

Thomas Fritz

Konzentration als Alternative zu strategischen Allianzen in einem liberalisierten Luftverkehrsmarkt

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2000 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832447250

Konzentration als Alternative zu strategischen Allianzen in einem liberalisierten Luftverkehrsmarkt

Thomas Fritz

Konzentration als Alternative zu strategischen Allianzen in einem liberalisierten Luftverkehrsmarkt

Diplomarbeit
an der Universität zu Köln
Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
August 2000 Abgabe



Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____
Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____
agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 4725

Fritz, Thomas: Konzentration als Alternative zu strategischen Allianzen in einem liberalisierten Luftverkehrsmarkt / Thomas Fritz - Hamburg: Diplomatica GmbH, 2001

Zugl.: Köln, Universität, Diplom, 2000

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomatica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2001

Printed in Germany



Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	i
Verzeichnis der Abbildungen	iv
Verzeichnis der Tabellen.....	iv
Verzeichnis der Abkürzungen	v
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	2
2. Theoretische Grundlagen	3
2.1 Die Begriffe der Strategischen Allianz und Konzentration.....	3
2.1.1. Kooperation und Konzentration als Unternehmenszusammenschlüsse	3
2.1.1.1 Motive für Zusammenschlüsse	5
2.1.1.2 Klassifikationskriterien für Kooperationen	7
2.1.2 Strategische Allianz	8
2.1.3 Konzentration	10
2.2 Theoretische Ansätze zu Zusammenschlüssen und ihr Erklärungsgehalt	11
2.2.1 Industrieökonomischer Ansatz.....	11
2.2.1.1 Theoretische Grundlagen	11
2.2.1.2 Erklärungsbeitrag für Allianz und Konzentration	15
2.2.2 Betrachtung kritischer Ressourcen	17
2.2.2.1 Theoretische Grundlagen	17
2.2.2.2 Erklärungsgehalt für Allianz und Konzentration	19
2.2.3 Transaktionskostenansatz	22
2.2.3.1 Theoretische Grundlagen	22
2.2.3.2 Erklärungsgehalt für Allianz und Konzentration	24
3. Die Luftverkehrsindustrie als Untersuchungsgegenstand	26
3.1 Charakterisierung der Luftverkehrsbranche	27
3.1.1 Industriestruktur im Luftverkehr	27

3.1.1.1 Verhandlungsmacht der Zulieferer.....	28
3.1.1.2 Verhandlungsmacht der Abnehmer	29
3.1.1.3 Gefahr durch Substitutionsprodukte	30
3.1.1.4 Gefahr durch neue Wettbewerber.....	31
3.1.1.5 Rivalität unter etablierten Anbietern.....	34
3.1.2. Erfolgsfaktoren für Luftverkehrsgesellschaften	35
3.1.2.1 Erfolgsfaktor Flugnetz.....	35
3.1.2.2 Erfolgsfaktor Image und Qualität der Leistung.....	37
3.1.2.3 Erfolgsfaktor Yield-Management.....	37
3.1.2.4 Erfolgsfaktor Kostenmanagement.....	39
3.1.3 Entwicklung der Regulierung im Luftverkehr	40
3.2 Unternehmenszusammenschlüsse im Luftverkehr	41
3.2.1 Die Bedeutung von Unternehmenszusammenschlüssen im Luftverkehr.....	41
3.2.2 Motive für Unternehmenszusammenschlüsse im Luftverkehr	43
3.2.2.1 Motive auf der Kostenseite	44
3.2.2.2 Motive auf der Erlösseite	45
3.2.3 Bereiche der Zusammenarbeit	47
3.2.3.1 Kooperation bei Netzwerk und Flugplan	48
3.2.3.2 Kooperationsfeld Marktauftritt.....	51
3.2.3.3 Kooperation bei Verkauf und Vertrieb.....	52
3.2.3.4 Kooperationen außerhalb des Kerngeschäfts.....	53
3.2.4 Kooperation versus Konzentration im Luftverkehr	54
4. Konzentration als Alternative zu strategischen Allianzen im Luftverkehr	55
4.1 Analyse vor dem Hintergrund des industrieökonomischen Ansatzes.....	55
4.1.1 Industrieökonomische Ansatzpunkte im Luftverkehr.....	55
4.1.1.1 Economies of density und scale	56
4.1.1.2 Ausbau der Marktposition am Heimathub und Produktdifferenzierung	57
4.1.1.3 Risikodiversifikation	58
4.1.1.4 Zusammenschluss mit Wettbewerbern.....	58
4.1.2 Zwischenergebnis.....	59
4.2 Analyse unter Berücksichtigung kritischer Ressourcen.....	60
4.2.1 Strategische Ressourcen im Luftverkehr	60
4.2.1.1 Strategische Ressourcen und Zusammenschlüsse	61
4.2.1.2 Airline-Allianzen – scale oder link alliances?	63

4.2.2 Resource-Dependence-Betrachtung	64
4.2.3 Zwischenergebnis.....	66
4.3 Analyse vor dem Hintergrund des Transaktionskostenansatzes.....	67
4.3.1 Die Bedeutung spezifischer Investitionen in Luftverkehrsallianzen	67
4.3.1.1 Ausrüstung und Marketing.....	68
4.3.1.2 Anpassung der Flugpläne	69
4.3.2 Opportunistisches Verhalten in strategischen Allianzen	71
4.3.2.1 Opportunismus und gemeinsame Leistungserstellung	71
4.3.2.1 Opportunismus und spezifische Investitionen.....	72
4.3.3 Opportunistisches Verhalten bei Konzentration.....	73
4.3.4 Vergleich der Transaktionskosten in Allianz und Konzentration	75
4.4 Zusammenfassung der Ergebnisse der theoretischen Analyse	76
5. Zusammenfassung und Ausblick	77
Anhang A: Globale Allianz-Netzwerke im Luftverkehr	79
Literaturverzeichnis	80

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 2-1: Modifiziertes Structure-Conduct-Performance Paradigma	12
Abbildung 2-2: Modell einer Wertschöpfungskette	14
Abbildung 3-1: Branchenstruktur des Luftverkehrs.....	28
Abbildung 3-2: Wertschöpfungskette einer Airline.....	44
Abbildung 3-3: Klassifizierung der Aktivitäten außerhalb des Kerngeschäfts.....	53

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 2-1: Strategische Vorteile und Kosten von strategischen Allianzen....	15
Tabelle 2-2: Transaktionskostenvorteile strategischer Allianzen.....	25
Tabelle 3-1: Zusammenfassung der Alliance Surveys 96-00.	42
Tabelle 4-1: Beeinflussung der Wettbewerbsposition durch Zusammenschlüsse	56
Tabelle 4-2: Opportunismus in verschiedenen Phasen der Konzentration	74