

Michael Oechsle

**Erweiterung von Geschäftsfeldern  
im Non-Aviation-Bereich  
an europäischen Flughäfen  
unter besonderer Berücksichtigung  
des Standorts München**



Herbert Utz Verlag · VVF · München

## **Wirtschaft und Raum**

Eine Reihe der Münchener Universitätsschriften

herausgegeben von

Prof. Dr. Hans-Dieter Haas  
Universität München

Band 13

Zugl.: Diss., München, Univ., 2005

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

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.  
Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die  
der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme von  
Abbildungen, der Wiedergabe auf photomechanischem  
oder ähnlichem Wege und der Speicherung in  
Datenverarbeitungsanlagen bleiben – auch bei nur  
auszugsweiser Verwendung – vorbehalten.

Copyright © Herbert Utz Verlag GmbH · 2005

ISBN 3-8316-0544-0

Printed in Germany

Herbert Utz Verlag GmbH, München  
089-277791-00 · [www.utzverlag.de](http://www.utzverlag.de)

## GELEITWORT

---

Der Deregulierungsprozess des Luftverkehrs begann in Europa mit der von der EU in die Wege geleiteten Liberalisierung Ende der achtziger Jahre. Es bildeten sich strategische Allianzen und zahlreiche Billigfluggesellschaften wurden gegründet. Dies führte bei den Fluggesellschaften auf dem europäischen Markt zu einem verstärkten Konkurrenz- und Preisdruck. Die Transportunternehmen fordern daher von den Flughäfen niedrigere Entgelte, während der Wettbewerb durch den langsamen Rückzug der öffentlichen Hand bei den Flughafenbetriebsgesellschaften noch verschärft wird. Mit der Liberalisierung der Bodenverkehrsdienste 1998 und dem damit verbundenen Marktzugang von Drittanbietern gerät zudem ein ehemals traditionelles Geschäft der Flughäfen, das Ground Handling, unter Preis- und Wettbewerbsdruck, was die Umsätze der Flughafen-gesellschaften weiter mindert. So entwickelte sich von Anfang bis Ende der neunziger Jahre ein Paradigmenwechsel in den Strategien der Flughafenunter-nehmen: Neue Geschäftsfelder wurden konzipiert, um dem Deregulierungsdruck standhalten zu können. Die Betreiber der europäischen Flughäfen, ausgehend von der British Airport Authority (BAA), setzten nach und nach verstärkt auf das Non-Aviation-Geschäft.

An den Airports finden sich heute vermehrt Shoppingcenter zwischen interna-tionalen Marken und Lokalkolorit, Büroniederlassungen internationaler Unter-nehmen, Informationszentren, Messen, Konferenzen, Konzerte, Kunstausstellungen, Weihnachtsmärkte oder Volkfeste etc. Neben ihrer Bedeutung als Verkehrsknotenpunkt haben Flughäfen eine komplementäre Funktion als Markt-platz zum Einkaufen, als Standort für Veranstaltungen, Büro- und Logistik-Parks sowie als Ausflugsziel erlangt. Sie entwickeln sich häufig zu Konsum- und Er-lebniswelten sowie zu Airport Cities.

Die empirische Arbeit von Michael Oechsle konzentriert sich auf ausgewählte europäische Flughäfen mit der besonderen Berücksichtigung des Standorts Mün-chen sowie auf die Non-Aviation-Bereiche Retailing, Besuchereinrichtungen so-wie den Flughafen als Standort für Veranstaltungen und Gewerbeflächen.

Die sich abzeichnende Entwicklung der Flughäfen hin zu Konsum- und Erleb-niswelten bzw. zu kommerziell geprägten Airport Cities findet in Literatur und wissenschaftlicher Forschung bisher noch wenig Beachtung. Die Thematik erfor-dert sowohl eine wirtschaftsgeographische Betrachtungsweise, da der Flughafen ein klassisches Gebiet der Standortforschung darstellt, als auch eine transdis-zipliniäre Erweiterung über die rein wirtschaftsgeographische Sichtweise hinaus,

denn es sind vermehrt wirtschaftlich-technische als auch gesellschaftlich-institutionelle Strukturen für den Wandel der Verkehrsflughäfen verantwortlich.

