleiben als die anderen. Pellgrens Fazit: "Die Billigflieger stecken in der Klemme". Die einzige Hoffnung sei es, dass der Ölpreis wieder dauerhaft unter 100 Euro bleibt. "Dann kommt auch die Nachfrage zurück".