

Zusammenfassung

Dem Fachbereich VI (Geographie/Geowissenschaften) der Universität Trier zur Erlangung des akademischen Grades Doktor der Philosophie (Dr. phil) eingereichte Dissertation:

„Das Phänomen der Low Cost Carrier und deren Beeinflussung raum-zeitlicher Systeme im Tourismus“ von Achim Schröder

Raum-zeitliche Systeme im Tourismus unterliegen seit jeher einem Wandel. Neue Technologien und infrastrukturelle Verbesserungen im Transportwesen ließen die Reisegeschwindigkeiten steigen und die touristischen Möglichkeitsräume dehnten sich aus. Parallel dazu führte die Verbilligung der Raumüberwindung zur zunehmenden Partizipation breiterer gesellschaftlicher Schichten am Tourismus. An der Fortführung dieser Entwicklung war in den letzten Dekaden der Luftverkehr maßgeblich beteiligt. Am grundsätzlichen Zusammenhang „Je größer die Distanz und je schneller das Transportmittel, desto höher die Transportkosten“ änderte sich jedoch nichts. Den Zeitgewinn durch die Reise mit einem schnelleren Verkehrsmittel wie dem Flugzeug musste der Reisende über den, verglichen mit anderen Verkehrsmitteln, höheren Preis erkaufen. Doch mit dem Markteintritt der sogenannten Billigflieger schwächte sich dieser Zusammenhang ab, wenn er nicht sogar aufgehoben wurde. ‚Distanz‘, ‚Zeit‘ und ‚Kosten‘ verlieren bei Flugpreisen von wenigen Euro ihre Bedeutung als Determinanten des Raumwiderstands – und werden zu Impulsgebern von Reisen. Das Ferne wird zur Nähe, das Nahe rückt in die Ferne – und erschüttert die Grundfesten der geographischen Disziplin.

In den letzten 150 Jahren waren die Determinanten Raum, Zeit, Gesellschaft und Wirtschaft für die wesentlichen Veränderungen im Tourismus verantwortlich und bildeten auch die Rahmenbedingungen des Phänomens der Low Cost Carrier und deren Beeinflussung raum-zeitlicher Systeme im Tourismus. Erst die Beseitigung politisch-rechtlicher Markteintrittsbarrieren ermöglichte die Adaption des in den USA bereits erfolgreich angewandten Low Cost Geschäftsmodell im europäischen Luftverkehr. Die Anfang der 1990er-Jahre vor dem wirtschaftlichen Aus stehende irische Fluggesellschaft Ryanair erkannte die sich aus der Liberalisierung des Luftverkehrs ergebenden Chancen früh und setzte das Low Cost Geschäftsmodell idealtypisch um. Die Konzentration auf die Kernleistung ‚Fliegen‘ und der Verzicht auf kostenlose Zusatzleistungen verhalfen Ryanair zu einer wesentlich niedrigeren Kostenbasis als bei anderen Airlines. Dieser Kostenvorteil versetzt Ryanair in der Lage, Ticketpreise von wenigen Euro anzubieten und verhalf ihr zur Preis- und Marktführerschaft im europäischen Billigflugsegment.

Die zuvor unvorstellbar preisgünstigen Angebote der Billigflieger trafen auf günstige Rahmenbedingungen in einer reiseerfahrenen Gesellschaft, in der Geiz als geil proklamiert wurde. Schnell beeinflussten die Angebote der Low Cost Carrier das Reiseverhalten ihrer Nutzer. Die Menschen reisten häufiger und nutzten öfter das Flugzeug um „einfach mal so“ zu verreisen. Fliegen entwickelte sich zu einer Freizeitbeschäftigung. Tagesausflüge und Kurztrips wurden ins europäische Ausland übertragen. Billigflieger ermöglichen breiten Bevölkerungsschichten ein Reiseverhalten bzw. Ausflugsverhalten, das vor wenigen Jahren allenfalls höchsten gesellschaftlichen Schichten vorbehalten war. Die Passagiere der Billigflieger sind der Jetset der Postmoderne.

Im theoriegeleiteten Teil der Arbeit werden zunächst die Rahmenbedingungen des Phänomens der Low Cost Carrier umfassend vorgestellt. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf der historischen Entwicklung raum-zeitlicher Systeme im Tourismus. Darauf aufbauend und zur empirischen Analyse des Phänomens wurde am Flughafen Frankfurt-Hahn, der als Musterbeispiel eines Low Cost Flughafens gilt und mit der Entwicklung Ryanairs in Deutschland eng verbunden ist, eine Befragung von rund 800 Passagieren durchgeführt, die zuvor aus den vier ausgewählten Zielgebieten Barcelona (Girona), London (Stansted), Mailand (Bergamo) sowie Stockholm (Skavsta) nach Deutschland zurückgekehrt waren.