München im November 2005

Der Herausgeber

---

## VORWORT

---

„Nach dem Einchecken irrte ich durch das Einkaufszentrum. Auch wenn die Flughafenhalle völlig überdacht war, hatten die Läden die Form von Hütten, mit Teakholzpfählern und palmgedeckten Dächern. Das Warenangebot war eine Mischung aus internationalem Standard (Schals von Hermès, Parfums von Yves Saint Laurent, Handtaschen von Vuiton) und einheimischen Produkten (Muscheln, Nippsachen, thailändische Seidenkrawatten); alle Artikel waren mit einem Bar-Code ausgezeichnet. Kurz gesagt, die Läden im Flughafen bildeten noch einen Raum nationalen Lebens, aber eines in eine Sicherheitszone verwandelten, abgeschwächten, dem Standard des Weltkonsums angepaßten nationalen Lebens. Für den Touristen, für den die Reise zu Ende ging, handelte es sich um einen Zwischen-Raum, der nicht so interessant und zugleich nicht so beängstigend war wie der Rest des Landes. Ich hatte die Vision, daß die ganze Welt tendentiell immer mehr einem Flughafen gleicht“ (HOULLEBECQ 2000: 125f.).

Michele Houllebecq beschreibt in seinem Roman „Plattform“ mit subtiler Beobachtungsgabe einen Branchenmix im Retailingbereich am Flughafen Phuket, zwischen internationalen Marken und Lokalkolorit. Da in Kapitel 6 ähnliche Phänomene an europäischen Flughäfen analysiert werden, erschien es mir angebracht, die Worte Houllebecqs der vorliegenden Arbeit voranzustellen. Sie entstand während meiner Beschäftigung als wissenschaftlicher Mitarbeiter bei Prof. Dr. Hans-Dieter Haas am Institut für Wirtschaftsgeographie der Ludwig-Maximilians-Universität München. Ihm möchte ich eingangs zuallererst meinen herzlichen Dank für die Betreuung der Arbeit, die Unterstützung und die mehrjährige Zusammenarbeit aussprechen. Herrn Prof. Dr. Hubert Job danke ich für die Übernahme des Korreferates.

Ich bedanke mich für die Unterstützung der gesamten Flughafen München GmbH, insbesondere bei Frau Dipl.-Geogr. Doris Anderl, Herrn Dipl.-Geogr. Martin Laubenthal und Frau Dipl.-Kulturwirt Alexandra Mesner.

Zudem sei allen befragten Experten für die Bereitstellung ihrer Zeit und der wichtigen Informationen, allen meinen Kollegen, insbesondere Herrn Dipl.-Kfm. Simon Neumair, Herrn Dipl.-Kfm. Dieter Schlesinger, Herrn Dr. Johannes Rehner und Herrn Dipl.-Geogr. Matthias Wallisch für die nützlichen Diskussionen gedankt.

Zudem möchte ich mich bei Frau Christine Lübke, Frau Yvonne Pickert und Frau Anne Eschlbeck für die Hilfe bei der Transkription der Experteninterviews, bei Herrn Wolf Traxinger für die Übernahme des Lektorats und bei Frau Karolin

Wladar sowie Herrn Heinz Sladkowski für ihren hervorragenden kartographischen und gestalterischen Beitrag bedanken.

Mein Dank gilt zudem meiner Familie sowie allen meinen Freunden, die mir in dieser Zeit seelischen Beistand geleistet haben und mir auf den Reisen zu den Expertengesprächen Unterkunft gewährten.

