Entwicklungskonzept zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg

Gesamtbericht



UNICONSULT Universal Transport Consulting GmbH
Juni 2013

Entwicklungskonzept zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg

Gesamtbericht

Dieser Bericht wurde erstellt von:

UNICONSULT
Universal Transport Consulting GmbH
Burchardkai 1
21129 Hamburg – Germany
Phone: +49-40-74008-111
Fax: +49-40-32 27 64
e-mail: h.beyer@uniconsult-hamburg.de
Web: http://www.uniconsult-hamburg.de

MKmetric GmbH
Rüppurer Str. 4
76137 Karlsruhe – Germany
+49-721-96160-0
+49-721-96160-99
mandel@mkm.de
www.mkm.de

Flughafen Hamburg GmbH
Flughafenstr. 1 - 3
22335 Hamburg
+49 -40-50 75-2507
+49 - 40 50 75-3260
ldeubel@ham.airport.de
http://www.hamburg-airport.de

07. Juni 2013

Inhaltsverzeichnis

0. MANAGEMENT SUMMARY 1
0.1 Hintergrund und Zielsetzung des Entwicklungskonzeptes 1
0.2 Methodische Vorgehensweise 1
0.3 Identifikation von Passagierpotentialen am Flughafen Nürnberg 2
0.4 Ausweitung des Non-Aviation Geschäftsfeldes 4
0.5 Darstellung und Bewertung der verkehrlichen Rahmenbedingungen 7
0.6 Darstellung und Bewertung der ökonomischen Rahmenbedingungen einschließlich der volkswirtschaftlichen Wirkungsanalyse 7
0.7 Darstellung und Bewertung der touristischen Rahmenbedingungen 9
0.8 Darstellung und Bewertung des Kongress- und Veranstaltungsmarktes 10
0.9 Entwicklung des landseitigen Flughafenareals 11
0.10 Entwicklung der Handlungsempfehlungen 13
0.11 Abschließende Empfehlungen 16

1. EINLEITUNG 17
1.1 Aufgabenstellung und Anlass der Untersuchung 17
1.2 Vorgehensweise für die Analyse und Bewertung der Rahmenbedingungen 18

2. ANALYSE DES BESTEHENDEN PASSAGIERPOTENTIALS UND DES PASSAGIEREINZUGSBEREICHS 20
2.1 Ist-Situation 20
2.1.1 Lage des Flughafens im Kontext der Verkehrsträger 20
2.1.2 Angebot und Nachfrage am Flughafen Nürnberg 21
2.1.3 Luftverkehrliche Erreichbarkeit der Region 24
2.1.4 Konkurrenzsituation des Flughafens 26
2.1.5 Marktumfeld 34
2.2 Potentialanalyse 37
2.2.1 Streckenpotentiale und Passagiervolumina 39
2.2.2 Auswirkungen auf den Einzugsbereich 43
2.2.3 Auswirkungen auf die Erreichbarkeit 44

3. ANALYSE DER GEGEBENEN RAHMENBEDINGUNGEN DES FLUGHAFENS NÜRNBERG 48
3.1 Analyse der verkehrlichen Rahmenbedingungen 48
3.1.1 Öffentlicher Personennahverkehr 48
3.1.2 Schienenpersonenfernverkehr 52
3.1.3 Straßenverkehr 54
3.1.4 Fernlinienbusverkehr 55
3.1.5 Herkunft der Fluggäste 56
3.1.6 Vergleich der Fahrzeiten 57
3.1.7 Anteile der Verkehrsträger 57
3.1.8 Zusammenfassende Wertung zur landseitigen Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg 58

3.2 Analyse der ökonomischen Rahmenbedingungen 59
3.2.1 Räumliche Abgrenzung 59
3.2.2 Wirtschaftsentwicklung 60
3.2.3 Wirtschaftsstruktur 62
3.2.4 Zukünftige Entwicklung 64

3.3 Analyse der touristischen Rahmenbedingungen 65
3.3.1 Entwicklung des Tourismus 65
3.3.2 Flugreiserelevante touristische Nachfragesituation 70
3.3.3 Faktoren zur Verbesserung der touristischen Nutzung des Flughafens Nürnberg 71

3.4 Analyse des Kongress- und Veranstaltungsmarktes 76
3.4.1 Situation des Kongress- und Veranstaltungsmarktes 76
3.4.2 Potentiale durch die Schaffung neuer Tagungs- und Kongress-Veranstaltungskapazitäten in Nürnberg 80
3.4.3 Nutzen und Potentiale eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg 82

3.5 Analyse der operativen und strategischen Positionierung im Non-Aviation-Bereich 85
3.5.1 Operative Positionierung 85
3.5.1.1. Aktuelle Passagierentwicklung 86
3.5.1.2. Ist-Analyse der Bereiche Einzelhandel und Gastronomie 87
3.5.1.3. Übersicht Einzelhandel (8 Einheiten) 89
3.5.1.4. Übersicht Gastronomie (12 Einheiten) 90
3.5.1.5. Saisonkurve 2011 (Gesamtpax pro Monat) 91
3.5.1.6. Gesamtumsatz Shops und Gastronomie 92
3.5.1.7. Flächenstruktur Einzelhandel und Gastronomie 93
3.5.1.8. Umsatzstruktur Einzelhandel und Gastronomie 95
3.5.1.9. Flächenproduktivitäten pro Quadratmeter p.a. 96
3.5.1.10. Ist-Analyse des Parkraumgeschäftes 100
3.5.1.11. Ist-Analyse des Bereiches Reisebüros 104
3.5.1.12. Ist-Analyse des Bereiches Autovermieter 105
3.5.1.13. Ist-Analyse des Bereiches Werbung 106
3.5.1.14. Bestandsaufnahme Wegeführung Bordkarte / Sicherheitskontrolle 106
3.5.1.15. Gesamtdarstellung Geschäftsfeld Non Aviation 107
3.5.2 Strategische Positionierung 108

3.6 Volks- und regionalwirtschaftliche Wirkungsanalyse 110
3.6.1 Volkswirtschaftliche Effekte 110
3.6.2 Beschäftigung und Einkommen 111
3.6.3 Vorgehensweise 112
3.6.4 Direkte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte 113
3.6.5 Indirekte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte 115
3.6.6 Induzierte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte 117
3.6.7 Summe der Effekte 119
3.6.8 Katalytische Effekte 120

3.7 Entwicklung des landseitigen Flughafenareals 123
3.7.1 Bestandaufnahme der Flächen des Flughafenareals 123
3.7.2 Marktanfragen nach Flächen auf dem Flughafenareal 127
3.7.3 Bestandsaufnahme der Gewerbeflächen im Stadtgebiet Nürnberg 127
3.7.4 Marktanfragen bei der Stadt Nürnberg nach Flächen innerhalb des Flughafenareals 129
3.7.5 Identifizierte Potentiale und Nutzungsmöglichkeiten 131

4. SWOT-ANALYSE 133
4.1 Stärken (Strengths) 135
4.2 Schwächen (Weaknesses) 138
4.3 Chancen (Opportunities) 142
4.4 Risiken (Threats) 146

5. HANDLUNGSMAßNAHMEN 149
5.1 Vorgehensweise 149
5.2 Entwicklung der Maßnahmen 153

5.2.1 Luftverkehr 153
5.2.1.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs 153
5.2.1.2. Empfohlene Maßnahmen 157
5.2.1.3. Priorisierung der Maßnahmen 165

5.2.2 Non-Aviation 167
5.2.2.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs 167
5.2.2.2. Empfohlene Maßnahmen 168
5.2.2.3. Priorisierung der Maßnahmen 186

5.2.3 Verkehrliche Anbindung 189
5.2.3.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs 189
5.2.3.2. Empfohlene Maßnahmen 190
5.2.3.3. Priorisierung der Maßnahmen 197
5.2.3.4. Ergänzende Ansätze 199

5.2.4 Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus 201
5.2.4.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs 201
5.2.4.2. Empfohlene Maßnahmen 202
5.2.4.3. Priorisierung der Maßnahmen 212

5.2.5 Entwicklung des landseitigen Flughafenareals 214
5.2.5.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs 214
5.2.5.2. Empfohlene Maßnahmen 215
5.2.5.3. Priorisierung der Maßnahmen 220

5.3 Vorgeschlagener Zeitplan zur Umsetzung der Maßnahmen 221

QUELLENVERZEICHNIS X

ANHANG XII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vorgehensweise, Einordnung der Themenfelder 18

Abbildung 2: Destinationen des Flughafens Nürnberg 21

Abbildung 3: Passagierverteilung von NUE nach Endzielen 22

Abbildung 4: Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg 23

Abbildung 5: Luftverkehrliche Erreichbarkeit 25

Abbildung 6: Routen- und Flughafenwahl Landkreis Bamberg - Region Rom 26

Abbildung 7: Konkurrenzrouten für Regionen im Umkreis von 150km um Nürnberg und Rom 28

Abbildung 8: Einflusshemisphäre des Flughafens Nürnberg und seiner Konkurrenten 32

Abbildung 9: Abwandernde Passagiere aus dem Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg 33

Abbildung 10: Bestehende und untersuchte potentielle Ziele ab Nürnberg 38

Abbildung 11: Herkunft der Passagiere der möglichen neuen Strecken 42

Abbildung 12: Ausweitung der regionalen Marktanteile Nürnbergs durch das neue Angebot 43

Abbildung 13: Einzugsbereich NUE bei vollständiger Realisierung des zusätzlichen Angebotes 44

Abbildung 14: Verbesserung der Erreichbarkeit durch das erweiterte Luftverkehrsangebot 45

Abbildung 15: U-Bahn- und Bus-Verbindungen zum Flughafen Nürnberg 48

Abbildung 16: Fahrplan der U-Bahn-Linie 2 49

Abbildung 17: Schienennetz im Großraum Nürnberg 50

Abbildung 18: Strecken des Schienenpersonennahverkehrs in Nord-Bayern 52

Abbildung 19: Übersicht IC/EC-Linien der Deutsche Bahn AG 53

Abbildung 20: Übersicht ICE-Linien der Deutsche Bahn AG 53

Abbildung 21: Straßeninfrastruktur zwischen dem Flughafen Nürnberg und dem Einzugsgebiet 55

Abbildung 22: Herkunft der Fluggäste 2011 (Postleitzahlenbezirke) 56

Abbildung 23: Anteile der Anreiseverkehrsmittel im Vergleich 58

Abbildung 24: Metropolregion Nürnberg, Anzahl der Bevölkerung je Landkreis, 2009 59

Abbildung 25: Entwicklung der Erwerbstätigenzahl in der Metropolregion Nürnberg, 1995 bis 2009 [Index: 1995 = 100] 61

Abbildung 26: Entwicklung der Bruttowertschöpfung in der Metropolregion Nürnberg, 1995 bis 2009 [Index: 1995 = 100] 62

Abbildung 27: Wirtschaftsstruktur nach Erwerbstätigen je Wirtschaftszweig in der Metropolregion Nürnberg 63

Abbildung 28: Zukunftschancen der Landkreise und kreisfreien Städte, 2010 64

Abbildung 29: Entwicklung der Übernachtungen in der Metropolregion Nürnberg von 2005 bis 2010 (in %) 67

Abbildung 30: Anteil Ausländischer Übernachtungen in der Metropolregion Nürnberg 2010 (in %) 69

Abbildung 31: Modal Split Transportmittelwahl privat motivierter Reisender nach Nürnberg 2012 70

Abbildung 32: Schema Potentiale für den Flughafen Nürnberg durch Incoming Tourismus 72

Abbildung 33: Modal Split Fluggastaufkommen nach Reiseanlass, 2011 76

Abbildung 34: Anteil geschäftlich motivierter Veranstaltungen 78

Abbildung 35: Anteile der Größenklassen von Veranstaltungen nach Region 2009/2010 79

Abbildung 36: Anteilsverteilung der Absagegründe für Veranstaltungen in Nürnberg 80

Abbildung 37: Schema Marktpotentiale durch die Schaffung von Veranstaltungskapazitäten im Kongress- und Tagungssegment in Nürnberg 81

Abbildung 38: Übersichtsplan Flughafen Nürnberg 85

Abbildung 39: Übersichtsplan Erdgeschoss Einzelhandel- und Gastronomie im Terminal 87

Abbildung 40: Übersichtsplan Obergeschoss Einzelhandel- und Gastronomie im Terminal 88

Abbildung 41: Jahresganglinie Ankunft und Abflug 2011 91

Abbildung 42: Gesamtumsatz Shops und Gastronomie monatlich 2011 92

Abbildung 43: Gesamtumsatz Einzelhandel im Sicherheitsbereich monatlich 2011 93

Abbildung 44: Kundenparkierungsanlagen Flughafen Nürnberg 100

Abbildung 45: Auslastung der Parkhäuser P1 – P3 und Parkflächen 2011 102

Abbildung 46: Umsatz je Parktag 102

Abbildung 47: Modal Split Flughafen Nürnberg 2011 103

Abbildung 48: Unterschiedliche Parktarif-Angaben Service-Parken 104

Abbildung 49: Bestandsaufnahme Wegeführung 106

Abbildung 50: Übersicht regionalwirtschaftliche Effekte 110

Abbildung 51: Wirkung der Nachfrage der Unternehmen nach Vorleistungen und Investitionen 116

Abbildung 52: Wirkung der Nachfrage der Erwerbstätigen nach Gütern und Dienstleistungen (priv. Konsumausgaben) 118

Abbildung 53: Bedeutung unterschiedlicher Standortfaktoren für international tätige Unternehmen in den Flughafenumlandregionen Deutschlands / Anteil der befragten Unternehmen, für die der Standortfaktor „sehr wichtig“ bzw. „wichtig“ ist. 121

Abbildung 54: Übersichtsdarstellung der Flächen gemäß B-Plan 4300 124

Abbildung 55: Jährliche Inanspruchnahme unbebauter Flächen 128

Abbildung 56: Jährlicher Gewerbeflächenverbrauch, 1995 - 2011 128

Abbildung 57: Plan Ankunftsbereich 171

Abbildung 58: Plan Luftseite 174

Abbildung 59: Plan Einzelhandel Landseite 177

Abbildung 60: Plan Gang von der Bordkarten- zur Sicherheitskontrolle 179

Abbildung 61: Plan Angebotskonzentration des Reisemarktes 181

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: NUE Zielgebiete Abbildung 2: Destinationen des Flughafens Nürnberg 21

Tabelle 2: Erreichbarkeit im Kontext europäischer Regionen..... 25

Tabelle 3: Routen- und Flughafenwahl Landkreis Bamberg – Region Rom 27

Tabelle 4: Flugpreise nach Brüssel und Madrid 29

Tabelle 5: Destinationsportfolio von Nürnberg und seinen Wettbewerbern 31

Tabelle 6: Ist-Nachfrage ab Nürnberg zu nicht bedienten Endzielen..... 34

Tabelle 7: Zielregionen nach Anzahl möglicher Strecken und deren Passagiervolumen..... 39

Tabelle 8: Struktur der identifizierten möglichen neuen Strecken ab Nürnberg 40

Tabelle 9: Aufkommensrückgang auf bestehenden Strecken ab Nürnberg..... 41

Tabelle 10: Prozentuale Verbesserung der Erreichbarkeit nach Regionen 46

Tabelle 11: Umsteigefreie Schienenverbindung ausgewählter Flughäfen zum Hauptbahnhof der jeweiligen Stadt 51

Tabelle 12: Vergleich Fahrzeiten öffentliche Verkehrsmittel und Auto (jeweils Flughafen Nürnberg – Hauptbahnhof der Stadt, inkl. Umsteigezeiten).... 57

Tabelle 13: Erwerbstätige und Bruttowertschöpfung in der Metropolregion Nürnberg, 2009..... 60

Tabelle 14: Ankünfte und Übernachtungen Metropolregion Nürnberg 2010 sowie Top 5 Kreisfreie Städte und Landkreise nach Anzahl der Übernachtungen 66

Tabelle 15: Übernachtungen und Ankünfte der Stadt Nürnberg 2002 - 2011 (in 1.000)..... 68

Tabelle 16: Durchschnittliche Raumanzahl/ Veranstaltungsstätte nach Region und Art der Veranstaltungsstätte, 2009/2010..... 77

Tabelle 17: Aktuelle Passagierentwicklung des Flughafens Nürnberg 86

Tabelle 18: Gesamtverkehrsentwicklung an ausgewählten deutschen Flughäfen..... 86

Tabelle 19: Handels- und Gastronomieflächen..... 89

Tabelle 20: Übersicht Gastronomie 90

Tabelle 21: Flächenstruktur Einzelhandel und Gastronomie..... 94

Tabelle 22: Umsatzstruktur Einzelhandel und Gastronomie 95

Tabelle 23: Flächenproduktivitäten pro Quadratmeter p.a. 96

Tabelle 24: Rangreihenfolge Flächenproduktivitäten im Einzelhandel 96

Tabelle 25: Rangreihenfolge Flächenproduktivität in der Gastronomie 98

Tabelle 26: Anzahl Stellplätze und Umsatz der Kundenparkierungsanlagen Flughafen Nürnberg 101

Tabelle 27: Erträge und Ertragsanteile im Bereich Non Aviation nach Geschäftsfeld 2011 107

Tabelle 28: Anzahl der Beschäftigten am Flughafen Nürnberg, 2011 (PLAN) 114

Tabelle 29: Direkte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte am Flughafen Nürnberg, 2011 115

Tabelle 30: Indirekte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte am Flughafen Nürnberg, 2011 117

Tabelle 31: Induzierte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte am Flughafen Nürnberg, 2011 119

Tabelle 32: Summe der Beschäftigungs- und Einkommenseffekte am Flughafen Nürnberg, 2011 119

Tabelle 33: Entwicklungsflächen (Gewerbe und Büro) an vergleichbaren deutschen Flughäfen 126

Tabelle 34: Zusammenfassende Übersicht Handlungsmaßnahmen 150

Tabelle 35: Exogene SWOT Themen – Bereich Luftverkehr 156

Tabelle 36: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Luftverkehr 158

Tabelle 37: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Luftverkehr 159

Tabelle 38: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Luftverkehr 166

Tabelle 39: Exogene SWOT Themen – Bereich Non-Aviation 168

Tabelle 40: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Non-Aviation 169

Tabelle 41: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Non-Aviation 170

Tabelle 42: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Non-Aviation 188

Tabelle 43: Exogene SWOT Themen – Bereich Verkehrliche Anbindung 189

Tabelle 44: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Verkehrliche Anbindung 190

Tabelle 45: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Verkehrliche Anbindung 191

Tabelle 46: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Verkehrliche Anbindung 198

Tabelle 47: Exogene SWOT Themen – Bereich Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus 201

Tabelle 48: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus 202

Tabelle 49: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus 204

Tabelle 50: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus 213

Tabelle 51: Exogene SWOT Themen – Bereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals 214

Tabelle 52: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals 215

Tabelle 53: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals 216

Tabelle 54: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals 220

Tabelle 55: Vorgeschlagener Zeitplan zur Umsetzung der Maßnahmen' 222

0. MANAGEMENT SUMMARY

0.1 Hintergrund und Zielsetzung des Entwicklungskonzeptes

Der Flughafen Nürnberg befindet sich seit einigen Jahren aufgrund spezifischer luftverkehrlicher Rahmenbedingen und Marktveränderungen in einem betriebswirtschaftlich angespannten Umfeld, das ein unbefriedigendes Geschäftsergebnis zur Folge hat.

Zur Verbesserung der Situation wurden bereits 2011 von Seiten der Geschäftsführung und des Aufsichtsrates eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet. Als Ergänzung zu den bisherigen Restrukturierungsmaßnahmen soll die Erstellung eines fachübergreifenden Entwicklungskonzeptes zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg beitragen, das gemeinschaftlich vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie, dem Bayrischen Staatsministerium der Finanzen sowie der Stadt Nürnberg, der IHK Nürnberg für Mittelfranken und der Handwerkskammer für Mittelfranken beauftragt wurde. Zur Steuerung des Projekts bildeten die Auftraggeber eine Lenkungsgruppe, der zudem auch der Flughafen Nürnberg angehörte.

Zielsetzung des Projektes ist die Erarbeitung eines breit angelegten und auf den regionalen Bedingungen und Chancen basierenden Entwicklungskonzeptes für den Flughafen Nürnberg. Das Konzept soll Handlungsansätze zur Generierung positiver Entwicklungsimpulse zu Gunsten des Nürnberger Flughafens identifizieren und - unter Einbindung verschiedenster lokaler Behörden und Verbände - entsprechende Handlungsvorschläge zu einer positiven Entwicklung beinhalten.

0.2 Methodische Vorgehensweise

Der erste Teil des Entwicklungskonzeptes umfasst die Analyse des bestehenden Passagierpotentials und des Passagiereinzugsbereichs, die wirtschaftlichen, verkehrlichen und touristischen Rahmenbedingungen, die Rahmenbedingungen des Kongress- und Veranstaltungsmarkts, die Analyse der operativen und strategischen Positionierung im Non-Aviation-Bereich sowie eine volkswirtschaftliche Wirkungsanalyse.

Die Analyse der Passagierpotentiale (Aviation) sowie des Non-Aviation-Bereichs bilden dabei die Basis und das Rückgrat der Untersuchung, da sie die beiden wesentlichen Geschäftsbereiche des Flughafens tangieren.

Die Bestandsaufnahme beruht auf einer sorgfältigen Auswertung von öffentlich zugänglichen Studien und Statistiken, der intensiven Einbeziehung eines mit lokalen und regionalen öffentlichen Vertretern der verschiedenen Auftraggeber und mit Vertretern des Flughafen Nürnbergs besetzten Projekt-Lenkungskreises sowie auf Fachgespräche mit Verbänden, Unternehmen und Institutionen aus der Region (u.a. CTZ Nürnberg, NürnbergMesse GmbH, Tourismusverband Franken e.V., Stadtplanungsamt der Stadt Nürnberg, VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft und der VGN Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH).

Zusätzlich wurde am 22. Oktober 2012 am Nürnberger Flughafen unter Beteiligung von rund 130 Vertretern von Unternehmen, Verbänden und Politik eine Regionalkonferenz zum Flughafen Nürnberg mit drei thematischen Workshops zu den Themen Luftverkehr, Verkehrsanbindung und Tourismus durchgeführt.

Die Erkenntnisse der Analyse und die Bewertung der fachlich sehr unterschiedlichen Rahmenbedingungen wurden in einer SWOT-Analyse strukturiert dargestellt, die einen zusammenfassenden und strukturierenden Charakter hinsichtlich der zuvor identifizierten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken gibt.

Jede der rund 55 SWOTs wurde dahingehend geprüft, inwieweit die Kompensation einer Schwäche (bzw. eines Risikos) oder die Hervorhebung einer Stärke (bzw. Chance) in eine Handlungsmaßahme überführt werden kann. Die relevanten SWOTs wurden in insgesamt 20 konkrete Handlungsempfehlungen für die verschiedenen Themenbereiche überführt und dabei hinsichtlich der Aspekte Ziel, Aufwand, Nutzen, Umsetzungszeiträume und Verantwortlichkeiten spezifiziert.

Diese Maßnahmen wurden in einem zweiten Schritt innerhalb der jeweiligen Themenbereiche (Luftverkehr, Non-Aviation, Verkehr, etc.) im Hinblick auf die Zielsetzung des Projektes priorisiert und in eine zeitliche Abfolge für die Umsetzung der Maßnahmen gebracht.

0.3 Identifikation von Passagierpotentialen am Flughafen Nürnberg

Ab dem Flughafen Nürnberg wurden 2012 rund 70 Destinationen ganzjährig oder saisonal direkt angeflogen. Gemessen an der Zahl der Zielorte bildet der Urlaubssektor 71% des Destinationsportfolios ab. Der zweite Bereich, Deutschland, stellt 23% dar, während sich die verbleibenden 9% sich auf die Alpenländer, die Britischen Inseln und Westeuropa verteilen. Eine kritische Betrachtung dieses Streckennetzes zeigt, dass keine direkten, ganzjährigen Flugangebote zu Metropolregionen in Ost- und Zentraleuropa, Italien, Skandinavien, Belgien, der iberischen Halbinsel und mit Ausnahme Londons zu den Britischen Inseln angeboten werden. Hierzu zählen auch Anbindungen an einige der größeren europäischen Drehkreuze. Etliche dieser Lücken sind erst in den vergangenen drei Jahren durch die Einstellung entsprechender Flugangebote entstanden. Im Vergleich Nürnbergs mit seinen bedeutendsten Konkurrenten, Frankfurt und München, zeigt sich somit, dass diese über eine wesentlich breitere Palette vielfach zudem in höherer Bedienungsfrequenz angebotener Flugziele verfügen. Aus dem Kerneinzugsgebiet des Nürnberger Flughafens mit den Städten Nürnberg, Ansbach, Coburg, Bamberg, Bayreuth und Amberg wählen ungeachtet der geographischen Nähe zum Flughafen Nürnberg deshalb eine erhebliche Anzahl von Passagieren (36% - 50%) alternative Abflughäfen für Ihre Reise.

Für die Identifizierung neuer Flugziele für Nürnberg wurde daher ein SONAR („Scan Of New Air Routes“) durchgeführt. Beim SONAR handelt es sich um ein standardisiertes Verfahren zur systematischen Suche kommerziell tragfähiger, bislang nicht bedienter Strecken für einen Flughafen. Insgesamt wurden über 100 sowohl europäische, als auch interkontinentale Destinationen untersucht, für die z.T., wie etwa bei London, mehrere Flughäfen betrachtet wurden. Deren Auswahl erfolgte durch eine Analyse der Endzielstatistik des Flughafens Nürnberg, der Verkehrs-

ströme des Jahres 2011 und von Flugplänen früherer Jahre. Auch wurden Vorschläge des Flughafens Nürnberg in die Suche aufgenommen.

Die Basis der Nachfrageseite, also die Verkehrsströme für die Modellsimulation, sind dabei die Luftverkehrsstatistiken des Jahres 2011 für Deutschland sowie zahlreiche andere Länder Europas sowie des außereuropäischen Auslands. Das bedeutet, dass die ermittelten Aufkommenspotentiale neuer Strecken keinerlei durch diese neuen Angebote generierten oder induzierten Verkehre beinhalten. Die Angebotsseite wird durch das Flugnetz jenes Jahres dargestellt, das für Nürnberg auf das Jahr 2012 aktualisiert wurde. Zusätzlich wurden bis zum Zeitpunkt des Beginns der Untersuchung veröffentlichte, bzw. den Auftragnehmern seitens der Geschäftsführung des Flughafens Nürnberg genannte Änderungen im Flugplan berücksichtigt.

Als Ergebnis des SONAR-Prozesses wurden insgesamt 32 ökonomisch erfolgreich betreibbare neue Strecken identifiziert. Die Routenspezifikation (Bedienungsbild, Fluggesellschaft, Fluggerät) der einzelnen Strecke ist auf die Realisierung des vorhandenen Passagierpotentials bei gegebener Konkurrenzsituation ausgerichtet. Abweichungen können daher die ausgewiesenen Ergebnisse beeinflussen, z.B. die Realisierung einer Strecke durch eine andere Fluggesellschaft, die Reduzierung der Bedienungsfrequenz oder Sitzplatzkapazität, Nutzung anderer Slots.

Unter den identifizierten 32 Strecken sind sechs, deren (Wieder-) Aufnahme für das Jahr 2013 bereits angekündigt wurde. Weitere 13 sind in Absprache mit dem Flughafen Nürnberg für eine prioritäre Realisierung vorzusehen, während die 13 verbleibenden Routen aus unterschiedlichen Gründen (z.B. wirtschaftliche Situation oder Verfügbarkeit geeigneter Flugzeuge bei für eine Strecke in Frage kommenden Fluggesellschaften) hinsichtlich der Realisierung als nachrangig einzustufen sind. Der detaillierte Ergebnisausweis für jede einzelne Strecke ist dem im Rahmen dieser Studie erstellten, 150 Seiten starken SONAR-Report zu entnehmen.

Tabelle: Zielregionen nach möglichen neuen Strecken und deren Nachfrage

Anzahl Destinationen / Zielregion	Bedient ab 2013	Prioritär zu realisieren	Nachrangig realisierbar	Gesamt	Passagiere [000]
Britische Inseln	2	1		3	275
Iberische Halbinsel	3	1	5	9	392
Italien/Malta	1	2		3	182
Nordeuropa		2		2	90
Osteuropa		1		1	33
Südosteuropa		5	4	9	210
Westeuropa		1	1	2	77
Naher Osten			1	1	22
Nordamerika			2	2	58
Gesamt	**6**	**13**	**13**	**32**	
Passagiere [000]	**393**	**542**	**403**		**1.339**

Quelle: Potentialanalyse SONAR, MKmetric GmbH

Ein Schwerpunkt der neu realisierbaren Strecken ist die Iberische Halbinsel, wohin auf neuen Strecken ein Aufkommen von nahezu 400 Tsd. Passagieren p.a. realisiert werden kann. Hierunter zählen die bereits ab dem Jahr 2013 ab Nürnberg neu bedienten Ziele Barcelona, Porto und Málaga. Der zunehmende Rückbau des Air Berlin-Drehkreuzes in Palma de Mallorca, über das etliche solcher Ziele mit Nürnberg verbunden sind, macht die Etablierung dieser neuen Strecken einfacher als bisher. Auch mit neuen Strecken zu Zielen auf den britischen Inseln kann mit 275 Tsd. Passagieren ein hohes Aufkommen realisiert werden, darunter die beiden bereits 2013 buchbaren Strecken nach London City bzw. London Stansted. Weitere Schwerpunkte für neue Strecken finden sich im Süden Europas bei den Zielgebieten Italien/Malta, bzw. Südosteuropa wohin insgesamt ein Dutzend der neu identifizierten Strecken führen und für die ein Aufkommen von zusammen knapp 400 Tsd. Passagieren p.a. realisierbar ist. Zu weiteren Zielgebieten Europas (Nord-, Ost- und Westeuropa) konnten 5 Strecken für Nürnberg mit zur Bedienung ausreichendem Potential von zusammen 200 Tsd. Passagieren ermittelt werden und schließlich zeigte sich für Strecken zu drei Destinationen außerhalb Europas (Nordamerika, Naher Osten) ein Aufkommen von in Summe 80 Tsd. Reisenden.

Wenngleich der Flughafen Nürnberg durch den weiter voranschreitenden Rückzug von Air Berlin im Jahr 2013 weiter Strecken und Passagiere verlieren wird, kann bereits eine teilweise Realisierung des identifizierten Portfolios neuer Strecken das Aufkommen in Nürnberg mittelfristig wieder auf deutlich über 4 Millionen Passagiere pro Jahr anwachsen lassen. Bei vollständiger Umsetzung des neuen Routenportfolios kann darüber hinaus der bisherige Spitzenwert von 4,3 Mio. Reisenden, die Nürnberg im Jahre 2008 benutzten, überschritten werden. Dies setzt voraus, dass Fluggesellschaften bereit sind, ins eigene unternehmerische Risiko zu gehen und dafür auch längere Anlaufzeiten in Kauf zu nehmen.

Bei Realisierung der neu einzurichtenden Strecken ab Nürnberg wird das dort heute bereits bestehende Flugangebot nur zu einem geringen Teil kannibalisiert. Vielmehr wird das Gros der Nachfrage auf den zusätzlichen Strecken von bestehenden Flügen ab den mit Nürnberg konkurrierenden Standorten wie etwa München, Frankfurt, Stuttgart und auch Memmingen abgeworben. So führen die 1,3 Mio. Passagiere, die sich bei Realisierung aller 32 Strecken als Nachfrage auf diesen ergeben, nur zu einem Rückgang von ca. 145 Tsd. Reisenden auf anderen, bereits bestehenden Nürnberger Strecken. Dies betrifft in erster Linie die Drehkreuzanbindungen nach Zürich, München, Düsseldorf und Istanbul. Da die Realisierung der identifizierten Strecken einen kontinuierlichen Prozess über mehrere Flugplanperioden darstellt, ist davon auszugehen, dass diese Kannibalisierung durch das künftige Wachstum des Luftverkehrs auf den genannten Strecken zu weiten Teilen kompensiert wird, diese Drehkreuzanbindungen in ihrer Existenz somit nicht gefährdet sind.

0.4 Ausweitung des Non-Aviation Geschäftsfeldes

Die Erarbeitung von Möglichkeiten zur Ausweitung des Geschäftsfelds Non-Aviation des Airport Nürnberg basiert zunächst auf einer umfangreichen und detaillierten Analyse des Ist-Zustandes. Hierfür wurde das zur Verfügung gestellte Datenmaterial (Umsätze und Erlöse der FNG für 2011; Potenzialanalyse GFK aus 2009) hinsichtlich der aktuellen Flächen- und Erlösstruktur erfasst und ausgewertet. Die Auswertung

erfolgte dabei pro Teilbereich (Einzelhandel, Duty Free & Travel Value, Gastronomie, Reisebüros, Services, Parken, Werbung) entweder pauschaliert für den Teilbereich oder heruntergebrochen bis zu einer Einzelflächenbetrachtung. Anhand der Ist-Daten wurde eine Einordnung des erreichten Erlösniveaus bzw. der Erlösqualität vorgenommen. Im Anschluss daran wurden auf dieser Basis mögliche Ansatzpunkte für eine qualitative und quantitative Weiterentwicklung des Geschäftsfelds Non-Aviation abgeleitet.

Die Erarbeitung der erkannten Potenziale erfolgte dabei mit Rücksicht auf die aktuelle Entscheidungslage des Airport Nürnberg hinsichtlich der den Geschäftsbereich Non-Aviation direkt beeinflussenden infrastrukturellen Rahmenbedingungen. In diesem Zusammenhang ist der Entscheid des Aufsichtsrates vom August 2012 hinsichtlich der zukünftigen Positionierung der zentralen Sicherheitskontrolle im Bereich A 1 – A 8 zu erwähnen. Nach Aussage des Airport Nürnberg soll die diesbezügliche Planung im laufenden Jahr 2013 erstellt werden, so dass im Jahr 2014 die bauliche Realisierung und Anfang 2015 die Inbetriebnahme erfolgen kann. Bis dahin erfolgen alle Passagierkontrollen über den TCT-Bereich.

Eine weitere in Betracht gezogene Rahmenbedingung ist die für den Bereich Non-Aviation erstellte „Masterplanung Flächenentwicklung“, die im Aufsichtsrat des Airport Nürnberg im Dezember 2012 vorgestellt und den Beratern übermittelt wurde.

Der Flächenbesatz im Bereich Non-Aviation weist im Bereich Einzelhandel und Gastronomie im Bereich nach der Sicherheitskontrolle (Luftseite) auf Basis des Passagiervolumens gewisse Defizite auf. Der quantitative Besatz im Bereich vor der Sicherheitskontrolle (Landseite; Ankunft, Abflug 1 und 2) ist gerechnet auf Basis des Passagieraufkommens und damit einhergehender Besucher-, Abholer-, Bringer- und Mitarbeiterfrequenzen als ausreichend zu bezeichnen. Allerdings zeigen sich bei Betrachtung des Angebotsmixes Potentiale auf.

Das Volumen des Kunden-Parkplatzangebotes zeigt auf Basis der regulativen Größe des Passagieraufkommens aktuell ein mehr als ausreichendes Angebot, welches genügend Spielraum für ein zukünftiges Wachstum bietet.

Bei der Erarbeitung von Handlungsempfehlungen wurde durchgehend Wert auf konkrete und realistisch umsetzbare Ansätze gelegt. Darüber hinaus wurden sämtliche Empfehlungen mit den Verantwortlichen aus dem Bereich Non-Aviation bzw. Business Development der Flughafen Nürnberg GmbH diskutiert.

Im Bereich vor der Sicherheitskontrolle (Ankunft, Abflug 1 und 2) gibt es konkretes Potential in der kommerziellen und direkt erlöswirksamen Weiterentwicklung des Ankunftsbereiches (Verlagerung eines Geldautomaten, Nachvermietung eines aktuellen Leerstandes im Bereich der Autovermieter, Verlagerung des Bereiches Lufthansa Lost & Found, um entweder den Bereich McDonald`s zu erweitern oder aber eine Apotheke/Drugstore anzusiedeln), der Ansiedlung eines Lebensmittelnahversorgungsmarktes mit einer Größe von ca. 300 m² (Bereich Marché Bakery/ Schmidt & Hahn) sowie der räumlichen Konzentration des zur Zeit stark verteilten Reisebüromarktes (im Bereich der ehemaligen zentralen Sicherheitskontrolle auf der Galerieebene; dadurch werden Flächenpotentiale insbesondere im Bereich Abflug 2 geschaffen). Mit Blick auf die Absagen seitens McDonald`s hinsichtlich einer

Flächenerweiterung in der Vergangenheit gegenüber den Vertretern des Center Managements des Airport Nürnberg, gilt es vorab zu bewerten, ob ein neuerlicher Anlauf sinnvoll sein kann. Dies wird aus unserer Sicht mit Blick auf die konzeptionelle Dynamik im Bereich Fast Food generell und hinsichtlich dieses Mieters im speziellen ausdrücklich befürwortet.

Im Bereich nach der Sicherheitskontrolle (Gatebereich) ergeben sich zum einen neue Flächenpotentiale durch die Nutzung des jetzigen Kinderspielbereiches Air Berlin „Air Berlin Flieger" als Shopfläche Einzelhandel, zum anderen durch die zur Zeit noch anderweitig kommerziell genutzten Einzelhandelsflächen (Shopfläche als Werbe-exponatsfläche; defizitär betriebene Shopfläche „Reiseshop"). Diese bieten Möglichkeiten zur Abrundung und Ergänzung des Branchen- und Markenmixes im Sicherheitsbereich.

In der Gesamtbetrachtung ergibt sich summarisch die Möglichkeit, ein interessantes Flächen- und Sortiment-Paket zu schnüren, welches in der Vermarktung entsprechend platziert werden könnte.

In Ergänzung zu den beschriebenen direkt erlöswirksamen Flächenentwicklungen werden zwei weitere eher indirekt wirksame bzw. erst im zweiten Schritt Erlöswirksamkeit entwickelnde Maßnahmen empfohlen.

Zum einen geht es um die Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung („Schaufenster der Region") des Airport Nürnberg, welche hinsichtlich des hochattraktiven Markenumfeldes im Einzugsgebiet des Airport Nürnberg für imagesteigernde und verbundenheitsfördernde Aktionen genutzt werden kann, um einerseits die Gestaltung und den Auftritt am Airport Nürnberg qualitativ weiterzuentwickeln, u.a. durch die Gestaltung des Ganges von der Bordkarten- zur Sicherheitskontrolle, und andererseits durch originelle Ideen die Alleinstellung des Airport Nürnberg ausbilden kann (Marken aus der Region präsentieren sich). Ergänzend dazu wird auch eine Marketingkampagne empfohlen, in der sich Vertreter überregional bekannter Unternehmen der Metropolregion Nürnberg in Form von Testimonials zur Bedeutung des Flughafens und dessen Vorteilen für die Unternehmen und die Region äußern.

Zum anderen geht es um die Überprüfung der unternehmerischen Entscheidung seitens des Airport Nürnberg zur Breite und Tiefe der Spezialisierung der einhundert-prozentigen Beteiligung FNSG im kommerziell wichtigsten Einzelhandelsbereich Duty Free & Travel Value (DFTV). Vor dem Hintergrund der operativen Tiefe, der Möglichkeit zur Attrahierung Dritter sowie der Profitabilität der FNSG wird eine Konzentration auf die Kernsortimentsbereiche des DFTV empfohlen. Dies muss jedoch unternehmerisch ganzheitlich bewertet werden.

In Summe ergibt sich auf Basis der Ist-Analyse, der Einordnung des Potentiales des Airport Nürnberg in Anerkennung des bereits erreichten Erlösniveaus sowie unter Berücksichtigung infrastruktureller Rahmenbedingungen ein interessantes zusätzliches Wertschöpfungspotential, welches den Beitrag des Geschäftsbereiches Non-Aviation des Airport Nürnberg zum Gesamtunternehmenserfolg nochmals signifikant steigern könnte.

0.5 Darstellung und Bewertung der verkehrlichen Rahmenbedingungen

Die Anbindung des Flughafens Nürnberg auf der Landseite ist insgesamt als gut einzuschätzen. Über das städtische Straßennetz und die Bundesstraßen B2 und B4 ist der Flughafen gut aus dem Einzugsgebiet erreichbar. Einschränkungen bestehen lediglich, wenn Baustellen vorhanden sind, ein Bahnübergang in der näheren Umgebung geschlossen ist oder eine Sperrung der Flughafenstraße besteht.

Im Bereich der ÖPNV-Anbindung ist insbesondere die U-Bahn-Anbindung der Nürnberger Innenstadt und des Nürnberger Hauptbahnhofes hervorzuheben. Die U-Bahn fährt fast ausschließlich im 10-Minuten-Takt, hat eine lange tägliche Betriebszeit und mit einer Fahrzeit von 13 Minuten ist die Anbindung der Innenstadt und des Hauptbahnhofes in Bezug auf Frequenz und Fahrzeit besser als an vielen anderen Flughäfen in Deutschland. Via Nürnberg Hauptbahnhof bestehen gute Umsteigeverbindungen zu weiteren Verkehrsmitteln des öffentlichen Personennahverkehrs sowie zu den Zügen des Schienenpersonennah- und –fernverkehrs.

Trotz der insgesamt guten existierenden verkehrlichen Anbindung des Flughafens Nürnberg konnten vier Maßnahmen identifiziert werden, die zu einer weiteren Verbesserung der landseitigen Erreichbarkeit des Nürnberger Flughafens beitragen.

Es wird vorgeschlagen, eine umsteigefreie Busverbindung nach Erlangen zu schaffen. Eine Verlängerung von Bus-Linien, die aus Erlangen kommen und die zukünftig die neue Tram-Endhaltestelle „Am Wegfeld“ ansteuern, bietet sich hierfür an. Zudem wird vorgeschlagen, die bereits sehr gute Anbindung des Hauptbahnhofes mit der U-Bahn und die dort bestehenden Umsteigemöglichkeiten besser zu vermarkten.

Die bereits geplante Anbindung des Nürnberger Flughafens an die Bundesautobahn A3 sollte realisiert werden, weil sie die Erreichbarkeit des Flughafens von der Autobahn wesentlich verbessert. Aktuell ist allerdings ein Realisierungszeitpunkt nicht absehbar. Darüber hinaus wird eine zusätzliche Straßenanbindung des Flughafens als Ergänzung zur Flughafenstraße, der heute einzigen Straße zum Flughafen, vorgeschlagen. Eine neue, direkte Anbindung an die Bundesstraße 4 bietet sich hierfür an, da die Länge der neu zu schaffenden Straße vergleichsweise gering wäre, sie verkehrlich voraussichtlich einen hohen Nutzen hat und die Straße der nach Westen orientierten Entwicklung des Flughafens entspricht.

