



## Ist Lowcost auf der Langstrecke ein Rohrkrepierer, Herr Pontius?

**E**ine Studie Ihres Unternehmens sieht die Chancen für Lowcost-Angebote auf der Langstrecke in Europa eher skeptisch. Ist das Eurowings-Konzept von Lufthansa zum Scheitern verurteilt?

**Pontius:** Nein, das behauptet unsere Studie auch keineswegs. Das Wings-Konzept von Lufthansa hat durchaus Potential und bietet dem Konzern eine wichtige Plattform, um Dinge auszuprobieren. Die Kernaussage unserer Studie ist vielmehr, dass es schwierig sein wird, in Europa das klassische Lowcost-Konzept auf der Langstrecke erfolgreich umzusetzen.

**Warum sollte das, was auf der Kurz- und Mittelstrecke in Europa als Erfolgsmodell gilt, nicht auch auf der Fernstrecke funktionieren?**

Es gibt eine Reihe von Faktoren, die dagegen sprechen. Ein reines Lowcost-Konzept verzichtet zum Beispiel auf Zubringerflüge. Es gibt aber nur wenige Langstreckenverbindungen, die über ein Einzugsgebiet verfügen, das alleine ausreicht, um die Flieger zu füllen. Auf anderen Routen sind die Airlines auf Zubringer für die Langstrecke angewiesen. Das erhöht die Komplexität und verringert den möglichen Kostenvorteil gegenüber den klassischen Carriern.

**In Asien machen Fluggesellschaften wie Air Asia doch vor, dass es funktionieren kann.**

Asien unterscheidet sich sowohl in der Kostenstruktur als

DAS INTERVIEW FÜHRTE CHRISTIAN SCHMICKE.

## »Asiatische Fluggäste wechseln bei 15 Prozent Preisvorteil von Premium auf Lowcost, europäische erst bei 25 Prozent.«

auch hinsichtlich der Nachfrage deutlich von Europa. Die Kunden in Asien sind erheblich preissensibler. Eine Studie hat ermittelt, dass asiatische Fluggäste bereits bei einem Preisvorteil von 15 Prozent von einer Premium-Airline zu einem Lowcost-Anbieter wechseln. In Europa ist dies erst bei einem Preisvorteil von 25 Prozent der Fall. Diese Preisdifferenz muss sich auf der Kostenseite widerspiegeln. Und das ist unter den europäischen Rahmenbedingungen ein sehr ambitioniertes Ziel. Hinzu kommt, dass der asiatische Markt immer noch wächst, während sich das Wachstum hierzulande eher in Grenzen hält.

### Wenn ein echtes Lowcost-Konzept hierzulande nicht funktioniert – wo liegen die Alternativen?

Denkbar ist eine Mischung aus Lowcost-Elementen und Merkmalen klassischer Fluggesellschaften. Allerdings sind diese Kombinationen auf der Langstrecke nicht ganz neu. Norwegian aber auch Ferienflieger wie beispielsweise Condor arbeiten im Transatlantik-Verkehr bereits erfolgreich auf diese Weise. Insofern stellt sich die Frage, ob sich neue Anbieter wie Eurowings von den vorhandenen Angeboten hinreichend abgrenzen und Alleinstellungsmerkmale entwickeln können.

### An welchem Modell werden sich die Anbieter in Bezug auf die Kabinenkonfiguration orientieren?

Erfahrungen aus Asien zeigen, dass es sinnvoll ist, auf der Langstrecke mit einem Zwei-Klassen-Konzept zu arbeiten. Eine Klasse ist zu wenig, da damit das oft für eine Profitabilität erforderliche Margenpotenzial einer Premiumklasse entfällt. Die Frage ist allerdings, ob es sich um eine Business Class oder um ein Premium-Economy-Konzept handeln sollte. Eine dritte Klasse bringt dagegen keinen positiven Grenznutzen aufgrund der damit verbundenen Komplexität und Kosten.

### Ryanair hat angekündigt, erst ins Langstreckengeschäft einzusteigen, wenn dafür eine ausreichend große Zahl an Flugzeugen bereit steht. Ist diese Argumentation überzeugend?

Es könnte auch sein, dass Ryanair einfach noch kein überzeugendes Geschäftsmodell für ein Langstreckenprodukt gefunden hat. Aber das Argument der Flottengröße ist durchaus stichhaltig. Um auf der Langstrecke die notwendige Präsenz zu haben, muss das Flugangebot eine Mindestgröße erreichen, die Routen möglichst häufig bedient und in den Zielgebieten intensiv vermarktet werden. Nur so lässt sich die erforderliche Nachfrage erzeugen. Von Nischenmärkten einmal abgesehen, das lässt sich mit zwei oder drei Maschinen kaum bewerkstelligen.

## Zur Person

**Gerd Pontius** ist Vorstand der Prologis AG. Das Unternehmen berät Fluggesellschaften in kaufmännischen und technischen Fragen. Die Zentrale von Prologis ist in Hamburg, eine weitere Niederlassung betreiben die Airline-Berater in Abu Dhabi.

Prologis hat vor Kurzem eine Studie mit dem Titel »Low-cost, long haul – flight of fancy or business of the future?« herausgegeben, die sich mit den Erfolgchancen von Lowcost-Modellen auf der Langstrecke befasst. Autoren der Studie sind die Prologis-Berater Judith Kloeg und Hanna Schaal.

Zur Erstellung der Studie wurden unter anderem Expertengespräche mit rund 50 Brancheninsidern geführt und aktuelle Marktdaten und Entwicklungen ausgewertet.

 YOURCAREERGROUP



**RECRUITING  
DAYS**  
FRÜHJAHR 2015

## Wie wär's mit 'ner Karriere?

**Kostenfreier Eintritt.  
Keine Anmeldung erforderlich.**

**Details und Informationen unter:  
[www.recruitingdays.de](http://www.recruitingdays.de)**

### KARRIEREMESSEN IN IHRER STADT (10:00 - 15:30 UHR)

Mi., 21.01.2015	Stuttgart	CMT /Messe Stuttgart
Do., 29.01.2015	München	Sofitel Munich Bayerpost
Mo., 23.02.2015	Frankfurt	Radisson Blu Hotel, Frankfurt
Mo., 02.03.2015	Köln	Maritim Hotel Köln
Do., 19.03.2015	Hamburg	Grand Elysée Hotel Hamburg
Fr., 27.03.2015	Berlin	andel's Hotel Berlin

 HOTEL  
CAREER

 GASTRONOMIE  
CAREER

 TOURISTIK  
CAREER