München im März 2005

Michael Oechsle

---

# INHALT

---

<b>GELEITWORT .....</b>	<b>III</b>
<b>VORWORT.....</b>	<b>V</b>
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>XIII</b>
<b>KARTENVERZEICHNIS .....</b>	<b>XV</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS.....</b>	<b>XVII</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>XIX</b>
<b>1 EINFÜHRUNG .....</b>	<b>1</b>
1.1 Anlass der Untersuchung.....	1
1.2 Problemstellung und Zielsetzung .....	3
1.3 Aufbau der Arbeit.....	5
<b>2 THEORETISCHE KONZEPTION ZUM FUNKTIONSWANDEL VON FLUGHÄFEN .....</b>	<b>6</b>
2.1 Grundlagen regulationstheoretischer Ansätze.....	7
2.2 Das regulationstheoretische Modell nach Bathelt.....	8
2.2.1 Akkumulationsregime (Wachstumsstruktur).....	8
2.2.2 Regulationsweise (Koordinationsmechanismus).....	9
2.2.3 Entwicklungszusammenhang .....	11
2.2.4 Fordismus .....	12
2.2.5 Postfordismus .....	15
2.3 Kritische Betrachtung der Regulationstheorie .....	18
2.4 Die Regulationstheorie in der Wirtschaftsgeographie .....	21
2.5 Regulationstheoretische Betrachtungsweise des Funktionswandels von Verkehrsflughäfen .....	22
2.6 Gesamtträumliche Wirkungen von Verkehrsflughäfen.....	25
2.6.1 Globaler Kontext im postfordistischen Entwicklungszusammenhang .....	26
2.6.2 Regionaler und lokaler Kontext im postfordistischen Entwicklungszusammenhang .....	28
2.7 Airport Cities und Aerotropoles .....	30
<b>3 ALLGEMEINE RAHMENBEDINGUNGEN DES LUFTVERKEHRS .....</b>	<b>36</b>
3.1 Die Begriffe Luftverkehr und Flughafen .....	36
3.2 Entwicklung des Luftverkehrs.....	40

3.3	Von der Regulierung zur Deregulierung und Liberalisierung .....	48
3.3.1	Regulation im internationalen Luftverkehr .....	48
3.3.2	Die USA als Wegbereiter der Deregulierung.....	51
3.3.3	Hub-and-Spoke-System.....	52
3.3.4	Strategische Allianzen.....	54
3.3.5	Übergang zur Liberalisierung in der EU .....	57
3.3.6	Low-Cost-Carrier .....	59
3.3.7	Deregulierung der Bodenverkehrsdienste .....	63
3.4	Privatisierung von Verkehrsflughäfen .....	65
	Exkurs: BOT-Modelle.....	68
3.5	Flughafen als Wirtschaftsfaktor .....	69
3.5.1	Flughäfen als Arbeitsstätten .....	70
3.5.2	Multiplikatoreffekte im Umland .....	73
3.5.3	Der Flughafen als Standortfaktor .....	74
3.5.4	Standortattraktivität und -wettbewerb von Verkehrsflughäfen .....	76
3.6	Marketing von Verkehrsflughäfen .....	78
3.6.1	Leistungserstellung.....	78
3.6.2	Beschaffung und Absatzförderung .....	79
3.6.3	Öffentlichkeitsarbeit .....	80
3.7	Zunehmende Bedeutung von Non-Aviation-Aktivitäten.....	81
3.8	Gebühren und Entgelte an Verkehrsflughäfen.....	86
3.8.1	Single-Till versus Dual-Till .....	88
3.8.2	Price-Cap- und Fee-Cap-Verträge.....	91
<b>4</b>	<b>KONSUM- UND ERLEBNISWELTEN .....</b>	<b>93</b>
4.1	Begriffsbestimmung .....	93
4.2	Sozioökonomische Veränderungen.....	96
4.2.1	Konsumentenverhalten .....	97
4.2.2	Wandel im Einzelhandel .....	101
4.2.3	Erlebnisgesellschaft als Ursache der zunehmenden Erlebnisorientierung .....	103
4.2.4	Erlebnismarketing .....	105
4.2.5	Die Eventisierung .....	107
4.3	Typen von Freizeit- und Erlebniswelten.....	108
4.4	Neue Orte des Konsums.....	112