0.6 Darstellung und Bewertung der ökonomischen Rahmenbedingungen einschließlich der volkswirtschaftlichen Wirkungsanalyse

Die Metropolregion Nürnberg gehört wirtschaftlich zu den fünf am stärksten wachsenden Metropolregionen Deutschlands und ist einer der starken Wirtschaftsräume Europas. In der Metropolregion erwirtschaften etwa 1,8 Mio. Erwerbstätige eine Bruttowertschöpfung von gut 90 Mrd. Euro. Dies entspricht einer Bruttowertschöpfung von über 50.000 Euro pro Erwerbstätigem in der Region. Die Anzahl der Betriebe liegt bei etwa 160.000.

Die Wirtschaftsstruktur der Metropolregion Nürnberg ist hierbei im Wesentlichen vom Dienstleistungsbereich geprägt. In der Metropolregion sind rund 68% und in der Stadt

Nürnberg 80% aller Erwerbstätigen im Dienstleistungssektor beschäftigt. Der größte Anteil liegt mit etwa 29% innerhalb dieses Sektors bei öffentlichen und privaten Dienstleistern. „Handel, Gastgewerbe und Verkehr“ gehört mit einem Anteil von 23% zu den weiteren wichtigen Wirtschaftsbereichen der Region.

Am Flughafen Nürnberg sind Unternehmen und Behörden aus acht Wirtschaftszweigen angesiedelt. Nach den durchgeführten Berechnungen erwirtschafteten im Jahr 2011 etwa 4.000 Erwerbstätige eine Bruttowertschöpfung in Höhe von rund 270 Mio. Euro. Die Bruttowertschöpfung pro Erwerbstätigem betrug somit knapp 67.000 Euro. In Summe über alle am Flughafen angesiedelten Wirtschaftszweige hat sich für das Jahr 2011 ein Produktionswert in Höhe von 690 Mio. Euro ergeben. Dies entspricht einem Produktionswert je Erwerbstätigem in Höhe von etwa 170.000 Euro.

Mit 1.016 Beschäftigten/mppa (million passengers per annum) bzw. 1.002 Beschäftigten/mwlu (million workload units) liegt beim Flughafen Nürnberg gemäß der Klassifizierung des Airport Council International (ACI) Europe aus dem Jahr 2004 zudem eine mittlere bis hohe Beschäftigungsintensität vor.

Der Flughafen Nürnberg strahlt in wirtschaftlicher Hinsicht als Standortfaktor auch in die Region hinein. Die gesamtwirtschaftlichen Beschäftigungs- und Einkommenseffekte ergeben sich als Summe der direkten, indirekten und induzierten Effekte. Insgesamt hat sich für das Jahr 2011 durch den Betrieb des Flughafens Nürnberg eine ausgelöste Beschäftigung in Höhe von 11.824 Erwerbstätigen ergeben.

Der Flughafen Nürnberg hat neben der Schaffung von Arbeitsplätzen einen Produktionswert in Höhe von etwa 1,8 Mrd. Euro sowie eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 0,8 Mrd. Euro bewirkt.

Tabelle: Summe der Beschäftigungs- und Einkommenseffekte am Flughafen Nürnberg, 2011

	DIREKT	INDIREKT	INDUZIERT	SUMME
Erwerbstätige (#)	4.028	5.515	2.281	**11.824**
Produktionswert (Mio. Euro)	690,5	900,3	251,1	**1.841,9**
Bruttowertschöpfung (Mio. Euro)	269,3	422,9	127,3	**819,5**
Bruttolöhne und -gehälter (Mio. Euro)	120,4	130,8	45,8	**297,0**

Quelle: Eigene Darstellung, 2012

Die Existenz und Effizienz des Flughafens ist zudem ein wichtiger Standortfaktor dabei, Investitionen von außerhalb der Region anzuziehen, Unternehmen in der Region zu halten oder die Expansion von vorhandenen Unternehmen in Konkurrenz zu anderen Regionen zu sichern. Außerdem trägt der Flughafen dazu bei, den Exporterfolg der lokalen Wirtschaft zu fördern und die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen durch effizienten und schnellen Zugang (Nähe) zu Wirtschaftszentren und Märkten zu erhöhen.

Neben der Bedeutung des Flughafens als Standortfaktor für Unternehmen nimmt die Tourismuswirtschaft eine zunehmend wichtige Rolle im wirtschaftlichen Geschehen ein. So hat im deutschen Tourismus bei der Verkehrsmittelwahl das Flugzeug gegenüber den weiteren Verkehrsträgern kontinuierlich Zuwächse zu verzeichnen.

0.7 Darstellung und Bewertung der touristischen Rahmenbedingungen

Die Metropolregion Nürnberg ist eine touristisch attraktive und in der Tourismuswirtschaft erfolgreiche Region. In Bezug auf die Entwicklung der Übernachtungen in der Metropolregion konnten die meisten Landkreise in den letzten Jahren einen deutlichen Anstieg verzeichnen. Dies gilt auch für die Stadt Nürnberg. Der Anteil ausländischer Übernachtungen liegt in der Metropolregion aktuell bei über 30% und unterlag in den letzten Jahren ebenfalls einem Wachstumstrend. Für den Flughafen Nürnberg ist jedoch nicht die Marktsituation hinsichtlich ausländischer Übernachtungen entscheidend, sondern die Verkehrsmittelwahl der Reisenden. Jede zehnte privat motivierte Reise nach Nürnberg erfolgte dabei 2010 mit dem Flugzeug.

Um die touristische Nutzung des Flughafens Nürnberg weiter zu verbessern, wurden drei entscheidende Faktoren identifiziert: Neben der Vermarktung der Flugzeuganreise und der verbesserten Erreichbarkeit durch die Schaffung weiterer Destinationen sollten auch weiterhin flugreiseaffine touristische Angebote mit überregionalem Interessentenfokus gefördert und entwickelt werden.

Als Ergebnis der Regionalkonferenz wurden hierfür Trends und touristische Wachstumsmärkte identifiziert, die für die Metropolregion als geeignet für eine verstärkte Förderung erscheinen.

- Stadt der Menschenrechte/ Memorium: Dieses Thema wird in Nürnberg aktuell bereits gut vermarktet. Es bietet Potential für eine weitere dynamische Entwicklung, insbesondere für die Zielgruppenmärkte USA, Russland und China. Ein höheres Budget für entsprechende Marketingaktivitäten kann hier potentiell weitere Flugreisenachfrage generieren.

- Medizintourismus: Gilt als allgemeiner Wachstumsmarkt und bietet hohe Wertschöpfungspotenziale. Es besteht zudem ein erkennbarer Trend zur Verknüpfung von Medizintourismus und Wellnessangeboten. Diese sind in der Metropolregion Nürnberg in breitem Spektrum und guter Qualität vorhanden und ließen sich hiermit verknüpfen.

- UNESCO als Reiseanlass: Es werden Potentiale gesehen, die durch eine stärkere, prägnantere und gebündeltere Vermarktung der hohen Dichte der (UNESCO-) Welt(kultur)erbestätten innerhalb der Metropolregion ausschöpfbar wären. Hierfür sind insbesondere Akteure aus der Metropolregion außerhalb Nürnbergs einzubinden.

Auch die Etablierung von Ryanair als erstem LCC am Flughafen Nürnberg bietet enorme Chancen und neue Potentiale, die durch die Fortsetzung und Intensivierung einer gezielten und prägnanten Werbung an speziellen Destinationen unterstützt werden können. Dies kann zu einer Steigerung des Modal Splits der touristischen Anreise zugunsten des Flugzeugs und somit zu einer Steigerung des Fluggast-aufkommens am Flughafen Nürnberg führen. LCC bieten zudem die Chance, durch die Anwerbung eines neuen touristischen Klientels zusätzliche Flugreisenachfrage in die Metropolregion Nürnberg zu generieren.

Zusätzliche Potentiale für die o.g. Ansätze können insbesondere durch die Erhöhung bestehender Budgets für Marketingaktivitäten sowie durch die stärkere Involvierung von Akteuren aus der Metropolregion außerhalb Nürnbergs aktiviert werden.

0.8 Darstellung und Bewertung des Kongress- und Veranstaltungsmarktes

Nürnberg zählt zu den bedeutendsten Messe-, Kongress- und Tagungsstandorten Deutschlands und erfüllt auch aus Sicht der Hotelwirtschaft und des Flughafens Nürnberg eine wichtige Funktion für die Generierung von Übernachtungs- und Fluggastaufkommen in der Stadt. 31% des Fluggastaufkommens 2011 am Flughafen Nürnberg war geschäftlich motivierter Flugreiseverkehr, wovon wiederum 21% auf Messen und Kongresse zurückzuführen sind.

Angebotsseitig wurde hinsichtlich der Raumkapazitäten für Tagungen und Kongresse eine mangelhafte Abdeckung des Segments mit einer Raumgröße von 500 bis 1.000 Sitzplätzen identifiziert.

Nachfrageseitig wurden in Nürnberg 2010/2011 25.618 Veranstaltungen und Kongresse mit einer durchschnittlichen Dauer von 1,57 Tagen und einer Gesamtbesucheranzahl von 1,298 Mio. Gästen registriert. 57% dieser Veranstaltungen waren geschäftlicher Art. Zudem konnte festgestellt werden, dass die Quote abgesagter Veranstaltungsanfragen mit einem Anteil von 43,8% aller angefragten Veranstaltungen auf ein zusätzliches Marktpotential in diesem Bereich schließen lässt, welches momentan nicht befriedigt werden kann. Als wichtigste Absagegründe gelten hierbei Kapazitäts- und Termingründe. Durch die Schaffung weiterer Veranstaltungskapazitäten im Kongress- und Tagungssegment könnte somit ein großes Marktpotential zusätzlicher Gäste abgegriffen werden.

Es wurde untersucht, inwieweit die Schaffung eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg vorteilhaft ist. Dabei konnten folgende Vorteile und Nutzen identifiziert werden:

- Der Standort am Flughafen bietet sowohl für den Flughafen Nürnberg als auch für das Tagungs- und Kongresszentrum Vorteile gegenüber alternativen Standorten im Stadtgebiet Nürnbergs.

- Im landseitigen Einzelhandel und Gastronomiebereich ist eine Konsumsteigerung im Geschäftsbereich Non-Aviation des Flughafens Nürnberg zu erwarten.

- Durch einen Verkauf oder eine Verpachtung der Fläche generiert der Flughafen Nürnberg einmalig oder dauerhaft signifikante Einnahmen.

- Die vorhandenen Parkflächen des Flughafens könnten zumindest teilweise von den Gästen des Tagungs- und Kongresszentrum genutzt werden. Dies würde ebenfalls zu einer Umsatzsteigerung des Non-Aviation-Geschäftsbereichs des Flughafens führen.

- Es besteht eine leistungsfähige und gute verkehrliche Anbindung des Flughafens.

- Es bestehen Potentiale durch die Entwicklung von Kongress- und Veranstaltungsthemen mit Logistik- oder Luftfahrtbezug.

- Ein Neubau, wie er am Flughafen realisiert würde, bietet die Möglichkeit zur Erweiterung des Angebotsportfolios des Messe- und Kongressstandortes Nürnberg um den Bereich „Green Meeting“.

Für den Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen kann mit einem zusätzlichen Gästepotential in Höhe von bis zu 200.000 Personen p.a. gerechnet werden. Bei einem angenommenen Anteil per Flugzeug anreisender Gäste von 20% ergibt dies ein Potential von insgesamt 80.000 zusätzlichen Fluggästen p.a. (40.000 Ankünfte und 40.000 Abflüge), die sich zusätzlich zu den o.g. Vorteilen im Non-Aviation-Bereich positiv auf die Geschäftsentwicklung des Flughafens Nürnberg auswirken. Unterstellt man eine lineare Zunahme direkt Beschäftigter am Standort Flughafen Nürnberg durch den Anstieg der Passagierzahlen, so kann dies zudem einen positiven Beschäftigungseffekt in Höhe von etwa 80 zusätzlichen Erwerbstätigen generieren. Zusätzlich generiert natürlich auch das Tagungs- und Kongresszentrum positive Beschäftigungseffekte in der Stadt Nürnberg.

0.9 Entwicklung des landseitigen Flughafenareals

Es wurde untersucht, inwieweit die im Flughafeneigentum befindlichen Außenflächen intensiver genutzt werden könnten, um die Geschäftsgrundlage des Flughafens noch weiter auszubauen. Dabei wurde in Gesprächen mit der FNG, aber auch mit der Stadt Nürnberg die Verfügbarkeit von, aber auch die Marktnachfrage nach Flächen innerhalb des Flughafenareals und außerhalb des Flughafenareals im Stadtgebiet Nürnbergs geprüft.

In den letzten Jahren gab es an die Flughafen Nürnberg GmbH lediglich zwei Anfragen zur Ansiedlung von PKW Verkaufshäusern, die aber nicht umgesetzt wurden. Von Seiten der Frachtkunden gibt es ein großes Interesse nach weiteren

Luftfracht- und Umschlagsflächen, welches aber nur durch eine Investition in entsprechende Einrichtungen gedeckt werden könnte, die gegenwärtig von der FNG nicht dargestellt werden kann.

Die Stadt Nürnberg erhält kaum konkrete Anfragen zur Ansiedlung auf dem Flughafenareal. Grundsätzlich ist beim Flächenangebot außerhalb des Flughafenareals zwischen Büro- und Gewerbeflächen zu unterscheiden. Während das Büroflächenangebot als ausreichend betrachtet werden kann, stellt die Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) einen Engpass an baureifen und kurzfristig verfügbaren Gewerbeflächen für Handwerk, Produktion und Logistik fest. Bisher konnte jedoch noch kein erhöhter Bedarf von Seiten des Marktes festgestellt werden, auf die Flächen des Flughafens zurückzugreifen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Verfügbarkeit bebaubarer Außenflächen von rund 120.000 qm innerhalb des Flughafenareals relativ groß ist. Zwar unterliegen gegenwärtig nahezu alle Flächen einer Nutzung durch ebenerdiges Parken, was jedoch eine unbefriedigende Auslastung und Bewirtschaftung dieser hochwertigen Flächen am Flughafen darstellt und einer zukünftigen alternativen, höherwertigen Nutzung nicht im Wege stehen sollte.

Vor dem Hintergrund der verschiedenen Einflussgrößen auf das Angebot und die Nachfrage nach Parkplätzen wie der Bau eines Convention Centers und der Wegfall des Mitarbeiterparkplatzes, die Sanierung bzw. der Wegfall des P1 Parkhauses sowie die zusätzlichen Parkplatzbedarfe durch die neuen Ryanair Verbindungen, sollte eine exakte Analyse der in den nächsten Jahren vorzuhaltenden Parkplatzkapazitäten durchgeführt werden.

Die dauerhafte Ansiedlung und der endgültige Flächenverbrauch durch flughafenfremde Unternehmen (z.B. Einzelhandelsnutzung) sollte erst dann in Betracht gezogen werden, wenn eine belastbare Analyse von langfristigen flughafenrelevanten Bedarfen und Flächenerweiterungsmöglichkeiten (in Richtung Westen) vorhanden sind. Hier ist die Aktualisierung des aus dem Jahre 1990 stammenden Flughafenmasterplans zu empfehlen, um eine langfristig sinnvolle räumliche Entwicklung von Flughafenfunktionen zu überarbeiten und die Flächenverfügbarkeit für zusätzliche Ansiedlungen belastbar festzustellen.

Die Nachfrage nach weiteren Flächen bzw. Luftfracht- und Umschlageinrichtungen aus dem Bereich Luftfracht ist gegenwärtig die konkreteste Anfrage. Da hier der Flughafen in mehrfacher Hinsicht profitieren würde, wäre ein aktives Vorantreiben dieses Projektes - unter Umständen mit Hilfe eines finanzstarken Logistik-Immobilieninvestors - sehr empfehlenswert.

Um die Bearbeitung von Ansiedlungsanfragen – insbesondere am Flughafen - zukünftig noch qualifizierter bearbeiten zu können, empfiehlt sich neben der Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen Flughafen und der Stadt Nürnberg eine Ausweitung der Funktion des Wirtschaftsförderers in der Stadt, um zukünftig eine aktivere Rolle bei der Ansiedlung von Unternehmen am Flughafen zu übernehmen. Empfehlenswert wäre die direkte Einbindung der Wirtschaftsförderer bei etwaigen Flächenanfragen, die am Flughafen Nürnberg getätigt werden.

0.10 Entwicklung der Handlungsempfehlungen

Auf Basis einer SWOT-Analyse, welche die Erkenntnisse der Bestandsaufnahme in allen untersuchten Themenfeldern zusammenfassend darstellt, wurden insgesamt 20 Handlungsmaßnahmen identifiziert, die einen Beitrag zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg leisten können. Für diese Handlungsempfehlungen wurde jeweils ein ausführliches, strukturiertes Maßnahmenblatt erstellt, mittels dessen neben einer ausführlichen Erläuterung der Maßnahme ein Überblick über Ziel, Wirkung, Aufwand, Zeithorizont und zu adressierender Maßnahmenträger gegeben wird.

Für die Themenbereiche Luftverkehr, Non-Aviation, verkehrliche Anbindung, Kongress- und Veranstaltungsmarkt/ Tourismus und Entwicklung des langseitigen Flughafenareals wurde jeweils eine separate Priorisierung der identifizierten Maßnahmen vorgenommen. Hierfür wurde die Methode eines paarweisen Vergleichs genutzt. Sofern sich bei der Priorisierung für zwei oder mehr Maßnahmen eine gleichhohe Punktzahl ergab, belegen diese den gleichen Rang. Folgende Maßnahmen mit folgender Rangreihung je Themenbereich haben sich ergeben:

Themenbereich Luftverkehr

Maßnahmen-Nr.	Maßnahme	RANG
02	Airline-Akquise	1
01	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand	2
03	Frachtkapazitäten erhöhen	3

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Themenbereich Non-Aviation

Maßnahmen-Nr.	Maßnahme	RANG
09	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)	1
05	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite	2
04	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich	3
06	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt	3
07	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“	5
10	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials	6
08	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes	7

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Themenbereich Verkehrliche Anbindung

Maßnahmen-Nr.	Maßnahme	RANG
12	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen	1
13	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3	2
14	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg	3
11	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg	4

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Themenbereich Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus

Maßnahmen-Nr.	Maßnahme	RANG
18	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“	1
15	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg	2
16	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln	2
17	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben	4

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Themenbereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals

Maßnahmen-Nr.	Maßnahme	RANG
19	Engere Kooperation mit Stadt Nürnberg, Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)	1
20	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf	2

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Für alle 20 Handlungsmaßnahmen wurde zudem ein Zeitplan entwickelt, der als Vorschlag für die zeitliche Einordnung der Maßnahmen hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit zu verstehen ist. Insbesondere in der zweiten Jahreshälfte 2013, zum Teil bis in das erste und zweite Quartal 2014 hinein ist eine parallele Umsetzung des Großteils der Handlungsmaßnahmen vorgesehen. Einige Maßnahmen, insbesondere jene, für die bauliche Investitionen notwendig sind, benötigen einen z.T. mehrjährigen Umsetzungszeitraum. Beispielsweise ist für die Erhöhung der Frachtkapazitäten mit einem Umsetzungshorizont bis Ende 2020 zu rechnen. Acht der 20 Maßnahmen haben fortlaufenden Charakter und bedürfen einer dauerhaften Aktivität seitens des Maßnahmenträgers.

0.11 Abschließende Empfehlungen

Für die Umsetzung der 20 Handlungsmaßnahmen sind gemeinsame Anstrengungen aller Beteiligten aus der Region notwendig. Ein Vorgehen auf mehreren Ebenen und unter Einbeziehung aller lokalen, regionalen und überregionalen Kräfte, die den Flughafen in Teilbereichen unterstützen können, ist hier empfehlenswert. Vor dem Hintergrund des Arbeitsumfanges sind die Maßnahmen mit Prioritäten versehen worden, um die wirkungsvollsten Prioritäten zuerst umzusetzen und den begrenzten Ressourcen Rechnung zu tragen.

Von Seiten des Flughafenmanagements muss sehr kurzfristig eine Prüfung der notwendigen Investitionen (insbesondere im Bereich Non-Aviation) erfolgen, um bei Feststellen der vermuteten Wirtschaftlichkeit auch unverzüglich die planungsaufwändige Umsetzung voranzutreiben.

Die strukturellen Rahmenbedingungen des Luftverkehrsmarktes werden sich kurzfristig nicht grundsätzlich verbessern und damit ergibt sich auch von außen keine wesentliche wirtschaftliche Entlastung für den Flughafen. Daher ist die schnellsmögliche Umsetzung aller Maßnahmen, die im Einflussbereich des Flughafens liegen, zu empfehlen, um die unternehmerische Stabilität des Flughafens Nürnberg so weit wie möglich zu verbessern.

Ganz entscheidend für die Umsetzung der Handlungsmaßnahmen wird die Funktion eines verantwortlichen Koordinators bzw. Koordinationsteams sein, der - vorzugsweise außerhalb des Flughafentagesgeschäftes - die Umsetzung mit sofortiger Wirkung vorantreiben sollte. Auch wenn die meisten Maßnahmen inhaltlich durch den Flughafen umzusetzen sind, ist eine übergeordnete Koordination zu empfehlen. Wichtig ist in dieser Funktion, den Umsetzungsdruck aufrecht zu erhalten, die beteiligten lokalen und regionalen Organe, Verbände und Einrichtungen einzubinden, deren Beitrag und Mitwirkung zu koordinieren, moderieren und auch die Projektfortschritte zu dokumentieren. Dabei wird empfohlen die Koordination durch eine unabhängige, übergeordnete und neutrale Institution durchzuführen.

Kurz- bis mittelfristig ist die Akquisition von als prioritär eingestuften Destinationen der Passagierpotentialanalyse essentiell, d.h. der Aufbau neuer Flugverbindungen. Der wirtschaftliche Erfolg des Flughafens Nürnberg hängt wesentlich von der Anzahl der abgefertigten Flugzeuge und Passagiere ab. Neben der Ansprache von bereits in Nürnberg derzeit und ehemals bedienender Fluggesellschaften sind vorhandene Kontakte mit potentiellen Fluggesellschaften weiter zu intensivieren und neue Kontakte aufzubauen. Daran anschließend sollten mittel- bis langfristige Akquisitionsbemühungen zu den weiteren, nicht als prioritär einzustufenden Strecken der Passagierpotentialanalyse erfolgen.

Eine wesentliche Voraussetzung für die termingerechte Umsetzung der Maßnahmen ist, dass die vermutete Wirtschaftlichkeit durch Ermittlung der Kosten mit entsprechender Wirtschaftlichkeitsberechnung noch bestätigt werden muss und die erforderlichen Mittel für die Umsetzung zur Verfügung stehen.

1. EINLEITUNG

1.1 Aufgabenstellung und Anlass der Untersuchung

Der Flughafen Nürnberg befindet sich aufgrund spezifischer luftverkehrlicher Rahmenbedingen und Marktveränderungen in einem betriebswirtschaftlich angespannten Umfeld. Die Streichung von einzelnen Flugverbindungen führen zu einem sinkenden Fluggastaufkommen. Verbunden mit einer Reihe struktureller Herausforderungen weist der Flughafen seit 2008 in jedem Geschäftsjahr ein negatives Jahresergebnis auf, welches im Jahre 2011 seinen bislang höchsten Stand erreicht hat. Auch für das Jahr 2012 konnte dieser Trend nicht gestoppt werden, auch wenn das negative Jahresergebnis deutlich geringer ausfiel als im Vorjahr.

Zur Verbesserung der Situation wurde bereits im Dezember 2011 ein umfangreicher Restrukturierungsplan beschlossen. Im Juni 2012 wurde dazu ein Sanierungstarifvertrag vereinbart. Die Geschäftsführung des Flughafens Nürnberg plant, dass der Flughafen spätestens 2017 wieder ein betriebswirtschaftlich positives Ergebnis erreichen wird.

Als Ergänzung zu den Restrukturierungsmaßnahmen soll die Erstellung eines fachübergreifenden Entwicklungskonzeptes zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg beitragen, das gemeinschaftlich von dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie sowie dem Bayrischen Staatsministerium der Finanzen beauftragt wurde.

Zielsetzung des Projektes ist die Erarbeitung eines breit angelegten und auf den regionalen Bedingungen und Chancen basierenden Entwicklungskonzeptes für den Flughafen Nürnberg. Das Konzept soll Handlungsansätze zur Generierung positiver Entwicklungsimpulse zu Gunsten des Nürnberger Flughafens identifizieren und entsprechende Handlungsvorschläge zu seiner positiven Entwicklung beinhalten. Das Entwicklungskonzept ergänzt den im Dezember 2011 beschlossenen Restrukturierungsplan, dessen Fokus mit zahlreichen operativen Maßnahmen bei den betriebswirtschaftlichen Aspekten der Leistungserstellung des Nürnberger Flughafens liegt.

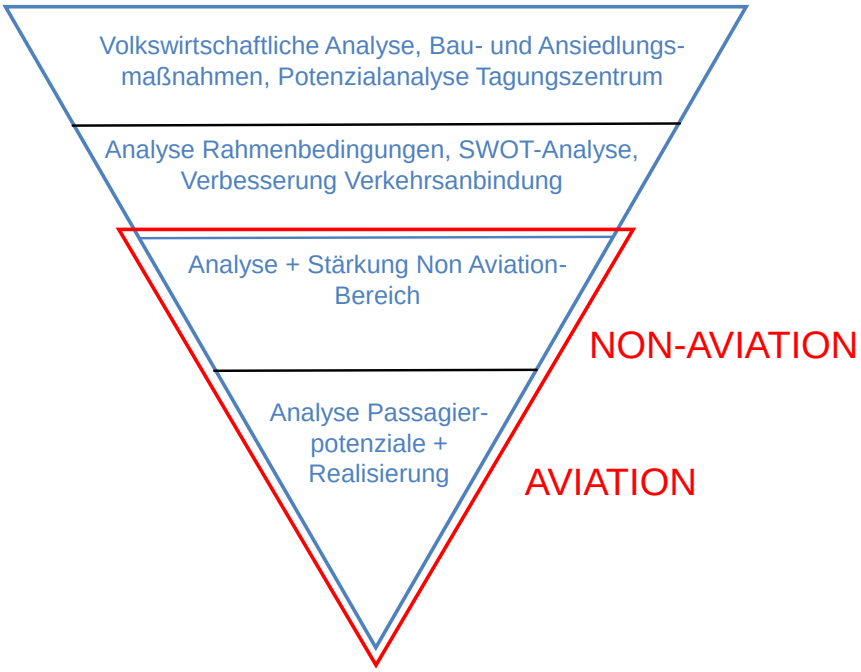
Das Entwicklungskonzept umfasst dabei zwei wesentliche Teilkomponenten:

- Analyse und Bewertung der Rahmenbedingungen
- Erarbeitung von Handlungsempfehlungen.

1.2 Vorgehensweise für die Analyse und Bewertung der Rahmenbedingungen

Im Rahmen dieser Teilkomponente findet die Analyse und Bewertung der Rahmenbedingungen statt. Dies beinhaltet die Analyse des bestehenden Passagierpotentials und des Passagiereinzugsbereichs, die wirtschaftlichen, verkehrlichen und touristischen Rahmenbedingungen, die Rahmenbedingungen des Kongress- und Veranstaltungsmarkts, die Analyse der operativen und strategischen Positionierung im Non-Aviation-Bereich, eine volks- und regionalwirtschaftliche Wirkungsanalyse sowie die Analyse der Entwicklung des landseitigen Flughafenareals. Die Erkenntnisse der Analyse und Bewertung der Rahmenbedingungen werden in einer zusammenfassenden SWOT-Analyse strukturiert zusammengetragen. Die Analyse der Passagierpotentiale (Aviation) sowie der Non-Aviation-Bereich bilden dabei die Basis und das Rückgrat der Untersuchung, da sie die beiden direkten Geschäftsbereiche des Flughafens tangieren.

Abbildung 1: Vorgehensweise, Einordnung der Themenfelder



Quelle: Eigene Darstellung, 2012

Die Bestandsaufnahme erfolgt im Wesentlichen auf Basis

- der Auswertung von öffentlich zugänglichen Studien und Statistiken und durch die Auftraggeber und den Flughafen Nürnberg zur Verfügung gestellten Informationen
- von Fachgesprächen mit den Auftraggebern des Entwicklungskonzepts:
    - Bayerisches Staatsministerium der Finanzen

  - Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie
  - Flughafen Nürnberg GmbH
  - Stadt Nürnberg

- Von Fachgesprächen mit folgenden Verbänden, Unternehmen und Institutionen:
  - Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg
  - Handwerkskammer
  - IHK Nürnberg
  - INTRO Aviation GmbH
  - NürnbergMesse GmbH
  - Tourismusverband Franken e.V.
  - Universität Erlangen-Nürnberg
  - VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft
  - Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH
- der am 22. Oktober 2012 in Nürnberg durchgeführten Regionalkonferenz für den Flughafen Nürnberg inklusive drei Workshops.

In allen Teilarbeitspaketen erfolgt eine Analyse der Ist-Situation und eine detaillierte Darstellung der identifizierten Potentiale und Schwachstellen.

Abschließend wird eine SWOT-Analyse durchgeführt, die einen zusammenfassenden und strukturierenden Charakter hinsichtlich der zuvor identifizierten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken hat. Im definitorischen Sinne einer SWOT-Analyse stellen die Stärken und Schwächen dabei eine interne, den Flughafen selbst betreffende Analyse dar, die Chancen und Risiken stellen eine externe, das Umfeld des Flughafens betreffende Analyse dar.

Die Ableitung und Erarbeitung konkreter Handlungsempfehlungen erfolgt dann in einem nachgelagerten Schritt ab Januar 2013.

2. ANALYSE DES BESTEHENDEN PASSAGIERPOTENTIALS UND DES PASSAGIEREINZUGSBEREICHS

Der Ermittlung des Passagierpotentials des Flughafens Nürnberg geht eine Analyse der bestehenden Situation voran, die den Aufsetzpunkt für die in der Potentialanalyse durchgeführten Berechnungen und Analysen bildet.

2.1 Ist-Situation

Die nachfolgenden Ausführungen stellen Angebot und Nachfrage am Flughafen Nürnberg dar und beschreiben das Marktumfeld sowie die Konkurrenzsituation in dem sich der Flughafen befindet. Ergänzend werden die luftverkehrliche Erreichbarkeit der Region und allgemeine, den Flughafen Nürnberg berührende Marktveränderungen aufgeführt. Die Beschreibung der Ist-Situation[1] geht auf die wesentlichen Sachverhalte ein, die maßgeblichen Einfluss auf die Potentialanalyse haben.

2.1.1 Lage des Flughafens im Kontext der Verkehrsträger

Der im Osten von Mittelfranken gelegene Flughafen Nürnberg dient vorwiegend der luftverkehrlichen Erschließung des nördlichen Teils des Freistaates Bayern. Die überregionale landseitige Erreichbarkeit des Flughafens ist sichergestellt durch die Autobahnen A3, A6, A9 und A73 sowie Fernbahnlinien in Nord-Süd sowie West-Ost Richtung. An beide Verkehrsträger ist der Flughafen mittels lokaler Verbindungen angeschlossen.

Eine detaillierte Bestandsaufnahme der verkehrlichen Rahmenbedingungen in Bezug auf Straßen-, Schienen- und ÖPNV-Anbindung des Flughafens erfolgt in Kapitel 3.1.

Neben dem Flughafen Nürnburg existieren in näherer Umgebung weitere kleinere Flughäfen in Bayreuth, Hof und Augsburg sowie die weiter entfernten Flughäfen in München, Frankfurt und Stuttgart. Letztere sind einerseits aufgrund der Konkurrenzsituation und andererseits wegen ihrer Erschließungsfunktion für die Region von Bedeutung. Auf die Konkurrenzsituation wird in einem nachfolgenden Kapitel eingegangen.

Die Aufnahme der Einbettung des Flughafens in das verkehrsträgerübergreifende Transportsystem ist von Relevanz, um einerseits die Konkurrenz der Verkehrsträger[2] und andererseits deren Kooperation[3] zu erfassen. Ferner ist die Konkurrenz innerhalb[4] des Verkehrsträgers Luft determinierend für die Entwicklung einzelner Flughafenstandorte, wobei sich die Engpassfreiheit des Flughafens Nürnberg positiv auswirkt, da ein breites Spektrum an Verkehr uneingeschränkt stattfinden

[1] Referenzjahr 2011 zzgl. durch die Geschäftsführung des Flughafens mitgeteilte Entwicklungen sowie aktuelle Marktbeobachtungen.
[2] Multimodalität – z.B. Reise nach Frankfurt per Schiene anstatt per Flugzeug.
[3] Intermodalität – z.B. Kombination Anreiseverkehrsmittel Straße und Weiterreise mit dem Flugzeug.
[4] Intramodalität – z.B. Flug nach Amsterdam ab dem Flughafen MUC oder FRA anstatt NUE.

(gewerblicher Passagierverkehr, Fracht, „General Aviation“, etc.) und flexibel auf die Anfragen von Fluggesellschaften eingegangen werden kann.

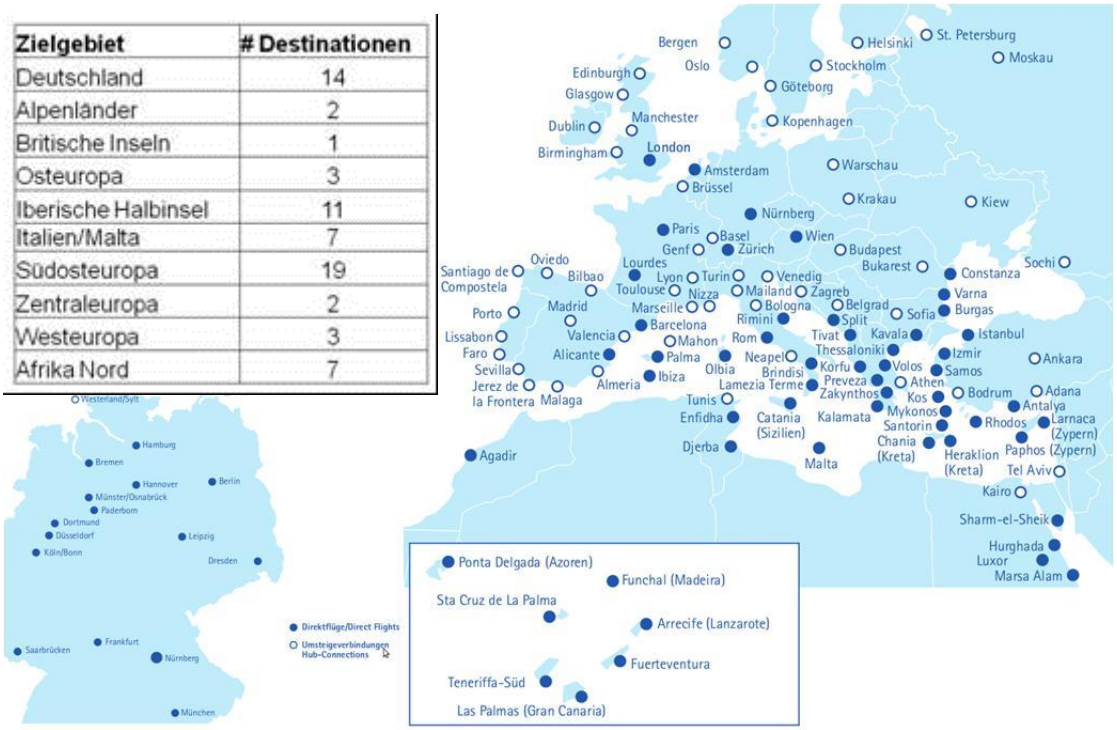
2.1.2 Angebot und Nachfrage am Flughafen Nürnberg

Der Flughafen Nürnberg weist in seinem Angebotsportfolio 69 Destinationen aus, die ganzjährig oder saisonal direkt angeflogen werden.

Tabelle 1: NUE Zielgebiete

Zielgebiet	# Destinationen
Deutschland	14
Alpenländer	2
Britische Inseln	1
Osteuropa	3
Iberische Halbinsel	11
Italien/Malta	7
Südosteuropa	19
Zentraleuropa	2
Westeuropa	3
Afrika Nord	7

Abbildung 2: Destinationen des Flughafens Nürnberg



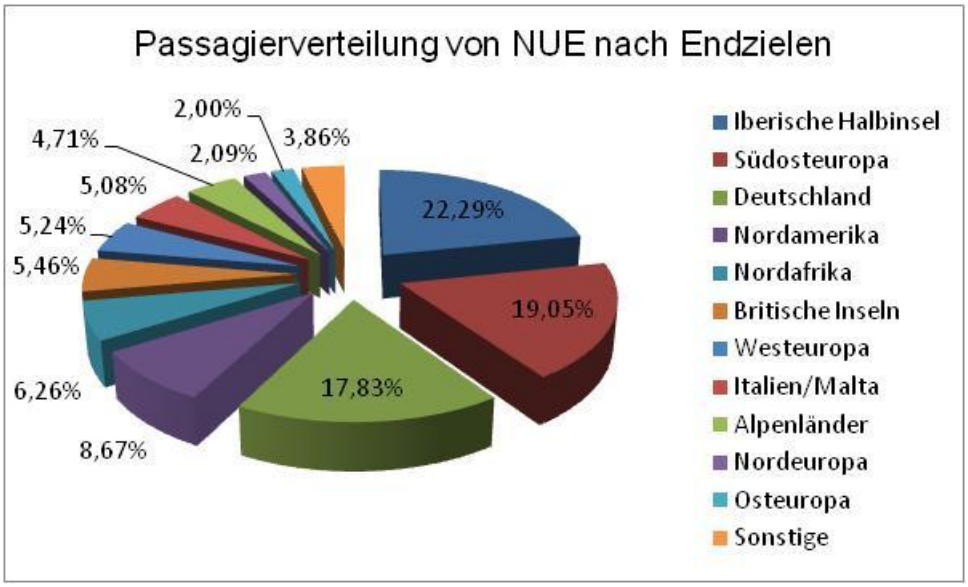
Quelle: MKmetric GmbH, 2012, http://www.airport-nuernberg.de/

Bemerkenswert ist die gute Anbindung an die Luftverkehrsdrehkreuze in Amsterdam, Frankfurt/Main, München, Paris, Wien und Zürich sowie die Erschließung des deutschen Marktes über 14 Flughäfen. Ein großer Anteil der Destinationen bilden die vorwiegend für den Urlaubsverkehr präferierten Ziele, was den Bekanntheitsgrad des Flughafens in der Region stärkt und auf breiter Ebene die Mobilitätsbedürfnisse von Privatreisenden bedient. Darüber hinaus bieten alle größeren Fluggesellschaften Umsteigeverbindungen über ihre Drehkreuze zu Destinationen nicht nur in Europa sondern in alle Kontinente an. Allerdings wird das Angebot von Netzwerkflug-gesellschaften in Nürnberg durch die bestehenden Drehkreuzanbindungen der STAR Alliance sowie von Skyteam dominiert. Dies erschwert die Etablierung von Strecken zu weiteren Drehkreuzen dieser Allianzen. Im Gegensatz dazu ist die Allianz Oneworld in Nürnberg ausschließlich durch Air Berlin aber nicht durch ihre größten Mitglieder in Europa präsent. Jenseits von Drehkreuzanbindungen dominiert jedoch seit Jahren die Fluggesellschaft Air Berlin das Angebot in Nürnberg – nicht nur im Urlaubsflugverkehr. Deren Dominanz wurde bislang kaum durch die Akquisition neuer Fluggesellschaften, insbesondere aus dem Marktsegment „Low Cost“, begegnet. Damit sind die Risiken, die eine solche Abhängigkeit mit sich bringt,

weiterhin sehr hoch und eine Marktdifferenzierung über mehrere Fluggesellschaften aus allen Marktbereichen[5] ist angeraten, was von der Geschäftsführung des Flughafens Nürnberg aktuell aufgegriffen und in einem ersten Schritt mit Ryanair zusammen umgesetzt wurde. Eine Fortsetzung der Marktdifferenzierung ist essentiell für die nachhaltige Entwicklung des Flughafens, nachdem Air Berlin seine Unternehmensstrategie änderte und damit auch Handlungsspielraum für die Akquise ohne große Kannibalisierungseffekte eröffnete.

Mit 19 Zielen befindet sich die Mehrheit der Destinationen in Südosteuropa gefolgt von der Iberischen Halbinsel mit 11 und Italien/Malta sowie das nördliche Afrika mit je 7 direkt erreichbaren Zielen. Ost- und Zentraleuropa sind mit 3 bzw. 2 Zielen vertreten. Gemessen an den Zielorten bildet der Urlaubssektor ca. 71% des Destinationsportfolios. Der zweite Bereich Deutschland ist mit 20% vertreten, während sich die verbleibenden ca. 9% auf die Alpenländer, die Britischen Inseln und Westeuropa verteilen.

