

January 29, 2017

Billig-Airlines machen mit Zusatzgebühren Kasse

This article is based upon a report issued by IdeaWorksCompany.

Flugtickets werden zunehmend allein über den Preis verkauft. Die Airlines haben ihre Dienstleistung zerlegt und nahezu alle Extras gestrichen. Nun halten sie für jede Annehmlichkeit die Hand auf.

Nahezu jeder Passagier hat es schon einmal erlebt: Am Ende des Buchungsprozesses ist die Flugreise doch deutlich teurer geworden als zunächst angenommen, nur weil man beispielsweise einen Koffer aufgeben, etwas trinken und neben seinem Partner sitzen wollte. Die Billigflieger haben es vorgemacht, längst haben die etablierten Airlines nachgezogen, wenn es darum geht, dem Fluggast neben dem nackten Ticketpreis zusätzliche kostenpflichtige Dienstleistungen zu verkaufen. Freigepäck und freie Platzwahl gehören auf den allermeisten Flügen längst der Vergangenheit an.

Die Gegenwart heißt Zusatzeinnahmen, die für die Airlines immer wichtiger werden. Ihre Passagiere wollen sie dazu bringen, die Services möglichst vor Flugantritt online zu bestellen. Die Beratungsgesellschaft Idea Works rechnet seit Jahren im Auftrag des Mobilitätsdienstleisters Car Trawler akribisch nach, wie viel Geld die Passagiere auf ihren Flugreisen tatsächlich ausgeben und welche Airlines davon besonders profitieren.



Air Berlin (3,8 Prozent)

Bild 1 von 12

Bei Air Berlin kosten unter anderem das Gepäck und mehr Beinfreiheit extra. Auch On-Board-Verkäufe und das Vielflieger-Programm brachten der Fluggesellschaft im Jahr 2015 Extraeinnahmen in Höhe von gut 156 Millionen Euro – das sind 3,8 Prozent der Gesamteinnahmen. Gutes Geld, doch im Vergleich zur internationalen Konkurrenz nur Peanuts.

Quelle: The Car Trawler Yearbook of Ancillary Revenue
(Foto: dpa)

Die Geschäftsberichte von 135 Fluggesellschaften für das Jahr 2015 wurden ausgewertet, rund die Hälfte (67) nannte detaillierte Zahlen zu den Extra-Einnahmen. Sie erlösten 40,5 Milliarden US-Dollar zusätzlich, rund 8,7 Prozent ihres Gesamtumsatzes.

Mit fast 52 Dollar pro Passagier war der US-Billigflieger Spirit im Jahr 2015 Weltmeister der Zusatzeinnahmen. Fast die Hälfte seines Umsatzes (43 Prozent) macht der Billigheimer aus Florida mit den zusätzlichen Gebühren. Im radikalen Spirit-Konzept



Lufthansa (5,5 Prozent)

Bild 2 von 12

Auch der Lufthansa-Konzern rangiert bei den Zusatzeinnahmen nur unter ferner liefen – zumindest im Verhältnis zu den Gesamteinnahmen (5,5 Prozent). Lufthansa, Swiss, Austrian und Germanwings generierten im Jahr 2015 in diesem Bereich 1,3 Milliarden Euro. Doch in Zukunft will der Konzern immer mehr auf diese Zusatzeinnahmen setzen. So stellte die Lufthansa 2015 ihr Preismodell um. Einige Tickets wurden günstiger, dafür aber bislang kostenlose Zusatzleistungen kostenpflichtig. Damit verbesserte sich die Lufthansa im Bereich Zusatzeinnahmen im Vergleich zum Vorjahr um einen Prozentpunkt. 2016 sollen dann 6,5 Prozent der Gesamteinnahmen auf anderem Wege als über die Ticketpreise erwirtschaftet werden.
(Foto: Reuters)

„Bare Fare“ (Nackter Preis) gibt es den Transport von A nach B und einen zugeteilten Sitz. Bereits das Handgepäck kostet extra, ohne dass dies die Passagiere besonders zu stören scheint. Spirit hat seine Passagierzahlen von 5,5 Millionen im Jahr 2008 auf 18 Millionen im Jahr 2015 gesteigert.

Schon auf Platz 2 des Pro-Kopf-Rankings findet sich mit Jet2.com die erste europäische Airline, die mit 29,4 Prozent deutlich mehr als ein Viertel ihres Umsatzes mit den Zusatzgebühren macht.

50,84 Dollar gaben die knapp 6 Millionen Kunden des britischen Ferienfliegers im Schnitt zusätzlich aus. In dem Report finden sich weitere imposante Zahlen: So hat der US-Billigflieger Allegiant mehr als 450.000 Hotelzimmer und mehr als 1,2 Millionen Mietwagenverträge vermittelt. Qatar Airways hat nach eigenen Angaben mehr als eine halbe Milliarde Dollar mit dem Verkauf zollfreier Waren Erlöst.