4.5	Flughäfen als Konsum- und Erlebniswelten .....	113
4.5.1	Der Flughafen als Attraktionspunkt Verkehrsknoten: Faszination des Fliegens .....	114
4.5.2	Der Flughafen als Shoppingmall .....	121
4.5.3	Veranstaltungen als Attraktionspunkte am Flughafen .....	123
4.5.4	Überblick über die Konsum- und Erlebniswelt Flughafen.....	124
4.6	Kritik der Konsum- und Erlebniswelten – Die Nicht-Orte Diskussion .....	126
<b>5</b>	<b>METHODISCHES VORGEHEN .....</b>	<b>128</b>
5.1	Auswahl des Untersuchungsraumes .....	128
5.2	Expertengespräche.....	130
5.3	Quantitative Stichprobenerhebungen .....	134
5.3.1	Befragung im Besucherpark am Flughafen München.....	135
5.3.2	Befragung im MAC .....	135
5.4	Interpretation der Unternehmenszahlen .....	136
<b>6</b>	<b>AIRPORT-RETAILING .....</b>	<b>138</b>
6.1	Die Entwicklung.....	138
6.2	Die Kunden.....	140
6.2.1	Passagiere .....	140
6.2.2	Beschäftigte am Flughafen .....	144
6.2.3	Abholer und Bringer .....	145
6.2.4	Besucher .....	145
6.2.5	Umlandbewohner.....	145
6.3	Das Angebot .....	146
6.3.1	Markenwelten .....	146
6.3.2	Lokalkolorit .....	148
6.3.3	Das Travel-Value-Konzept.....	149
6.3.4	Der öffentliche Bereich .....	151
6.3.5	Der nicht öffentliche Bereich .....	151
6.3.6	Retailing im Ankunftsbereich.....	153
6.4	Geschäftsbeziehungen zwischen Flughafen und Retailern .....	154
6.4.1	Die Konzessionsvergabe.....	154
6.4.2	Management Vertrag, Joint Venture und Eigenbetrieb.....	155
6.5	Wettbewerbsmerkmale des Retailings am Standort Flughafen .....	156
6.5.1	Standortvor- und nachteile.....	157
6.5.2	Sicherheit .....	158

6.6	Terminalgestaltung.....	160
6.6.1	Passagierströme .....	161
6.6.2	Terminaltypen .....	162
6.6.3	Orientierung an Shoppingcentern.....	165
6.6.4	Das Ambiente .....	165
6.7	Die untersuchten Drehkreuze .....	167
6.7.1	Der Flughafen München und die FMG .....	167
6.7.2	Der Flughafen Frankfurt a. M. und die FRAPORT AG .....	176
6.7.3	Der Flughafen Zürich und die Unique AG.....	183
6.7.4	Der Flughafen Amsterdam und die Schiphol Group.....	190
6.7.5	Die BAA-Flughäfen in London.....	194
6.7.6	Die ADP-Flughäfen in Paris .....	200
6.7.7	Der Flughafen Wien und die Flughafen Wien AG .....	204
6.8	Retailing an Origin Destinations .....	207
6.8.1	Der Flughafen Düsseldorf und die FDG .....	207
6.8.2	Der Flughafen Hamburg und die FHG.....	210
6.8.3	Der Flughafen Köln/Bonn und die FKBG .....	213
6.8.4	Der Flughafen Stuttgart und die FSG.....	216
6.8.5	Der Flughafen Salzburg und die SFG .....	218
<b>7</b>	<b>BESUCHEREINRICHTUNGEN: ERLEBNISWELTEN</b>	
	<b>„FASZINATION DES FLIEGENS“ .....</b>	<b>222</b>
7.1	Die derzeitige Situation der Besuchereinrichtungen an Flughäfen.....	222
7.2	Der Besucherpark am Flughafen München .....	228
7.2.1	Die einzelnen Komponenten .....	229
7.2.2	Motivation und Häufigkeit des Besuches.....	236
7.2.3	Einzugsbereiche und Verkehrsmittelwahl.....	240
7.2.4	Affinität zum Fliegen und anderen Flughäfen .....	244
7.2.5	Kombination mit Besuch im Terminal.....	246
7.2.6	Gesamtbewertung der Besucher .....	247
7.2.7	Soziodemographische Merkmale der Besucher .....	248
7.2.8	Verbesserungsmöglichkeiten im Besucherpark .....	252
7.3	Besuchereinrichtungen anderer Drehkreuze .....	253
7.3.1	Die Besuchereinrichtungen am Frankfurter Flughafen.....	253
7.3.2	Die Besuchereinrichtungen am Flughafen Zürich .....	255
7.3.3	Die Besuchereinrichtungen am Flughafen Amsterdam .....	256
7.3.4	Die Besuchereinrichtungen an den drei Londoner BAA-Flughäfen .....	257