Abbildung 3: Passagierverteilung von NUE nach Endzielen



Quelle: Eigene Darstellung, 2012, auf Basis von Daten des Flughafens Nürnberg, 2012

Eine weiterführende Analyse der Verkehrsflüsse zeigt, dass diese zu 85% den ausgehenden Verkehr betreffen und ca. 31% der Einsteiger aus geschäftlichem Grund die Flugreise ab dem Nürnberger Flughafen unternehmen. Eine Auflösung des Passagieraufkommens nach Endzielen zeigt ebenfalls die hohe Bedeutung der Ziele auf der Iberischen Halbinsel und von Südosteuropa, die zusammengenommen über 41% der Passagiere binden. Alle südlich gelegenen Destinationen zusammengenommen erbringen ca. 55% des Aufkommens. Dieses bislang recht umfangreiche Angebot zu Urlaubsdestinationen ist maßgeblich durch die Bündelung dieser Verkehre via Nürnberg in ausgewählte Zielregionen (z.B. Griechenland) durch eine einzelne Fluggesellschaft geprägt, währenddessen es zu anderen Regionen (z.B. spanisches Festland) signifikante Lücken aufweist. Hervorzuheben ist auch das

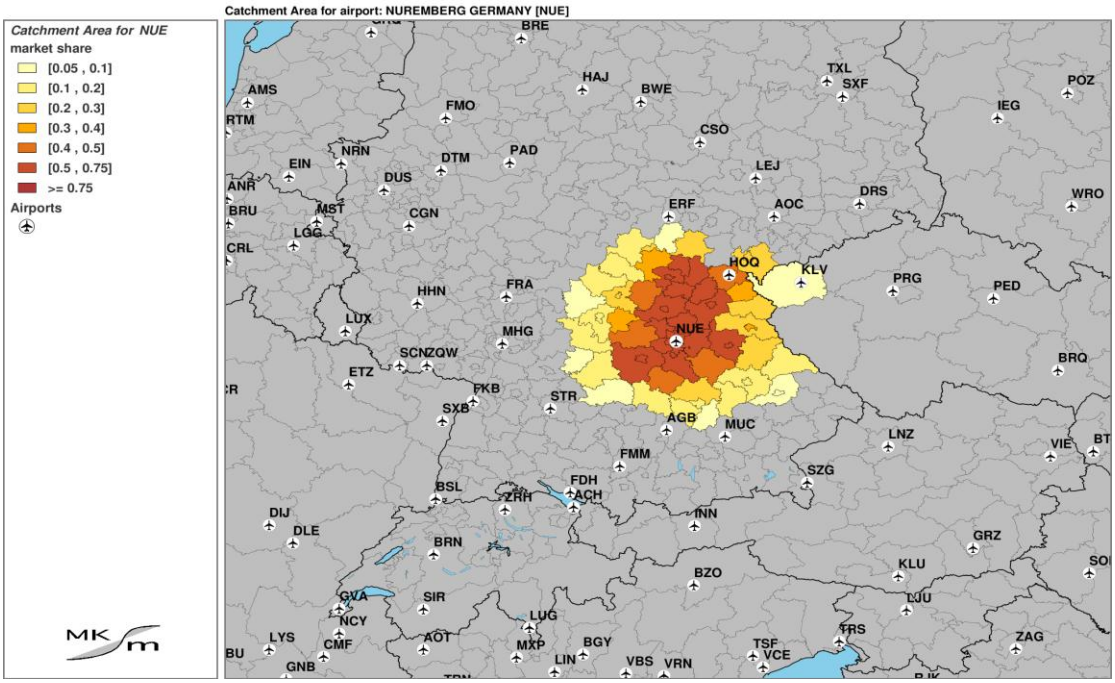
[5] Netzwerk-, Charter-, Regionalfluggesellschaft, Low Cost Carrier.

bereits am Flughafen abgefertigte Passagieraufkommen nach Nordamerika obgleich keine Direktverbindung besteht.

Eine erste kritische Betrachtung des existierenden Streckennetzes in Nürnberg zeigt, dass keine direkten, ganzjährigen Flugangebote zu Metropolregionen in Ost- und Zentraleuropa, Italien, Skandinavien, Belgien, der iberischen Halbinsel und mit Ausnahme Londons zu den Britischen Inseln angeboten werden. Hierzu zählen auch Anbindungen an einige der größeren europäischen Drehkreuze. Etliche dieser Lücken sind erst in den vergangenen 3 Jahren durch die Einstellungen entsprechender Flugangebote[6] entstanden.

Der Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg erstreckt sich über die Regionen Unter-, Mittel und Oberfranken, die Oberpfalz sowie Teilen von Schwaben, Nieder- und Oberbayern. Über die Landesgrenze hinweg wählen auch einige Reisende aus den benachbarten Bundesländern Baden-Württemberg und Thüringen sowie der Tschechischen Republik den Flughafen als Ausgangspunkt ihrer Reise.

Abbildung 4: Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg



Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012

Die obige Abbildung weist die Marktanteile an Luftverkehrsreisenden einer Region aus, der den Flughafen Nürnberg als Originärflughafen nutzt[7]. Die Intensität der Farbe reflektiert den in der Legende angegebenen Marktanteil, wobei Regionen mit Werten unter 5% nicht eingefärbt werden. Gut zu erkennen ist die Südwest-Nordost Ausrichtung des Kerneinzugsgebietes mit den Städten Nürnberg (64%), Ansbach

[6] Z.B. Brüssel (BRU), Budapest (BUD), Mailand (MXP), Kopenhagen (CPH).

[7] Wenn von 100 Luftverkehrsreisenden aus der kreisfreien Stadt Nürnberg 64 den Flughafen Nürnberg als Ein- oder Ausstiegsflughafen wählen (36 nutzen alternative Flughäfen wie z.B. München, Stuttgart, Frankfurt), so beträgt der Wert dieser Region für den Flughafen Nürnberg 0,64.

(50%), Coburg (61%), Bamberg (60%), Bayreuth (64%) und Amberg (58%). Ungeachtet der geographischen Nähe dieser Städte zum Flughafen Nürnberg wählt eine erhebliche Anzahl von Luftverkehrsreisenden (36% - 50%) alternative Flughäfen für Ihre Reise.

Die recht schnelle Ausdünnung der Marktanteile Richtung Süden (Regensburg 12%, Ingolstadt 12%) und Westen (Würzburg 14%, Schweinfurt 23%) ist der geographischen Lage dieser aufkommensstarken Regionen zu den Wirkungsbereichen der Flughäfen in Frankfurt und München geschuldet, so dass auch eine Ausweitung des Angebotes in Nürnberg nicht eine wesentliche Umorientierung der Reisenden aus diesen Regionen erwarten lässt.

Über das Flugangebot des Referenzjahres 2011 kann der Flughafen Nürnberg aus seinem Einzugsbereich insgesamt 3,45 Mio. Originärpassagiere attrahieren. Darüber hinaus generieren zahlreiche Umsteigeverbindungen am Flughafen Nürnberg ein Umsteigeraufkommen von rund einer halben Million Umsteigern. Letzteres resultierte vor allem aus dem Winterdrehkreuz von Air Berlin, das viele Urlaubsdestinationen mit geringer Originärnachfrage in Nürnberg bündelte.

2.1.3 Luftverkehrliche Erreichbarkeit der Region

Die Erreichbarkeit einer Region zu allen europäischen Regionen wird bestimmt mittels der von der Europäischen Kommission im Rahmen des Forschungsprojektes „European Transport Policy Information System (ETIS)“ festgelegten Verfahrens. Dabei wird die Reisedauer von einer Region zu allen anderen Europäischen Regionen unter Beachtung von Routenalternativen ermittelt, entsprechend der Populationsdichte der Regionen gewichtet und anschließend deren mittlere Reisedauer ausgewiesen. Dies kann getrennt für jeden Verkehrsträger vorgenommen werden oder auch über die Verkehrsträger entlang des schnellsten Weges[8].

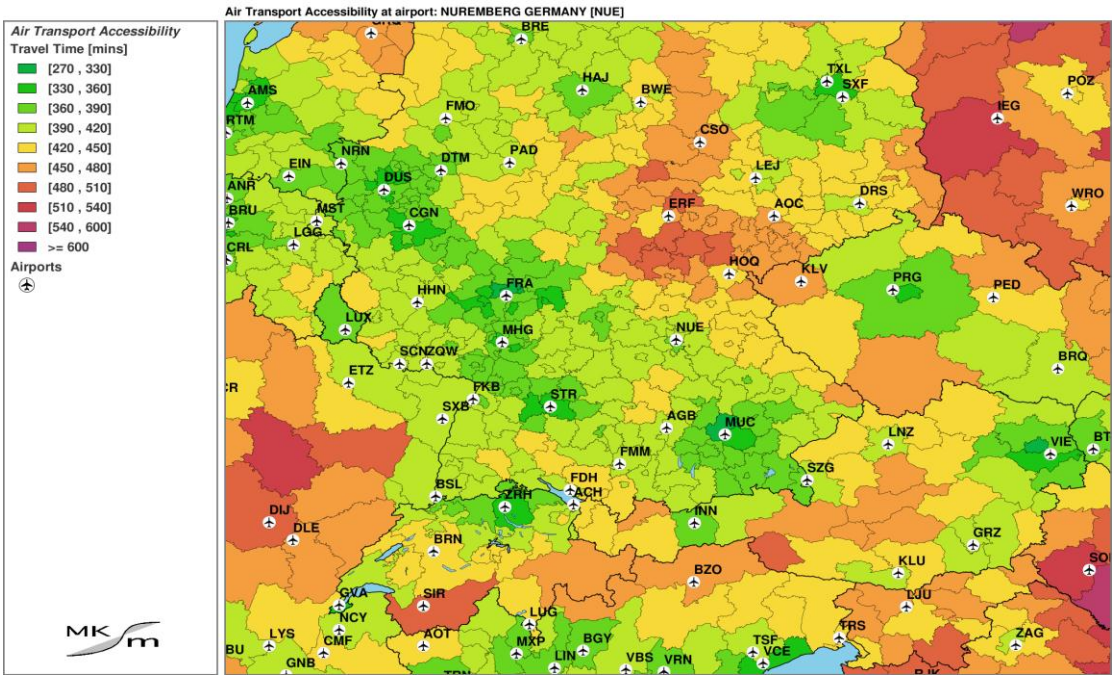
Das Erreichbarkeitsmaß ist einerseits in Zusammenhang mit der europäischen Kohäsionspolitik[9] von Bedeutung und wird andererseits im Rahmen des „Benchmarking“ der Standortlagegunst herangezogen. Letzteres dient als Argument im Konkurrenzkampf der Regionen um Investitionen, Unternehmensansiedlungen und Arbeitsplätze.

Die luftverkehrliche Erreichbarkeit der Regionen im Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg ist im bundesdeutschen Kontext als gut zu bezeichnen. Allerdings ist dies nur zum Teil auf die am Flughafen Nürnberg angebotene Destinationsvielfalt zurückzuführen. Maßgeblich trägt hierzu auch das sehr breite Angebot der umliegenden Konkurrenzflughäfen in München, Frankfurt und Stuttgart bei, die von Reisenden aus dem Umland des Nürnberger Flughafens ebenfalls genutzt werden.

[8] Bestimmt mittels „shortest path“ Algorithmen oder alternativ „route choice“ Modellen.

[9] Über die Kohäsionspolitik verfolgt die Europäische Union (EU) das Ziel der Stärkung des wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalts sowie eine harmonische Entwicklung der Gemeinschaft als Ganzes. Hierbei sollen insbesondere die regionalen Entwicklungsunterschiede verringert werden.

Abbildung 5: Luftverkehrliche Erreichbarkeit



Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012

Die Abbildung weist für eine Region die Erreichbarkeit aller europäischen Regionen mit Hilfe des Luftverkehrs aus. Während aus der kreisfreien Stadt Frankfurt die Erreichbarkeit 319 Minuten beträgt, liegt diese für die kreisfreie Stadt Nürnberg bei 376 Minuten, gleichauf mit Bremen. Im europäischen Kontext liegt sie somit noch vor Rom und Luxembourg sowie nur knapp hinter Outer London und Barcelona.

Tabelle 2: Erreichbarkeit im Kontext europäischer Regionen

Region Code	Region Name	Ø Reisezeit [Min]	Region Code	Region Name	Ø Reisezeit [Min]
DE712	Frankfurt am Main, Kreisfreie Stadt	319	UKI23	Outer London - West and North West	375
DE71A	Main-Taunus-Kreis	328	**DE254**	**Nürnberg, Kreisfreie Stadt**	**376**
DE21B	Freising	328	DE501	Bremen, Kreisfreie Stadt	376
AT130	Wien	329	DE719	Main-Kinzig-Kreis	376
CH040	Zürich	348	ITE43	Roma	377
DE212	München, Kreisfreie Stadt	364	LU000	Luxembourg (Grand-Duché)	383
DE21H	München, Landkreis	365	AT332	Innsbruck	384
DE122	Karlsruhe, Stadtkreis	366	HU101	Budapest	384
ITC45	Milano	366	DE123	Karlsruhe, Landkreis	387
CH031	Basel-Stadt	367	DE259	Nürnberger Land	409
ES511	Barcelona	374	DE241	Bamberg, Kreisfreie Stadt	416
NL421	Noord-Limburg	375	DE242	Bayreuth, Kreisfreie Stadt	424

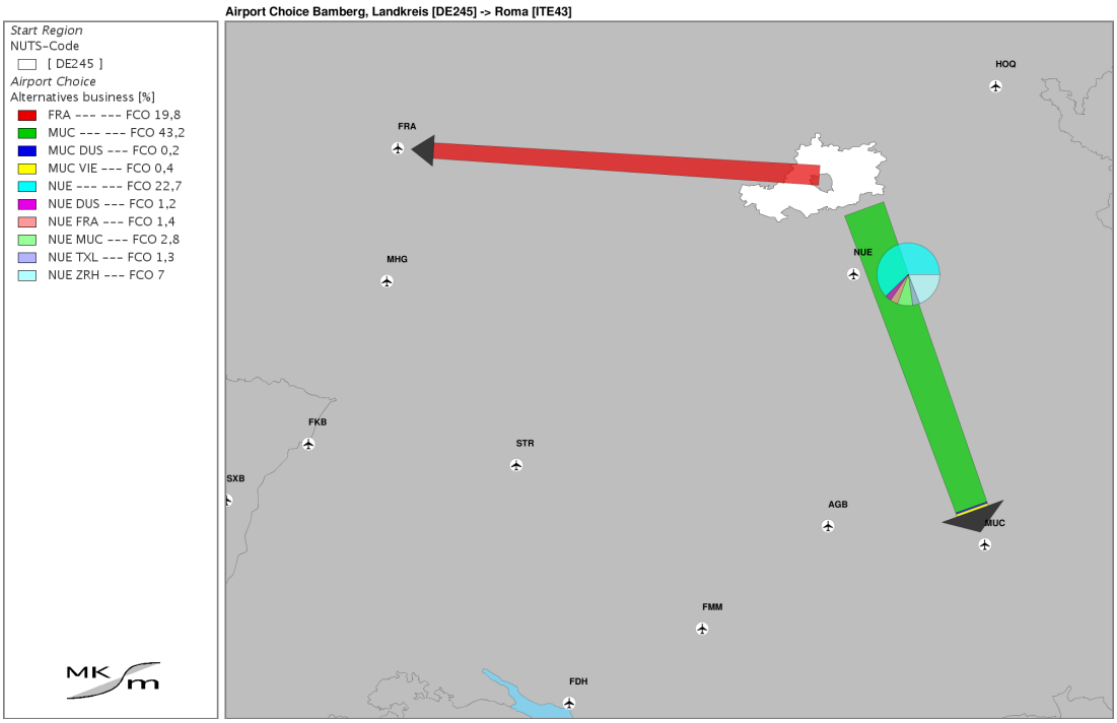
Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012; ausgewählte Regionen

2.1.4 Konkurrenzsituation des Flughafens

Neben dem vorangehend dargestellten Destinationsportfolio, der landseitigen Erreichbarkeit und der geographischen Lage eines Flughafens ist das Wahlverhalten der Flugreisenden hinsichtlich der alternativen Flugangebote für eine bestimmte Reise von essentieller Bedeutung für die Konkurrenzsituation eines Flughafens. Das Routen- und Flughafenwahlverhalten umfasst hierbei die Vielfalt der optionalen Wege von einer Quelle zum Ziel, die hinsichtlich Abflughafen, der Flugroute (direkt oder mittels Umstieg) sowie dem Ankunftsflughafen variieren. Hierbei spielt auch der Reisezweck eine hohe Bedeutung, denn Geschäftsreisende priorisieren eine direkte Flugverbindung mit hoher Bedienungsfrequenz, um Zeit einzusparen und möglichst flexibel zu sein, während Privatreisende ein hohes Augenmerk auf die Kosten der Flugreise legen.

Zur Verdeutlichung der Thematik wird nachfolgend anhand einiger Beispiele die Konkurrenzsituation des Flughafens Nürnberg dargestellt. Als Ausgangspunkt hierfür dient eine Reise aus dem Landkreis Bamberg in die Region Rom. Bis Oktober bedient Air Berlin drei Mal wöchentlich die Route Nürnberg - Rom, die jedoch zum Winter 2012 eingestellt wird.

Abbildung 6: Routen- und Flughafenwahl Landkreis Bamberg - Region Rom



Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012

Die Abbildung zeigt für den hell eingefärbten Landkreis Bamberg die gewählten Flugangebote von Geschäftsreisenden ab den Flughafenstandorten Nürnberg (Kreisdiagramm), München und Frankfurt. Die Fläche der Pfeile und des Kreisdiagramms reflektieren die Proportionalität der gewählten Flugangebots-alternative, wobei eine Unterteilung des Symbols Auskunft über die verschiedenen

Flugrouten ab einem Standort gibt. In der Legende sind die verschiedenen Alternativen mit ihren Wahlanteilen der Reisenden angegeben. So wählen 2,85% der Geschäftsreisenden aus dem Landkreis Bamberg das Flugangebot Nürnberg – Rom mit Umstieg in München.

Die meisten Geschäftsreisenden aus dem Landkreis Bamberg wählen den direkten Flug von München nach Rom (43,19%) und nur ca. halb so viele Reisende entscheiden sich für die direkte Flugverbindung ab Nürnberg (22,7%). Unter Einbezug der Umsteigeverbindungen ab dem Flughafen Nürnberg nutzt jedoch ca. ein Drittel der Geschäftsreisenden den Regionalflughafen. Das Wahlverhalten im Privatreisesektor zeigt ein umgekehrtes Verhältnis. Hier wählt die Mehrheit das direkte Flugangebot ab dem Flughafen Nürnberg (50,51%) und die Münchner Verbindung kann nur etwa halb so viel Aufkommen (24,35%) auf sich ziehen. Das Flugangebot ab Frankfurt bleibt jeweils unter 20%. Die Hintergründe hierzu zeigt der zweite Tabellenteil, der die wöchentliche Bedienungsfrequenz sowie die Anzahl der Bedienungstage ausweist. Die relativ hohen Werte im Geschäftsbereich für die Flugverbindungen ab den weiter entfernt gelegenen Standorten München und Frankfurt resultieren aus der Vielfach höheren wöchentlichen Bedienungsfrequenz (56) sowie der täglichen Verfügbarkeit der Angebote, während ab Nürnberg die Destination Rom direkt nur mittels 3 Flügen pro Woche zu erreichen ist.

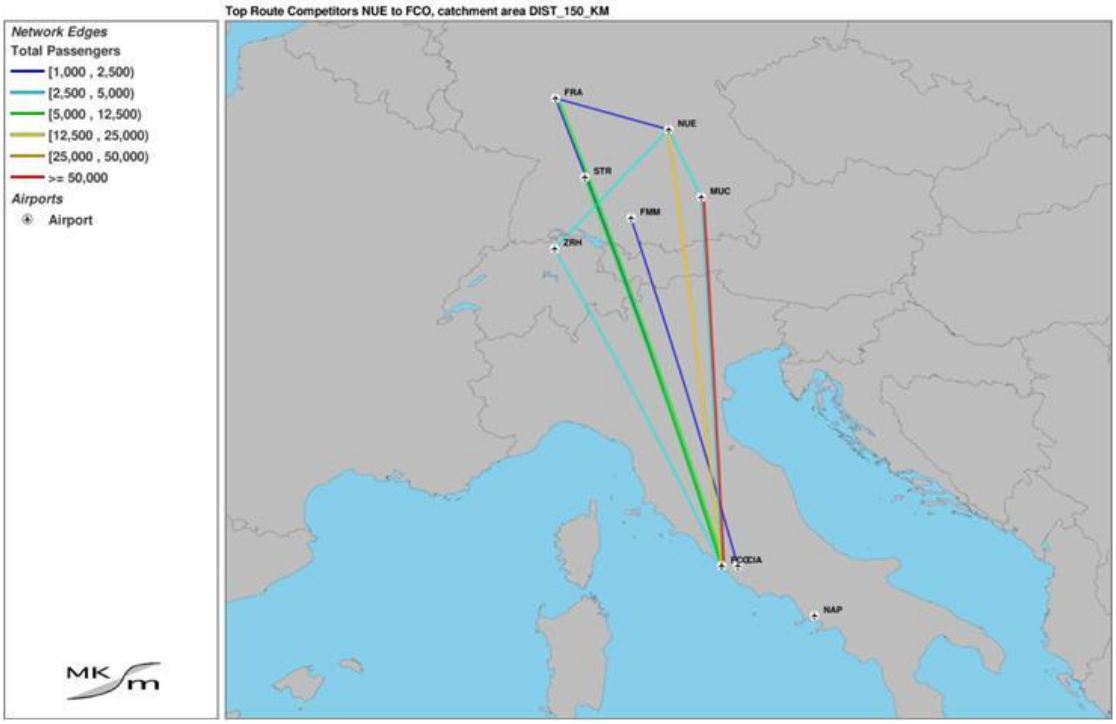
Tabelle 3: Routen- und Flughafenwahl Landkreis Bamberg – Region Rom

Airport- and Route-Choice				
From region:	DE245 - Bamberg Landkreis			
To region:	ITE43 - Roma			
Routing Alternative	Prob. Business	Prob. Non-Business	Weekly frequency	Operation days
MUC --- --- FCO	43,19%	24,35%	56	7
NUE --- --- FCO	22,70%	50,51%	3	3
FRA --- --- FCO	19,82%	16,67%	56	7
NUE ZRH --- FCO	6,97%	2,59%	20	7
NUE MUC --- FCO	2,85%	2,28%	34	7
NUE FRA --- FCO	1,45%	1,74%	45	7

Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, ausgewählte Alternativen, 2012

Wird das Flughafen- und Routenwahlverhalten aller Regionen im Umkreis von 150km um Nürnberg und auch Rom betrachtet, so ergibt sich ein noch differenzierteres Bild konkurrierender Strecken. Zu den Einsteigeflughäfen Nürnberg (NUE), München (MUC) und Frankfurt (FRA), kommen auch die Standorte Stuttgart (STR) und Memmingen (FMM) hinzu. Aber auch die Menge der Zielflughäfen ist nicht mehr nur auf Fiumicino (FCO) beschränkt, sondern erweitert sich um Ciampino (CIA) und Neapel (NAP). Hierbei ist zu beachten, dass für einen Geschäftsreisenden der aus dem südlichen Bereich des Nürnberger Einzugsgebietes in das südliche Einzugsgebiet von Rom möchte, die tägliche Verbindung München - Neapel mit einer wöchentlichen Bedienungsfrequenz von 25 Flügen durchaus attraktiv ist. Entsprechend attraktiv kann für einen Privatreisenden das Angebot der Low Cost Fluggesellschaft Ryanair ab Memmingen nach Ciampino sein.

Abbildung 7: Konkurrenzrouten für Regionen im Umkreis von 150km um Nürnberg und Rom



Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012

Die preisliche Komponente einer Flugreise ist neben der Bedienungsfrequenz und der täglichen Verfügbarkeit des Fluges ein weiterer Faktor, der das Wahlverhalten der Reisenden maßgeblich beeinflusst. Um diese Attraktivität der Flugangebote ab dem Standort Nürnberg zu fassen sind exemplarisch die zwei Destinationen Brüssel und Madrid herausgegriffen, die ab Nürnberg mittels Umsteigeverbindungen angeboten werden.

Während Flugangebote ab Nürnberg für direkt erreichbare Ziele für durchaus konkurrenzfähige Preise angeboten werden, ist der Flughafen für Reisende aus dem Hinterland des Flughafens zu Destinationen mittels Umsteigeverbindungen unabhängig von der potentiellen Fluggesellschaft nicht von sehr hoher Attraktivität. Dies zeigt jeweils die letzte Tabellenzeile in der der günstigste Preis ausgewiesen wird und für Flüge ab Nürnberg stets der höchste Preis vorliegt, da der Zubringerflug mit einzurechnen ist.

Die maximale Preisdifferenz einer Fluggesellschaft über die verschiedenen Standorte hinweg zeigt die letzte Tabellenspalte, sofern auch ab Nürnberg ein Ticket angeboten wurde. Einige der niedrigeren Preise kompensieren den großen Umweg und damit die lange Reisezeit, aber erstaunlich ist dennoch die Preisgestaltung der Deutschen Lufthansa AG, die entgegen ihrer üblichen Politik Umsteigeverbindungen kostengünstig gegenüber Direktverbindungen anzubieten, nicht nur in diesen Fällen eine gegenläufige Preisspreizung ausweist. So ist der Umsteigeflug ab Nürnberg wesentlich teurer als die Direktflüge ab Frankfurt, München und Stuttgart. Der

Flughafen selbst hat leider keinen Einfluss auf das „yield-management“[10] einer Fluggesellschaft, doch kann er durch eine beständige Marktbeobachtung und einen engen Kontakt zu den Fluggesellschaften für die Preisgestaltung von Flügen ab Nürnberg eine höhere Sensitivität schaffen.

Tabelle 4: Flugpreise nach Brüssel und Madrid

Flugpreise Brüssel 6 Tage Buchungsvorlauf, 1 Tag Aufenthalt

Carrier	ab NUE	ab FRA	ab MUC	ab STR	max Diff.
Germanwings				353 €	
Alitalia		731 €	863 €		
KLM		604 €	653 €	669 €	
SAS		**418 €**	258 €	524 €	
Lufthansa	743 €	**459 €**	**413 €**	694 €	**- 330 €**
SN Brussels		505 €	**497 €**		
Swiss	485 €		341 €	545 €	**- 144 €**
TAP					
Minimum alle	485 €	418 €	258 €	353 €	**- 227 €**

Bahnticket 1. Klasse ab Nürnberg h+r : ab 254,- € (BC50)
Durchschnittsyield NUE-BRU, als noch nonstop: ca. 400,- €

Flugpreise Madrid: 6 Tage Buchungsvorlauf, 1 Tag Aufenthalt

Carrier	ab NUE	ab FRA	ab MUC	ab STR	max Diff.
Air Berlin	414 €	286 €	336 €	263 €	**- 151 €**
Air France	593 €	339 €	499 €	339 €	**- 254 €**
Alitalia		536 €	695 €		
British Airways		627 €		804 €	
Iberia		**322 €**	**571 €**		
KLM	634 €	509 €	596 €	516 €	**- 125 €**
Lan Chile		**271 €**			
LOT			654 €		
Lufthansa	861 €	**497 €**	**488 €**	466 €	**- 395 €**
SN Brussels			784 €		
Swiss	622 €	400 €	446 €	452 €	**- 222 €**
TAP		517 €	543 €		
Minimum alle	414 €	271 €	336 €	263 €	**- 151 €**

Quelle: Buchungsabfrage am 19.10.2012 für den 25./26.10.2012 bei www.expedia.de

Letzteres ist auch für interkontinentale Destinationen angebracht, da eine Preisanalyse[11] für eine Reise von Shanghai (PVG) zur Spielwarenmesse in Nürnberg auch hier einen wesentlichen Preisunterschied zeigte. Während ein „Economy“-Ticket nach Frankfurt bzw. München für 640 Euro bzw. 631 Euro zu erstehen war, kostete das „Business“-Ticket 1.816 Euro bzw. 2.049 Euro. Nach Nürnberg lag der Preis in der „Economy“ Klasse um 116 Euro bzw. 125 Euro und in der „Business“ Klasse gar um 950 Euro bzw. 717 Euro höher. Anzumerken bleibt, dass einerseits

[10] „yield-management“ ist ein Instrument zur Ertragssteuerung das von den Fluggesellschaften eingesetzt wird. Meist rechnergestützt werden simultan und dynamisch Preise variiert und die Auslastung der angebotenen Kapazität gesteuert.

[11] Buchungsabfrage am 18.10.2012 für verfügbare Tarife auf Nonstop- und 1-Stop-Verbindungen für eine Reise 31.1.2013 – 7.2.2013, www.matrix.itasoftware.com

der höhere Preis ab Nürnberg auch den Zubringerflug umfasst und daher die Attraktivität ab Nürnberg zu fliegen schmälert, aber auch andererseits, dass viele ausländische Fluggesellschaften in dem Flugpreis bereits eine Bahnfahrt[12] inkludiert haben und daher relativ geringe oder keine Preisunterschiede zu verschiedenen deutschen Destinationen ausweisen. Darüber hinaus stehen Angebote an Drehkreuzen zumeist unter höherem Wettbewerb, da mehrere Fluggesellschaften in meist hoher Frequenz die Verbindung bedienen, was Druck auf den Preis ausübt.

In diesem Kontext ist auch die Annullierung von Kurzstreckenflügen anzusprechen. Die Flüge ab Nürnberg zu den Drehkreuzen Frankfurt / Main und München sind stärker als andere Strecken ausfallgefährdet, da die Deutsche Lufthansa AG solche Kurzstrecken im Falle von Engpässen an den Drehkreuzen bevorzugt streicht. Diese sind am einfachsten durch Bodenverkehrsmittel (Bus, Bahn, Taxi) ersetzbar. Die Annullierung von Flügen verringert die Zuverlässigkeit und erhöht das Risiko von Anschlussverlusten (nicht nur) im Interkontinentalverkehr, was insbesondere Geschäftsreisende veranlasst ihre Flugreise gar nicht erst ab Nürnberg, sondern direkt ab einem der Drehkreuze anzutreten. Leider liegt die Entscheidung einer Flugannullierung, Wetter- und Sicherheitsaspekte ausgenommen, nicht im Einfluss-bereich des Flughafens, so dass selbst eine gute Kooperationsbeziehung zu der Fluggesellschaft diese Schwäche nicht mildern kann.

Ein Vergleich des Destinationsportfolios von Nürnberg mit denen der umliegenden Wettbewerber verdeutlicht darüber hinaus die Reaktion der Reisenden im Hinblick auf die Flughafenwahl. Die bedeutendsten Konkurrenten Frankfurt und München verfügen über eine wesentlich breitere Palette an Flugzielen und bieten diese mit geringen Ausnahmen auch in wesentlich höherer Bedienungsfrequenz bzw. täglich an. Somit steht der Nürnberg gewogene Geschäftsreisende meist im Konflikt Termine nach dem Flugplan zu gestalten und einen Umsteigeflug zu wählen, während Frankfurt und München eine wesentlich höhere Flexibilität bieten. Das Argument des reichhaltigen Zielangebotes beeinflusst zwar ebenso den Privatreisenden, doch ist die Flexibilität nicht prioritär, so dass er die auf Tourismus ausgerichteten Flugangebote ab Nürnberg stärker nutzt, sofern er nicht durch preislich günstigere Angebote ab anderen Standorten[13] abgeworben wird. Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die Anzahl an angebotenen Destinationen nach Zielregionen.

[12] Rail &Fly in Kooperation mit der Deutschen Bahn AG
[13] (die sich durch einen standortspezifischen Konkurrenzkampf der Anbieter ergeben)

Tabelle 5: Destinationsportfolio von Nürnberg und seinen Wettbewerbern

Zielregion mit Anzahl Destinationen	NUE	MUC	FRA	STR	PRG	KLV	FMM	LEJ
Deutschland	14	21	17	21	9		2	12
Alpenländer	2	6	8	4	3			1
Britische Inseln	1	12	11	5	13		4	1
Osteuropa	3	24	27	9	26	7	3	2
Iberische Halbinsel	11	18	20	18	11		8	7
Italien/Malta	7	22	17	13	17		5	2
Südosteuropa	19	29	30	26	16		2	7
Zentraleuropa	2	17	20	12	17	1	1	3
Westeuropa	3	11	11	7	15		2	2
Skandinavien/Baltikum		13	14	4	12		2	
Afrika Nord	7	11	15	7	1			6
Übriges Afrika		6	22	1				
Amerika		23	55	2	3			
Asien		14	33		1			

Quelle: Flugplanvergleich HAFAS, MKmetric GmbH, 2012

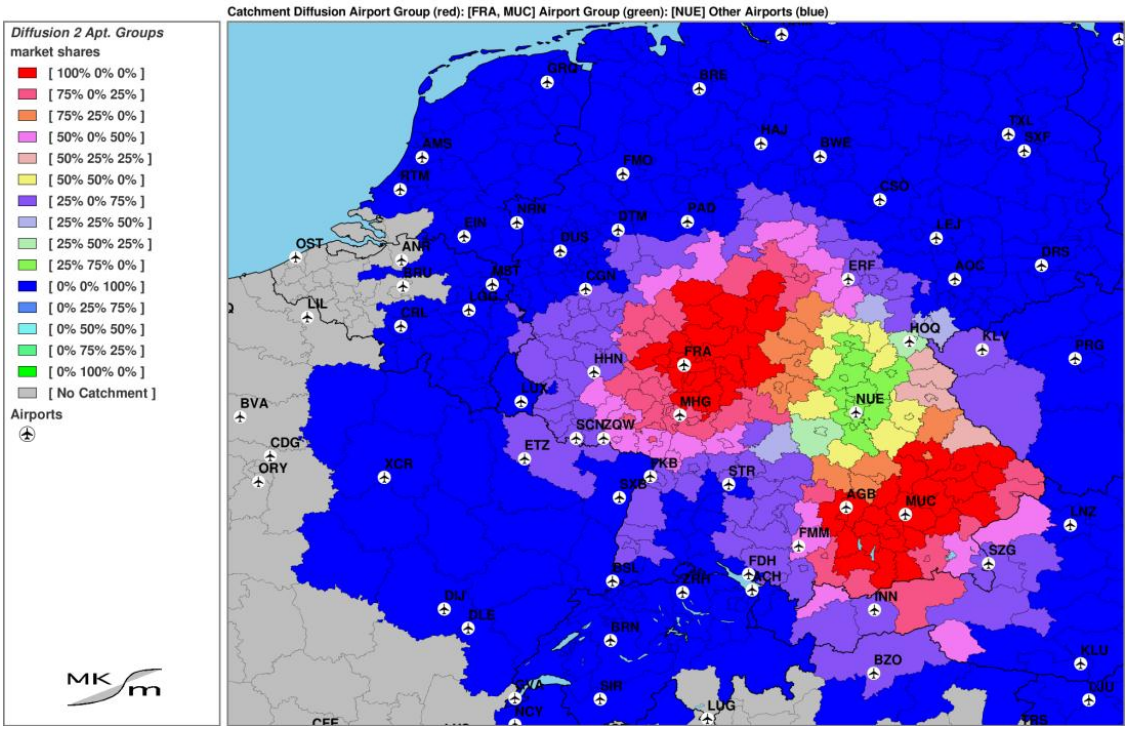
Eine Betrachtung des Destinationsportfolios von Prag (PRG) macht auch deutlich, warum der Einzugsbereich von Nürnberg so abrupt an der Grenze zur Tschechischen Republik endet. Nur in den Norden Afrikas weist Nürnberg ein wesentlich höheres Zielangebot aus und selbst in den deutschen Markt kommt Prag auf fast zwei Drittel an Nürnberg heran, während Prag in allen anderen Zielregionen mehr Destinationen anbietet. Allerdings ist der noch geringe Anteil von Passagieren aus der Tschechischen Republik nicht nur auf die Stärke des Flughafens Prag, sondern auch auf die besondere Schwäche[14] der grenznahen Regionen und Überlappungsgebiete zurückzuführen.

Vorwiegend aus Karlsbad und Pilsen kann Nürnberg einige Reisende gewinnen, da das Angebot in Karlovy Vary (KLV) vorwiegend auf den Bäderverkehr in Osteuropa ausgerichtet ist. Die Flughäfen Leipzig (LEJ) sowie Memmingen (FMM) weisen insgesamt gesehen ein schwächeres Flugangebot als Nürnberg aus.

Ausgehend von der dargelegten Angebotssituation und dem Wahlverhalten der Reisenden ergibt sich für den in Nachbarschaft zu den großen deutschen Drehkreuzen Frankfurt und München gelegene Flughafen Nürnberg das nachfolgende Bild, welches die Konkurrenzsituation anhand der überlappenden Einzugsbereiche verdeutlicht. In roter Farbe wird die Einflusshemisphäre der Hubs[15] Frankfurt und München dargestellt während in Grün die des Flughafens Nürnberg erfasst wird. Blau ist allen anderen Flughäfen vorbehalten, die in Konkurrenz stehen. Je intensiver die Einfärbung der Regionen ist, desto stärker ist die Marktdominanz[16] der jeweilig den Farben zugeordneten Flughäfen.

[14] Geringe Kaufkraft in Westböhmen.
[15] Drehkreuze
[16] Legende: Marktanteil 100% Rot, 0% Grün, 0% Blau

Abbildung 8: Einflusshemisphäre des Flughafens Nürnberg und seiner Konkurrenten



Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012

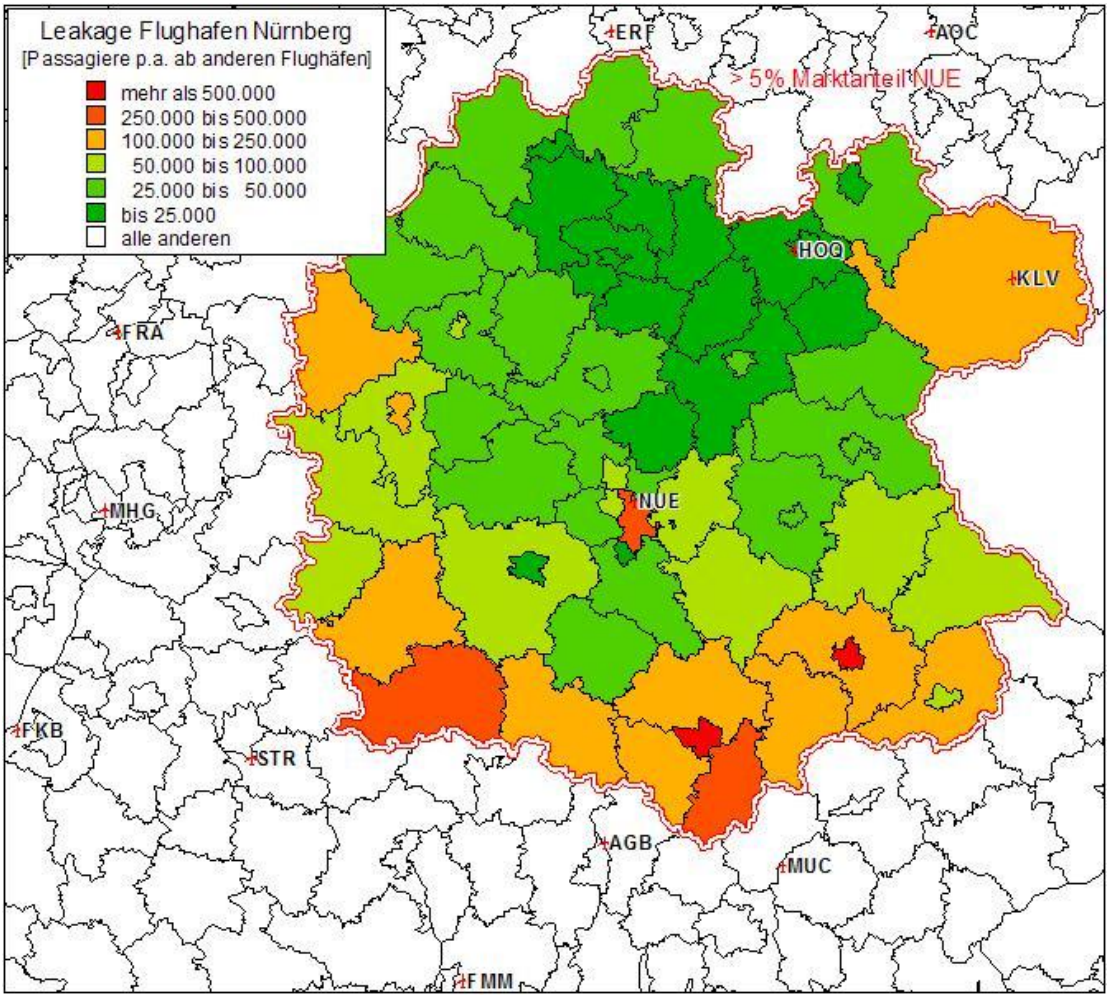
Der Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg überlappt sich in weiten Teilen mit dem der beiden größten deutschen Drehkreuze Frankfurt / Main und München sowie des größeren internationalen Flughafens Stuttgart. Durch das erheblich stärker besetzte Destinationsportfolio sowie höhere Bedienungsfrequenzen zu auch ab Nürnberg angebotenen Zielen bei den Konkurrenzstandorten schöpfen diese Wettbewerber nicht nur Passagiere aus dem Nürnberger Einzugsbereich ab, sondern erschweren darüber hinaus die Akquisition neuer Verbindungen für den Flughafen Nürnberg.

Um das Gesamtpotential an Luftverkehrsreisenden im Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg darzustellen, sind nicht nur die vom Flughafen attrahierten 3,4 Mio. Originärreisende zu betrachten, sondern auch die aus dem Einzugsbereich von Nürnberg zu anderen Wettbewerbern abwandernden Reisende zu bestimmen. Aus dem 5% Marktanteil-Einzugsbereich entfallen 3,2 Mio. Reisende auf den Flughafen Nürnberg während 5,1 Mio. Konkurrenzstandorte wählen, was jedoch zu relativieren ist, denn manche dieser Regionen sind bereits dem Kerneinzugsbereich des Konkurrenzflughafens zuzurechnen und daher kaum akquirierbar.

Die hohe Anzahl an abwandernden Reisenden ist der Nähe von Populationszentren aus der Randlage des Nürnberger Einzugsbereiches zu Konkurrenzstandorten geschuldet. So liegen z.B. Ingolstadt und Regensburg in natürlicher geographischer Nähe zum Standort München sowie Aschaffenburg, Würzburg und Schwäbisch Gmünd zu den Standorten Frankfurt und Stuttgart. Diese Märkte für den Standort Nürnberg mehrheitlich zu gewinnen ist nicht realistisch. Aus diesem äußeren Randbereich des Einzugsbereiches in dem der Flughafen Nürnberg zwischen 5% und 20% der Reisenden für sich gewinnen kann, fließen insgesamt ca. 3,2 Mio.

Passagiere zu den Konkurrenzstandorten ab, die nur mit geringen Erfolgsaussichten zu akquirieren sind. Wesentlich erfolgsversprechender ist die Konzentration auf den Kernbereich des Einzugsgebietes aus dem der Flughafen Nürnberg derzeit bis zu 50% des Marktes auf sich ziehen kann. Hier fließen ca. 1,1 Mio. Passagiere zu konkurrierenden Standorten ab, die jedoch durch eine höhere Attraktivität des Flugangebotes in Nürnberg zu erheblichen Teilen zurückgewonnen werden können. Etwas abgeschwächt trifft dies auch auf die ca. 0,8 Mio. Passagiere zu, die aus den Regionen abwandern, die bislang zu 20% bis 50% den Flughafen Nürnberg wählten. Zusammengenommen ergibt sich für den Flughafen Nürnberg somit ein realistisch akquirierbares Potential von ca. 1,9 Mio. Passagieren.