In ihren Antworten bestätigen die Ryanair-Passagiere die stimulierende Wirkung des Preises auf ihr Reiseverhalten. Über die Hälfte der Reisen wäre ohne das Angebot eines Billigflieger in die ausgewählten Destinationen nicht durchgeführt worden! Fast jeder zehnte Passagier kam aufgrund des preisgünstigen Angebots überhaupt erst auf die Idee, dorthin zu reisen. Doch auch wenn die Raum-Distanz aufgrund kaum mehr anfallender Transportkosten an Bedeutung verliert, so spielt die Raum-Ausstattung des Zielgebiets bei der Reiseentscheidung nach wie vor eine wichtige Rolle. Eine (wie auch immer geartete) Attraktivität des Zielgebietes ist unabdingbar. Allerdings entscheiden der Preis sowie zeitliche Constraints, ob die Reise auch tatsächlich durchgeführt wird. Die preisgünstigen Angebote von Ryanair setzen demnach die bislang bekannten Verhaltensmuster der Reiseentscheidung nicht völlig außer Kraft. Zudem zeigt die sozio-demographische Passagierstruktur, dass – ähnlich wie in der bisherigen Tourismusedwicklung – auch die günstigen Angebote der Billigflieger keine grundlegend neue sozialen Schichten für den Tourismus erschließen. Gering gebildete, einkommensschwache Schichten reisen nicht ‚Low Cost‘ sondern nach wie vor gar nicht.

Da Ryanair aus Kostengründen bevorzugt periphere Flughäfen anfliegt, spotten Konkurrenzairlines mit Ryanair flöge man von nirgendwo nach nirgendwo. Aus geographischer Perspektive lässt sich hieraus die spannende Frage ableiten, wie sich die Touristen ausgehend vom ‚Nirgendwo‘ im umgebenden Raum verteilen. Auf Basis des aktionsräumlichen Verhaltens der Passagiere zeigt sich, dass die besuchten Orte in Spanien und Italien deutliche Kern-Aktionsräume ausbilden, mit einem Radius von rund 100 km um den jeweiligen Flughafen, sich aber nicht allein auf die beworbenen Metropolen beschränken. In Großbritannien und Schweden sind die beiden Hauptstädte die dominierenden Ziele. Ansonsten verteilen sich die Ankünfte weitläufig über das jeweilige Land ohne konzentrierte Kern-Aktionsräume auszubilden. Während ihres Aufenthalts in den Destinationen agieren die Passagiere des Billigfliegers keinesfalls so sparsam wie ihnen mitunter unterstellt wird. Hybrides Kaufverhalten, d. h. beim Flug sparen und sich vor Ort etwas leisten, ist verbreitet. Den höchsten Jahresbruttoumsatz generiert der Ryanair-Tourismus aus Frankfurt-Hahn in den Aktionsräumen der Destination London (Stansted). In Mailand (Bergamo) fällt er am geringsten aus. Dies liegt unter anderem daran, dass die typischen Merkmale des Billigflugtourismus – geringe Aufenthaltsdauer mit dem hohen Anteil Tagesreisender – in der italienischen Metropole besonders ausgeprägt sind.

Billigflieger sind in den letzten Jahren zu einem festen Bestandteil des Reiseverkehrs geworden. Mittlerweile ist der Markt in eine Konsolidierungsphase eingetreten. Die Rahmenbedingungen in Zeiten der weltweiten Wirtschaftskrise und knapp werdender Mineralölvorkommen sowie der globalen Erwärmung sind zweifelsohne schwierig. Doch Spekulationen über das Ende der Billigflieger sind fast so alt wie das Phänomen selbst. Für die Airlines wird es (auch) zukünftig darauf ankommen, Kosten zu optimieren und Chancen rechtzeitig zu erkennen, um weiterhin niedrige Preise anbieten zu können. Ryanair werden hier beste Chancen ausgerechnet. Weltweit praktiziert kein Unternehmen das Low Cost Modell in der spartanischsten Variante konsequenter als die irische Airline. So dürfte Fliegen auch auf absehbare Zeit weniger kosten als vor der Low Cost Revolution – als Fliegen noch etwas Besonderes war.