7.3.5	Besuchereinrichtungen an den Pariser Flughäfen .....	258
7.3.6	Der Besucherdienst am Flughafen Wien .....	258
7.4	Besuchereinrichtungen an OD-Flughäfen.....	259
7.4.1	Die Besucherterrassen am Flughafen Düsseldorf.....	259
7.4.2	Die Besucherattraktionen am Flughafen Hamburg .....	260
7.4.3	Die Besuchereinrichtungen am Flughafen Köln/Bonn.....	261
7.4.4	Die Besuchereinrichtungen am Flughafen Stuttgart.....	261
7.4.5	Die Besuchereinrichtungen am Flughafen Salzburg .....	262
<b>8</b>	<b>DER FLUGHAFEN ALS STANDORT FÜR VERANSTALTUNGEN UND GEWERBEFLÄCHEN .....</b>	<b>263</b>
8.1	Beruflich motivierte Veranstaltungen .....	263
8.1.1	Tagungen, Konferenzen und Kongresse.....	265
8.1.2	Messen .....	266
8.1.3	Eventflächenvermietung .....	268
8.2	Freizeitorientierte Veranstaltungen .....	268
8.2.1	Ausstellungen .....	269
8.2.2	Centermanagement-Events .....	269
8.2.3	Events für die Öffentlichkeitsarbeit.....	270
8.3	Das Munich Airport Center (MAC) als Veranstaltungsort .....	271
8.4	Die Events „Bayerisches Fest“ und „Western & Country Festival“ .....	273
8.4.1	Motivation und Häufigkeit des Eventbesuchs .....	273
8.4.2	Einzugsbereich und Verkehrsmittelwahl der Eventgäste .....	276
8.4.3	Interesse am Fliegen, dem Besucherpark und anderen Flughäfen .....	278
8.4.4	Events als Frequenzbringer für den Retailbereich.....	280
8.4.5	Bewertung der Events aus Sicht der Besucher .....	282
8.4.6	Soziodemographische Merkmale der Eventbesucher .....	283
8.5	Weitere Drehkreuze als Veranstaltungsorte .....	286
8.5.1	Der Flughafen Frankfurt a. M. als Veranstaltungsort.....	286
8.5.2	Der Flughafen Zürich als Veranstaltungsort .....	289
8.5.3	Die Airport City Amsterdam .....	291
8.5.4	Die BAA-Flughäfen in London als Veranstaltungsorte .....	296
8.5.5	Die ADP-Flughäfen in Paris als Standort für Veranstaltungen und Gewerbe.....	297
8.5.6	Der Office Park am Flughafen Wien.....	300

8.6	Die Origin Destinations als Veranstaltungsorte.....	301
8.6.1	Die Düsseldorf Airport City.....	301
8.6.2	Der Hamburger Flughafen als Veranstaltungsort.....	304
8.6.3	Der Flughafen Köln/Bonn als Veranstaltungsort.....	305
8.6.4	Der Flughafen Stuttgart als Messestandort .....	306
8.6.5	Der Salzburger Flughafen als Veranstaltungsort .....	308
<b>9</b>	<b>FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN.....</b>	<b>310</b>
	<b>LITERATUR.....</b>	<b>326</b>
	<b>ANHANG .....</b>	<b>365</b>

# 1 EINFÜHRUNG

---

An europäischen Flughäfen sind heute zahlreiche Baustellen und erst kürzlich eröffnete Neubauten zu beobachten. Diese Projekte dienen aber nicht nur der Passagierabfertigung. Vielmehr entwickeln sich Flughäfen heutzutage zu einer Art Mittelzentren, Konsum- und Erlebniswelten, Urban Entertainment Centern, Shoppingcentern, Reisemärkten, Dienstleistungszentren, Business Parks, Nicht-Orten und Brand Parks. Der Airport erfährt aus der Wirtschaft, der Presse, den Kommunen und den Umlandbewohnern immer mehr Assoziationen mit dem Non-Aviation-Bereich. Hierbei entstehen weitere indirekte Arbeitsplätze, die sich aus den Dienstleistungsunternehmen wie z. B. Gastronomiebetrieben, Freizeiteinrichtungen oder Einzelhandelsunternehmen ergeben.