Abbildung 9: Abwandernde Passagiere aus dem Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg



Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012

In diesem Zusammenhang ist auf die von DESTATIS veröffentlichte Statistik der Endzielpassagiere hinzuweisen, die bereits erste Chancen zur Entwicklung von neuen Flugangeboten aufzeigt.

Tabelle 6: Ist-Nachfrage ab Nürnberg zu nicht bedienten Endzielen

Ist-Nachfrage ab NUE zu nicht bedienten Zielen

City	Code	Endzielpassagiere oneway
Rom	*ROM**	*23 860*
Mailand	MIL*	14 406
New York	NYC*	11 372
Malaga	AGP	9 870
Madrid	MAD	8 588
Stockholm	ARN	8 413
Kopenhagen	CPH	8 392
Moskau	MOS*	7 697
Atlanta	ATL	7 354
Manchester	MAN	6 576
Faro	FAO	6 370
Brüssel	BRU	6 058
Chicago	ORD	5 902
Lissabon	LIS	5 877
Helsinki	HEL	5 745
Athen	ATH	5 651
Shanghai	PVG	5 573
Philadelphia	PHL	5 347
Washington	IAD	5 130

kursiv = derzeit noch bedient, * = multi airport city

Quelle: DESTATIS, 2012

In der Endzielstatistik werden für die deutschen Flughäfen die Passagiere nach dem letzten bekannten Flugziel ausgewiesen. Somit sind auch jene Passagiere zu erkennen, die trotz eines fehlenden direkten Flugangebotes ab Nürnberg und der beschriebenen Konkurrenzsituation ihre Reise von Nürnberg aus angetreten haben. Die zugehörige Tabelle indiziert damit erste zu untersuchende Ziele auf ihr Gesamtpotential aus dem Hinterland von Nürnberg im Falle einer existenten Direktverbindung. Kursiv markiert sind die Ziele, die in Nürnberg eingestellt werden und für die mit einem Stern versehenen Codes wurden die Passagiere aller Flughäfen der Stadt zusammengenommen.

2.1.5 Marktumfeld

Im Einzugsbereich des Flughafens wohnen ca. 7 Mio. Menschen und die Wirtschaft generiert Werte in Höhe von ca. 189 Mrd. Euro pro Jahr. Damit ist für den Flughafen Nürnberg eine gute Basis für die Entwicklung des Flugangebotes im Geschäfts- wie auch Privatreiseverkehr vorhanden. Detailliert wird auf das sozioökonomische Marktumfeld in Kapitel 3.6 eingegangen.

Sowohl Einwohnerzahl und Bruttowertschöpfung als auch die Zahl der Reisenden aus dem Einzugsbereich des Flughafens, die derzeit alternative Flugangebote ab konkurrierenden Standorten nutzen, zeigen deutlich, dass grundsätzlich eine starke regionale Mobilitätsnachfrage und damit ein hohes Potential von Passagieren existiert, das die Aufnahme von Flügen zu derzeit nicht ab Nürnberg angebotenen

Zielen erlaubt. Die hierfür erfolgversprechendsten Destinationen sind in der Potentialanalyse ausgewiesen (siehe Kapitel 2.2) und gezielt vom Flughafen Nürnberg zu akquirieren.

Für die Potentialanalyse sind auch allgemeine Marktveränderungen der Luftverkehrsbranche zu berücksichtigen, da diese erheblichen Einfluss auf die Akquisitionsrichtung einerseits sowie auf die Potentialausschöpfung andererseits haben können. So hat die am Standort Nürnberg dominierende Fluggesellschaft Air Berlin ihre Unternehmensstrategie erheblich verändert und fokussiert nun auf die Entwicklung von Berlin und Düsseldorf als Drehkreuz und wird darüber hinaus auch Wien stärker bei der Streckenentwicklung fördern. In Anbetracht der aktuellen Situation der Fluggesellschaft sind direkte Auswirkungen auf Nürnberg in Form von Streckeneinstellungen zu erwarten. So verliert im Zuge der veränderten Unternehmensstrategie von Air Berlin auch das Winterdrehkreuz in Nürnberg an Bedeutung. Damit können einige Urlaubsdestinationen mit geringer Originärnachfrage ab Nürnberg nicht mehr angeboten werden und das Umsteigervolumen in Nürnberg geht ebenfalls zurück.

Aktuell plant Air Berlin auch die Aufgabe einiger Strecken mit erheblichem nachgewiesenem Nachfragepotential. Die resultierenden negativen Effekte für den Flughafen Nürnberg können weitgehend aufgefangen werden, wenn eine möglichst nahtlose Übernahme solcher Strecken durch andere Fluggesellschaften erfolgt. So kann eine Strecke und die mit ihr einhergehende Nachfrage am Flughafen Nürnberg gehalten und darüber hinaus womöglich sogar ausgebaut werden.

Im Rahmen der Entwicklung neuer Unternehmensstrategien werden von etlichen Fluggesellschaften auch vermehrt Direktverkehre angeboten. Hintergrund ist einerseits das stärkere Engagement von „Low Cost“ Fluggesellschaften auf internationalen Flughäfen von Ballungszentren sowie andererseits die z.T. erst dadurch hervorgerufene Etablierung von „Low Fare“ Tochtergesellschaften großer Netzwerkfluggesellschaften. Hier ergeben sich neue Akquisitionsmöglichkeiten für Nürnberg. In diesem Kontext kann auch der Rückbau des Palma-Drehkreuzes von Air Berlin gesehen werden: Mit Hilfe anderer Fluggesellschaften kann die Umwandlung von ehemaligen Transferflugangeboten in Direktflugverbindungen angegangen werden.

Weltweit schreitet die Konsolidierung im Luftverkehr weiter voran und geht an Europa nicht spurlos vorüber. In den nächsten Jahren ist mit dem Konkurs weiterer, insbesondere langjährig etablierter Fluggesellschaften zu rechnen. Dies verringert die Zahl potentieller Geschäftspartner einerseits. Andererseits reduziert dies den Wettbewerbsdruck. Bei einem Marktaustritt von der in Nürnberg bislang dominanten Fluggesellschaft Air Berlin könnte nicht von der vollständigen Übernahme ihres heutigen Flugangebotes durch Wettbewerber ausgegangen werden. Jedoch scheinen die Sparprogramme bei Air Berlin zu greifen und der Strategiewechsel Früchte zu tragen, so dass Defizite abgebaut und die Gewinnzone in naher Zukunft erreicht werden sollte. Einige kleinere Fluggesellschaften werden auch ganz aus dem Markt verdrängt: Sie werden einerseits durch die vermehrten Direktverkehre konkurrenziert und andererseits durch den fehlenden Anschluss an eine große Netzwerkfluggesellschaft ausgegrenzt. Auch können sie aufgrund des Einsatzes von kleinerem Fluggerät oftmals nicht auf dem gleichen Kostenniveau produzieren.

Allerdings bergen solche Marktaustritte auch die Chance der gezielten Ansprache von im Markt verbliebenen Regionalfluggesellschaften.

Generell ist jedoch mit einer Konzentration des Flugangebotes auf große Flughäfen zu rechnen, sofern die zu erwartende weitere Erhöhung der Produktionskosten im Luftverkehr[17] nicht durch eine Produktivitätssteigerung kompensiert werden kann. Neben den zahlreichen Sparprogrammen ersetzen die Netzwerkfluggesellschaften zunehmend kleines Fluggerät durch mindestens 90-sitzige Flugzeuge, was zur Folge hat, dass aufkommensschwächere Destinationen ab Regionalflughäfen eingestellt oder nicht mehr entwickelt werden. Darüber hinaus führen Frequenzanpassungen zu Attraktivitätsverlusten und damit zu einer Abwanderung von Reisenden zu größeren Flughäfen. Für aufkommensschwächere, für den Geschäftsreiseverkehr jedoch wichtige Strecken ab Nürnberg bieten sich jedoch die gezielte Ansprache von im Markt verbliebenen Regionalfluggesellschaften an. Sie verfügen über geeignetes Fluggerät um solche Märkte auch mit der für sie notwendigen hohen Frequenz zu bedienen.

Ein spezieller Bereich des Tourismusmarktes setzt verstärkt auf Individualreisen die spezifische Themenfelder bedienen. Die vielfältigen kulturellen und historischen Attraktionen der Stadt Nürnberg selbst sowie ihrer Umgebung bieten einen Ansatzpunkt dafür, in Zusammenarbeit mit den Tourismusverbänden und Reiseveranstaltern eine Stärkung des „Incoming“ Tourismus‘ vorzunehmen, wodurch die Nachfrage auf bestehenden oder neu einzurichtenden dezentralen Strecken spürbar gestärkt werden kann.

Im Hinblick auf die Entwicklung interkontinentaler Destinationen ist die existierende Start-/Landebahnlänge von 2.700 Metern zu beachten, da diese den Einsatz von voll ausgelasteten Flugzeugen beschränkt und einige Ziele daher nicht realisierbar sind, obgleich die neuen Fluggeräte B787 sowie A350 sich für die direkte Erschließung kleinerer Märkte eignen.

Abschließend ist anzuzeigen, dass die von der Bayerischen Staatsregierung beschlossene Ausweitung der Schienenanbindung des Münchner Flughafens bis in das Hinterland Nürnbergs wirkt. Mit dem Bau der Neufahrner Kurve erlaubt die vorhandene Bahnstrecke Landshut-München eine umsteigefreie Schienenanbindung aus Nordostbayern an den Münchner Flughafen. Dies erhöht den Wettbewerbsdruck auf Nürnberg.

[17] Z.B.: Die Prognosen zu den Kosten für Kerosin zeigen steigende Preise. Die Kosten für die Flugsicherung wurden bereits um über 11 % erhöht und weitere Steigerungen sind angekündigt. Die Haushaltslage des Bundes steht einem Verzicht auf die Erlöse der Flughafenabgabe entgegen. Der Emissionshandel wird seine Wirkung erst in den kommenden Jahren entfalten.

2.2 Potentialanalyse

Für die Identifizierung neuer Flugziele für Nürnberg wurde ein SONAR (Scan Of New Air Routes) durchgeführt. Beim SONAR handelt es sich um ein standardisiertes Verfahren zur systematischen Suche kommerziell tragfähiger, bislang nicht bedienter Strecken für einen Flughafen.

Der Untersuchungsraum umfasst neben Deutschland das gesamte europäische Ausland mit den entsprechenden Verkehrsströmen des Luftverkehrs im Detaillierungsgrad so genannter NUTS3-Regionen, die für Deutschland mit den Landkreisen und kreisfreien Städten identisch sind. Auch Verkehrsströme in das / aus dem außereuropäischen Ausland werden dabei berücksichtigt; mindestens im Detaillierungsgrad einzelner Länder, zum Teil jedoch auch deutlich feiner (z.B. Bundesstaaten der USA).

Das zu Grunde liegende Flugnetz mit über 1000 Flughäfen und ihren Verbindungen umfasst nahezu alle Flughäfen Europas mit gewerblicher Passagierluftfahrt. Interkontinental ist es in seiner Detaillierung auf die jeweilige Regionalisierung eines Ziellandes abgestimmt. Die Verkehrsnetze der Bodenverkehrsmittel Straße und Schiene und ihrer Anbindungen an Flughäfen sind ebenfalls Bestandteil des verwendeten Modellansatzes, um die Flughafen- und Flugroutenwahl des Konsumenten auch landseitig realitätsnah abzubilden.

Die Potentialanalyse umfasst dabei nicht nur Verkehrsströme zu den jeweiligen Zielregionen, auch das Potential für umsteigende Reisende, sei es am jeweiligen Zielort oder in Nürnberg selbst, wird in der Modellsimulation berücksichtigt.

Die Basis der Nachfrageseite, also die Verkehrsströme für die Modellsimulation, sind dabei die Luftverkehrsstatistiken des Jahres 2011 für Deutschland sowie zahlreicher anderer Länder Europas sowie des außereuropäischen Auslands. Das bedeutet, dass die ermittelten Aufkommenspotentiale neuer Strecken keinerlei durch diese neuen Angebote generierten oder induzierten Verkehr beinhalten.

Die Angebotsseite wird durch das Flugnetz des gleichen Jahres dargestellt, das für Nürnberg auf das Jahr 2012 aktualisiert wurde. Zusätzlich wurden bis zum Zeitpunkt des Beginns der Untersuchung veröffentlichte, bzw. den Auftragnehmern seitens der Geschäftsführung des Flughafens Nürnberg genannte Änderungen im Flugplan berücksichtigt. So wurden z.B. die durch Air Berlin betriebenen Strecken von Nürnberg nach Mailand Malpensa (eingestellt zum Sommer 2011), Rom Fiumicino (Einstellung Oktober 2012) und auch London Gatwick (Einstellung Januar 2013) aus dem Referenzfall für die Routensuche entfernt. Auch wurde die saisonal im Jahr 2012 an mehreren Wochentagen bediente Strecke nach Barcelona nicht in den Referenzfall aufgenommen. Dies war nötig um das ermittelbare Potential einer neu anzubietenden Strecke, mit einem anderen Carrier, ggf. auch zu einem anderen Flughafen einer Stadt, nicht durch ein parallel scheinbar existierendes Angebot nur unzureichend identifizieren zu können.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die im Referenzfall ab Nürnberg angeflogenen Ziele in blau, sowie in rot alle getesteten Ziele in Europa und dem Mittelmeerraum.

Die Auswahl erfolgte durch Analyse der Endzielstatistik des Flughafens Nürnberg, der Verkehrsströme des Jahres 2011 und Flugpläne früherer Jahre. Auch wurden Vorschläge des Flughafens Nürnberg aufgenommen.

Abbildung 10: Bestehende und untersuchte potentielle Ziele ab Nürnberg



Quelle: MKmetric GmbH, 2012

Außerhalb des dargestellten Gebietes wurden auch außereuropäische Ziele für Flüge ab Nürnberg untersucht. Neben Peking, Shanghai, Seoul und São Paulo waren dies 16 Flughäfen in den USA, wie z.B. New York, Chicago oder auch Los Angeles. Damit wurden insgesamt über 100 Destinationen untersucht, für die z.T. mehrere Flughäfen, wie etwa bei London, betrachtet wurden.

2.2.1 Streckenpotentiale und Passagiervolumina

Als Ergebnis des SONAR-Prozesses wurden insgesamt 32 als ökonomisch erfolgreich betreibbare Strecken identifiziert.[18] Hierunter sind sechs Strecken, deren (Wieder-) Aufnahme für das Jahr 2013 bereits angekündigt wurde. Weitere 13 sind in Absprache mit dem Flughafen Nürnberg für eine prioritäre Realisierung vorzusehen, während die 13 verbleibenden Routen aus unterschiedlichen Gründen (z.B. wirtschaftliche Situation oder Verfügbarkeit geeigneter Flugzeuge bei für eine Strecke in Frage kommenden Fluggesellschaften) hinsichtlich der Realisierung als nachrangig einzustufen sind. Für einen detaillierten Ergebnisausweis zu jeder einzelnen Strecke verweisen wir auf den separaten SONAR-Report, während an dieser Stelle nur aggregierte Ergebnisse dargestellt werden.

Tabelle 7: Zielregionen nach Anzahl möglicher Strecken und deren Passagiervolumen

Anzahl Destinationen / Zielregion	Bedient ab 2013	Prioritär zu realisieren	Nachrangig realisierbar	Gesamt	Passagiere [000]
Britische Inseln	2	1		**3**	275
Iberische Halbinsel	3	1	5	**9**	392
Italien/Malta	1	2		**3**	182
Nordeuropa		2		**2**	90
Osteuropa		1		**1**	33
Südosteuropa		5	4	**9**	210
Westeuropa		1	1	**2**	77
Naher Osten			1	**1**	22
Nordamerika			2	**2**	58
Gesamt	**6**	**13**	**13**	**32**	
Passagiere [000]	**393**	**542**	**403**		**1.339**

Quelle: MKmetric GmbH, SONAR, 2012

Ein Schwerpunkt der neu realisierbaren Strecken ist die Iberische Halbinsel, wohin auf neuen Strecken ein Aufkommen von nahezu 400.000 Passagieren p.a. realisiert werden kann. Hierunter zählen die bereits ab dem kommenden Jahr ab Nürnberg gegenüber dem derzeitigen Zustand neu bedienten Ziele Barcelona, Porto und Málaga. Der zunehmende Rückbau des Air Berlin-Drehkreuzes in Palma de Mallorca, über das etliche solcher Ziele mit Nürnberg verbunden sind, macht die Etablierung dieser neuen Strecken einfacher als bisher.

[18] Die identifizierten Streckenpotentiale ergeben sich auf Basis eines effizienten Bedienungsbildes für die optimale Markterschließung. Eine Fluggesellschaft sollte die Bereitschaft mitbringen den Nürnberger Markt strategisch zu entwickeln, was auch die Übernahme von Risiken umfasst. Manche Bedienungsbilder lassen sich auf Risikoaffinität hin anpassen, jedoch nicht in beliebiger Weise.

Auch mit neuen Strecken zu Zielen auf den britischen Inseln kann mit 275.000 Passagieren ein hohes Aufkommen realisiert werden, sowohl durch die beiden bereits für 2013 buchbaren Strecken nach London City bzw. London Stansted, als auch zu einem weiteren Ziel. Weitere Schwerpunkte für neue Strecken finden sich im Süden Europas bei den Zielgebieten Italien/Malta, bzw. Südosteuropa wohin insgesamt ein Dutzend der neu identifizierten Strecken führen und für die ein Aufkommen von zusammen knapp 400.000 Passagieren p.a. realisierbar ist.

Zu weiteren Zielgebieten Europas (Nord-, Ost- und Westeuropa konnten fünf Strecken für Nürnberg mit zur Bedienung ausreichendem Potential von zusammen 200.000 Passagieren ermittelt werden und „last but not least“ zeigte sich für Strecken zu drei Destinationen außerhalb Europas ein Aufkommen von in Summe 80.000 Reisenden p.a.

Wenngleich ein gewisser Schwerpunkt der möglichen neuen Strecken zu Zielen im südlichen Europa führt, sind diese insgesamt mehrheitlich dennoch auch für den Geschäftsreiseverkehr von Bedeutung, wie die nachfolgende Tabelle zeigt. So werden über zwei Drittel von ihnen in nennenswertem Umfang von Geschäftsreisenden genutzt. Von den 1,3 Mio. Passagieren, die in Summe die identifizierten Strecken nachfragen, sind mehr als ein Viertel, also rund 350 Tsd. aus geschäftlichen Gründen unterwegs.

Tabelle 8: Struktur der identifizierten möglichen neuen Strecken ab Nürnberg

Routencharakteristik / Geschäftsreisendenanteil	Netzwerk	Punkt-zu-Punkt	Outbound-Tourismus	Gesamt
bis 10%		5	5	10
bis ein Drittel	4	12		16
über ein Drittel	4	2		6
Gesamt	**8**	**19**	**5**	**32**

Quelle: MKmetric GmbH, SONAR, 2012

Zusätzlich sind in der vorstehenden Tabelle die Strecken nach ihrer Charakteristik dargestellt. Danach ist ein Viertel der identifizierten Routen wegen der auf ihnen vorhandenen Umsteigeverkehre besonders für klassische Netzwerk-fluggesellschaften geeignet. Zwei Drittel bedienen dagegen überwiegend die direkte Nachfrage zwischen Nürnberg und der jeweiligen Zielregion, wodurch sie besonders für „Low Cost“ Fluggesellschaften zur Bedienung mit größeren Jets geeignet sind, bzw. bei hoher Nachfrage im Geschäftsreiseverkehr und den für diesen besonders wichtigen hohen Bedienungsfrequenzen, ein Einsatzfeld für Regional-fluggesellschaften mit kleinerem Fluggerät darstellen. Die übrigen fünf Strecken sind touristischer Natur und damit besonders für im Bereich des Urlaubsflugverkehrs tätige Fluggesellschaften geeignet.

Die Grenzen dieser Zuordnung sind dabei fließend. So bedient derzeit beispielsweise die Netzwerkfluggesellschaft Lufthansa die primär auf das Originäraufkommen fokussierende Strecke von Nürnberg nach Hamburg, während dessen in den letzten Jahren zunehmend auch „Low Cost“ Fluggesellschaften Strecken bedienen, die fast ausschließlich dem Urlaubsverkehr dienen, bzw. maßgeblich vom ethnischen

Verkehr geprägt sind, wie z.B. die zahlreichen Strecken von Ryanair auf die Kanarischen Inseln, bzw. die Dienste der Germanwings ab verschiedenen deutschen Flughäfen in den Kosovo.

Anzumerken bleibt, dass bei Realisierung der neu eingerichteten Strecken ab Nürnberg das dort heute bereits bestehende Flugangebot nur zu einem geringen Teil kannibalisiert wird. So führen die 1,3 Mio. Passagiere, die sich bei Realisierung aller 32 Strecken als Nachfrage auf diesen ergeben, nur zu einem Rückgang von ca. 145 Tsd. Reisenden auf anderen, bereits bestehenden Nürnberger Strecken. Dies betrifft in erster Linie die Drehkreuzanbindungen nach Zürich[19], München, Düsseldorf und Istanbul. Die Feeder-Strecke nach Frankfurt ist hier weniger stark betroffen, da die sie benutzenden Umsteiger in Frankfurt in hohem Maße zu Zielen außerhalb Europas reisen und daher von der Ausweitung des Flugangebotes in Nürnberg, die primär europäische Destinationen umfasst, nur schwach betroffen ist. Wegen des relativ niedrigen Rückgangs an Reisenden kann davon ausgegangen werden, dass keine der genannten Strecken deshalb einstellungsbedroht wäre. Da die Realisierung der identifizierten Strecken einen kontinuierlichen Prozess über mehrere Flugplanperioden darstellt, ist zudem davon auszugehen, dass diese Kannibalisierung nur sukzessive eintritt und darüber hinaus durch das in den kommenden Jahren weiterhin zu erwartende generelle Wachstum des Luftverkehrs zu weiten Teilen auf den genannten Strecken kompensiert wird.

Tabelle 9: Aufkommensrückgang auf bestehenden Strecken ab Nürnberg



Quelle: MKmetric GmbH, SONAR, 2012

Dagegen wird das Gros der Nachfrage auf den zusätzlichen Strecken von bestehenden Flügen ab den mit Nürnberg konkurrierenden Standorten insbesondere ab München, Frankfurt, Stuttgart und auch Memmingen abgeworben, wie der nachfolgenden Graphik entnommen werden kann.

[19] Im Extremfall kann die Anpassung des Bedienungsbildes einer Strecke dazu führen, dass diese nicht mehr wirtschaftlich zu bedienen ist. Eine Detailuntersuchung der Auswirkungen neuer Strecken auf die bestehenden Flugangebote sollte daher stets vorab erfolgen, um die Kannibalisierung zu minimieren und den Angebotsbestand zu sichern.

Abbildung 11: Herkunft der Passagiere der möglichen neuen Strecken



Quelle: MKmetric GmbH, SONAR, 2012

Für die Beförderung der ermittelten 1,3 Mio. Passagieren auf den neuen Strecken sind unter Berücksichtigung streckenspezifisch geeigneter Flugzeugmuster und Bedienungsfrequenzen rund 14.500 jährliche Flugbewegungen erforderlich. Dies entspricht knapp 20 zusätzlichen Starts pro Tag im Mittel. Auf Basis einer im Jahre 2012 zu erwartenden Gesamtzahl von ca. 65.000 bedeutet dies ein Anwachsen auf knapp 80.000 Flugbewegungen. Dieser Wert liegt damit nur um rund 4% über demjenigen des Jahres 2008, als in Nürnberg knapp 77.000 Flugzeuge starteten oder landeten. Im Kontext einer mit dem neuen Angebot möglichen Steigerung der Passagierzahl des Nürnberger Flughafens um knapp ein Drittel, fällt die hierzu erforderliche Erhöhung der Flugbewegungen äußerst moderat aus. Der Flughafen fertigte im Jahr 2012 ca. 3,6 Mio. Passagiere ab.[20]

Wenngleich der Flughafen Nürnberg durch den weiter voranschreitenden Rückzug von Air Berlin im kommenden Jahr weiter Strecken und Passagiere verlieren wird, kann bereits eine teilweise Realisierung des identifizierten Portfolios neuer Strecken das Aufkommen in Nürnberg mittelfristig wieder auf deutlich über 4 Millionen Passagiere pro Jahr anwachsen lassen. Bei vollständiger Umsetzung des neuen Routenportfolios kann darüber hinaus der bisherige Spitzenwert von 4,3 Mio. Reisenden, die Nürnberg im Jahre 2008 benutzen, überschritten werden. Wie sich diese Verlagerung auf den Einzugsbereich des Nürnberger Flughafens auswirkt, wird im folgenden Kapitel beschrieben.

Anzumerken bleibt, dass für eine erfolgreiche Umsetzung des zusätzlichen ab Nürnberg möglichen Flugangebotes eine aktive Vermarktung des neuen Flugangebotes nötig ist, sowohl in der Region, als auch in den verbessert erreichbaren Zielgebieten, um das dortige Potential für Reisen in die Nürnberger

[20] Vgl. Flughafen Nürnberg: Geschäftsbericht 2012

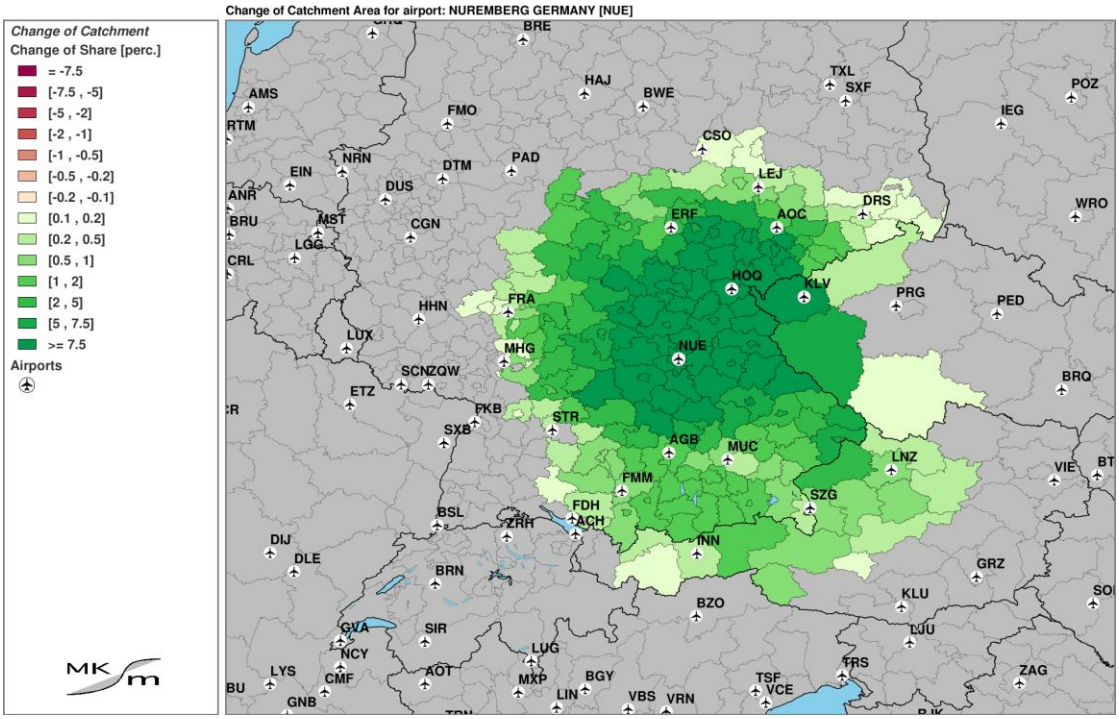
Region zu erschließen. Hierzu zählt auch die Darstellung der Umsteigemöglichkeiten, die durch die vier für Netzwerkfluggesellschaften identifizierten Strecken ab Nürnberg mit hohem Umsteigepotential ergeben.

2.2.2 Auswirkungen auf den Einzugsbereich

Wie im vorigen Kapitel genannt, basiert das identifizierte Aufkommen der zusätzlichen Strecken für Nürnberg primär auf der Verlagerung von Passagieren, die bislang für ihre Flugreise einen der Nürnberg umgebenden Flughäfen wählten.

Dies bewirkt zum einen eine Vergrößerung des Einzugsbereiches von Nürnberg in Richtung Sachsen, weiter hinein nach Hessen, in Richtung Stuttgart, und - bei jedoch geringem Marktanteil - ja sogar bis an den Bodensee und in einzelne an Deutschland grenzende Regionen Österreichs und Tschechiens. In besonderem Maße kann der Flughafen Nürnberg jedoch signifikant höhere Marktanteile im Kernbereich seines Einzugsbereiches realisieren und damit seine regionale Dominanz in Franken stärken, wo er seinen Marktanteil in etlichen Regionen um bis zu 10% verbessern kann.

Abbildung 12: Ausweitung der regionalen Marktanteile Nürnbergs durch das neue Angebot

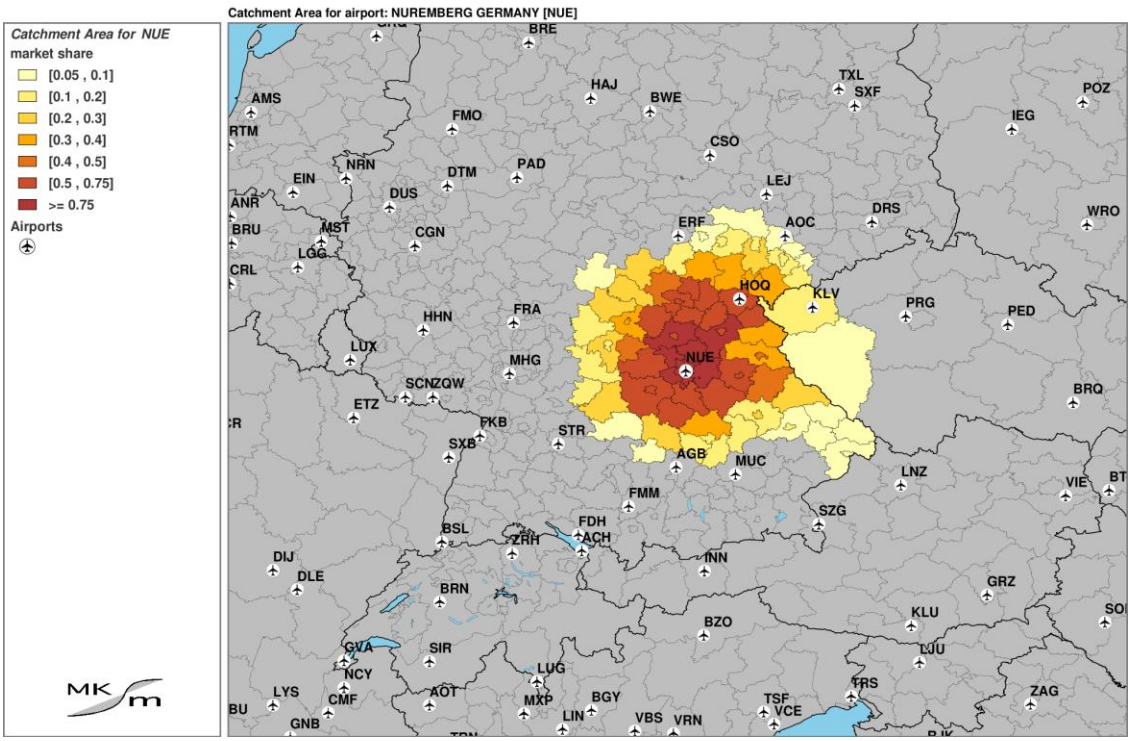


Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012

Das bedeutet, dass deutlich weniger Reisende als bisher aus der Stadt Nürnberg und ihrer unmittelbaren Umgebung ihre Flugreise nicht mehr ab dem Münchner Flughafen oder anderen Wettbewerbsstandorten antreten, sondern den nahegelegenen Nürnberger Airport aufgrund seines deutlich verbesserten Angebotes nutzen. Resultierend aus den vorstehend dargestellten Zuwächsen ergibt sich damit der

erweiterte Einzugsbereich von Nürnberg, wie er in der folgenden Graphik abgebildet ist.

Abbildung 13: Einzugsbereich NUE bei vollständiger Realisierung des zusätzlichen Angebotes



Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012

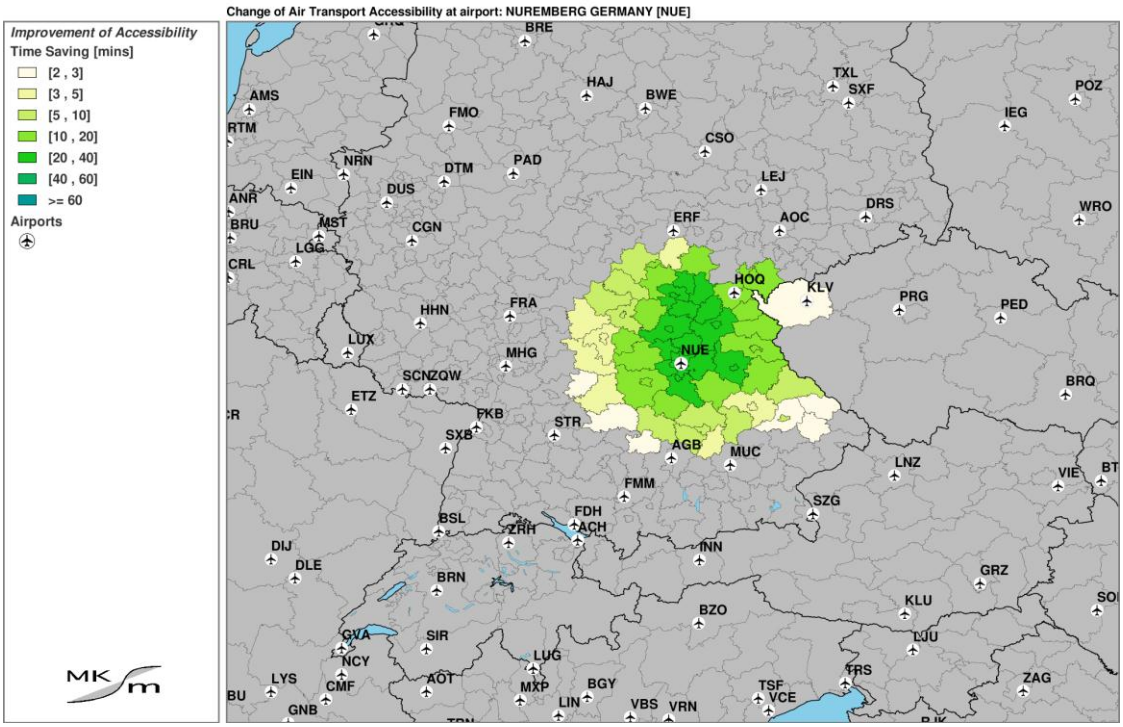
Marktanteile von über 75% kann der Flughafen Nürnberg dann nicht nur in den Städten Nürnberg, Erlangen, Schwabach und Fürth verzeichnen; auch in den Kreisen Erlangen-Höchststadt, Forchheim, Fürth, Nürnberger Land, Bamberg sowie Bayreuth verfügt er bei Realisierung der identifizierten Streckenportfolios über diese Marktdominanz.

2.2.3 Auswirkungen auf die Erreichbarkeit

Ein verbessertes Angebot an neuen Strecken ab dem Flughafen Nürnberg führt nicht nur zu positiven Effekten für den Flughafen (mehr Passagiere, mehr Flugbewegungen), auch die Region profitiert davon durch eine deutlich verbesserte Erreichbarkeit und damit Einsparung von Reisezeit.

Einerseits, weil ein ab Nürnberg angebotener Nonstopflug, der bislang nur über eine Umsteigeflugverbindung möglich war, genutzt werden kann und andererseits, weil somit eine Flugreise tendenziell eher direkt ab Nürnberg stattfindet, statt mittels verhältnismäßig längerer Landweganreise die Flugreise ab München oder Frankfurt zu beginnen.

Abbildung 14: Verbesserung der Erreichbarkeit durch das erweiterte Luftverkehrsangebot



Quelle: MKmetric GmbH, x-via web, 2012

Berechnet man die Erreichbarkeit für den zu Beginn von Kapitel 2.2 dargestellten Referenzfall und das Szenario mit allen 32 identifizierten Strecken nach dem in Kapitel 2.1.3 beschriebenen Verfahren und bildet davon die Differenz, so erhält man die in der nachfolgenden Abbildung dargestellte Verbesserung der mittleren Erreichbarkeit für einzelne Regionen. Die Verbesserung beträgt im Umfeld des Nürnberger Flughafens bis zu 25 Minuten, macht sich aber auch in einem weiteren Kreis um Nürnberg herum bis hin ins Württembergische, nach Schwaben und Thüringen sowie im gesamten fränkischen Raum sogar bis nach Niederbayern und ins benachbarte Karlsbad in Tschechien bemerkbar.

Bildet man anstatt der Differenz der Erreichbarkeitswerte und Referenzfall und Szenario ihren Quotienten, so erhält man die prozentuale Verbesserung der Erreichbarkeit, wie sie für alle davon betroffenen Regionen in der nachfolgenden Tabelle ausgewiesen ist. Spitzenwerte zeigen dabei die Städte und Landkreise im Nürnberger Raum.

Tabelle 10: Prozentuale Verbesserung der Erreichbarkeit nach Regionen

Region code	Region	Verbesserung Erreichbarkeit
CZ032	Plzensky kraj	0,31%
CZ041	Karlovarsky kraj	0,66%
DE119	Hohenlohekreis	0,59%
DE11A	Schwäbisch Hall	0,92%
DE11B	Main-Tauber-Kreis	1,10%
DE11C	Heidenheim	0,34%
DE11D	Ostalbkreis	0,56%
DE211	Ingolstadt, Kreisfreie Stadt	1,42%
DE212	München, Kreisfreie Stadt	0,41%
DE219	Eichstätt	2,05%
DE21I	Neuburg-Schrobenhausen	1,26%
DE21J	Pfaffenhofen a. d. Ilm	0,89%
DE223	Straubing, Kreisfreie Stadt	1,26%
DE224	Deggendorf	0,66%
DE226	Kelheim	1,50%
DE229	Regen	0,61%
DE22B	Straubing-Bogen	0,72%
DE22C	Dingolfing-Landau	0,38%
DE231	Amberg, Kreisfreie Stadt	4,92%
DE232	Regensburg, Kreisfreie Stadt	1,01%
DE233	Weiden i. d. OPf, Kreisfreie Stadt	2,84%
DE234	Amberg-Sulzbach	5,41%
DE235	Cham	1,44%
DE236	Neumarkt i. d. OPf.	4,27%
DE237	Neustadt a. d. Waldnaab	2,51%
DE238	Regensburg, Landkreis	0,90%
DE239	Schwandorf	2,58%
DE23A	Tirschenreuth	2,54%
DE241	Bamberg, Kreisfreie Stadt	5,01%
DE242	Bayreuth, Kreisfreie Stadt	5,19%
DE243	Coburg, Kreisfreie Stadt	5,14%
DE244	Hof, Kreisfreie Stadt	2,83%
DE245	Bamberg, Landkreis	5,55%
DE246	Bayreuth, Landkreis	5,29%
DE247	Coburg, Landkreis	5,03%
DE248	Forchheim	5,81%
DE249	Hof, Landkreis	2,72%
DE24A	Kronach	4,86%
DE24C	Lichtenfels	5,34%
DE24B	Kulmbach	4,64%
DE24C	Lichtenfels	5,34%
DE24D	Wunsiedel i. Fichtelgebirge	3,20%
DE251	Ansbach, Kreisfreie Stadt	3,94%
DE252	Erlangen, Kreisfreie Stadt	6,35%
DE253	Fürth, Kreisfreie Stadt	6,11%
DE254	Nürnberg, Kreisfreie Stadt	6,13%
DE255	Schwabach, Kreisfreie Stadt	6,22%
DE256	Ansbach, Landkreis	3,84%
DE257	Erlangen-Höchstadt	6,38%
DE258	Fürth, Landkreis	5,70%
DE259	Nürnberger Land	5,73%
DE25A	Neustadt a. d. Aisch-Bad Windsheim	4,09%
DE25B	Roth	5,30%
DE25C	Weißenburg-Gunzenhausen	4,44%
DE262	Schweinfurt, Kreisfreie Stadt	1,50%
DE263	Würzburg, Kreisfreie Stadt	1,01%
DE265	Bad Kissingen	2,05%
DE266	Rhön-Grabfeld	1,92%
DE267	Haßberge	3,36%
DE268	Kitzingen	2,77%
DE26A	Main-Spessart	0,83%
DE26B	Schweinfurt, Landkreis	1,51%
DE26C	Würzburg, Landkreis	1,15%
DE271	Augsburg, Kreisfreie Stadt	0,46%
DE275	Aichach-Friedberg	0,48%
DE276	Augsburg, Landkreis	0,27%
DE277	Dillingen a.d. Donau	0,51%
DE278	Günzburg	0,30%
DE27D	Donau-Ries	1,32%
DED12	Plauen, Kreisfreie Stadt	2,31%
DED17	Vogtlandkreis	2,18%
DEG04	Suhl, Kreisfreie Stadt	2,76%
DEG0B	Schmalkalden-Meiningen	1,47%
DEG0E	Hildburghausen	3,63%
DEG0F	Ilm-Kreis	0,87%
DEG0H	Sonneberg	4,74%
DEG0I	Saalfeld-Rudolstadt	3,43%

Addiert man die Differenz der Reisezeiten für alle Passagiere in Referenzfall und Szenario getrennt nach Reisezwecken über die gesamte Reisekette hinweg zwischen Start- und Zielregion, so lässt sich daraus die insgesamt eingesparte Reisezeit berechnen. Sie beträgt im Falle der Realisierung aller 32 Strecken jährlich gut 1,4 Millionen Personenstunden wobei mehr als 400 Tsd. Stunden Ersparnis auf den Geschäftsreiseverkehr entfallen. In Anlehnung an die Bewertungsmethodik der BVWP kann diese Reisezeitersparnis auch monetarisiert werden. Werden z.B. 20,- Euro je eingesparter Stunde im Geschäftsreiseverkehr und 4,- Euro im privaten Reiseverkehr in Ansatz gebracht, so ergibt sich damit ein „Wert“ der Reisezeiteinsparung von knapp 13 Millionen Euro pro Jahr.

3. ANALYSE DER GEGEBENEN RAHMENBEDINGUNGEN DES FLUGHAFENS NÜRNBERG

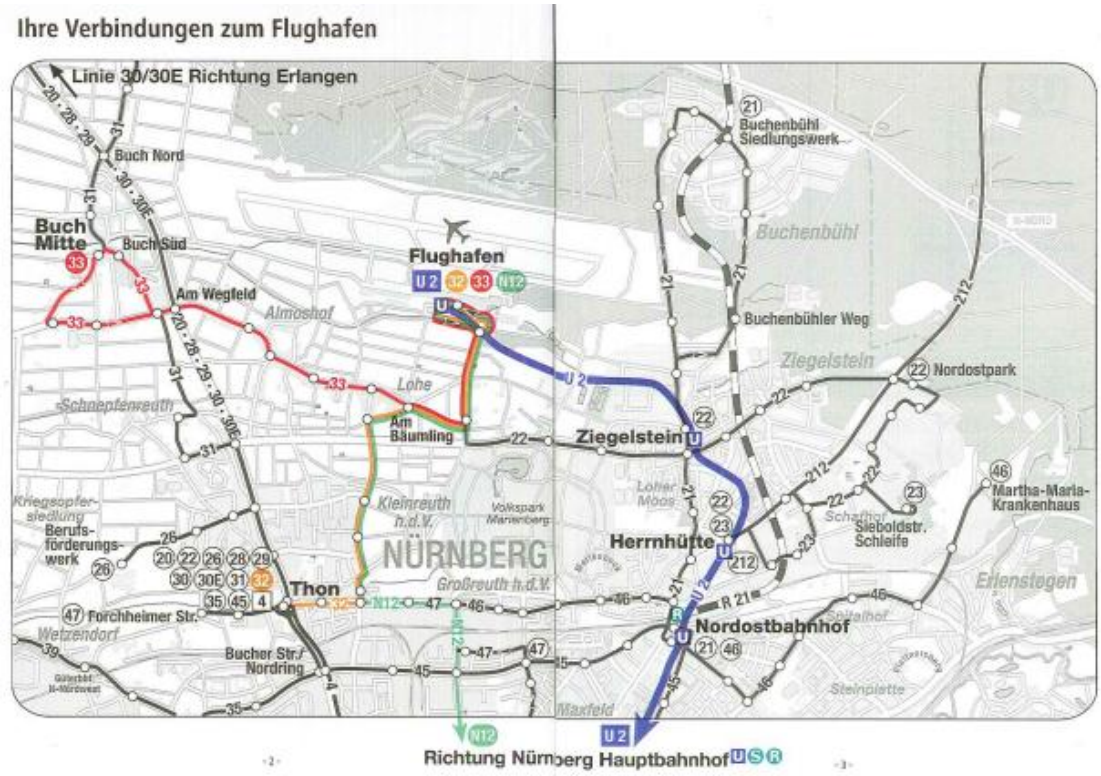
3.1 Analyse der verkehrlichen Rahmenbedingungen

Die Analyse der verkehrstechnischen Rahmenbedingungen konzentriert sich auf die landseitige Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg und hier insbesondere auf den öffentlichen Verkehr und den Straßenverkehr. Hierbei wird insbesondere untersucht, ob heute Engpässe bei der Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg aus dem Einzugsgebiet bestehen. Für den Fall, dass Engpässe identifiziert werden, ist festzustellen, inwiefern diese gravierend sind.

3.1.1 Öffentlicher Personennahverkehr

Die Anbindung des Flughafens Nürnberg mit öffentlichen Verkehrsmitteln besteht aus der U-Bahn-Linie 2, welche den Flughafen mit dem Hauptbahnhof verbindet, sowie mehreren Bus-Linien.

Abbildung 15: U-Bahn- und Bus-Verbindungen zum Flughafen Nürnberg

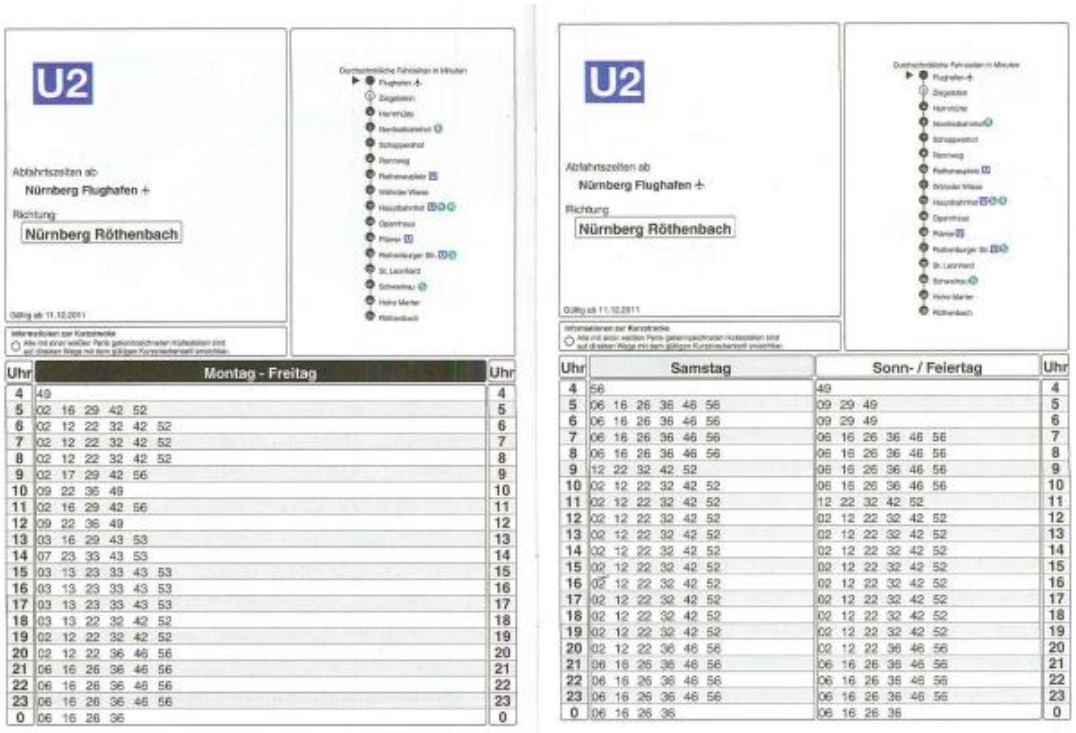


Quelle: VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft, 2012

Die U-Bahn-Linie 2 stellt dabei das herausragende Angebot im öffentlichen Verkehr dar. Die tägliche Betriebszeit ist mit 20 Stunden (5 bis 1 Uhr) sehr lang und es werden bis zu sechs Abfahrten je Stunde angeboten, bereits in den Morgenstunden sind es fünf bis sechs Abfahrten je Stunde. In den späten Abendstunden besteht ein

10-Minuten-Takt. Nur am Sonntagmorgen besteht mit Abfahrten alle 20 Minuten eine vergleichsweise geringe Takt-Frequenz. Die Fahrzeit zwischen dem Flughafen und dem Hauptbahnhof beträgt 13 Minuten.

Abbildung 16: Fahrplan der U-Bahn-Linie 2



U2

Abfahrtszeiten ab
Nürnberg Flughafen ✈
Richtung
Nürnberg Röthenbach

Uhr	Montag - Freitag	Uhr
4	49	4
5	02 16 29 42 52	5
6	02 12 22 32 42 52	6
7	02 12 22 32 42 52	7
8	02 12 22 32 42 52	8
9	02 17 29 42 56	9
10	09 22 36 49	10
11	02 16 29 42 56	11
12	09 22 36 49	12
13	03 16 29 43 53	13
14	07 23 33 43 53	14
15	03 13 23 33 43 53	15
16	03 13 23 33 43 53	16
17	03 13 23 33 43 53	17
18	03 13 22 32 42 52	18
19	02 12 22 32 42 52	19
20	02 12 22 36 46 56	20
21	06 16 26 36 46 56	21
22	06 16 26 36 46 56	22
23	06 16 26 36 46 56	23
0	06 16 26 36	0

U2

Abfahrtszeiten ab
Nürnberg Flughafen ✈
Richtung
Nürnberg Röthenbach

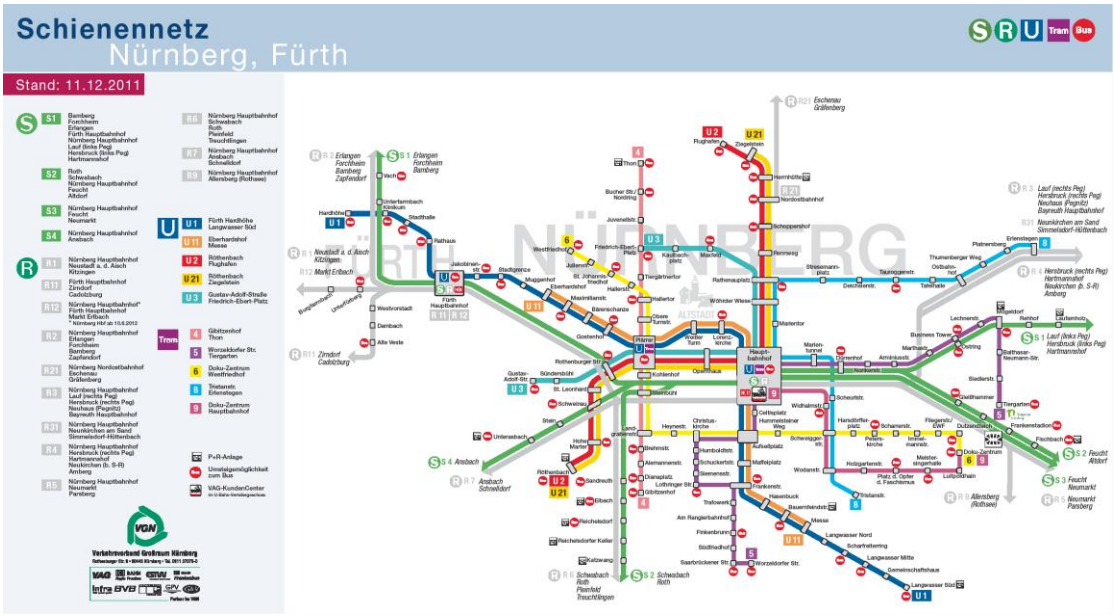
Uhr	Samstag	Sonn- / Feiertag	Uhr
4	56	49	4
5	06 16 26 36 46 56	09 29 49	5
6	06 16 26 36 46 56	09 29 49	6
7	06 16 26 36 46 56	06 16 26 36 46 56	7
8	06 16 26 36 46 56	06 16 26 36 46 56	8
9	12 22 32 42 52	06 16 26 36 46 56	9
10	02 12 22 32 42 52	06 16 26 36 46 56	10
11	02 12 22 32 42 52	12 22 32 42 52	11
12	02 12 22 32 42 52	02 12 22 32 42 52	12
13	02 12 22 32 42 52	02 12 22 32 42 52	13
14	02 12 22 32 42 52	02 12 22 32 42 52	14
15	02 12 22 32 42 52	02 12 22 32 42 52	15
16	02 12 22 32 42 52	02 12 22 32 42 52	16
17	02 12 22 32 42 52	02 12 22 32 42 52	17
18	02 12 22 32 42 52	02 12 22 32 42 52	18
19	02 12 22 32 42 52	02 12 22 32 42 52	19
20	02 12 22 36 46 56	02 12 22 36 46 56	20
21	06 16 26 36 46 56	06 16 26 36 46 56	21
22	06 16 26 36 46 56	06 16 26 36 46 56	22
23	06 16 26 36 46 56	06 16 26 36 46 56	23
0	06 16 26 36	06 16 26 36	0

Quelle: VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft, 2012

Neben der U-Bahn wird der Flughafen durch zwei Bus-Linien /Tagverkehr und eine Nachtbuslinie bedient. Die Bus-Linie 32 verbindet den Flughafen Nürnberg mit der Haltestelle „Thon“, dem heutigen Endpunkt der Tram-Linie 4. Die Busse fahren täglich von ca. 5:30 Uhr bis kurz nach Mitternacht, wobei Montag bis Freitag ein 20-Minuten-Takt in den Hauptverkehrszeiten und in den anderen Zeiten überwiegend ein 40-Minuten-Takt angeboten wird. Es bestehen in Thon Umsteigemöglichkeiten in die Tram sowie zu zahlreichen anderen Bus-Linien. Die Linie 33 fährt zwischen dem Flughafen und der Haltestelle „Buch Süd“. Das Fahrplanangebot entspricht weitgehend dem der Linie 33. Über die Haltestelle „Am Wegfeld“ bestehen Anschlüsse insbesondere in die Linie 30 und 30E nach Erlangen.

Die Linie N12 wird nur in den Nächten Freitag zu Sonnabend und Sonnabend zu Sonntag angeboten. Es gibt in den Nachtstunden zwischen 1 und 5 Uhr vier Abfahrten je Richtung zwischen dem Flughafen und Hautbahnhof. Die Abfahrten finden stündlich statt. Die Fahrzeit beträgt 25 Minuten.

Abbildung 17: Schienennetz im Großraum Nürnberg



Quelle: Verkehrsverbund Großraum Nürnberg, 2012

Der Flughafen Nürnberg hat im Gegensatz zu anderen Flughäfen vergleichbarer Größenordnung (z.B. Dresden, Hannover, Leipzig-Halle) keinen direkten Anschluss an den Schienenpersonennahverkehr (SPNV). Durch die schnelle, umsteigefreie und vergleichsweise sehr häufige Anbindung zum Nürnberger Hauptbahnhof bestehen dennoch sehr gute Anbindungen an den SPNV.

Ein Vergleich mit anderen deutschen Flughäfen zeigt, dass in Nürnberg die Verbindung zum Hauptbahnhof schnell ist und häufig verkehrt. Die Flughäfen Berlin-Schönefeld, Dresden, Hannover und Leipzig-Halle haben nur zwei Verbindungen pro Stunde mit dem Hauptbahnhof der jeweiligen Stadt. In Hamburg, München und Stuttgart sind die Fahrzeiten zwischen Flughafen und Hauptbahnhof wesentlich länger. Einen Überblick bietet die folgende Tabelle.

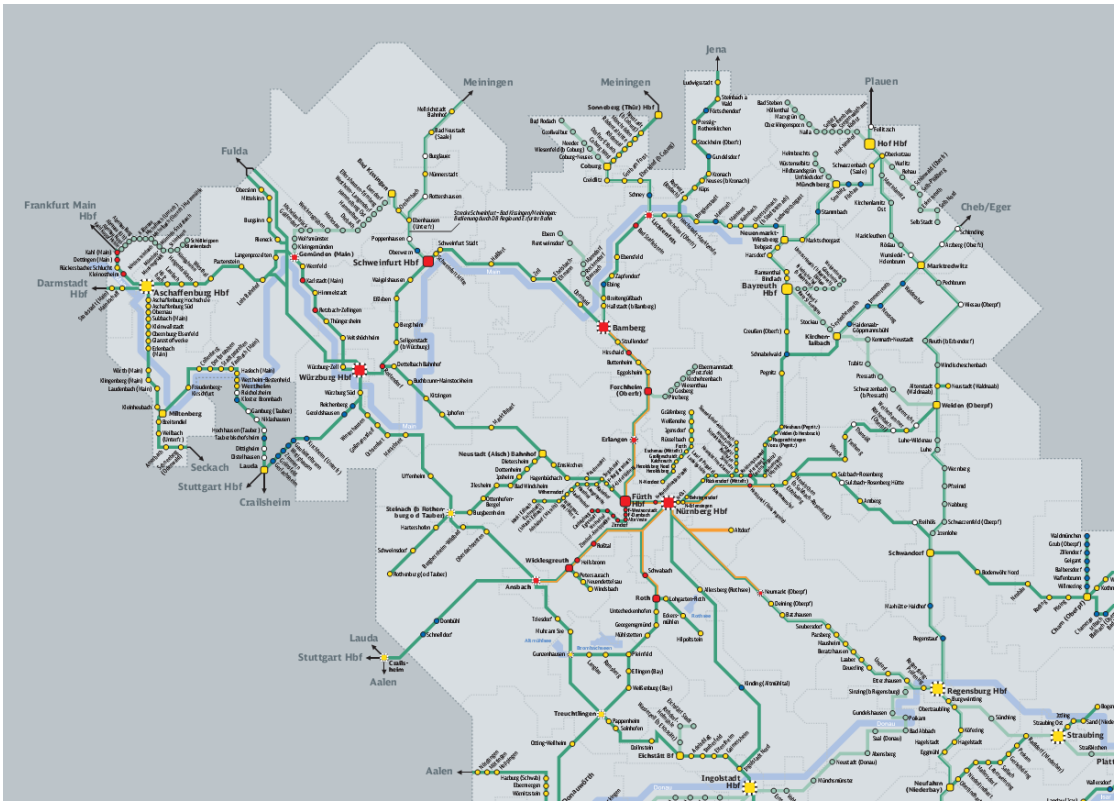
Tabelle 11: Umsteigefreie Schienenverbindung ausgewählter Flughäfen zum Hauptbahnhof der jeweiligen Stadt

Stadt	Minimale Fahrzeit Flughafen - Hauptbahnhof [Min.]	Anzahl Züge pro Stunde je Richtung
Lübeck	0:08	1
Hamburg	0:24	6
Bremen	0:14	10
Hannover	0:18	2
Berlin-Schönefeld	0:28	2
Köln/Bonn	0:10	4 - 5
Leipzig	0:12	1 - 2
Dresden	0:21	2
Nürnberg	0:13	6
Stuttgart	0:27	4
München	0:40	6

Quelle: UNICONSULT, auf Basis von www.bahn.de; 2012

Am Nürnberger Hauptbahnhof bestehen zahlreiche Verbindungen des SPNV in alle Teile (Nord-) Bayerns. Eine Begehung des Nürnberger Hauptbahnhofs ergab, dass die Beschilderung der Wege zur U-Bahn sehr gut ist. Zudem befindet sich in den meisten Fällen das Piktogramm „Flugzeug“ neben dem U-Bahn-Symbol.

Abbildung 18: Strecken des Schienenpersonennahverkehrs in Nord-Bayern



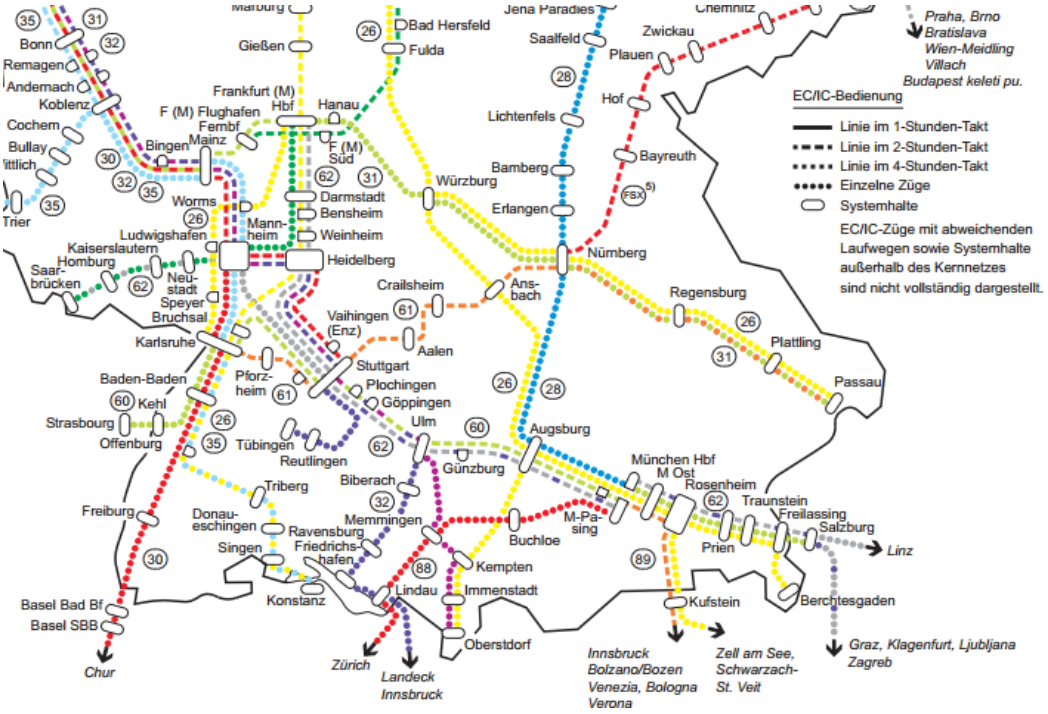
Quelle: Verkehrsverbund Großraum Nürnberg, 2012

3.1.2 Schienenpersonenfernverkehr

Ein direkter Anschluss des Nürnberger Flughafens an den Schienenpersonenfernverkehr besteht nicht. Beispiele hierfür in Deutschland bestehen nur in Frankfurt, Düsseldorf, Köln/Bonn und Leipzig.

Wie im Fall des Schienenpersonennahverkehrs muss am Nürnberger Hauptbahnhof umgestiegen werden. Im Netz des IC/EC-Verkehrs der DB AG dürften insbesondere die Halte in Bayern für Flugreisende, die von und nach Nürnberg fliegen, interessant sein. Hierzu gehören Ansbach, Augsburg, Bamberg, Erlangen, Plattling, Regensburg und Würzburg, da diese Städte umsteigefrei ab Nürnberg Hauptbahnhof erreichbar sind.

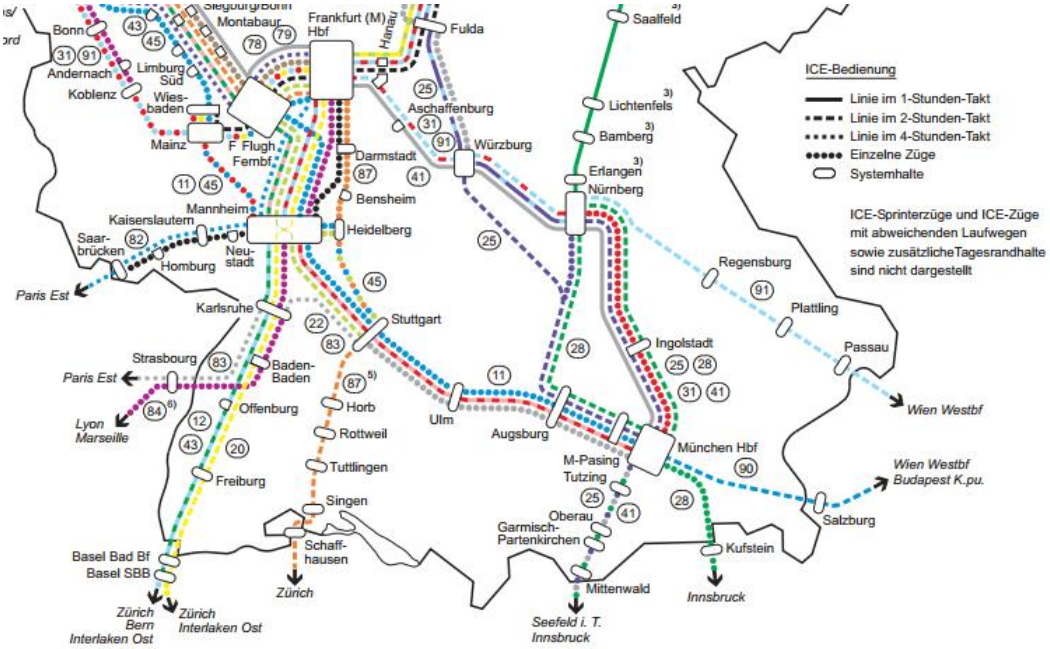
Abbildung 19: Übersicht IC/EC-Linien der Deutsche Bahn AG



Quelle: Deutsche Bahn, 2012

Augsburg, Bamberg, Erlangen, Ingolstadt, Plattling, Regensburg und Würzburg sind zudem mit ICE-Zügen ab Nürnberg Hauptbahnhof erreichbar. Je nach Relation bestehen mindestens mehrere tägliche bis zu mehrere Verbindungen je Stunde.

Abbildung 20: Übersicht ICE-Linien der Deutsche Bahn AG



Quelle: Deutsche Bahn, 2012

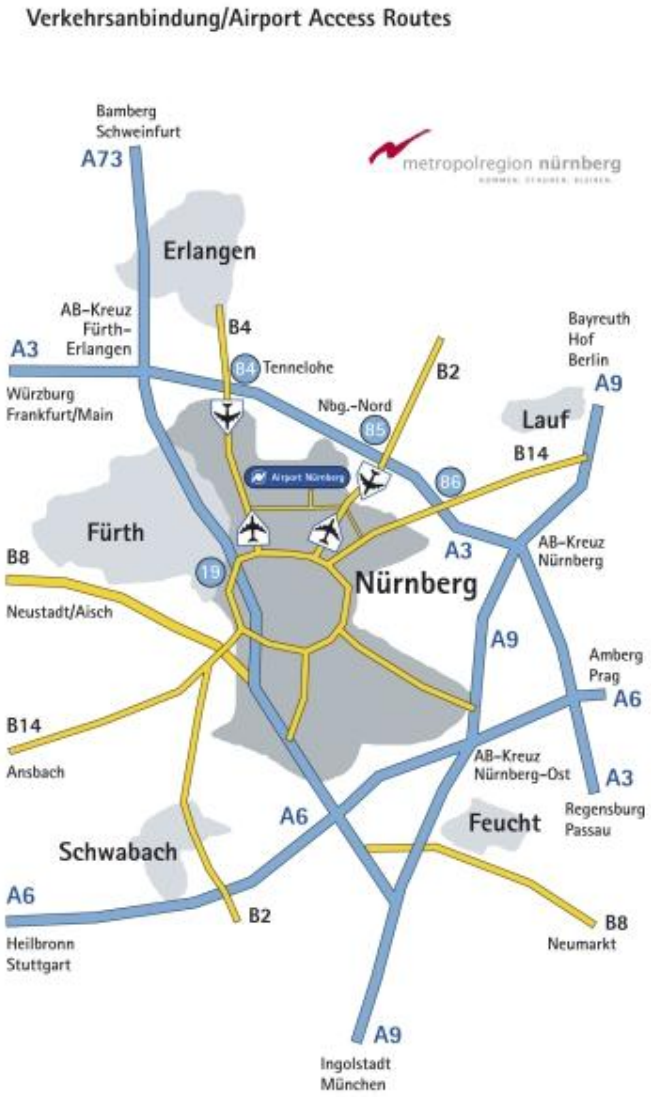
3.1.3 Straßenverkehr

Der Flughafen Nürnberg ist an das innerstädtische Straßennetz und über die Bundesstraßen 2 und 4 an die Autobahn BAB 3 angebunden. Über die BAB 3 bestehen indirekte Anbindungen an die Autobahnen BAB 6, 9 und 73.

Der Anschluss an die BAB 3 von Westen besteht via die Bundesstraße 4 „Erlanger Straße“, die Johann-Sperl-Straße, Almoshofer Hauptstraße, die Loher Straße und die Flughafenstraße. Alternativ kann die Marienbergstraße zwischen Erlanger Straße und Flughafenstraße genutzt werden. Die Distanz vom Flughafen zur BAB-Ausfahrt Nr. 84 „Tennenlohe“ beträgt knapp zehn Kilometer. Die Strecke weist mehrere Lichtsignalanlagen auf und ist weitgehend frei von Engpässen. Die Bundesstraße 4 ist zudem die direkte Straßenverbindung zwischen dem Flughafen Nürnberg und Erlangen. Die Anbindung an die BAB 3 von Osten erfolgt via die Abfahrt 85 „Nürnberg Nord“ und über die Äußere Bayreuther Straße, den Bierweg, die Marienbergstraße und die Flughafenstraße. Die Entfernung zwischen der Anschlussstelle „Nürnberg Nord“ und dem Flughafen beträgt rund sechs Kilometer. Aufgrund von Bauarbeiten in der Ortschaft Ziegelstein ist es in der Vergangenheit zu Verzögerungen gekommen. Im Herbst 2012 ist die Fahrt jedoch weitgehend verzögerungsfrei möglich. Allerdings besteht in Ziegelstein ein Bahnübergang der Regionalbahnstrecke zwischen Nürnberg Nordost-Bahnhof und Gräfenberg. Der Bahnübergang ist mindestens zweimal pro Stunde geschlossen ist, da die Züge im Stundentakt fahren. Hierdurch kommt es zu Verzögerungen im Straßenverkehr.

Die Flughafenstraße ist die einzige Straße zwischen dem Flughafen und dem weiteren Straßennetz. In dem knapp 900 Meter langen Abschnitt zwischen dem Kreisel in der Nähe der Parkhäuser bzw. der Luftfrachtabfertigungseinrichtungen und der Marienbergstraße hat die Flughafenstraße eine Spur je Richtung. Hierdurch besteht ein gewisses Risiko, da beispielsweise im Fall von Vollsperrungen aufgrund von (schweren) Unfällen der Flughafen nicht erreichbar ist. Ähnliches gilt für die Straßen im Umfeld der Flughafens, die nur eine Fahrspur je Richtung aufweisen (beispielsweise Ortsdurchfahrt Ziegelstein).

Abbildung 21: Straßeninfrastruktur zwischen dem Flughafen Nürnberg und dem Einzugsgebiet



Quelle: Flughafen Nürnberg

3.1.4 Fernlinienbusverkehr

Im Herbst 2012 werden die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Liberalisierung des Fernbusverkehrs durch die gesetzgebenden Institutionen in Berlin geschaffen. Die Liberalisierung des Fernbusverkehrs war im Koalitionsvertrag vereinbartes Ziel der aktuellen Bundesregierung. Zuvor war der Fernbusmarkt aufgrund historischer Regelungen zum Schutz der Bahn weitgehend geschlossen. Ausnahmen bestanden für Fahrten von und nach Berlin (West) sowie von und nach Flughäfen. So bestehen beispielsweise bereits seit vielen Jahren mehrmals tägliche Linienbusverbindungen zwischen Kiel sowie Lübeck und dem Hamburger Flughafen.

Aktuell bestehen keine Fernlinienbusverbindungen von und nach dem Nürnberger Flughafen. Das Unternehmen „Bus and Fly“ bietet Fahrten zwischen dem Flughafen

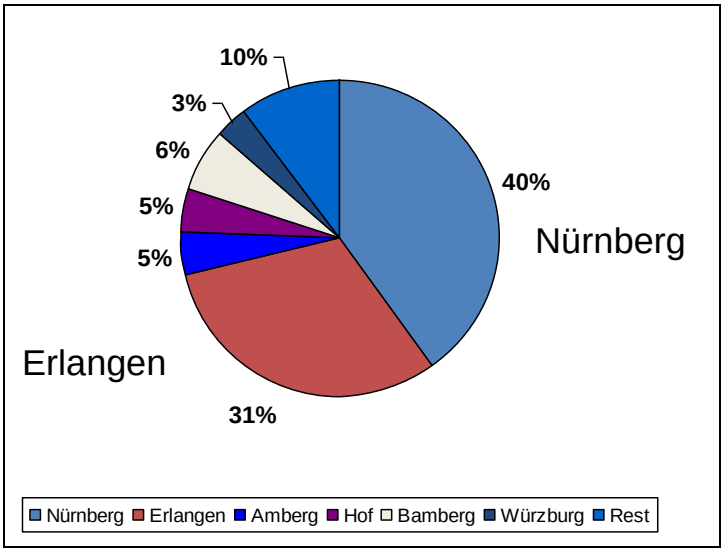
Nürnberg und Bamberg an, wobei jedoch eine Voraus-Buchung erforderlich ist. Je nach Wochentag werden zwischen vier und zwölf Abfahrten je Richtung angeboten. Die Fahrzeit beträgt 45 Minuten. Die Fahrscheinangebote des Verkehrsverbund Großraum Nürnberg gelten nicht.

Im Rahmen der Handlungsempfehlungen wird thematisiert werden, welche Chancen sich durch die Liberalisierung des Fernlinienbusverkehrs hinsichtlich der Verbesserung der landseitigen Erreichbarkeit für den Flughafen Nürnberg ergeben werden.

3.1.5 Herkunft der Fluggäste

Mehr als 70% der Fluggäste haben ihre Herkunft oder ihr Ziel in den Postleitzahlenbezirken Nürnberg und Erlangen. Auf den Nürnberger Postleitzahlenbezirk allein entfällt ein Anteil von 40%. Rund 45% der Fluggäste des Postleitzahlenbezirks Erlangen entfallen auf das Stadtgebiet selbst. Mit sechs oder weniger Prozent entfallen kleinere Anteile auf die Postleitzahlenbezirke von Amberg, Bamberg, Hof und Würzburg. Andere Postleitzahlenbezirke besitzen insgesamt einen Anteil von zehn Prozent.

Abbildung 22: Herkunft der Fluggäste 2011 (Postleitzahlenbezirke)



Quelle: Eigene Darstellung, 2012, auf Basis von Lufthansa Marktforschung, Flughafen Nürnberg

Die Analyse der Herkunft der Fluggäste bietet die Möglichkeit, Lücken bei der Anbindungsqualität zu erkennen. Aufgrund des hohen Anteils der Flugreisenden aus Erlangen (Stadt) ist in diesem Fall das Fehlen einer umsteigefreien Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln besonders gravierend.

3.1.6 Vergleich der Fahrzeiten

Sowohl mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, als auch dem Pkw sind die Fahrzeiten von verschiedenen Orten des Einzugsgebietes zum Nürnberger Flughafen gering. Bei dem Vergleich der Fahrzeiten ist zu berücksichtigen, dass öffentliche Verkehrsmittel im Gegensatz zum Auto nicht jederzeit verfügbar sind, sondern nach Fahrplan fahren. Die schienengebundene U-Bahn weist im Vergleich zu Straßenverkehrsmitteln eine höhere Zuverlässigkeit und geringere Verspätungsanfälligkeit auf. Beim Auto ist zu beachten, dass neben den Fahrtkosten auch Parkkosten anfallen können, sofern Flugreisende nicht gebracht bzw. abgeholt werden.

Tabelle 12: Vergleich Fahrzeiten öffentliche Verkehrsmittel und Auto (jeweils Flughafen Nürnberg – Hauptbahnhof der Stadt, inkl. Umsteigezeiten)

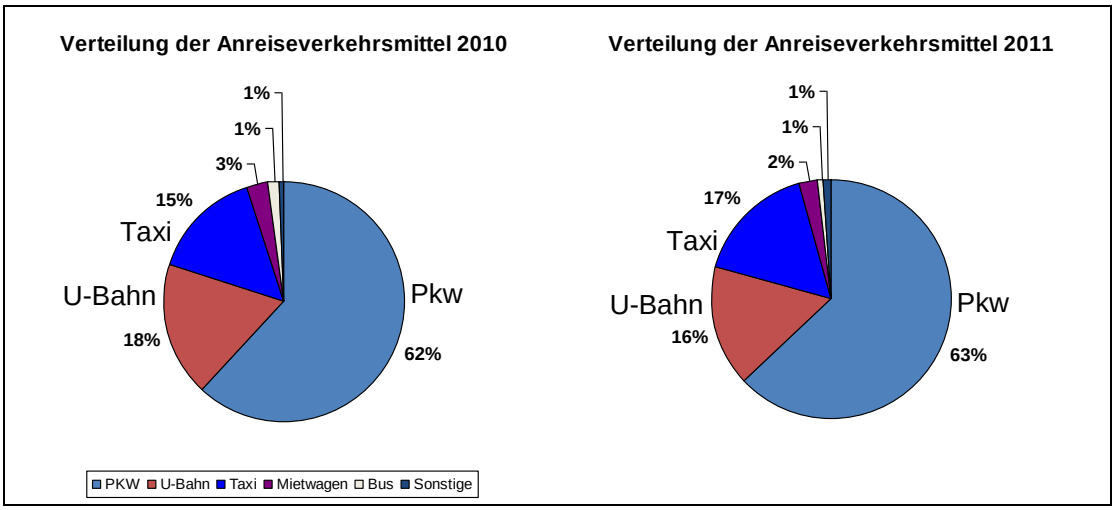
	Bahn	Auto
Erlangen Hbf	00:38	**00:21**
Fürth Hbf	00:27	**00:19**
Bamberg	01:02	**00:45**
Bayreuth Hbf	01:11	**01:08**
Ingolstadt Hbf	00:48	**01:11**
Würzburg Hbf	01:14	**01:11**
Regensburg Hbf	**01:20**	**01:21**

Quelle: www.bahn.de, Google Maps Routenplaner, 2012

3.1.7 Anteile der Verkehrsträger

Der Pkw weist mit über 60% einen dominierenden Marktanteil auf. Auf das Taxi entfallen 17% und die U-Bahn hat einen Marktanteil von 16%. Mietwagen, Busse und sonstige Verkehrsmittel haben mit zwei oder weniger Prozent im Jahr 2011 einen sehr geringen Marktanteil.

Abbildung 23: Anteile der Anreiseverkehrsmittel im Vergleich



Quelle: Eigene Darstellung, 2012, auf Basis von Lufthansa Marktforschung, Flughafen Nürnberg

Der Anteil der U-Bahn-Nutzer hat sich 2011 im Vergleich zum Vorjahr verringert. Ein signifikanter Anteil der Pkw-Nutzer wurde zum Flughafen gebracht bzw. wurde dort abgeholt.

3.1.8 Zusammenfassende Wertung zur landseitigen Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg

Der Flughafen Nürnberg verfügt über eine herausragende Anbindung der Innenstadt mit der U-Bahn-Linie 2. Es werden je Stunde und Richtung bis zu sechs Fahrten angeboten und die Fahrzeit beträgt nur 13 Minuten. Mehrere Bus-Linien ergänzen das U-Bahn-Angebot.

Es bestehen allerdings keine umsteigefreien Verbindungen zur Nürnberger Messe, nach Fürth, Erlangen, Bayreuth und zu weiter entfernt liegenden Städten im Einzugsgebiet des Nürnberger Flughafens.

Am Nürnberger Hauptbahnhof bestehen zahlreiche Umsteigemöglichkeiten in das öffentliche städtische Verkehrsnetz sowie zu den Verbindungen des Schienenpersonennah- und -fernverkehrs.

Eine Anbindung an das Autobahnnetz besteht indirekt über die B2 und B4, wobei in der Regel nur wenige Minuten Fahrzeit zwischen Autobahn und Flughafen erforderlich sind. Die Strecken über die B2 und B4 weisen mehrere Lichtsignalanlagen auf. In Ziegelstein besteht zudem ein beschrankter Bahnübergang, der ebenso zeitlich begrenzt Verzögerungen im Straßenverkehr verursacht.

Insgesamt wird die landseitige Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg als gut bewertet.

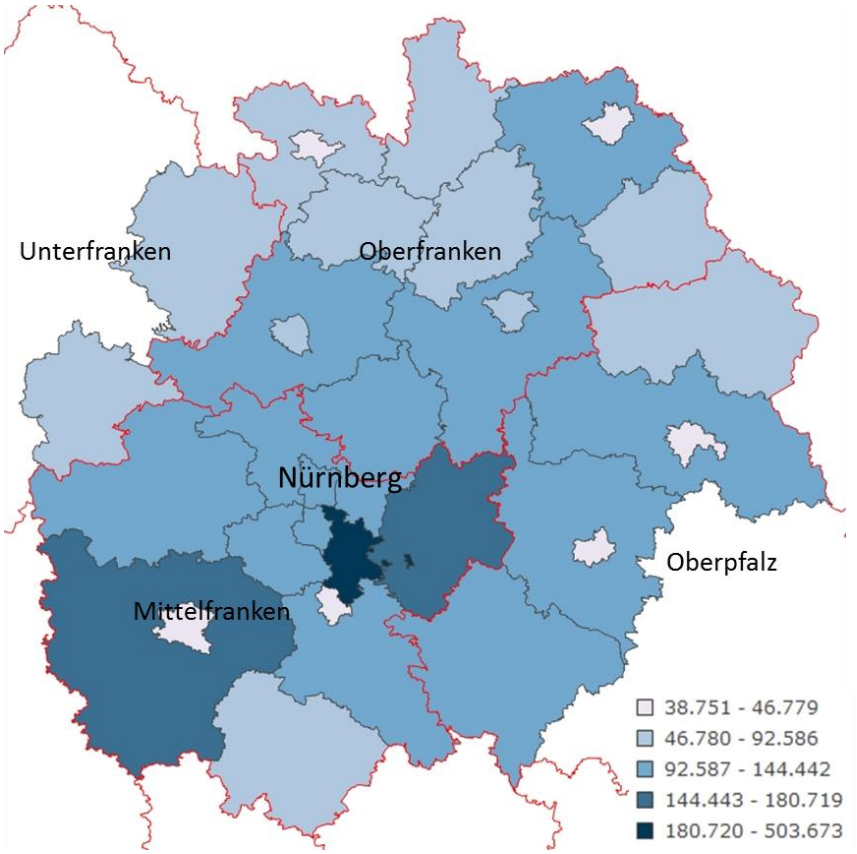
3.2 Analyse der ökonomischen Rahmenbedingungen

3.2.1 Räumliche Abgrenzung

Als Infrastruktureinrichtung mit überregionaler Bedeutung strahlt der Flughafen Nürnberg insbesondere auch in wirtschaftlicher Hinsicht in die Region hinein. Auf der anderen Seite bestimmen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Region in besonderer Weise aber auch die Entwicklungsperspektiven des Flughafens mit. Insofern stellt die folgende Analyse der regionalwirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Flughafens Nürnberg einen wesentlichen Baustein dieser Studie dar.

Die räumliche Abgrenzung wird anhand der Gebietsgrenzen der Stadt Nürnberg, des Regierungsbezirkes Mittelfranken sowie der aus 33 Landkreisen und kreisfreien Städten bestehenden Metropolregion Nürnberg (räumlich im Wesentlichen Mittel- und Oberfranken) gebildet.

Abbildung 24: Metropolregion Nürnberg, Anzahl der Bevölkerung je Landkreis, 2009



Quelle: RegionalAtlas der EMR Nürnberg, 2012

Mit 0,5 Mio. Einwohnern ist die Stadt Nürnberg Zentrum und zugleich der am dichtesten besiedelte Raum dieser etwa 3,5 Mio. Einwohner umfassenden Europäischen Metropolregion. Neben dem zentralen Städteverbund Nürnberg-Erlangen-Fürth befinden sich mit u.a. Bamberg und Bayreuth noch weitere Oberzentren in der Region.

3.2.2 Wirtschaftsentwicklung

Die Metropolregion Nürnberg gehört zu den fünf am stärksten wachsenden Metropolregionen Deutschlands und ist einer der starken Wirtschaftsräume Europas. In der Metropolregion haben im Jahr 2009 etwa 1,8 Mio. Erwerbstätige eine Bruttowertschöpfung von gut 94 Mrd. Euro erwirtschaftet. Dies entspricht einer Bruttowertschöpfung von 52.066 Euro pro Erwerbstätigen in der Region. Die Anzahl der Betriebe lag bei etwa 160.000.