---

## 1.1 Anlass der Untersuchung

---

Der Luftverkehr steht zur Zeit verstärkt im Interesse der geographischen Verkehrsforschung. Dabei befinden sich die Flughäfen als räumliches Strukturelement und als raumwirksamer Faktor im Mittelpunkt des geographischen Forschungsfeldes. Der Wettbewerb der Flughafenstandorte kann im Sinne der Städtesystemforschung auch als Ausdruck des Standortsystems der Städte interpretiert werden (vgl. FELDHOFF 2002: 28). Analog der Bereitstellung einer für den internationalen Standortwettbewerb bedeutenden leistungsfähigen Verkehrsinfrastruktur, haben die Betreiber von Flughäfen erkannt, dass sie nicht nur mit Landeentgelten Einnahmen erzielen können, sondern auch mit Museen, Geschäften, Restaurants, Kinos oder Golfplätzen (vgl. FLOTTAU 2001: 48).

Neben ihrer Bedeutung als Verkehrsknotenpunkt haben Flughäfen daher heute eine Funktion als Ausflugsziel und Marktplatz zum Einkaufen erlangt. Sie bieten Informationszentren, Volksfeste, Konzerte, Kunstausstellungen und Weihnachtsmärkte für die Umlandbewohner an, werktags finden Konferenzen und Tagungen auf dem Flughafengelände statt.

Dies ist ein relativ neuer Trend, dem bisher nur wenige wissenschaftliche Arbeiten ihre Aufmerksamkeit geschenkt haben. Der Flughafen wurde als touristische Destination in der Wissenschaft bislang vernachlässigt. Dies ist wohl unter anderem darauf zurückzuführen, dass es sich bei Verkehrsflughäfen in erster Linie um eine Form von Verkehrsinfrastruktur handelt, die – abgesehen von den vorhandenen Aussichtsterrassen – für Besucher in keinem Vergleich zu so ge-

nannten Themenparks wie Euro Disney in Paris oder Markenwelten wie die VW-Autostadt in Wolfsburg (vgl. z. B. ALTENHÖNER 2001a) steht.

Die Flughäfen werden zunehmend von den Betreibergesellschaften (vgl. z. B. FHG 2004b; 2004c; FMG 2004b; FSG 2004a; UNIQUE 2004c), der Tagespresse (vgl. GEHM 2004: V2/2) und der Fachpresse der Reisebranche (vgl. z. B. UNGEFUG 1999a; MAIER 2001) mit dem Begriff „Konsum- und Erlebniswelt“ in Verbindungen gebracht. Zahlreiche Flughäfen werben mit dem Begriff „Erlebniswelt Flughafen“ in ihren Informationsbroschüren und auf ihren Homepages im Internet. Auf der Homepage des Flughafens Zürich heißt es beispielsweise:

„Ihr Ausflug: Erlebniswelt Flughafen! Hier ist immer etwas los. Faszinierend ist es, das Geschehen am Flughafen zu beobachten“ (UNIQUE 2004c).

Dieses neue Phänomen ist bis auf wenige Ausnahmen aus Sicht der Wirtschaftswissenschaften und der Geographie (vgl. KIPKE 1993; HAAS/HEß 2000; DECHANT/KLEIN 2000; HARTWIG 2000; SULMAIER 2001; 2003; ACHEN/KLEIN 2002) wissenschaftlich noch wenig fokussiert worden.

So findet sich die Begrifflichkeit „Konsum- und Erlebniswelt“ ohne einen Bezug zum Flughafen wissenschaftlich überwiegend in der Geographie der Freizeit und des Tourismus (vgl. z. B. STEINECKE 1999; 2000; 2001a; 2001b; 2002), der Tourismuspsychologie (vgl. z. B. KAGELMANN 1998; 1999) und Freizeitpädagogik (vgl. z. B. OPASCHOWSKI 1990; 1998a; 1998b; 2000a; 2000b; 2001; 2002) oder im Destinationsmanagement (vgl. HATZFELD 1997) thematisiert, weniger jedoch als Initiator für Standortmarketing oder Stadtentwicklung (vgl. MÖSEL 2002).