Demgegenüber betrug die Bruttowertschöpfung in der Stadt Nürnberg etwa 20 Mrd. Euro. Jeder der rund 375.000 Erwerbstätigen erwirtschaftete so eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 53.518 Euro, d.h. etwa 3 % mehr als in der Region. Die Anzahl der Betriebe betrug im Jahr 2009 in der Stadt Nürnberg etwa 26.000.

Im Regierungsbezirk Mittelfranken erwirtschaftete jeder der 936.430 Erwerbstätigen eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 54.400 Euro. In der Stadt Nürnberg wurde somit etwa 4 % weniger pro Erwerbstätigen erwirtschaftet als im regionalen Durchschnitt.

Tabelle 13: Erwerbstätige und Bruttowertschöpfung in der Metropolregion Nürnberg, 2009

	Erwerbstätige	Bruttowertschöpfung (Mrd. €)	Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen (€)
Nürnberg, Kreisfreie Stadt	372.767	20,0	53.518
Regierungsbezirk Mittelfranken	936.430	51,0	54.400
Metropolregion Nürnberg	1.786.525	94,4	52.066
Bayern	6.650.724	378,5	56.909

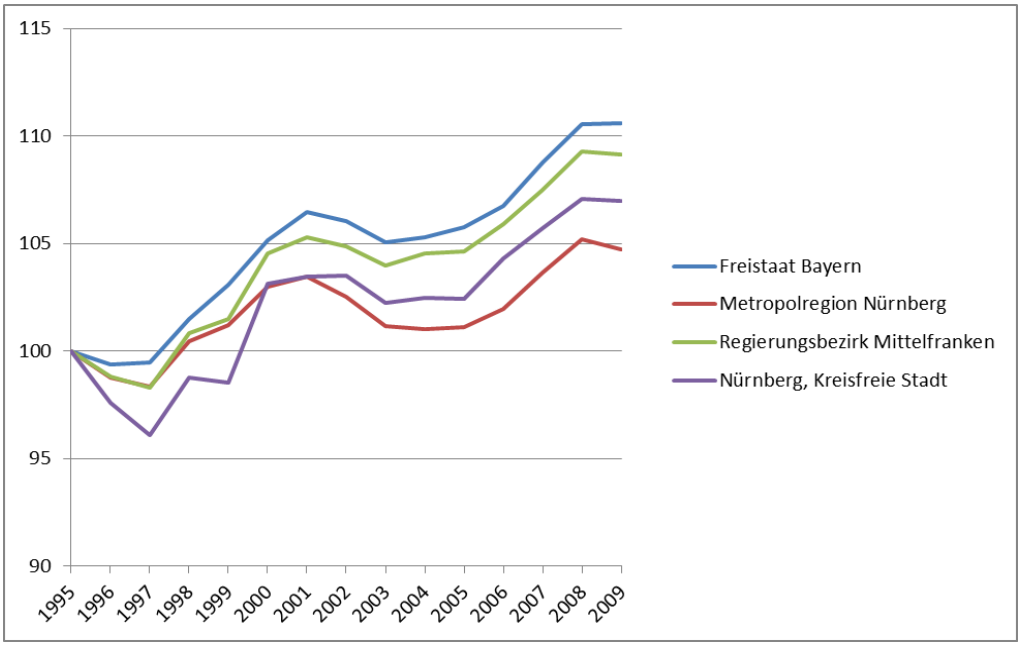
Quelle: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, 2012

Im gesamten Freistaat Bayern lag die Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen bei 56.066 Euro, d.h. der Landesdurchschnitt lag etwa 9% über dem regionalen Durchschnitt. Diese Differenz ergibt sich in ganz erheblichem Maße aus der sehr hohen Wirtschaftskraft der Metropolregion der Landeshauptstadt München.

Ein Blick auf die Entwicklung der Anzahl der Erwerbstätigen sowie der Bruttowertschöpfung in der Metropolregion Nürnberg zwischen den Jahren 1995 und 2009 zeigt, dass sich die Wirtschaft in dieser Region insgesamt sehr positiv entwickelt hat. Die Anzahl der Erwerbstätigen ist in diesem Zeitraum um etwa 5 % und die Bruttowertschöpfung um etwa 30 % angestiegen. Dies hat zu einer deutlichen Erhöhung der Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen geführt.

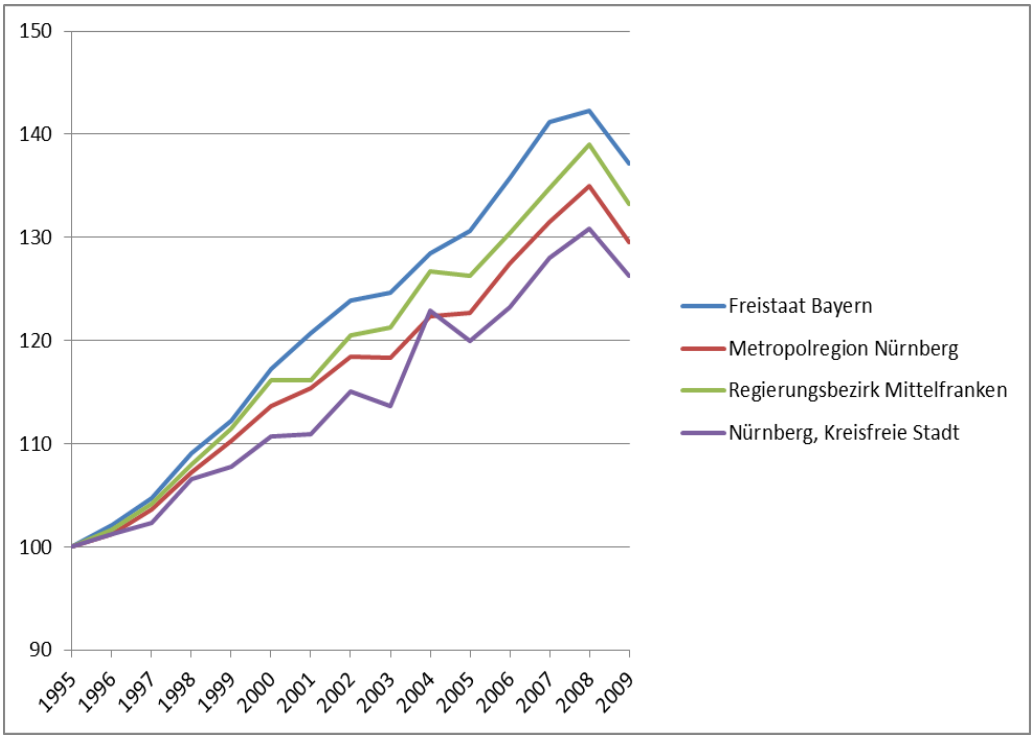
Im Wesentlichen ist dies auf die sehr positive Entwicklung im Regierungsbezirk Mittelfranken aber auch der Stadt Nürnberg zurückzuführen. Hier haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Vergleich zu den übrigen Gebieten der Metropolregion noch positiver entwickelt.

Abbildung 25: Entwicklung der Erwerbstätigenzahl in der Metropolregion Nürnberg, 1995 bis 2009 [Index: 1995 = 100]



Quelle: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, 2012

Abbildung 26: Entwicklung der Bruttowertschöpfung in der Metropolregion Nürnberg, 1995 bis 2009 [Index: 1995 = 100]



Quelle: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, 2012

Im Vergleich zum gesamten Freistaat Bayern ist augenscheinlich, dass sich der Entwicklungsunterschied im Zeitablauf im Wesentlichen aus den hohen Unterschieden in den Wachstumsraten bis Anfang der 2000er Jahre ergibt.

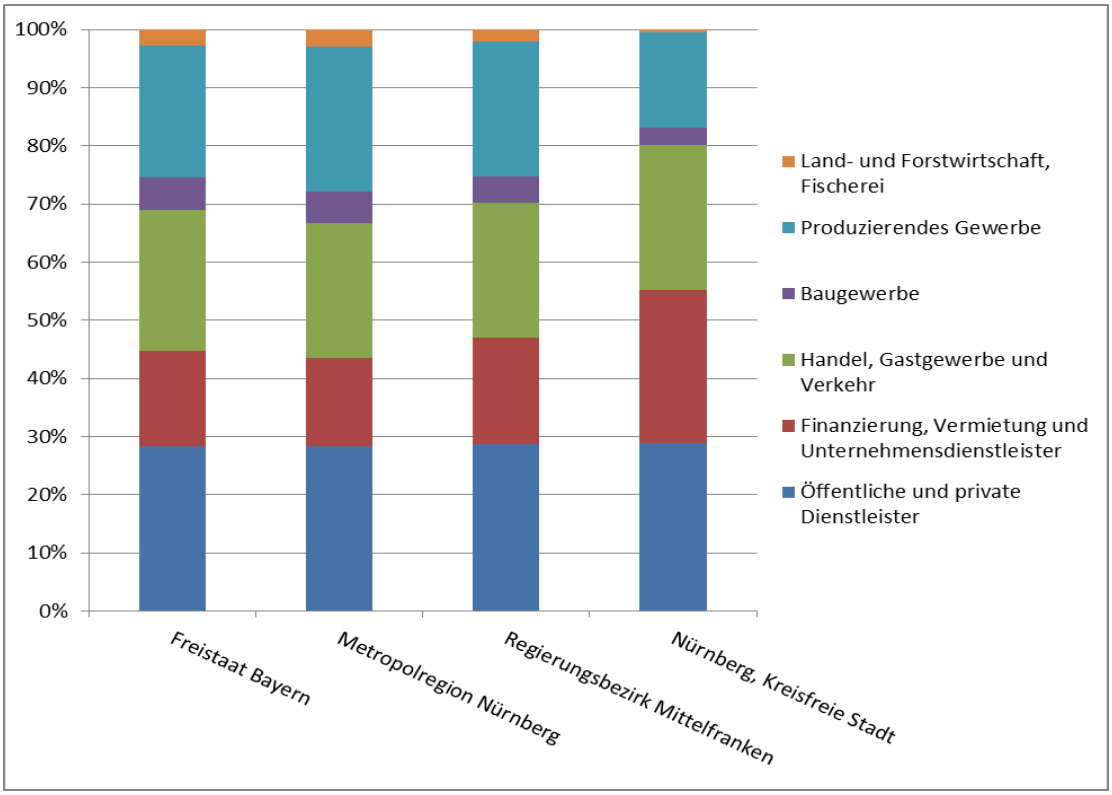
Seit etwa dem Jahr 2003 haben sich ähnlich starke Wachstumsraten eingestellt wie im gesamten Freistaat. Die Entwicklung des gesamten Landes und hier insbesondere der Metropolregion München verläuft aber bis zum Jahr 2009 stärker.

3.2.3 Wirtschaftsstruktur

Die Wirtschaftsstruktur der Metropolregion Nürnberg ist im Wesentlichen vom Dienstleistungsbereich geprägt. In der Metropolregion waren im Jahr 2009 rund 68 % und in der Stadt Nürnberg 80 % aller Erwerbstätigen im Dienstleistungssektor beschäftigt. Der größte Anteil lag mit etwa 29 % innerhalb dieses Sektors bei öffentlichen und privaten Dienstleistern. „Handel, Gastgewerbe und Verkehr“ gehörte mit einem Anteil von 23 % zu den weiteren wichtigen Wirtschaftsbereichen der Region.

Der Anteil der vorwiegend unternehmensbezogenen Dienstleistungen an den Erwerbstätigen liegt in Nürnberg bei 26,4 % und damit deutlich über dem bayerischen Durchschnitt von 16,4% und dem Durchschnitt der Metropolregion (15,1%).

Abbildung 27: Wirtschaftsstruktur nach Erwerbstätigen je Wirtschaftszweig in der Metropolregion Nürnberg



Quelle: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, 2012

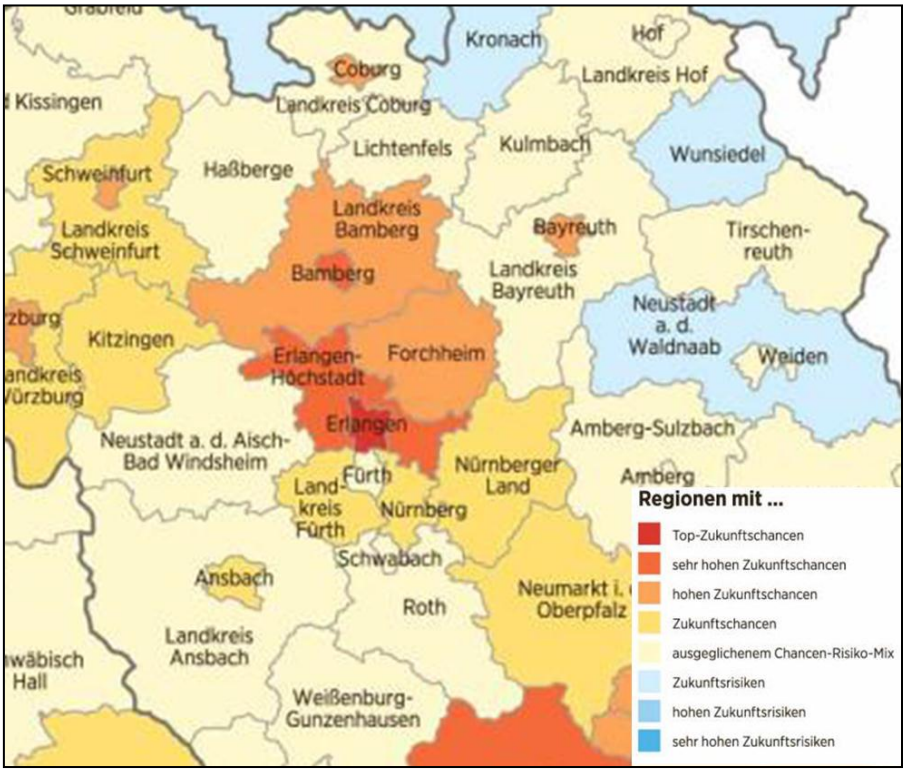
Der Anteil der Erwerbstätigkeit des Produzierenden Gewerbes betrug im Jahr 2009 in der Metropolregion etwa 30 % und in der Stadt Nürnberg 19 %. Die beschäftigungsstärksten Unternehmen der Region sind Siemens mit etwa 36.000 Beschäftigten, Schaeffler mit etwa 9.000 Beschäftigten sowie Bosch, DATEV, MAN und adidas mit um die 5.000 Beschäftigten in Mittelfranken.

Der landwirtschaftliche Wirtschaftsbereich weist in der Metropolregion mit einem Anteil von etwa 3 % den gleichen wie im gesamten Freistaat auf. Siedlungsbedingt ist dieser Anteil in der Stadt Nürnberg deutlich geringer.

3.2.4 Zukünftige Entwicklung

Um die zukünftigen Entwicklungschancen einschätzen zu können, veröffentlicht die Prognos AG regelmäßig einen Zukunftsatlas, in welchem die zukünftigen Perspektiven von Kreisen und kreisfreien Städten in Deutschland verglichen werden. Für die Bewertung werden Indikatoren aus den Bereichen Demografie, Wohlstand und Soziale Lage, Arbeitsmarkt sowie Wettbewerb und Innovation herangezogen.

Abbildung 28: Zukunftschancen der Landkreise und kreisfreien Städte, 2010



Quelle: Prognos, Zukunftsatlas 2010

Im Bereich der Metropolregion weisen fast alle Kreise einen ausgeglichenen Chancen-Risiko-Mix oder bessere Zukunftschancen auf. In der Tendenz verfügen hierbei die Kreise und kreisfreien Städte in der Umgebung des Städteverbundes Nürnberg-Erlangen-Fürth über die besten Zukunftschancen. Der Stadt Erlangen werden hierbei in der gesamten Metropolregion die besten Zukunftschancen attestiert.

Für die nordöstlich gelegenen Randgebiete der Metropolregion ist die Prognose am wenigsten positiv, einige Landkreise werden auch als Regionen mit „Zukunftsrisiken“ bewertet. Für die gesamte Metropolregion überwiegt jedoch deutlich eine positive Zukunftsaussicht.

3.3 Analyse der touristischen Rahmenbedingungen

Im Rahmen dieses Kapitels werden die touristischen Rahmenbedingungen der Metropolregion Nürnberg analysiert. Dies umfasst die bisherigen Entwicklung und des Status‘ des Tourismussektors, die für den Flughafen Nürnberg relevante Situation des flugreiserelevanten touristischen Angebots und dessen Vermarktung sowie die Potentiale des Tourismussektors für den Flughafen Nürnberg, insbesondere hinsichtlich der Entwicklung des Incoming Tourismus per Flugzeug.

3.3.1 Entwicklung des Tourismus

Die Metropolregion Nürnberg ist eine touristisch attraktive und in der Tourismuswirtschaft erfolgreiche Region. Mit Nürnberg als Zentrum der Metropolregion sowie seinen Städten Bamberg, Bayreuth, Fürth, Hof, Erlangen u.a., und vielfältigen landschaftlich und kulturell reizvollen Regionen, wie der Fränkischen Schweiz, dem fränkischen Seenland oder dem Altmühltal, ist ein breites touristisches Angebotsportfolio vorhanden.

Die Bedeutung des Tourismussektors für Nürnberg und die Metropolregion lässt sich auch an den hier erreichten Ankunfts- und Übernachtungszahlen ablesen.

2010 konnten im Fremdenverkehr in der Metropolregion Nürnberg insgesamt 5,87 Mio. Ankünfte (davon 19,5% aus dem Ausland) und 13,20 Mio. Übernachtungen (davon 16,0% aus dem Ausland) registriert werden. Dies zeigt, dass die Stadt Nürnberg mit einem Anteil von 18,3% an den 2010 insgesamt in der Metropolregion registrierten Übernachtungen eine herausragende Bedeutung hat, mehr als 80% der Übernachtungen werden jedoch außerhalb Nürnbergs generiert (vgl. folgende Tabelle). Bei den Ankünften und Übernachtungen ist zu beachten, dass es sich hier sowohl um Übernachtungen und Ankünfte aus privat motivierten Reisen als auch aus geschäftlich motivierten Reisen (Geschäftsreise, Kongresse etc.) handelt. Eine Analyse des Kongress- und Veranstaltungsmarktes erfolgt in Kapitel 3.4 noch separat.

Tabelle 14: Ankünfte und Übernachtungen Metropolregion Nürnberg 2010 sowie Top 5 Kreisfreie Städte und Landkreise nach Anzahl der Übernachtungen

	Ankünfte (in 1.000)	davon aus dem Ausland (in %)	Rang 2010 (Top 5)	Über-nachtungen (in 1.000)	davon aus dem Ausland (in %)
Metropolregion Nürnberg	**5.866**	**19,5**		**13.197**	**16,0**
davon:					
Nürnberg	1.337	28,0	**1**	2.413	29,8
Landkreis Ansbach	560	37,1	**2**	982	30,3
Landkreis Bayreuth	216	10,0	**3**	677	5,4
Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen	196	5,4	**4**	632	3,7
Landkreis Neustadt a.d. Aisch- Bad Windsheim	171	8,0	**5**	567	4,3

Quelle: Statistisches Jahrbuch der Stadt Nürnberg 2011

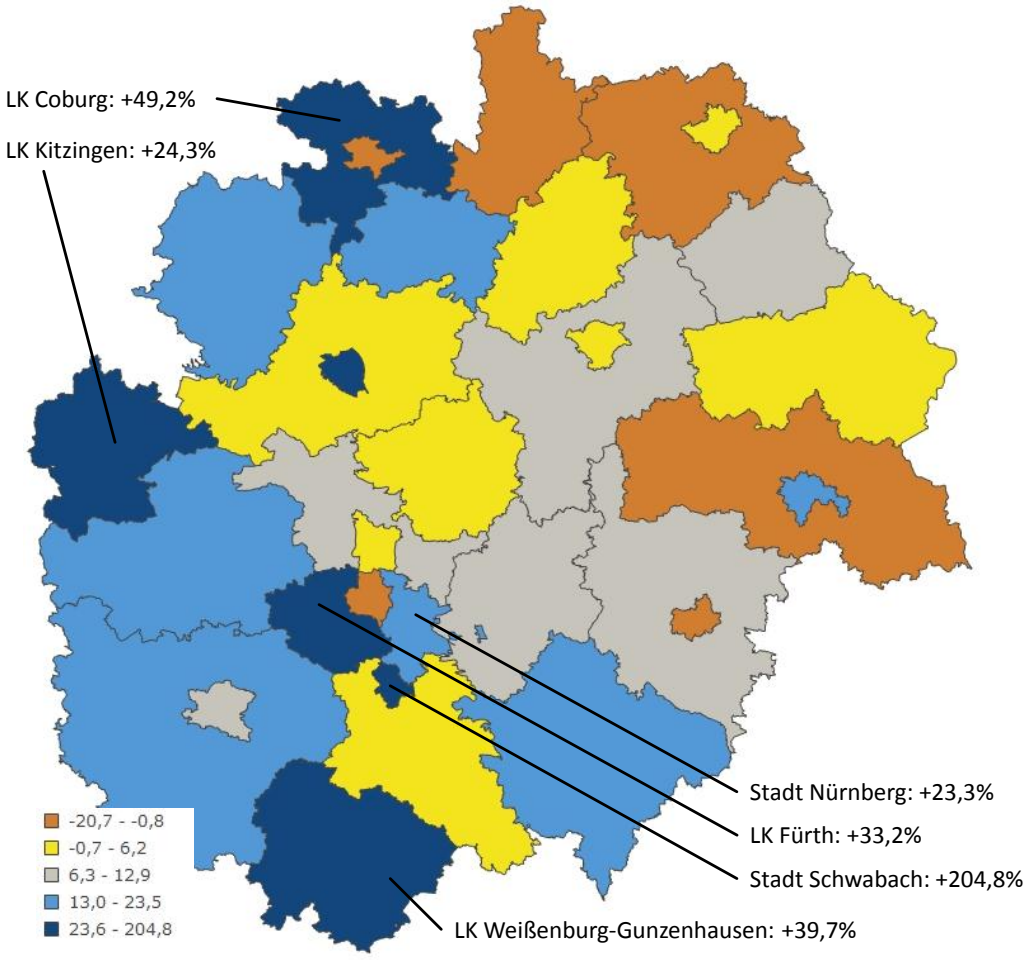
In Bezug auf die Übernachtungsdichte weist die Metropolregion Nürnberg, genauso wie die Stadt Nürnberg, jedoch unterdurchschnittliche Werte auf.[21] Die Übernachtungsdichte der Metropolregion Nürnberg liegt bei 3.771[22], die der Stadt Nürnberg liegt mit einem Wert von 4.826 deutlich darüber[23]. Die durchschnittliche Übernachtungsdichte Bayerns ist mit 6.457 jedoch deutlich höher. Auch die deutschlandweite durchschnittliche Übernachtungsdichte ist mit 4.820 höher als jene in der Metropolregion. Nürnberg liegt diesbezüglich auf dem deutschlandweiten Niveau.[24]

In Bezug auf die Entwicklung der Übernachtungen in der Metropolregion konnten die meisten Landkreise innerhalb der letzten Jahre deutliche Zuwächse an Übernachtungen verzeichnen. In der Stadt Nürnberg stieg die Anzahl an Übernachtungen von 2005 bis 2010 um insgesamt 23,3%, in einigen Landkreisen

[21] Übernachtungsdichte = Anzahl Übernachtungen je 1.000 Einwohner
[22] Basis: 3,5 Mio. Einwohner, 13,197 Mio. Übernachtungen; vgl. RegionalAtlas der EMR Nürnberg sowie Statistisches Jahrbuch der Stadt Nürnberg 2011
[23] Basis: 0,5 Mio. Einwohner, 2,413 Mio. Übernachtungen; vgl. RegionalAtlas der EMR Nürnberg sowie Statistisches Jahrbuch der Stadt Nürnberg 2011
[24] Vgl. Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2012

(vgl. Abbildung 29) lag der Anstieg sogar noch deutlich über dem Niveau Nürnbergs. Ein Rückgang von Übernachtungszahlen zwischen 2005 und 2010 ist insbesondere in der nord-östlichen Randlage der Metropolregion ablesbar (LK Kronach, LK Hof, LK Neustadt a.d. Waldnaab). In den Städten Amberg (-20,7%), Coburg (- 17,4%), Fürth (- 2,5%) und Hof (-0,4%) wurden ebenfalls Rückgänge der Übernachtungszahlen festgestellt. Alle weiteren Landkreise und kreisfreien Städte verzeichneten ein Wachstum.

Abbildung 29: Entwicklung der Übernachtungen in der Metropolregion Nürnberg von 2005 bis 2010 (in %)



Quelle: RegionalAtlas der EMR Nürnberg; Bayerische Vermessungsverwaltung, 2012; Darstellung verändert

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Übernachtungen und Ankünfte der Stadt Nürnberg in den letzten 10 Jahren. Abgesehen von einem krisenbedingten negativen Wachstum im Jahr 2009 ist ein kontinuierliches, stetiges Wachstum ablesbar.

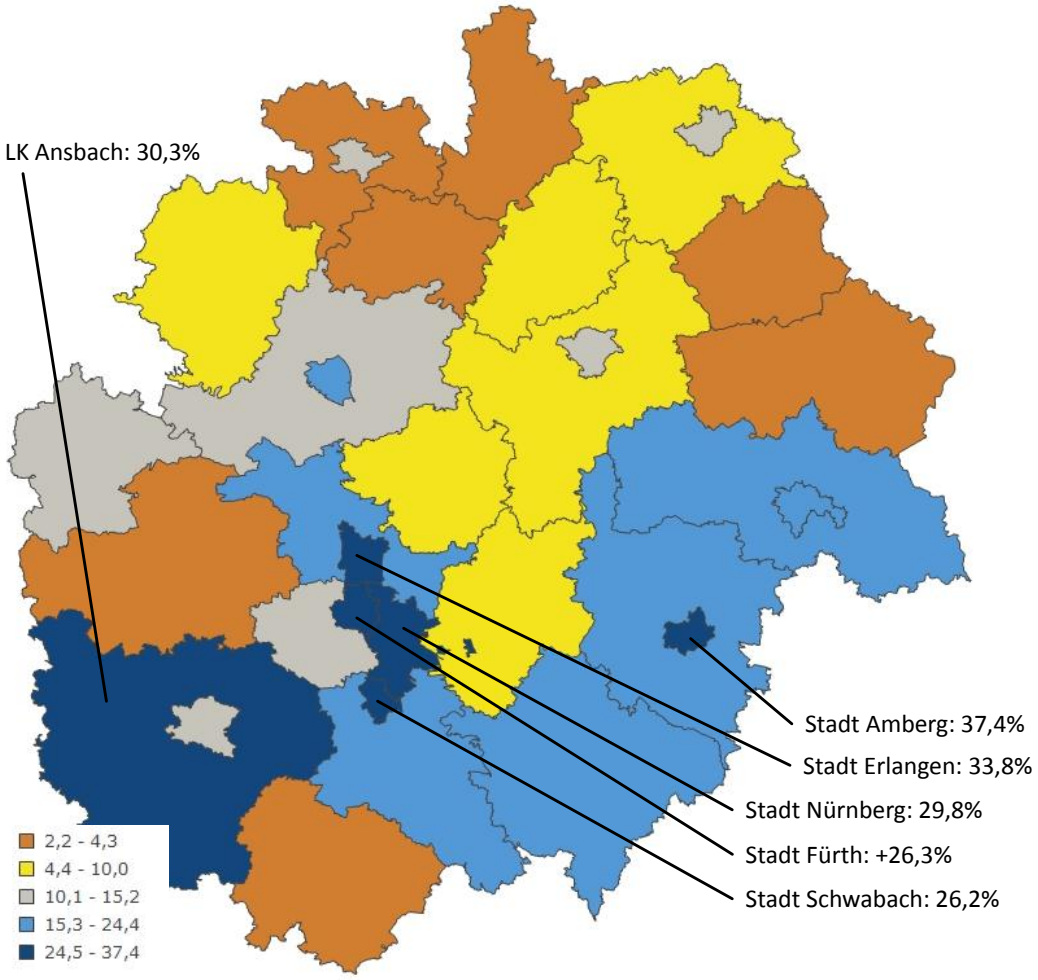
Tabelle 15: Übernachtungen und Ankünfte der Stadt Nürnberg 2002 - 2011 (in 1.000)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Über-nachtungen	1.843	1.859	1.907	1.991	2.168	2.189	2.277	2.128	2.413	2.518
Ankünfte	983	1.009	1.038	1.090	1.164	1.207	1.253	1.183	1.337	1.404

Quelle: Amt für Stadtforschung und Statistik, Nürnberg; Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg (CTZ) / Verkehrsverein Nürnberg e.V., 2012

Der Anteil ausländischer Gäste bei den Übernachtungen ist erwartungsgemäß in den städtischen Regionen der Metropolregion höher als in periphereren Gebieten. 2010 betrugen die höchsten ausländischen Übernachtungsanteile einer Region der Metropolregion 37,4% in Amberg und 33,8% in Erlangen. In der Stadt Nürnberg wurde 2010 ein Anteil von 29,8% erreicht (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 30: Anteil Ausländischer Übernachtungen in der Metropolregion Nürnberg 2010 (in %)



Quelle: RegionalAtlas der EMR Nürnberg; Bayerische Vermessungsverwaltung, 2012; Darstellung verändert

2011 stieg der Anteil ausländischer Übernachtungen an der Summe aller Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr noch einmal um 1,6% auf nun 31,4%. Dies entspricht einem Zuwachs der ausländischen Übernachtungen um 9,8% im Vergleich zu 2010.[25]

Die fünf aufkommensstärksten Quellländer in Bezug auf generierte ausländische Übernachtungen 2011 sind die USA (79.100 Übernachtungen; 10,0% aller ausländischen Übernachtungen), Italien (73.921 Übernachtungen; 9,3% aller ausländischen Übernachtungen), Österreich (56.621 Übernachtungen; 7,2% aller ausländischen Übernachtungen), Großbritannien/ Nordirland (53.392 Übernachtungen; 6,8% aller ausländischen Übernachtungen) und die Schweiz (47.083 Übernachtungen; 6,0% aller ausländischen Übernachtungen). In der Summe

[25] Vgl. Verkehrsverein Nürnberg/ CTZ, 2012

decken diese fünf Quellländer knapp 40% des internationalen Incoming Tourismus-Marktes ab.[26]

Hinsichtlich der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer weisen internationale Gäste erwartungsgemäß mit 1,9 Tagen einen höheren Wert als nationale Gäste (1,7 Tage) auf. Die Aufenthaltsdauer der Überseegäste ist dabei mit durchschnittlich 3,1 Tagen (Afrika), 2,3 Tagen (Asien) und 2,1 Tagen (Amerika und Australien) wiederum überdurchschnittlich.[27]

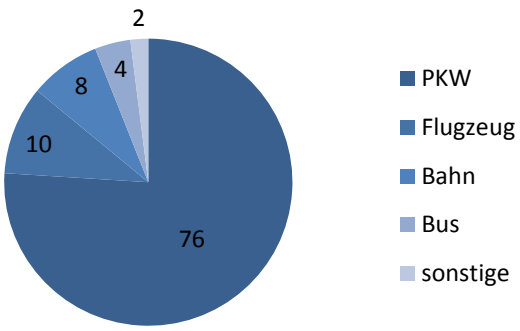
Im nationalen Incoming-Tourismus zählen die Bundesländer Berlin, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Sachsen zu den wichtigsten Quellregionen. 24% aller nationalen Ankünfte sind Berlin zuzuordnen, der Anteil Nordrhein-Westfalens beträgt 17%, der Baden-Württembergs 13%. Aus Sachsen kommen 11% der inländischen Touristen.

3.3.2 Flugreiserelevante touristische Nachfragesituation

Entscheidend für den Flughafen Nürnberg ist jedoch nicht die Marktsituation in Bezug auf ausländische Übernachtungen, die lediglich einen Rückschluss über das rechnerische Marktpotential für den internationalen Incoming-Flugreiseverkehr zulässt, sondern insbesondere die Verkehrsmittelwahl der Reisenden im Incoming-Tourismus. Hier spielt die Anreise per Flugzeug eine untergeordnete Rolle.

Aus von der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg zur Verfügung gestellten Daten geht hervor, dass der Modal Split der Anreiseverkehrsmittel 2012 im privat motivierten Reiseverkehr eine eindeutige Präferenz zur PKW-Anreise aufweist. 76% der Urlauber reisen per PKW an, eine Anreise per Flugzeug erfolgt nur bei jeder zehnten privat motivierten Reise (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 31: Modal Split Transportmittelwahl privat motivierter Reisender nach Nürnberg 2012[28]



Quelle: Eigene Darstellung, auf Basis von Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg, 2012

[26] Vgl. Verkehrsverein Nürnberg/ CTZ, 2012
[27] Vgl. Verkehrsverein Nürnberg/ CTZ, 2012
[28] PKW-Anreise beinhaltet auch Mietwagen; sonstige: Motorrad, Wohnmobil, Wohnwagen

Dies ist zum einen dadurch begründet, dass für viele Urlauber, insbesondere im nationalen Einzugsbereich des Incoming Tourismus, entfernungsbedingt eine Anreise per Flugzeug nicht in Frage kommt. Bei einem Gesamtanteil ausländischer Übernachtungen in der Metropolregion Nürnberg in Höhe von 16,0% und in Nürnberg in Höhe von 29,8% fällt jedoch auf, dass selbst bei Reisenden aus verhältnismäßig weit entfernten Quellmärkten die Anreise nach Nürnberg per Flugzeug unterdurchschnittlich genutzt wird. Dies ist zum einem auf das luftverkehrliche Destinationsprofil des Flughafens zurückzuführen, welches nicht jeden Quellmarkt adäquat per Flugverbindung mit Nürnberg verknüpft.[29] Für den zweitgrößten touristischen Quellmarkt, Italien, besteht keine Direktverbindung ab Nürnberg, die Märkte Österreich und Schweiz sind lediglich über je eine Direktflugdestination angebunden (Wien und Zürich).[30] Andererseits wird oftmals beispielsweise von Reisenden aus Übersee eine Flugreise bis München oder Frankfurt gebucht, welche von dort per PKW, Bahn oder Busreise fortgesetzt wird. Hier bestehen sogenannte Rail&Fly-Angebote der Deutschen Bahn mit diversen Fluggesellschaften, deren Nutzung für den Reisenden in der Regel ab/ nach Nürnberg preiswerter ist als eine Umsteigeflugverbindung.

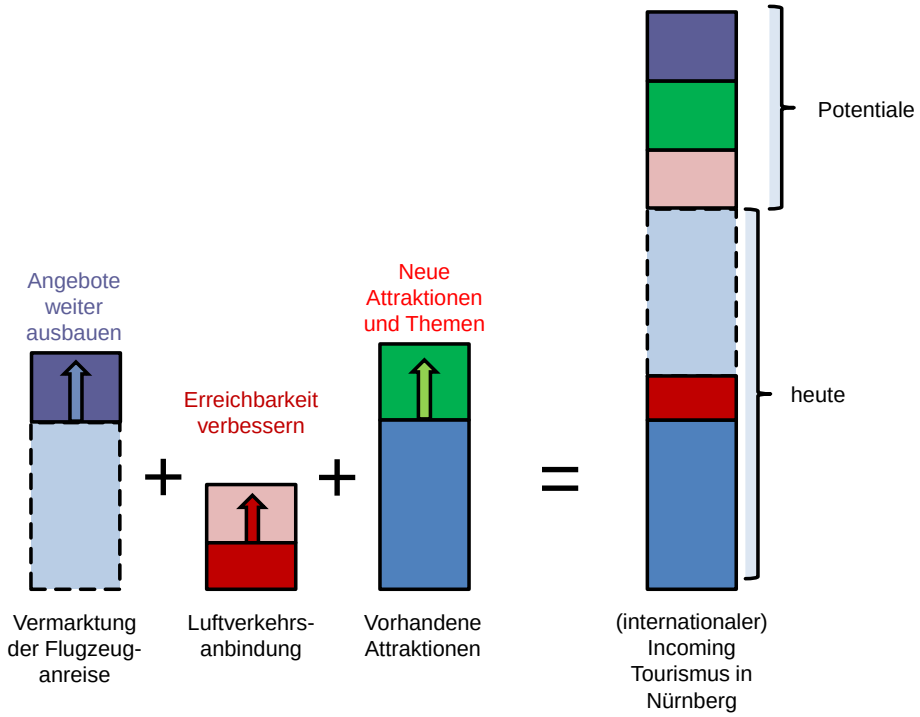
3.3.3 Faktoren zur Verbesserung der touristischen Nutzung des Flughafens Nürnberg

Hinsichtlich des Tourismus sind grundsätzlich drei Faktoren identifizierbar, welche eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg, insbesondere durch die Steigerung der Flugreisenachfrage, ermöglichen.

Sowohl durch die Verbesserung der luftverkehrlichen Erreichbarkeit insbesondere hinsichtlich des internationalen Incoming Tourismus, als auch über die Vermarktung – sowohl der Metropolregion Nürnberg als Tourismusstandort an sich, als auch der Verdeutlichung der Anreisemöglichkeit per Flugzeug über den Flughafen Nürnberg – können zusätzliche Potentiale gehoben werden. Als drittes Segment wird das touristische Angebotsportfolio der Metropolregion Nürnberg selbst gesehen (siehe folgende Abbildung). Im Folgenden werden die innerhalb dieser Segmente aus Sicht der Berater bestehenden Potentiale erläutert.

[29] Vgl. Kapitel 2
[30] Vgl. http://www.airport-nuernberg.de/flugplan

Abbildung 32: Schema Potentiale für den Flughafen Nürnberg durch Incoming Tourismus



Quelle: Eigene Darstellung, 2012

Faktor „Vermarktung der Flugzeuganreise“

Hinsichtlich der Vermarktung der touristischen Attraktionen und Veranstaltungen in der Metropolregion Nürnberg besteht nach Ansicht der Berater kein Handlungsbedarf. Die hohe Qualität der Vermarkungsarbeit spiegelt sich in den generellen und stetigen Entwicklungen der Ankunfts- und Übernachtungszahlen wider. Die unterdurchschnittlichen Werte bezüglich der Übernachtungsdichte der Region deuten auf bestehende Potentiale hinsichtlich weiteren Wachstums in Bezug auf Übernachtungen und Ankünfte hin.

Die Nennung des Flughafens Nürnberg als Option zur Anreise nach Nürnberg erfolgt in sämtlichen Katalogen, Broschüren und Online-Auftritten der Congress- und Touristik-Zentrale (CTZ) sowie des Tourismusverbandes Franken e.V. Bei Vermarktungsaktivitäten in Quellregionen erfolgt zudem nach Aussage der beteiligten eine gute Zusammenarbeit und Abstimmung mit dem Flughafen Nürnberg. Potentiale werden von den Beratern insbesondere bei der Vermarktung von Veranstaltungen und touristischen Attraktionen der Metropolregion Nürnbergs außerhalb des Nürnberger Stadtgebietes gesehen. Die Verknüpfung der Veranstaltung oder Attraktion mit der Möglichkeit der Anreise per Flugzeug über den Flughafen Nürnberg ist in Bezug auf die Wahrnehmung der Touristen nicht in jedem Fall augenfällig und prägnant genug. Eine Intensivierung der Kommunikation und Vermarktung kann hier insbesondere für touristische Angebote, die ein überregionales und internationales touristisches Interesse generieren, von Vorteil sein.

Faktor „Luftverkehrsanbindung“

Hinsichtlich der luftverkehrlichen Anbindung sind aus touristischem Fokus fehlende Punkt-zu-Punkt-Verbindungen zu starken Quellmärkten wie Italien, Schweiz und Österreich nachteilig.[31] Die Etablierung neuer Verbindungen kann hier einen Beitrag zur Steigerung des internationalen Incoming Tourismus durch die Erweiterung des Einzugsgebiets und somit der Etablierung weiterer Quellmärkte leisten.

Potentiale zur Erschließung neuer und zum Ausbau bestehender touristischer Quellmärkte bestehen zudem nach Ansicht der Berater auch durch die Etablierung von Verbindungen von Low Cost Carriern (LCC). Das bisherige Portfolio an Airlines und Destinationen ist für einen wesentlichen Teil der potentiellen touristischen Quellmärkte, insbesondere aus preisbezogenen Gründen, nicht interessant. Für das touristische Quellmarktsegment eher preissensibler und weniger zeitsensibler Reisender wird die Etablierung von LCC-Strecken daher eine bisherige Angebotslücke schließen. Zudem ist davon auszugehen, dass die Etablierung solcher Strecken weitere, zusätzliche touristische Marktnachfrage generiert.

Ab Ende März 2013 werden sechs Verbindungen der Fluggesellschaft Ryanair ab Nürnberg das Destinationsportfolio erweitern und die Angebotslücke „Low Cost“ schließen. Hinsichtlich der Potentiale für den internationalen Incoming Tourismus ist von diesen sechs Destinationen insbesondere London-Stansted von Interesse, da die übrigen Destinationen (Pisa, Alicante, Málaga, Porto, Cagliari) eher outgoing-orientierte Urlaubsregionen darstellen.[32] Für die Destination London ist daher eine Verstärkung der Vermarktungsaktivitäten in Verbindung mit der Etablierung der Strecke durch Ryanair empfehlenswert. Die mittelfristige Etablierung weiterer Strecken durch LCC zu weiteren Destinationen mit eher incoming-orientiertem Potential sollte forciert werden und ist nach Aussage der Geschäftsführung des Flughafens Nürnberg für das Jahr 2014 vorgesehen.

Faktor „Touristisches Angebotsportfolio/ Attraktionen“

Touristische Attraktionen und Veranstaltungen sind die Basis für die Generierung von Tourismusnachfrage, unabhängig von der Art der Anreise. Zur Verbesserung der Rahmenbedingungen des Flughafens Nürnberg kann daher auch durch die Erweiterung des touristischen Angebotsportfolios oder dessen Verbesserung hinsichtlich der Schaffung neuer Angebote mit hoher Affinität zur Flugzeuganreise ein Beitrag geleistet werden.

Durch die Berater und durch den im Rahmen der Regionalkonferenz für den Flughafen Nürnberg im Oktober 2012 durchgeführten Workshop mit Beteiligten aus Behörden, Verbänden, Institutionen und der regionalen Wirtschaft, konnten touristische Themenfelder identifiziert werden, die insbesondere in Bezug auf ihre Attraktivität für internationale Tourismusquellmärkte zukünftig Potentiale zur Steigerung der Luftverkehrsnachfrage am Flughafen Nürnberg heben könnten. Eine dezidierte Analyse der Ansätze hinsichtlich ihrer Wirksamkeit zur Generierung

[31] Vgl. 3.3.2

[32] Vgl. http://www.ryanair.com/de/nachrichten/ryanair-gibt-sechs-neue-verbindungen-ab-nuernberg-bekannt

zusätzlichen Fluggastaufkommens und der möglichen Wertschöpfung je Reisendem kann im Rahmen dieser Studie nicht erfolgen.

- **Stadt der Menschenrechte/ Memorium**[33]
  Dieses Thema wird in Nürnberg aktuell bereits gut vermarktet. Es bietet Potential für eine weitere dynamische Entwicklung, insbesondere in Bezug auf die Quellmärkte USA, Russland und China, die hier als eine wichtige Zielgruppe gelten.

- **Medizintourismus**
  Nachfrager medizintouristischer Angebote sind in der Regel im wesentlichen Personengruppen mit guten Einkommensverhältnissen, deren medizinische Versorgung am Herkunftsort qualitativ den Standards am Zielort unterlegen ist oder mit hohen Wartezeiten verbunden ist oder Personengruppen, die am Zielort Kostenersparnisse bei der medizinischen Versorgung erzielen können. In spezifischen Bereichen in denen die Metropolregion überregionale bedeutsame medizinische Kompetenzen aufweisen kann, könnten hier zur Entwicklung dieses touristischen Segments genutzt werden. Dies könnten beispielsweise die Herzchirurgische Klinik am UK Erlangen oder zahnmedizinische Angebote sein. Es ist außerdem ein Trend zur Verknüpfung von medizintouristischen Angeboten mit Wellnessangeboten erkennbar. Dieser Trend wäre für die Metropolregion Nürnberg durch das reichhaltige Wellnessangebot der Region ebenfalls nutzbar.

- **UNESCO als Reiseanlass**
  Es werden Potentiale gesehen, die durch eine stärkere, prägnantere und gebündeltere Vermarktung der hohen Dichte der UNESCO-Welt(kultur)erbestätten innerhalb der Metropolregion ausschöpfbar wären.

Zudem wurden Potentiale identifiziert, die in Bezug auf die Attraktivität des Flughafens selbst positive Effekte erzielen können und somit den Flughafen selbst als potentielles Ausflugsziel interessanter gestalten und die Außenwirkung des Flughafens hinsichtlich seines Profils schärfen.

- **Potentiale durch überregional und international bekannte Unternehmen und Marken in der Region**
  Dies sollte verstärkt genutzt werden, sowohl für Veranstaltungen, als auch durch die Schaffung und Vermarktung sogenannter „Edutainment“-Angebote mit Bezug zu diesen Unternehmen oder im Einzelhandelsbereich.

- **Erlebbarkeit des Flughafens**
  Die Schaffung von Attraktionen am Flughafen kann neben den Potentialen zur Präsentation der Region, beispielsweise durch ein „Schaufenster der Region“ oder das Kreieren einer „Leitidee“ im Rahmen einer strategischen Positionierung für den Flughafen, z.B. durch die Schaffung eines zentralen Themas, mit dem der Flughafen verbunden ist, auch Potentiale im Non-Aviation-Bereich (Stimulation des Konsums in Einzelhandel und Gastronomie,

[33] Vgl. http://www.memorium-nuernberg.de

zusätzliche Gäste aus der Region ohne Flugabsicht) und in Bezug auf die Vermarktung der Region (Geschäftsreisende oder Umsteiger am Flughafen erhalten am Flughafen Eindrücke über die Region) generieren.

Diese identifizierten Themen haben zum Teil große Schnittmengen zu Non-Aviation-relevanten Themen und werden folglich in Kapitel 3.5 aufgegriffen.

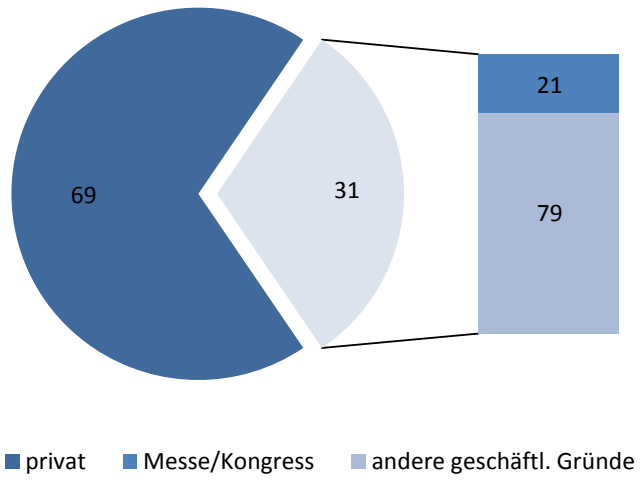
3.4 Analyse des Kongress- und Veranstaltungsmarktes

Kernfragestellung dieses Kapitels ist es zu prüfen, inwiefern ein Bedarf für die Schaffung von Tagungs- und Kongresskapazitäten am Standort Nürnberg besteht, welche Vorteile und Potentiale dies für den Flughafen Nürnberg birgt und wodurch diese gehoben werden könnten. Relevant ist dabei insbesondere, inwiefern die Schaffung von Tagungs- und Kongresskapazitäten am Flughafen selbst vorteilhaft ist gegenüber der Schaffung gleichartiger Kapazitäten an einem anderen Ort innerhalb Nürnbergs oder der Region.

3.4.1 Situation des Kongress- und Veranstaltungsmarktes

Nürnberg ist ein bedeutender Messe-, Kongress- und Tagungsstandort und erreichte bei einer Befragung im Veranstaltungs- und Kongresssegment Platz 2 unter den Top-Destinationen Deutschlands aus Sicht der Veranstalter.[34] Sowohl in Bezug auf die Hotelwirtschaft als auch in Bezug auf den Flughafen Nürnberg hat dieser Markt eine große Bedeutung, denn zwei Drittel aller Gäste in Nürnberger Tagungshotels sind geschäftlich motivierte Reisende.[35] Für das enorm outgoing-orientierte Gesamtfluggastaufkommen des Nürnberger Flughafens (Outgoing-Anteil am Fluggastaufkommen 2011: 85%; Incoming-Anteil: 15%[36]) stellt der geschäftlich motivierte Flugreiseverkehr zudem eine wichtige Komponente zur Generierung von Incoming-orientiertem Fluggastaufkommen dar. 31% des Fluggastaufkommens 2011 war geschäftlich motivierter Flugreiseverkehr, von dem wiederum 21% auf Messen und Kongresse als Reiseanlass entfallen, 79% entfielen auf sonstige geschäftliche Gründe (siehe folgende Abbildung).[37, 38]

Abbildung 33: Modal Split Fluggastaufkommen nach Reiseanlass, 2011



[34] Veranstalterbefragung des EITW vom November 2010; Vgl. Schreiber, Kunze, 2011b
[35] Vgl. Schreiber, Kunze, 2011b
[36] Fluggastbefragung 2010/2011; Flughafen Nürnberg GmbH, Lufthansa Marktforschung
[37] Fluggastbefragung 2010/2011; Flughafen Nürnberg GmbH, Lufthansa Marktforschung
[38] 2010: 32% geschäftlich motiviertes Flugreiseaufkommen, 68% privat motiviert.

Quelle: Fluggastbefragung 2010/2011; Flughafen Nürnberg GmbH, Lufthansa Marktforschung

In einer Studie des Europäischen Instituts für TagungsWirtschaft GmbH (EITW)[39], auf deren Erhebungen und ermittelte Werte sich im Folgenden maßgeblich bezogen wird, wurde 2011 eine umfassende Bestandsaufnahme des Kongress- und Veranstaltungsmarktes der Stadt Nürnberg durchgeführt. Entsprechende Zahlen für den Untersuchungsraum Metropolregion Nürnberg liegen nicht vor.

Angebotsseitig verfügt Nürnberg über insgesamt 68 Veranstaltungsstätten[40]. Dies beinhaltet 10 Veranstaltungszentren, 34 Tagungshotels sowie 24 sonstige Veranstaltungsstätten (Museen, Fabrikhallen, Hochschulen, Burgen etc.), in denen hochgerechnet insgesamt 458 Tagungsräume unterschiedlicher Größe zur Verfügung stehen.

Dabei sind sowohl bei Veranstaltungszentren als auch bei Tagungshotels im differenzierten Vergleich mit deutschen Großstädten (mehr als 500.000 Einwohner) unterdurchschnittliche Veranstaltungsstättengrößen in Bezug auf die Raumanzahl feststellbar. Bei Herausrechnen des mit insgesamt 38 Räumen größten Veranstaltungszentrums in Nürnberg, dem CongressCenter Nürnberg (CCN), vergrößert sich diese Differenz noch. In Bezug auf sonstige Veranstaltungsstätten liegt Nürnberg bei einem Vergleich der durchschnittlichen Raumanzahl je Veranstaltungsstätte auf vergleichbarem Niveau mit anderen deutschen Großstädten (vgl. folgende Tabelle).

Tabelle 16: Durchschnittliche Raumanzahl/ Veranstaltungsstätte nach Region und Art der Veranstaltungsstätte, 2009/2010

	Summe	Veranstaltungs-zentren	Tagungs-hotels	Sonstige Veranstaltungs-stätten
Nürnberg	**7,4**	13,8	7,0	4,7
Deutsche Großstädte	**12,7**	20,5	12,9	4,9
Deutschland	**10,0**	11,5	9,3	6,5

Quelle: Schreiber, Kunze, 2011a

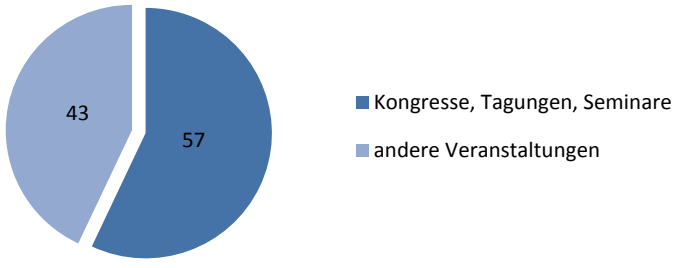
Hinsichtlich der Raumkapazitäten wurde vom EITW festgestellt, „dass in Nürnberg das Zwischensegment [von Veranstaltungsstätten mit Raumgrößen] von 500 bis ca. 1.000 Plätze nur mangelhaft abgedeckt wird.“[41] Andere Segmente, insbesondere Raumkapazitäten unter 400 Plätzen, weisen hingegen eine gute Angebotssituation auf.

[39] Vgl. Schreiber, Kunze, 2011a
[40] Betriebe mit einer Kapazität ≥ 20 Sitzplätze bei Reihenbestuhlung
[41] Vgl. Schreiber, Kunze, 2011a

In der Metropolregion Nürnberg gibt es ein über die oben beschriebene angebotsseitige Marktabdeckung Nürnbergs hinausgehendes Angebotsportfolio hinsichtlich Veranstaltungs-Faszilitäten. Insgesamt wurden vom EITW 15 Veranstaltungsorte mit Saalkapazitäten von mindestens 500 Personen identifiziert. Diese befinden sich u.a. in Bamberg, Fürth und Erlangen. Diese Betriebe sind allerdings nicht in der Lage, die mangelhafte Angebotsabdeckung im Tagungssegment 501 bis 1.000 Teilnehmer adäquat abzudecken, um so die Angebotslücke Nürnbergs zu schließen. Einerseits sind Veranstalter nicht grundsätzlich bereit in andere Städte innerhalb der Metropolregion auszuweichen, wenn die Faszilitäten innerhalb Nürnbergs kapazitativ erschöpft sind, andererseits liegt der Schwerpunkt der identifizierten 15 Veranstaltungsorte auf Eventlocations, die für das Tagungs- und Kongresssegment eher eine nachrangige Bedeutung vorweisen, da sie vorwiegend für privat motivierte Freizeit-, Unterhaltungs- und Kulturveranstaltungen genutzt werden. Nur 20,1% der Veranstaltungen in Eventlocations in Nürnberg sind Tagungen oder Kongresse (Durchschnitt Deutschland: 28,7%). Deutlich höhere Relevanz für Tagungs- und Kongressveranstaltungen haben dagegen Tagungshotels. 84,7% der dort durchgeführten Veranstaltung sind Tagungen oder Kongresse (Durchschnitt Deutschland: 73,7%). Bei Veranstaltungszentren liegt der Anteil der Tagungs- und Kongressveranstaltungen bei 44,0% (Durchschnitt Deutschland: 44,4%).[42]

Nachfrageseitig wurden in Nürnberg 2010/2011 25.618 Veranstaltungen und Kongresse mit einer durchschnittlichen Dauer von 1,57 Tagen durchgeführt. Diese wurden in der Summe von 1,298 Mio. Gästen besucht. Dies beinhaltet sowohl geschäftlich motivierte Veranstaltungen als auch privat motivierte Veranstaltungen (Unterhaltungs-/ freizeitrelevante Veranstaltungen). Geschäftlich motivierten Veranstaltungen kommt dabei mit 57% Anteil am Gesamtveranstaltungsaufkommen eine große Bedeutung zu (vgl. Abbildung 34).

Abbildung 34: Anteil geschäftlich motivierter Veranstaltungen



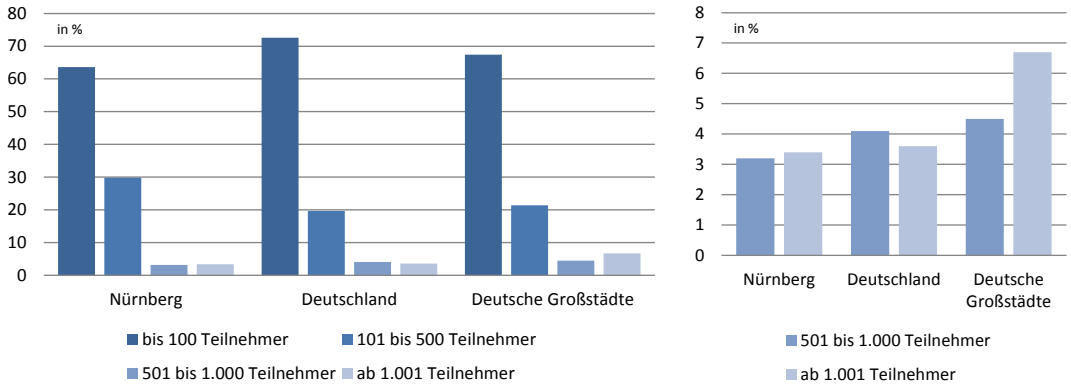
Quelle: Eigene Darstellung, auf Basis von Schreiber, Kunze, 2011a

In Nürnberg weisen mittelgroße Veranstaltungen (>100 bis 500 Personen) mit einem Anteil von 29,8% am Veranstaltungsaufkommen einen im Vergleich zu Deutschland (19,7 %) und deutschen Großstädten (21,4 %) überdurchschnittlichen Marktanteil auf, der sich folglich nachteilig auf die Anteile sowohl kleinerer als auch größerer Veranstaltungen auswirkt.[43] Die angebotsseitig mangelhafte Marktabdeckung für

[42] Vgl. Schreiber, Kunze, 2011a
[43] Vgl. Schreiber, Kunze, 2011a

Veranstaltungen mit mehr als 500 Teilnehmern (insbesondere im Teilsegment 501 bis 10.000 Teilnehmer) spiegelt sich auch in den Anteilen der Veranstaltungen nach Größenklassen wider. Der nachfrageseitig unterdurchschnittliche Anteil an Veranstaltungen dieser Größensegmente im Vergleich zum deutschlandweiten Durchschnittswert und zu jenem anderer Großstädte (vgl. Abbildung 35 rechts) ist dabei auf die mangelhafte angebotsseitige Marktabdeckung zurückführbar, die für dieses unterdurchschnittliche Anteilsaufkommen sorgt.

Abbildung 35: Anteile der Größenklassen von Veranstaltungen nach Region 2009/2010



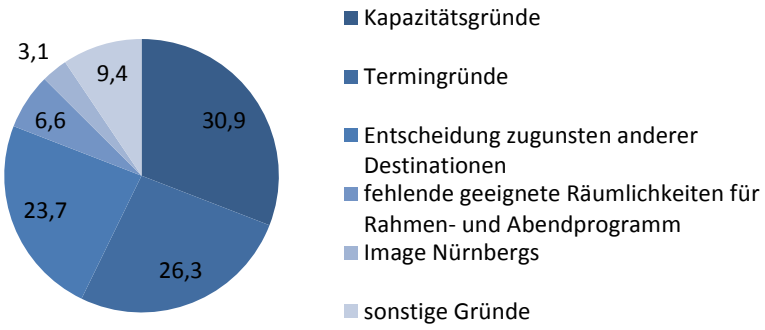
Links: alle Größenklassen; rechts: Ausschnitt der Größenklassen 501 – 1.000 und ab 1.001 Teilnehmer
Quelle: Eigene Darstellung, auf Basis von Schreiber, Kunze, 2011a

Ein weiterer maßgeblicher Aspekt für die Analyse, inwiefern ein Bedarf für die Schaffung von Tagungs- und Kongresskapazitäten am Standort Nürnberg besteht, ist die Betrachtung der Quote von Absagen im Vergleich zur Anzahl an Anfragen bei den Veranstaltungsorten. Diese Quote liegt in Nürnberg bei 43,8%, das bedeutet, dass nahezu jede zweite von Veranstaltern angefragte Veranstaltung abgesagt wurde.

Hinsichtlich der Gründe für Absagen sind Kapazitätsgründe mit 30,9% Anteil der häufigste Absagegrund. Termingründe sind mit einem Anteil von 26,3% zweithäufigster Grund für Absagen. Weitere Gründe sind Entscheidungen zugunsten anderer Destinationen (23,7%), fehlende geeignete Räumlichkeiten für ein Rahmen- und Abendprogramm (6,6%), das Image Nürnbergs (3,1%) sowie sonstige Gründe (9,4%). Sonstige Gründe aggregieren u.a. Nennungen wie Preisgründe, fehlende Übernachtungsmöglichkeiten, bauliche Zustände der Veranstaltungsorte und Absage der geplanten Veranstaltung.[44]

[44] Vgl. Vgl. Schreiber, Kunze, 2011a

Abbildung 36: Anteilsverteilung der Absagegründe für Veranstaltungen in Nürnberg



Quelle: Eigene Darstellung, auf Basis von Schreiber, Kunze, 2011a

Hinsichtlich der Aspekte, die für eine Veranstaltungsstättenwahl durch die Veranstalter maßgeblich sind, wurden

- eine gute Verkehrsanbindung
- ein angemessenes Preis-/Leistungsverhältnis sowie
- vorhandene räumliche Kapazitäten

als wichtigste Kriterien identifiziert. „Diese Priorisierung sollte bei den Überlegungen der Stadt Nürnberg nach neuen Kapazitäten bzw. bei der Schließung von Kapazitätslücken besondere Berücksichtigung finden.“[45]

3.4.2 Potentiale durch die Schaffung neuer Tagungs- und Kongress-Veranstaltungskapazitäten in Nürnberg

Es kann festgestellt werden, dass in Nürnberg Potential für die Schaffung neuer Kongress- und Tagungsfaszilitäten vorhanden ist. Dies spiegelt auch die Veranstalterbefragung des EITW wider. 75,6% der Veranstalter gaben hierbei an, dass das Angebot Nürnbergs hinsichtlich Veranstaltungsstätten ausbaufähig wäre.[46]

Sowohl der identifizierte angebotsseitige Mangel an Tagungsfaszilitäten des Größensegments 501 bis 1.000 Teilnehmer als auch die Absagequote von 43,8% aller von Veranstaltern angefragten Veranstaltungen in Nürnberg untermauern diese Feststellung.

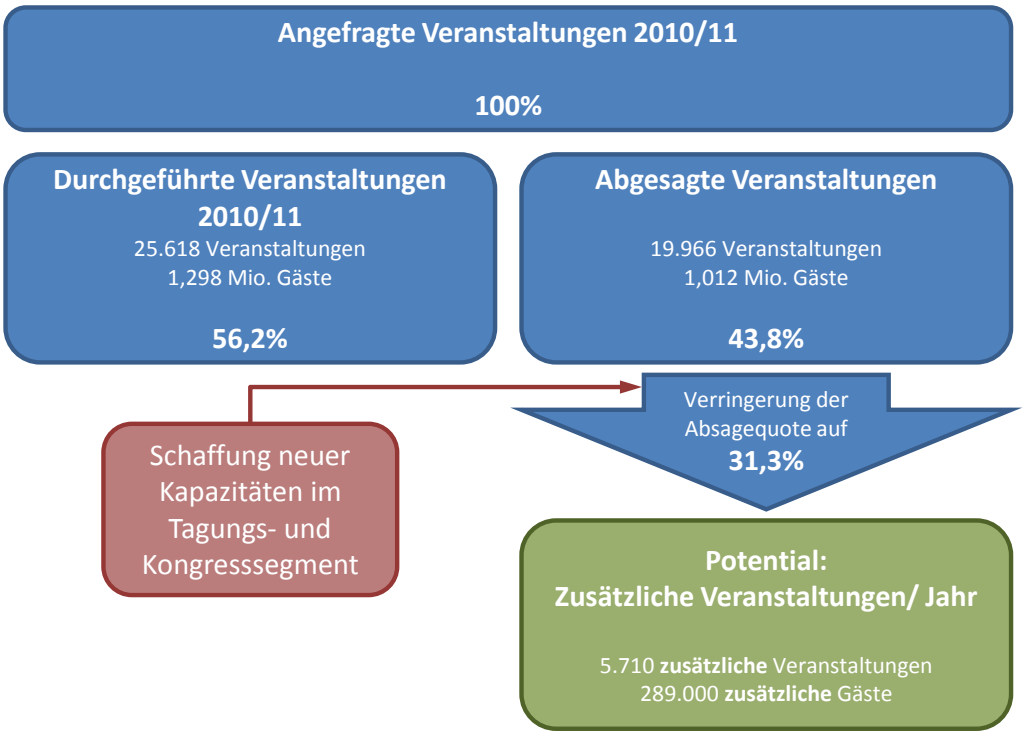
Bei angenommener Gleichverteilung der Anzahl an Teilnehmern je durchgeführter Veranstaltung in Nürnberg hieße dies, dass sich für Nürnberg ein rechnerisches Potential von 19.966 zusätzlichen Veranstaltungen mit rund 1,012 Mio. zusätzlichen Gästen im Vergleich zu heute[47] ergibt, sofern man angebotsseitig unbegrenzte

[45] Vgl. Schreiber, Kunze, 2011a
[46] Vgl. Schreiber, Kunze, 2011a
[47] 2010/11: 25.618 Veranstaltungen mit einer Gesamtanzahl an Gästen von 1,298 Mio.; vgl. 3.4.1

Kapazitäten und eine hundertprozentige Abschöpfung der Absagequote für zusätzliche Veranstaltungen unterstellt.[48] Die Vielschichtigkeit der identifizierten Absagegründe und die real stets existente Begrenztheit des Angebots an Veranstaltungsstätten je Termin lässt eine derartige vollständige Potential-ausschöpfung jedoch nicht zu.

Unterstellt man, dass durch die Schaffung neuer Kapazitäten im Tagungs- und Kongresssegment eine Verringerung der Absagequote aufgrund von Kapazitäts- oder Termingründen um jeweils 50% erreicht werden kann, während die Quote anderer identifizierter Absagegründe unverändert bleibt, so hieße dies, dass die Absagequote von heute 43,8% auf dann 31,3% sinkt. Unter oben beschriebener angenommener Gleichverteilung der Anzahl an Teilnehmern je durchgeführter Veranstaltung in Nürnberg lässt sich hierdurch ein Potential von 5.710 zusätzlichen Veranstaltungen bei einem zusätzlichen Gästepotential von rund 289.000 Personen pro Jahr im Vergleich zu heute ableiten[49,50]. Die Größenordnung dieses Potentials wird von den Beratern als realistisch eingeschätzt. Die folgende Grafik stellt die vorangegangenen Annahmen und Einschätzungen hinsichtlich des Marktpotentials zusammenfassend dar.

Abbildung 37: Schema Marktpotentiale durch die Schaffung von Veranstaltungskapazitäten im Kongress- und Tagungssegment in Nürnberg



Quelle: Eigene Darstellung, eigene Berechnungen auf Basis von Schreiber, Kunze, 2011a

[48] Eigene Berechnungen; Basis: Angefragte Veranstaltungen entsprechen 100%; davon 56,2% durchgeführte Veranstaltungen, 43,8% abgesagt.
[49] 2010/11: 25.618 Veranstaltungen mit einer Gesamtanzahl an Gästen von 1,298 Mio.; vgl. 3.4.1
[50] Eigene Berechnungen.

3.4.3 Nutzen und Potentiale eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg

Im Falle des Baus eines Tagungs- und Kongresszentrums wird dieses für den Flughafen Nürnberg einen spürbaren Nutzen erzeugen, unabhängig davon, an welchem Standort in Nürnberg das Zentrum errichtet wird. Dieser Nutzen wird durch die Steigerung der luftverkehrlichen Nachfrage erzeugt, die aufgrund der zusätzlichen Veranstaltungen und Gäste zu erwarten ist. In welcher Höhe sich dies auf die luftverkehrliche Nachfrage durch die zusätzlichen Veranstaltungs- und Kongressteilnehmer auswirkt, hängt in erster Linie von der Größe und Kapazität des Tagungs- und Kongresszentrums ab. Eine Abschätzung hierzu wird im Rahmen der Handlungsempfehlungen getroffen.

Ein Einfluss auf die Affinität der Tagungs- und Kongressgäste zu einer Anreise mit dem Flugzeug durch die Lage eines Tagungs- und Kongresszentrums direkt am Flughafen oder an einem anderen Ort im Stadtgebiet Nürnbergs besteht nach Ansicht der Berater nur begrenzt. Diese Einschätzung wurde auch durch die geführten Fachgespräche mit Vertretern der Tagungs-, Kongress- und Messebranche bestätigt. Bei einer durchschnittlichen Veranstaltungsdauer von 1,57 Tagen ist die Mehrheit der Tagungs- und Kongressveranstaltungen ohnehin übernachtungsrelevant, sodass die unmittelbare Nähe des Tagungs- und Kongresszentrums zum Flughafen von nachrangiger Bedeutung in Bezug auf das Anreiseverhalten für die Teilnehmer sein dürfte. Zudem ist eine gute Erreichbarkeit des Flughafens per ÖPNV, PKW oder Taxi aus dem Innenstadtgebiet Nürnbergs ohnehin gegeben.[51] Ein Einfluss des Standortes auf die Affinität von Tagungs- und Kongressgästen zur Anreise per Flugzeug ist hauptsächlich bei eintägigen Veranstaltungen zu erwarten, bei denen Gäste tendenziell ohne Übernachtung morgens anreisen und am gleichen Tag wieder abreisen. Hier ist ein Tagungs- und Kongresszentrum am Flughafen sicherlich von Vorteil für die Wahl des Anreiseverkehrsmittels Flugzeug, sofern dies durch eine entsprechende Frequenz des Flugangebots morgens und abends unterstützt wird.

Hinsichtlich der Standortwahl gilt neben einem Standort unmittelbar am Flughafen Nürnberg auch das ehemalige Quelle-Areal als Option als Standort für ein Tagungs- und Kongresszentrum. Allerdings ergeben sich durch eine Ansiedlung des Tagungs- und Kongresszentrums am Standort Flughafen Nürnberg einerseits für den Flughafen selbst ein Nutzen sowie verbesserte Rahmenbedingungen, andererseits kann auch das Tagungs- und Kongresszentrum von der Lage am Flughafen profitieren. Folgend werden die von den Beratern identifizierten Vorteile einer Ansiedlung des Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen im Vergleich zu einer Ansiedlung auf dem ehemaligen Quelle-Areal bzw. an anderen Standorten in städtischer Lage innerhalb Nürnbergs benannt.

[51] Vgl. 3.1

Vorteile/ Nutzen eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg für den Flughafen selbst

- **Non-Aviation (Einzelhandel, Gastronomie, Parken).**
  Im Non-Aviation-Bereich würde die Ansiedlung eines Tagungs- und Kongresszentrums zu einer Konsumsteigerung im landseitigen Einzelhandel und der Gastronomie führen, zudem ist für den Non-Aviation-Bereich Parken ein Umsatzwachstum zu erwarten.

- **Verkauf/ Verpachtung**
  Durch Verkauf oder Verpachtung der Fläche würde der Flughafen einmalig oder dauerhaft signifikante Einnahmen generieren.

Vorteile/ Nutzen eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg für das Tagungs- und Kongresszentrum

- **Leistungsfähige und gute verkehrliche Anbindung.**

  Die gute verkehrliche Anbindung des Flughafens Nürnberg, neben der dann gegebenen direkten luftverkehrlichen Anbindung sowohl über die Straße als auch mittels ÖPNV, erhöht die Attraktivität des Tagungs- und Kongresszentrums, unabhängig davon, mit welchem Verkehrsmittel die Anreise erfolgt. An anderen Standorten innerhalb Nürnbergs wären diese guten verkehrlichen Voraussetzungen nicht ohne weiteres zu finden.

- **Parken.**

  Die Parkplatzkapazitäten des Flughafens wären potentiell für das Tagungs- und Kongresszentrum nutzbar. Ausreichende Parkplatzkapazitäten sind vorhanden. Eine Investition in neue Parkflächen für das Tagungs- und Kongresszentrum wäre daher nicht notwendig.

- **Entwicklung von Kongress-Themen mit Logistik- oder Luftfahrtbezug.**

  Die Ansiedlung unmittelbar am Flughafen Nürnberg bietet die Chance, Kongresse und Veranstaltungen zu entwickeln, die logistische oder luftfahrtbezogene Themenbereiche abdecken. Somit kann der Standort potentiell dazu beitragen, mit einem neuen Themenprofil weitere Potentiale des Tagungs- und Kongressgeschäfts zu erschließen und hierbei das Standortprofil Nürnberg und dessen Alleinstellungsmerkmale um eine Facette zu bereichern. Die Umgebung des Flughafens bietet in diesem Zusammenhang auch interessante Potentiale, bspw. für themenbezogene Eventlocations, bspw. durch die Nutzung eines Hangars oder des in der Nähe befindlichen Siemens Airport Centers (SAC)[52]. Bei einem privaten Finanzierungsmodell für die Errichtung eines solchen Zentrums, bspw. mit der NürnbergMesse als Betreiber, kann das Tagungs- und Kongresszentrum in

[52] Vgl. http://www.siemens.com/innovation/de/publikationen/zeitschriften_pictures_of_the_future/pof_fruehjahr_2006/simulationen/siemens_airport_center.htm

diesen Themenbereichen auch eine „Inkubator"-Funktion einnehmen, indem Veranstaltungsthemen, die neue entwickelt werden, hier zuerst in kleinem Kontext erprobt werden und wachsen, um im Erfolgsfall gegebenenfalls dann zur NürnbergMesse umgesiedelt zu werden.

- **Erweiterung des Angebotsportfolios des Messe- und Kongressstandorts Nürnberg um den Bereich „Green Meeting"**

  Das Thema nachhaltige Kongresse, bzw. nachhaltige Veranstaltungsorte („Green Meeting") ist im Tagungs- und Kongressmarkt von zunehmender Bedeutung. Für die zukunftsfähige Marktaufstellung des Standorts Nürnberg wäre daher ein entsprechender nachhaltiger Tagungs- und Kongress-Veranstaltungsort eine sinnvolle Ergänzung zum bisherigen Angebotsportfolio. Ein solcher Veranstaltungsort besteht in Nürnberg bisher nicht. Die Ansiedlung am Flughafen Nürnberg böte die Möglichkeit der Schaffung einer nachhaltigen Veranstaltungsstätte, da hier ein Neubau notwendig wäre. Am alternativen Standort (Quelle-Areal) wäre diese Möglichkeit nicht gegeben, da hier denkmalschutzrelevante Randbedingungen zu beachten sind.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass unabhängig vom Standort der Errichtung innerhalb Nürnbergs ein neues Tagungs- und Kongresszentrum Entwicklungspotentiale für den Flughafen Nürnberg hinsichtlich der luftverkehrlichen Nachfrage schafft. Hinsichtlich des standortabhängigen Nutzens bei einer Schaffung von Tagungs- und Kongress-Faszilitäten am Flughafen, ist für den Flughafen selbst hierdurch ein Nutzen im Non-Aviation-Bereich identifizierbar. Die landseitigen Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe werden hier ihren Umsatz erhöhen können. Zudem könnten die vorhandenen Parkflächenkapazitäten des Flughafens genutzt werden.

Für das Tagungs- und Kongresszentrum selbst ergäbe sich durch einen Standort am Flughafen ein weiterer Nutzen. Das Zentrum könnte von der vorhanden Infrastruktur im Sinne einer exzellenten Erreichbarkeit profitieren, weiterhin entfallen bei Nutzung der Flughafen-Parkflächen Investitionen. Außerdem bestünde das Potential zur Schaffung von „Green Meeting"-Faszilitäten und es wäre denkbar, die Lage am Flughafen für die Entwicklung luftfahrt- und logistikbezogener Veranstaltungsthemen zu nutzen.

3.5 Analyse der operativen und strategischen Positionierung im Non-Aviation-Bereich

3.5.1 Operative Positionierung

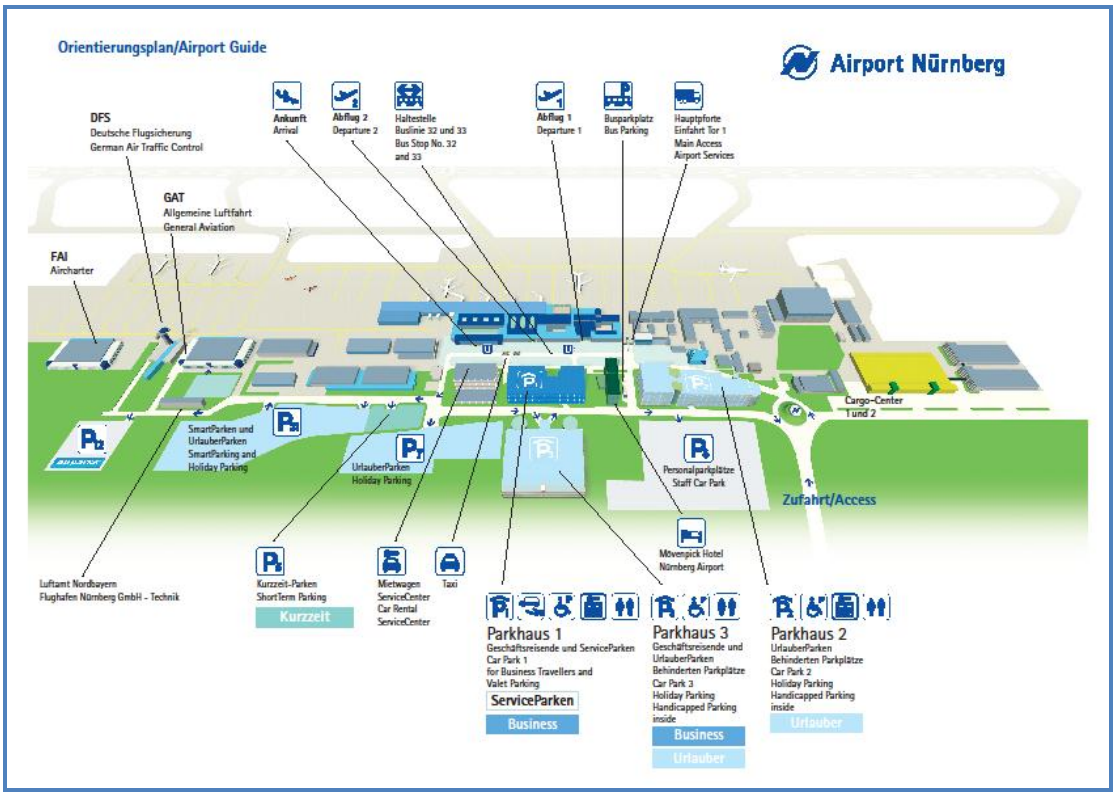
Im Rahmen der Untersuchung der operativen Positionierung des Geschäftsfeldes Non Aviation am Flughafen Nürnberg werden zunächst die infrastrukturellen Rahmenbedingungen vorgestellt, um im Anschluss daran die monatlichen Passagierzahlen des Jahres 2011 in Beziehung zu den erwirtschafteten Umsätzen in den Bereichen Einzelhandel und Gastronomie zu setzen.

Darauf baut im Anschluss die qualitative Darstellung und Einordnung der einzelnen Kommerziellen Flächen auf, die in diesem Zuge ebenfalls im Hinblick auf Flächenpotentiale bewertet werden.

Im weiteren Verlauf werden die Teilbereiche Autovermieter, Reisebüros, Werbung sowie Parkraumbewirtschaftung im Sinne der operativen Bestandsaufnahme in das Gesamtgeschäftsfeld Non Aviation eingeordnet.

Als Abschluss der operativen Betrachtung betrachten wir die Passagierlaufwege hinsichtlich der Positionierung der Sicherheitskontrolle.

Abbildung 38: Übersichtsplan Flughafen Nürnberg



Quelle: Flughafen Nürnberg, Aviation Marketing

3.5.1.1. Aktuelle Passagierentwicklung

Tabelle 17: Aktuelle Passagierentwicklung des Flughafens Nürnberg

Pax	2009	2010	2011	01 – 09.2012
	3.969.857	4.073.819	3.967.301	**- 8,90 %**

Quelle: ADV Monatsstatistik, September 2012

Die Gesamtverkehrsentwicklung an ausgewählten deutschen Flughäfen per September stellt sich wie folgt dar.

Tabelle 18: Gesamtverkehrsentwicklung an ausgewählten deutschen Flughäfen

	Kumuliert per 09.2012
ADV Gesamtdurchschnitt	**+ 1,8 %**
Berlin	+ 5,7 %
Bremen	- 6,6 %
Düsseldorf	+ 3,3 %
Frankfurt	+ 3,3 %
Hahn	- 3,4 %
Hamburg	+ 2,5 %
Hannover	- 0,6 %
Köln / Bonn	- 2,9 %
Leipzig / Halle	+ 4,0 %
München	+ 2,1 %
Stuttgart	+ 2,7 %
Weeze	**- 11,6 %**

Quelle: ADV Monatsstatistik, September 2012

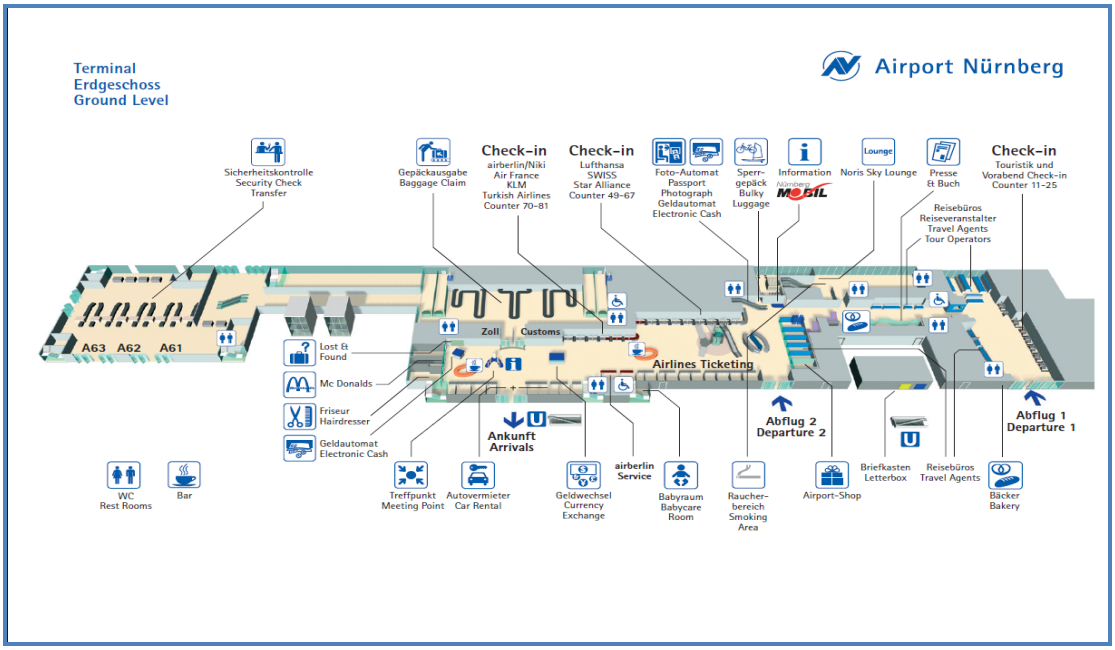
Tendenziell ist ersichtlich, dass die größeren Flughäfen Wachstumsraten generieren können, die den ADV-Durchschnitt übertreffen.

Die negative Sonderentwicklung des Flughafens Nürnberg wird lediglich vom Flughafen Weeze übertroffen, der sich insbesondere zwei Sonderfaktoren (Auswirkungen der Luftverkehrsabgabe; Reduzierungen seitens Ryanair) gegenübersieht.

3.5.1.2. Ist-Analyse der Bereiche Einzelhandel und Gastronomie

Im Zuge dieser Betrachtung wird in der Folge die aktuelle Situation hinsichtlich des Flächenbesatzes und –struktur dargestellt. Im Anschluss werden diese sowohl summarisch als auch individuell auf Grundlage der uns zur Verfügung gestellten Daten aus dem Jahr 2011 bewertet.