Der Flughafen als Erlebniswelt wird in der wissenschaftlichen Literatur lediglich bei DROESE/STERNBERG (vgl. 2003) erwähnt, in der Verkehrs- oder Wirtschaftsgeographie fehlt die Assoziation zur Konsum- und Erlebniswelt bisher. In der Soziologie wird von der Erlebnisgesellschaft (vgl. SCHULZE 1997) gesprochen und im Marketing von Erlebnismarketing (vgl. WEINBERG 1992).

Der Begriff „Erlebniswelt“ wird im Zusammenhang mit dem Flughafen überwiegend auf Besuchereinrichtungen angewendet, welche Führungen, einen Aussichtspunkt mit Blick auf das Geschehen auf dem Vorfeld und den Start- und Landebahnen ermöglichen sowie Informationspunkte bzw. -zentren beinhalten.

Auch der Retailbereich ist in die „Konsum- und Erlebniswelt“ integriert, denn hier wird von Erlebniseinkauf und Erlebnisgastronomie gesprochen. Die Zahl der kulturellen Veranstaltungen an Flughäfen hat stark zugenommen, auch in diesem Bereich findet sich der Begriff „Erlebniswelt“ wieder.

Allerdings darf der Non-Aviation-Bereich nicht nur als Erlebnisbereich betrachtet werden, denn er steht auch in Zusammenhang mit der Standortgunst einer globalen Wirtschaft, in der ein Flughafen als schnell zu erreichender Punkt ein Ort für Kongresse, Messen, Tagungen, Konferenzen ist und als Standortmagnet für Unternehmen dient. Daher entwickeln einige Flughäfen auch so genannte „Airport Cities“ (vgl. z. B. FDIG 2004; SCHIPHOL GROUP 2004a; 2004b; 2004e) im Non-Aviation-Bereich, die als eine Art Büroпарк zu sehen sind. Zudem gibt es in diesem Zusammenhang weitere Begrifflichkeiten, wie „Flughafenstadt“, „Aerotropolis“ oder „Aéroville“. In der Wissenschaft werden die Begrifflichkeiten „Airport City“ und „Aerotropolis“ erst seit kurzem erwähnt (vgl. z. B. KASARDA 2000; 2001; SCHAAFSMA 2001; BURGHOUWT 2002; GÜLLER/GÜLLER 2002). „Airport Cities“ sind aber nicht nur als Business Parks zu sehen, sie können auch die gesamte Leistungsfähigkeit des Non-Aviation-Bereichs in ein einheitliches Konzept integrieren, wie beispielsweise bei der Schiphol Group. Diese kombiniert mit ihren „Airport Cities“ die Bereiche Verkehr, Infrastruktur, Immobilien und Einzelhandel zu einem System von Einnahmequellen (vgl. SCHIPHOL GROUP 2004a; 2004b; 2004e).

---

## 1.2 Problemstellung und Zielsetzung

---

Die sich abzeichnende Kommerzialisierung der Flughäfen hin zu Konsum- und Erlebniswelten sowie im Geschäftsbereich zu „Airport Cities“ findet in Literatur und wissenschaftlicher Forschung bisher wenig Beachtung. Es fehlt sowohl ein Gesamtüberblick über die sozioökonomischen und räumlichen Ursachen, die für einen Funktionswandel von Verkehrsflughäfen bestimmend sind, als auch eine gesamtheoretische Konzeption für dieses Phänomen. Eine wirtschaftsgeographische Betrachtungsweise ist insofern angebracht, da der Flughafen ein klassisches Gebiet der Standortforschung darstellt (vgl. HAAS 1997; BEER/PAESLER 1997; SCHLEDERER 1997).

Eine transdisziplinäre Erweiterung dieser Arbeit über die rein wirtschaftsgeographische Sichtweise hinaus erscheint sinnvoll, da viele Aspekte in den Wandel der Verkehrsflughäfen einfließen.

Ziel der Arbeit ist es daher, zunächst einen Überblick über den Untersuchungsgegenstand, den Non-Aviation-Bereich von europäischen Verkehrsflughäfen in seinen ökonomischen und sozialräumlichen Eigenschaften herzustellen, wobei der Schwerpunkt des Forschungsvorhabens auf einer komplementären

Funktion des Flughafens als „Konsum- und Erlebniswelt“ neben seiner primären Funktion als Verkehrsinfrastruktur liegt.

Daraus ergeben sich folgende zentrale Fragestellungen, die anhand ausgewählter europäischer Flughäfen unter Berücksichtigung ihrer Standortbesonderheiten analysiert werden sollen:

Als erstes sind die strukturellen Zusammenhänge zu untersuchen:

- Welche ökonomischen und sozialräumlichen Ursachen sind bei Verkehrsflughäfen für den Funktionswandel von einem reinen Knotenpunkt der Verkehrsinfrastruktur zu einem Standort auch für Arbeits-, Konsum- und Erlebniswelten bestimmend?
- Welche Standortbesonderheiten im Non-Aviation-Bereich ergeben sich an einzelnen Flughäfen und welche Auswirkungen resultieren daraus für den Standortwettbewerb der Flughäfen?

Im Anschluss an die strukturellen Relationen erfolgen die Fragestellungen, die sich mit den Anbietern und vor allem den Konsumenten bzw. Kunden beschäftigen:

- Welche Bedeutung haben die Besuchereinrichtungen von Flughäfen für die Betreiber und Gäste?
- Welche Merkmale weisen Gäste von Besuchereinrichtungen an Flughäfen auf?

Um eine theoretische Konzeption zwischen den verwendeten Termini und deren Beziehung zum Flughafen herzustellen, ist folgende Fragestellung zu untersuchen:

- Wie können die Begriffe „Konsum- und Erlebniswelt“ einerseits und „Airport Cities“ andererseits mit einem Flughafen in einen Zusammenhang gebracht werden?

Zum Schluss bedarf es einer Fragestellung aus der Handlungsempfehlungen für die Praxis erfolgen sollen:

- Welche Entwicklungen im Non-Aviation-Bereich werden sich zukünftig ergeben?



### 1.3 Aufbau der Arbeit

---

Nach dieser Einleitung folgt die theoretische Konzeptualisierung der vorliegenden Arbeit, die auf der Regulationstheorie beruht, mittels derer ex post der Funktionswandel der Flughäfen hergeleitet wird. Im Anschluss daran werden zum einen die Entwicklung des Luftverkehrs und dessen Besonderheiten erörtert, da diese die Erweiterung von Geschäftsfeldern im Non-Aviation-Bereich mit beeinflussen. Diese Entwicklung umfasst die Produktionsseite mit ihren Koordinationsmechanismen. Zum anderen veränderte sich der Konsum, welcher sich zunehmend als Freizeitbeschäftigung herauskristallisierte und an einem Zusatznutzen, dem Erlebnis, orientiert. Kapitel 4 umfasst daher die Erörterung der Konsum- und Erlebniswelten, wobei die Darstellung der Nachfragestruktur berücksichtigt wird. Vor dem empirischen Teil der Arbeit bedarf es noch einer Erörterung des methodischen Vorgehens.

Kapitel 6 thematisiert den für den Konsum bedeutendsten Non-Aviation-Bereich, das Retailing, wobei zuerst eine allgemeine Herleitung erfolgt, bevor die einzelnen Flughäfen untersucht werden. Kapitel 7 widmet sich den Besuchereinrichtungen von Flughäfen, wobei am Fallbeispiel Besucherpark München das Verhalten seiner Gäste analysiert und anschließend die Besuchereinrichtungen anderer Flughäfen und deren Bedeutung erörtert werden. Kapitel 8 befasst sich mit dem Flughafen als Veranstaltungsort bis hin zur Immobilienvermarktung.

Die Ergebnisse, die aus der vorliegenden Arbeit resultieren, sind im abschließenden Fazit nochmals komprimiert dargestellt.