Abbildung 39: Übersichtsplan Erdgeschoss Einzelhandel- und Gastronomie im Terminal



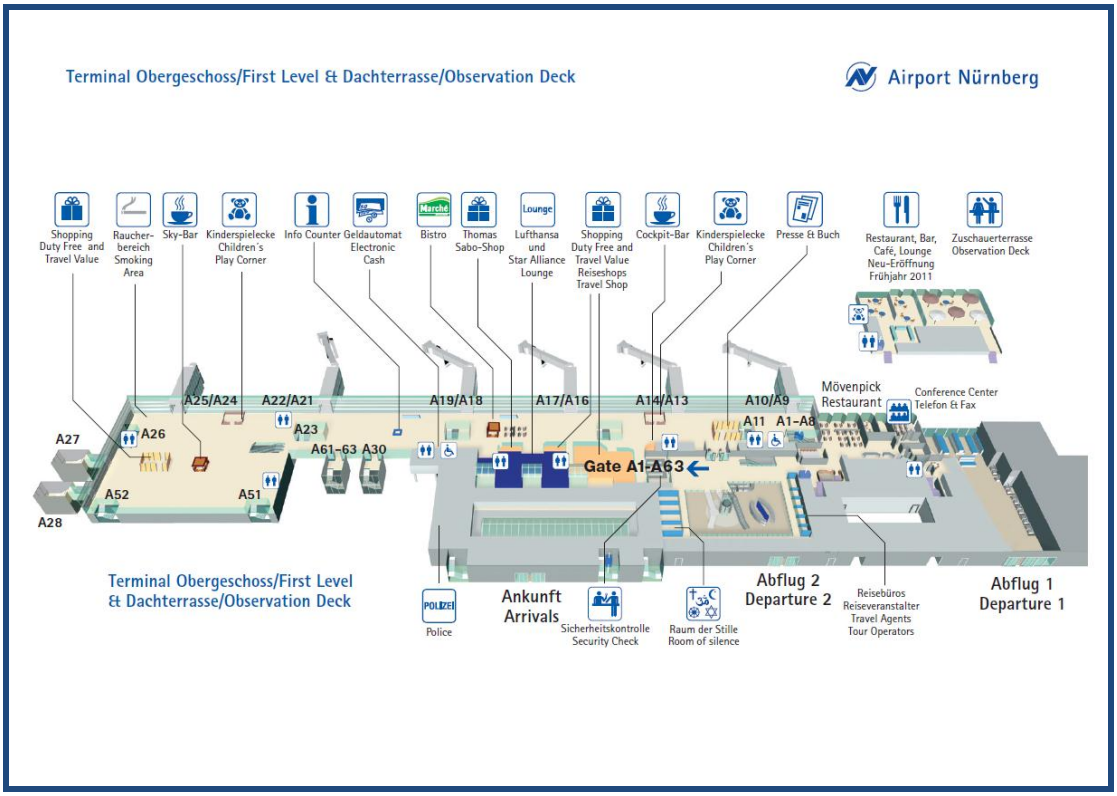
Quelle: Flughafen Nürnberg, Aviation Marketing

Die schematisierte Darstellung gibt einen ersten Aufschluss über die Struktur des Flächenbesatzes. Direkt im zentralen Ankunftsbereich sind einige wesentliche Serviceangebote wie zum Beispiel die Autovermieter, Lost & Found sowie gastronomische Angebote schwerpunktmäßig für die Abholer sowie die ankommenden Passagiere platziert.

Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich auf ausgesuchte Flächen, die sich im Abflug 2 sowie im Durchgang zum Abflug 1 befinden. In insgesamt drei Bereichen (Abflug 1 und 2 sowie Durchgang zwischen 1 und 2) sind Reisebüros platziert.

Die Bordkartenkontrollen zwischen Lost & Found und Zoll im Ankunftsbereich ist in diesem Planstand noch nicht ausgewiesen.

Abbildung 40: Übersichtsplan Obergeschoss Einzelhandel- und Gastronomie im Terminal



Quelle: Flughafen Nürnberg, Aviation Marketing

In diesem Planstand ist der Zugang zur zentralen Sicherheitskontrolle auf der Empore im Abflug 2 kenntlich gemacht. Direkt dahinter in diesbezüglich hervorragender Lage befindet sich der zentrale Duty Free / Travel Value (DFTV) Shop.

Des Weiteren sehen wir, dass die Handels- und Gastronomieangebote sich auf dem Weg zu den Gates als „Rahmen“ des Laufweges der Passagiere befinden. Ein zentraler Marktplatz im eigentlichen Sinne ist nicht ausgebildet.

Auffällig ist der großvolumige Bereich links (Gates A 52, A.26 – 23), der das TCT darstellt und räumlich „angekoppelt“ wirkt.

3.5.1.3. Übersicht Einzelhandel (8 Einheiten)

Betrachten wir die Handels- und Gastronomieflächen detaillierter, so ergibt sich folgende Struktur des Besatzes.

Tabelle 19: Handels- und Gastronomieflächen

Konzept / Mieter bzw. Betreiber	Fläche in m²	Lage
Airport Shop (FNSG)	[redacted]	
Schmitt & Hahn (Mieter)		
Ringeltaube (Mieter LSG)		
Friseur (Mieter)		
Schmitt & Hahn (Mieter)		
Thomas Sabo (Mieter)		
Duty Free / Travel Value (FNSG)		
Reiseshop (FNSG)		

Quelle: Auf Basis von Daten des Flughafen Nürnberg, Non Aviation

Die beiden DFTV-Shops belegen 43,5% der gesamten Handelsfläche, was einerseits die zentrale Bedeutung dieses Sortimentsbereiches für Handel an Flughäfen klar zum Ausdruck bringt. Andererseits zeigt es auch, dass der gesamte Flächenmix auf dieser Säule basiert.

Der Bereich Presse & Buch, ein klassischerweise an europäischen Flughäfen stark repräsentierter Sortimentsbereich, folgt mit 21,6% der Handelsfläche. Der Bereich Schmuck & Accessoires wird außerhalb der DFTV –Fläche einzig durch den Mieter Thomas Sabo repräsentiert und steht für 3,1 % der Handelsfläche.

3.5.1.4. Übersicht Gastronomie (12 Einheiten)

Tabelle 20: Übersicht Gastronomie

Konzept / Mieter bzw. Betreiber	Fläche in m²	Lage
McDonald`s (Mieter)	[redacted]	
Kalchreuther Bäcker (Mieter)		
Tucher Bar (Marché Intern. / Mövenpick)		
Zigolini (Marché Intern. / Mövenpick)		
Bakery (in 2012 geschlossen) (Marché Intern. / Mövenpick)		
MP-Restaurant (Marché Intern. / Mövenpick)		
Terminal 90 (nicht (12/12 in 2011)		
Bankett (Marché Intern. / Mövenpick)		
Aero-Club-Casino (Mieter)		
Cockpit Bar Warteraum (Marché Intern. / Mövenpick)		
Bistro Warteraum (Marché Intern. / Mövenpick)		
Sky Bar TCT (Marché Intern. / Mövenpick)		

Quelle: Auf Basis von Daten des Flughafen Nürnberg, Non Aviation

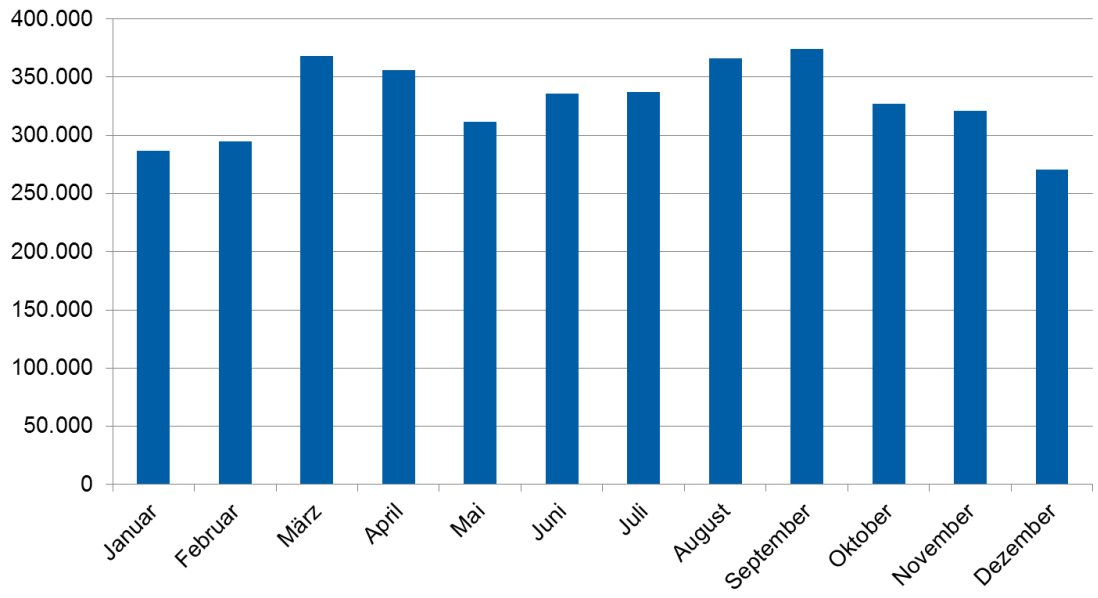
Die Betreiber- / Mieterstruktur wird eindeutig und klar durch Marché International als sehr versierter Gastronom für Hochfrequenzstandorte dominiert. Hinsichtlich der Flächenstruktur fällt zunächst die relativ große Anzahl von großflächigen Betrieben (> 250 m²) auf, die in Summe 2.024 m² - inklusive des Banketts - Mietfläche und damit 76 % der gesamten Gastronomiefläche belegen.

Das Portfolio an Speisen und Getränken umfasst sowohl Barbetriebe als auch die bediente Vollgastronomie im Terminal 90 und dem Mövenpick Restaurant sowie eines kleinen Fast Food- Angebotes. Damit wird einerseits das komplette Gastronomieportfolio abgebildet. Zudem ergibt sich durch die Platzierung des Terminal 90, welches von einem regionalen Betreiber geführt wird, eine Abrundung hinsichtlich speziellerer regionaler Schwerpunkte.

3.5.1.5. Saisonkurve 2011 (Gesamtpax pro Monat)

Nachfolgend wird die Jahresganglinie in Bezug auf die monatliche Gesamtpassagierzahl (abfliegend & ankommend) dargestellt, um die sich darauf aufbauende Saisonalität näher betrachten zu können.

Abbildung 41: Jahresganglinie Ankunft und Abflug 2011



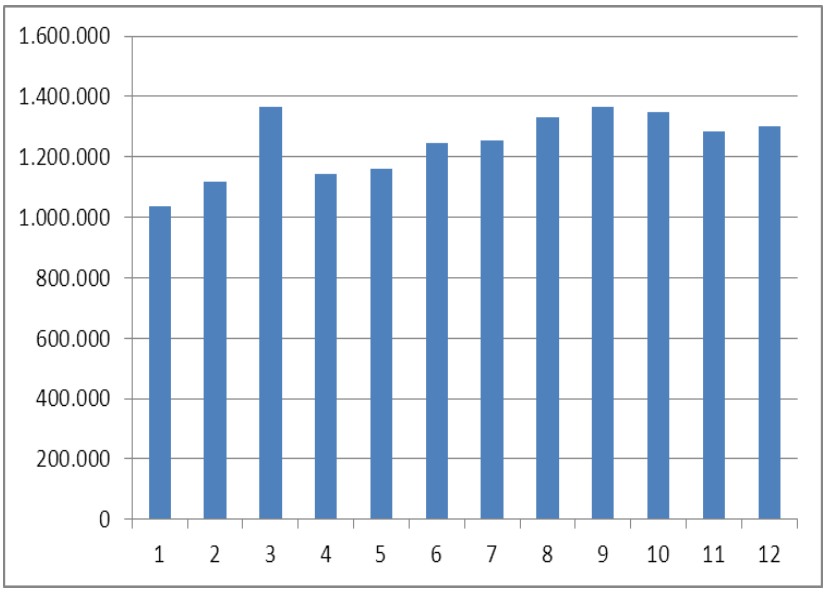
Quelle: Eigene Darstellung, 2012, auf Basis von Daten des Flughafens Nürnberg, Aviation Marketing

Die Monate September (10,17%) und März (10%) haben jeweils einen Anteil von mehr als 10% am Gesamtpassagiervolumen, gefolgt von August (9,95%) sowie April (9,68%). Die schwächsten Monate sind Dezember bis Februar. Die relative Schwäche der klassischen Monate der Businessreisenden Mai und Oktober (Kopplung mit Herbstferien), lässt erahnen, dass der Anteil der Businessreisenden etwas unterproportional repräsentiert ist.

3.5.1.6. Gesamtumsatz Shops und Gastronomie

Wird die monatsweise Betrachtung auf die generierten Umsätze im Einzelhandel und der Gastronomie übertragen, so ergibt sich folgendes Bild.

Abbildung 42: Gesamtumsatz Shops und Gastronomie monatlich 2011



Quelle: Eigene Darstellung, 2012, auf Basis von Umsatzdaten 2011 Flughafen Nürnberg, Non Aviation

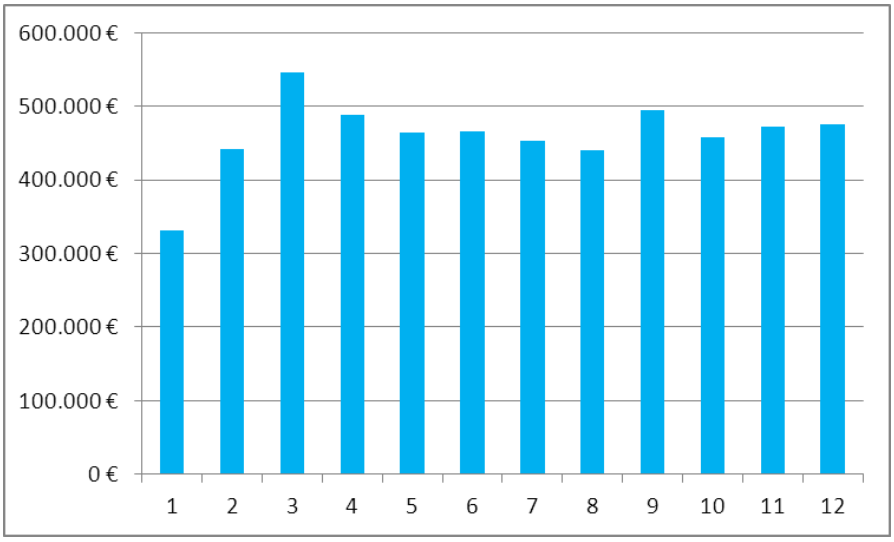
Insgesamt wird für die Monate Juni bis Dezember eine relativ konstante Umsatzgrößenordnung erkennbar. Der Monat März ist in Ansehung des Passagiervolumens auch in dieser Betrachtung der stärkste Monat. Ursächlich hierfür wird die Drehscheibenfunktion für Air Berlin in Kombination mit den Winterferien (7.3.- 11.3.2011) sein.

Das Jahresendtal der Passagierzahlen bildet sich in der Umsatzbetrachtung nicht entsprechend ab. Hier sehen wir ein relativ konstantes Niveau, welches ein Hinweis auf die Stärke und den Umfang des landseitigen Gastronomieangebotes sein könnte.

April und Mai fallen relativ zum Passagiervolumen in diesen Monaten im Vergleich zum März deutlicher ab. Dies könnte ein weiterer Hinweis auf die Lücke im Businesssegment der Passagiere und einem diesbezüglich unterrepräsentierten Angebot speziell im Einzelhandelsbereich sein. Die möglichen Implikationen bzw. Ursachen werden im weiteren Verlauf noch dezidierter beleuchtet.

Wird aus dieser Betrachtung der Bereich des Einzelhandels nach der Sicherheitskontrolle extrahiert, so ergibt sich folgendes Bild.

Abbildung 43: Gesamtumsatz Einzelhandel im Sicherheitsbereich monatlich 2011



Quelle: Eigene Darstellung, 2012, auf Basis von Umsatzdaten 2011 Flughafen Nürnberg, Non Aviation

Der März stellt sich – nun nicht mehr überraschend - auch in dieser Betrachtung als stärkster Monat dar. Der Januar ist als schwächster Monat flughafentypisch; ansonsten sehen wir die übrigen Monate fast auf einem Niveau, wobei der September in diesem Fall als zweitstärkster Monat typischerweise herausragt.

Zu beachten ist der Rückgang der Umsätze im Zeitraum April bis August, welches anhand der Gesamtpassagierkurve so nicht zu erwarten wäre und auf ein Umsatzpotential schließen lässt, welches im weiteren noch genauer zu dezidieren ist.

3.5.1.7. Flächenstruktur Einzelhandel und Gastronomie

Vor dem Hintergrund der saisonalen Verlaufskurve des Jahres 2011 sowohl in Bezug auf die Passagiere als auch hinsichtlich der erzielten Umsatzerlöse in den Bereichen Einzelhandel und Gastronomie werden in der Folge die Flächenanteile bereichsspezifisch in den Gesamtzusammenhang dieses wichtigen Teilbereiches des Non Aviation- Geschäftsfeldes strukturell eingeordnet.

Die Betrachtung auf Einzelflächenbasis, die als Grundlage der folgenden aggregierten Zusammenstellung dient, befindet sich im Anhang des Berichts.

Tabelle 21: Flächenstruktur Einzelhandel und Gastronomie

Gesamtfläche Einzelhandel und Gastronomie	**3.929 m²**	**Anteil an Gesamt**	**Anteil spezifisch an Kategorie**	**Kommentar**
Einzelhandel gesamt	1.305 m²	33 %		Einzelhandel gesamt unterrepräsentiert **(1/3 : 2/3)**
Einzelhandel Luftseite	796 m²	20 %	61 %	Einzelhandel Luftseite unterrepräsentiert
Gastronomie gesamt	2.624 m²	67 %		
Gastronomie Luftseite	251 m²	6 %	10 %	Gastronomie auf der Luftseite unterrepräsentiert

Quelle: Auf Basis von Daten des Flughafen Nürnberg, Non Aviation

Aus der Gesamtfläche für die Bereiche Einzelhandel und Gastronomie ergibt sich das Ratio von rund 1.000 m² Mietfläche pro 1 Million Passagiere (Ratio: 1,0).

Setzt man dies in Relation zu den Flughäfen Hannover (Ratio 1,14) oder Leipzig (Ratio 1,67) ergibt sich aus dieser Betrachtung ein theoretisches Potential für Flächenerweiterungen in den Bereichen Einzelhandel bzw. Gastronomie am Flughafen Nürnberg, die in der Folge noch weiter betrachtet und untersucht werden.

Betrachten wir die Flächenaufteilung, so fällt auf, dass die Gastronomieflächen in Summe am Flughafen Nürnberg ein klares Übergewicht haben, während an den größeren deutschen Verkehrsflughäfen üblicherweise entweder der Handel dominiert oder eine annähernde Gleichverteilung der Flächenanteile festzustellen ist.[53]

Mit Blick auf beide Teilbereiche ist festzuhalten, dass der Anteil der luftseitigen Flächen (nach der Sicherheitskontrolle) an der Gesamtfläche (20% bzw. 6%) ebenfalls unterproportional ist.

Während die Relation im Bereich Einzelhandel zwischen Land- und Luftseite passt, 61 % der Handelsflächen befindet sich im Sicherheitsbereich, befindet sich nur jeder zehnte Quadratmeter der Gastronomie im Sicherheitsbereich.

Eine detaillierte Einzelmieterbetrachtung befindet sich im Anhang.

[53] Vgl. Stores + Shops, 10/2010

3.5.1.8. Umsatzstruktur Einzelhandel und Gastronomie

In Ableitung der Flächenstruktur und der jeweiligen Anteile setzten wir diese in Relation zu den jeweils erwirtschafteten Umsätzen.

Tabelle 22: Umsatzstruktur Einzelhandel und Gastronomie



Quelle: Auf Basis von Daten des Flughafen Nürnberg, Non Aviation

Das Flächen- / Produktivitätsratio zeigt in der Gesamtbetrachtung zunächst eindrücklich den Produktivitätsvorteil der Einzelhandelsflächen am Flughafen Nürnberg auf. Dies ist grundsätzlich typisch für die Flächenpotentiale an Verkehrsflughäfen. Während der Einzelhandel mit 33 % der Gesamtfläche 55% des Gesamtumsatzes generiert, ist das Verhältnis bei der Gastronomie vice versa. Hier generieren 67% der Gesamtfläche 33% des Gesamtumsatzes. Auch der Wertschöpfungsvorteil der Handelsflächen im Sicherheitsbereich wird nochmals dadurch unterstrichen, dass 20% der Gesamtfläche für 37% des Gesamtumsatzes verantwortlich zeichnen.

3.5.1.9. Flächenproduktivitäten pro Quadratmeter p.a.

Die oben beschriebene Struktur wird nochmals deutlicher, wenn die Flächenproduktivitäten explizit betrachten werden.

Tabelle 23: Flächenproduktivitäten pro Quadratmeter p.a.

Umsatz / m² Einzelhandel bzw. Gastronomie	p.a. für 2011
Einzelhandel gesamt	[redacted]
Einzelhandel Luftseite	
Einzelhandel Landseite	
Gastronomie gesamt	
Gastronomie Luftseite	
Gastronomie Landseite	

Quelle: Auf Basis von Daten des Flughafen Nürnberg, Non Aviation

Löst man diese generelle Übersicht auf, so erhält man auf Flächen- bzw. Mieterbasis für den Bereich Einzelhandel folgende Rangreihenfolge:

Tabelle 24: Rangreihenfolge Flächenproduktivitäten im Einzelhandel

Konzept	Fläche in m²	Umsatz p.a. / m² in 2011	Lage	Kommentar
Airport Shop (FNSG)	37	[redacted]	Landseite	Sortiment / Potential
Schmitt & Hahn	114		Luftseite	Gut / Lage
Sabo	41		Luftseite	gut
Duty Free (FNSG)	568		Luftseite	unterdurch-schnittlich
Reiseshop (FNSG)	73		Luftseite	Potential
Schmitt & Hahn	168		Landseite	für die Lage gut
Ringeltaube	206		Landseite	Betreiberwechsel seitens FNG angekündigt
Friseur	98		Landseite	

Quelle: Auf Basis von Daten des Flughafen Nürnberg, Non Aviation

Bei der Betrachtung anhand des allgemein anerkannten Kriteriums der Flächenproduktivität auf Jahresbasis und Quadratmeter fällt auf, dass – zumindest nach dem visuellen Eindruck überraschend – der Airport Shop auf der Landseite die höchste Flächenproduktivität erwirtschaftet.

Dies ist als ein erstes Indiz dafür zu werten, dass der angebotene Sortimentsmix (Nahrungsmittel, Getränke, Accessoires, Geschenkartikel, u.a.), ganz offenbar weiteres Potential birgt.

Die Flächenproduktivitäten im Bereich Presse & Buch (Land- und Luftseite) sowie beim Mieter Thomas Sabo sprechen für die Professionalität und Güte der Mieter ebenso wie für die Standortqualität der genutzten Flächen. Wobei der landseitige Standort Presse & Buch aktuell sicher nicht über die allerhöchste Lagegunst verfügt.

Das Umsatz / m² im Bereich Duty Free / Travel Value hingegen ist eher als unterdurchschnittlich zu bewerten. Üblicherweise generieren diese Flächen Leistungen jenseits der € 10.000.- / m². Allerdings ist zu beachten, dass die Umsätze nicht nach Shop in die Betrachtung einfließen konnten (summarische Angabe in der BWA der FNSG). Vor dem Hintergrund des stark saisonalen Betriebes der Fläche im TCT liegt die Vermutung nahe, dass der Hauptshop im 1. Obergeschoss eine wesentliche bessere als die durchschnittlich ausgewiesene Flächenproduktivität erwirtschaftet.

Dieser „Produktivitätsnachteil“ könnte einen weiteren seiner Ursprünge im Zusammenhang mit der veränderten Nutzung der Sicherheitskontrolle im 1. Obergeschoss haben. Dies kann unsererseits auf Basis der Zahlen aus dem Jahr 2011 jedoch nicht beurteilt werden.

Festzustellen ist definitiv ein deutlicher Modernisierungsrückstand hinsichtlich der Sortimentsplatzierung und –tiefe. Dieser Punkt soll nach Aussage seitens Hr. Dotzauer, Prokurist der FNSG, durch Änderungen in der Betriebsführung und Kooperation mit der Firma Heinemann operativ dann ab dem 01.01.2013 zeitnah aufgegriffen werden.

Die Flächenproduktivität des Reiseshop weist darauf hin, dass das Sortiment (Geschenkartikel, Accessoires, „Destination Nürnberg“) weiteres Potential birgt. Hinsichtlich des Ladenbaus und der Sortimentsplatzierung gilt entsprechendes wie oben hinsichtlich des Duty Free / Travel Value (DFTV) beschriebenen.

Die Produktivität der Ringeltaube lässt unter diesem Betrachtungswinkel den Schluss zu, dass ein spezielles Angebot für die Flughafenmitarbeiter/ Flughafenausweisträger durchaus nachgefragt ist und den Standort bereichert.

In der Betrachtung des Branchenmix‘ fällt auf, dass einerseits gewisse „Standardsortimente“ wie z.B. Blumen im Ankunftsbereich auf der Landseite komplett fehlen und andererseits besonders margenträchtige Bereiche (Sonnenbrillen, Schmuck, Accessoires, Uhren) auf der Luftseite unterrepräsentiert sind.

Wird diese Betrachtungsweise auf den Bereich Gastronomie übertragen, so ergibt sich folgende Rangreihenfolge.

Tabelle 25: Rangreihenfolge Flächenproduktivität in der Gastronomie

Konzept	Fläche in m²	Umsatz p.a. / m² in 2011	Lage	Kommentar
McDonald`s	36	[redacted]	Landseite	erhebliches Ausbaupotential
Cockpit Bar Warteraum (Marché)	18		Luftseite	Gut
Kalchreuther Bäcker	83		Landseite	Sehr gut
Tucher Bar (Marché)	68		Landseite	Gut
Bistro Warteraum (Marché)	170		Luftseite	Potential
Zigolini (Marché)	50		Landseite	Potential
Bakery (in 2012 geschlossen) (Marché)	122		Landseite	./.
MP-Restaurant (Marché)	398		Landseite	zufriedenstellend
Terminal 90 (nicht (12/12 in 2011)	669		Landseite	In der Aufbauphase
Sky Bar TCT (nicht 12/12 in 2011) (Marché)	63		Luftseite	Standortentschei-dung notwendig
Bankett (Marché)	*647*		Landseite	Großfläche spezial
Aero-Club-Casino	300		Landseite	Großfläche spezial

Quelle: Auf Basis von Daten des Flughafen Nürnberg, Non Aviation

Es zeigt sich, dass der flächenmäßig kleine McDonald`s Satellit in dieser Betrachtungsweise ganz klar die Führung einnimmt. Diese Tatsache ist an sich nicht allzu überraschend, allerdings in der Deutlichkeit des Abstandes zum zweitplatzierten dann doch. In Anbetracht der erreichten Produktivität liegt die Schlussfolgerung nahe, dass das Sortiment Fast Food konkretes Potential für eine Flächenerweiterung bietet.

Die Cockpit Bar im Warteraum erreicht diese Position trotz der Tatsache, dass die Bar nicht durchgängig betrieben wird und zudem baulich nicht dem allerneusten Standard entspricht.

Der Kalchreuther Bäcker zeigt als regional bekannter Anbieter, dass eine gute Sortimentstiefe, ein attraktives Preisniveau und ein moderner Ladenbau zu wirtschaftlich sehr überzeugenden Fakten führen.

Die Tucherbar im Abflugbereich übersetzt Ihre Lagegunst in ein ansprechendes Produktivitätsniveau, wohin nach unserer Einschätzung das Niveau beim Marché Bistro im Warteraum und der Zigolini-Bar im Ankunftsbereich noch steigerungsfähig sein sollte.

Mit Bezug auf die Zigolini-Bar, die direkt gegenüber bzw. vor dem McDonald`s liegt, gilt es die Gesamtorganisation dieses Bereiches - Wartebereich, Hauptzugang zur Bordkarten- / Sicherheitskontrolle, Sitzmöbel, kommerzielle Angebote wie Massagesessel, Geldautomat und Touristikinformation sowie Werbevitrinen – in die Betrachtung mit einzubeziehen. Diesbezüglich aus unserer Sicht mögliche und zu prüfende Maßnahmen werden später dargestellt und erläutert.

Die großflächigen Gastronomiekonzepte (MP Restaurant in Kombination mit dem Bankett sowie das Casino) sind sowohl ob der Lage als auch der besonderen funktionalen Zusammenhänge gesondert zu betrachten, stellen aber einen wichtigen Anker hinsichtlich der Qualität des Gastronomieangebotes dar. Die Flächenquotienten, die weiter oben beschrieben wurden, erklären sich zumindest teilweise vor dem Hintergrund dieser speziellen Faktoren.

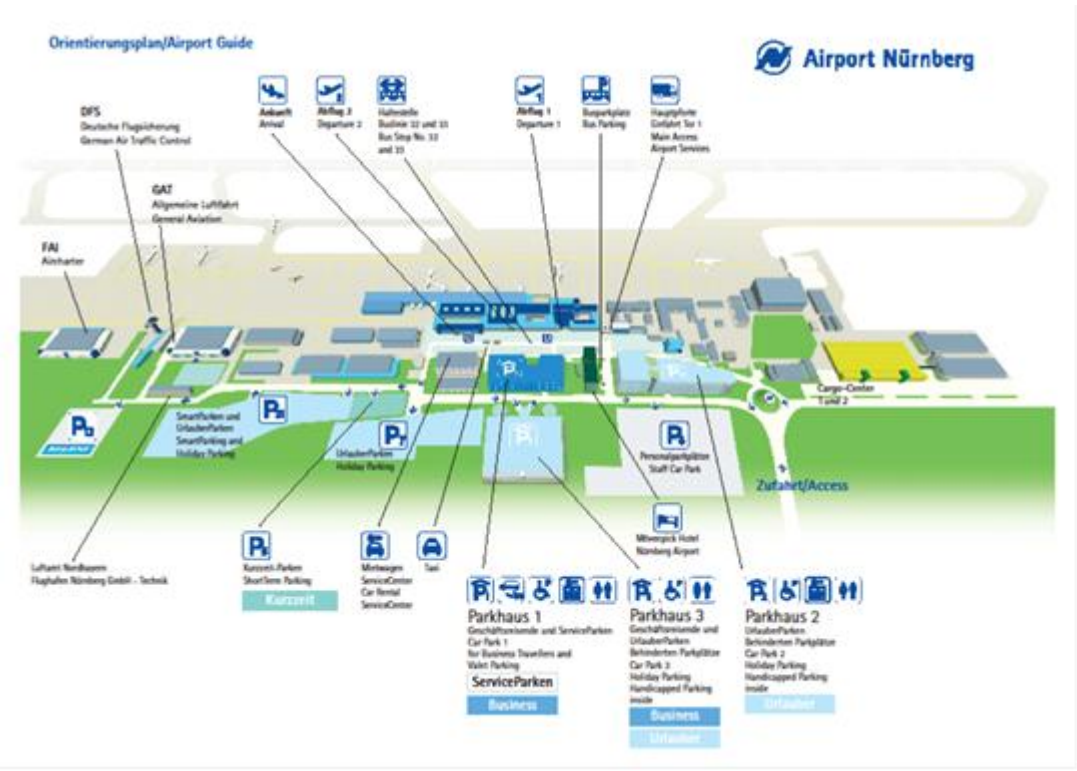
Mit dem Terminal 90 ist insbesondere mit Blick auf Eventangebote und damit einer Stärkung des Wochenend- sowie Abendgeschäftes sowie mit der Außenterrasse eine wichtige Ergänzung gelungen.

Betrachten wir die Sky Bar im TCT, die angesichts der Drehscheibenfunktion insbesondere in diesem Gebäudebereich in 2011 – und auch in 2012 – nicht ganzjährig betrieben wurde, so ist hier mit Blick auf die aktuellen verkehrlichen und damit einhergehenden strukturellen Veränderungen eine dezidierte Betrachtung der Verwendung dieser Bar geboten. Mögliche Alternativen bzw. Gedankenansätze hierzu erläutern wir im weiteren Fortgang.

3.5.1.10. Ist-Analyse des Parkraumgeschäftes

Das gesamte Parkraumgeschäft wird von der FNSG verantwortet. Die flächenmäßigen Rahmenbedingungen der Kundenparkierungsanlagen stellen sich wie folgt dar.

Abbildung 44: Kundenparkierungsanlagen Flughafen Nürnberg



Quelle: Flughafen Nürnberg

Tabelle 26: Anzahl Stellplätze und Umsatz der Kundenparkierungsanlagen Flughafen Nürnberg

	Anzahl Stellplätze	Umsatz in 2011 in T€	% zu 2010	Anteil an Gesamt	Umsatz / Stell-platz	Segment
P 1	1.072	3.086 €	**+ 16%**	22 %	€ 2.879.--	Business & Service
P 2	1.984	2.709 €	- 1 %	19 %	€ 1.365.--	Urlauber
P 3	2.147	1.027 €	**+ 18 %**	7 %	€ 478.-	Business & Urlauber
Service-parken P 1	102	250 €	**+ 15 %**	2 %	€ 2.451.--	

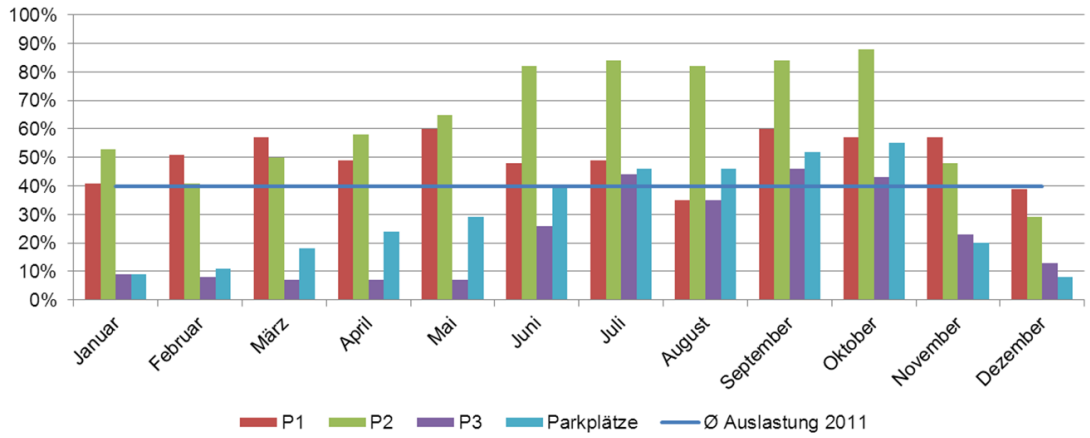
Quelle: Auf Basis von Daten der FNSG

Die infrastrukturellen Rahmenbedingungen stellen sich nach unserer Einschätzung wie folgt dar. Der Flughafen Nürnberg verfügt insgesamt über eine relativ gute Straßen- und Schienenanbindung, allerdings über keine direkte Autobahnanbindung. Insgesamt verfügt der Flughafen Nürnberg über ca. 9.000 Stellplätze und damit über mehr als 2.000 pro 1 Million Passagiere. Es sind drei Parkhäuser in fußläufiger Entfernung zu den Terminals mit 5.300 Stellplätzen vorhanden. Acht weitere Parkplätze befinden sich in fußläufiger Entfernung mit weiteren 3.700 Stellplätzen. Ein Parkplatz (P12) mit 670 Stellplätzen ist an Airparks vermietet. Als standardmäßiges Zusatzangebot wird das Service-Parken im P1 angeboten (Sicherheitsparken und Fahrzeugservices).

Mindestens als Standortbeschränkung eher schon als Standortnachteil hinsichtlich der Erreichbarkeit ist die Anfahrt zum Flughafen über einen Einrichtungsverkehr anzusehen.

Die durchschnittliche Kapazitätsauslastung in 2011 lag bei knapp 40% und damit relativ niedrig. Das Parkhaus P2 weist mit 64% die höchste Auslastung auf. Die niedrigste Auslastung ist mit 22% beim Parkhaus P3 zu finden.

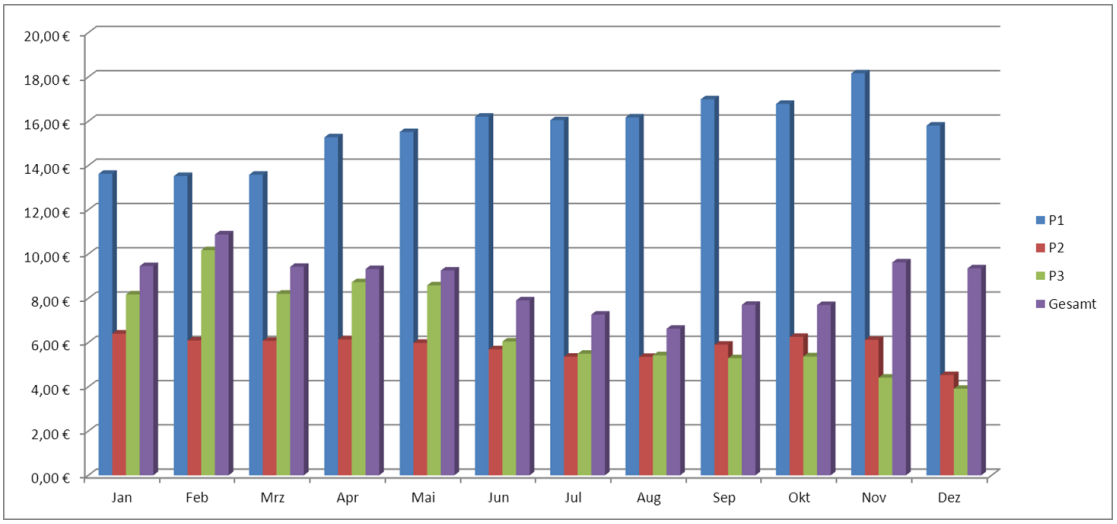
Abbildung 45: Auslastung der Parkhäuser P1 – P3 und Parkflächen 2011



Quelle: Eigene Darstellung, 2012, auf Basis von Daten der FNSG

Ein leicht abgewandeltes Bild ergibt sich bei der Betrachtung des Umsatzes/ Parktag. In dieser Betrachtung liegt das P 1 klar vor dem P 3 bzw. P 2.

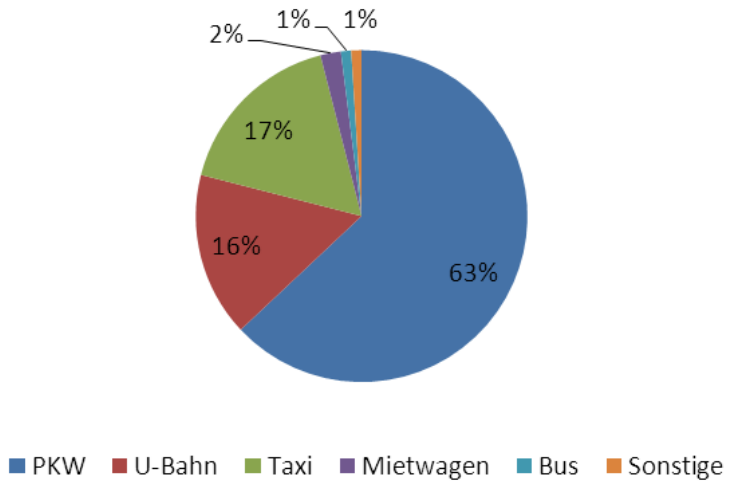
Abbildung 46: Umsatz je Parktag



Quelle: Eigene Darstellung, 2012, auf Basis von Daten der FNSG

Der Gesamtumsatz im Geschäftsfeld Parken betrug in 2011 10,25 Mio. €. Der umsatzstärkste Monat war, trotz der Tatsache, dass der September der verkehrsreichste Monat war, der Oktober mit knapp 1,2 Mio. €. Der Umsatz / Pax ist in den letzten Jahren auf das hohe Niveau von 2,47€ / Pax gestiegen.

Abbildung 47: Modal Split Flughafen Nürnberg 2011



Quelle: Eigene Darstellung, 2012, auf Basis von Lufthansa Marktforschung, Flughafen Nürnberg

Wir sehen einen sehr hohen PKW-Anteil mit 63%, bei einem gleichzeitig niedrigen Taxianteil mit 17% sowie einem niedrigen U-Bahnanteil mit 16%. Dies zeigt spiegelbildlich sehr deutlich die – trotz der guten Anbindung – absolute Dominanz des Individualverkehrs.

Die Parktarifstruktur sowie die Parkprodukte haben wir wie folgt aufgenommen: Der Grundtarif liegt auf einer Höhe von 2€ bis 4€ pro Stunde. Der Tagestarif liegt je nach Fläche bei 20€ bis 30€. Terminalnah gibt es keine reduzierte Wochenpauschale. Die Tarife entwickeln sich nach kurzer Parkdauer schnell degressiv. (1€ / 15 Min. → 0,50€ / 15 Min.) Die Tarife sind aus Kundensicht teilweise unübersichtlich (Bsp. Parktarifsteigerung in Abhängigkeit der Parktage im P2: 18€-14€-10€-4€-2€-5€-3€ und unterschiedliche Preisübersicht Service-Parken).

Abbildung 48: Unterschiedliche Parktarif-Angaben Service-Parken

	Service Parken
Parkdauer bis	P1
0,5 Std.	
1 Std.	10,00
2 Std.	12,00
3 Std.	14,00
4 Std.	16,00
8 Std.	20,00
2 Tage	52,00
3 Tage	70,00
4 Tage	86,00
5 Tage	98,00
7 Tage	**96,00°**
8 Tage	100,00
9 Tage	104,00
10 Tage	108,00
11 Tage	112,00
12 Tage	116,00
13 Tage	120,00
14 Tage	**124,00**
15 Tage	128,00
16 Tage	132,00
17 Tage	136,00
18 Tage	140,00
19 Tage	144,00
20 Tage	148,00

Service & Sicherheitsparken:		€
1	Stunde	10,00
2	Stunden	12,00
3	Stunden	14,00
4	Stunden	16,00
8	Stunden	20,00
2	Tage	50,00
3	Tage	66,00
4	Tage	82,00
5	Tage	98,00
7	Tage	96,00
8	Tage	100,00
9-28	Tage	pro weiteren Tag + 4,00

Quelle: www.airport-nuernberg.de; Darstellung verändert

3.5.1.11. Ist-Analyse des Bereiches Reisebüros

Der Reisebüromarkt am Flughafen Nürnberg umfasst insgesamt 30 Einheiten. 16 befinden sich im Abflug 1; 14 im Abflug 2. Gemäß der Angaben seitens des Bereiches Non Aviation handelt es sich dabei um 21 Mieter. Auf der Homepage sind aktuell noch 23 Firmen verzeichnet. Darunter sind sämtliche der größeren bundesweit tätigen Veranstalter bzw. Reisebüro-Filialisten vertreten.

Der Großteil der Einheiten ist wie an Flughäfen üblich in Front- und Backoffice unterteilt. Einige der Einheiten sind aber auch reine Counter bzw. als Ladengeschäfte ausgebildet.

Die Gesamtfläche gemäß der Angaben seitens des Geschäftsbereiches Non Aviation umfasste in 2011 noch ca. 900 m² von zuvor ca. 1.000 m². Der Außenumsatz in 2011 betrug geschätzte bzw. hochgerechnete € 33 Mio. Diese Größenordnung beruht auf einer Schätzung, da seitens der Mieter keine Umsatzmeldungen vorliegen bzw. vorgelegt werden müssen.[54]

Der Mietertrag, den die oben genannten Einheiten generieren, betrug in 2011 € 544.000.- und damit durchschnittlich € 50.- p.a. / m², was eine gute Produktivität darstellt.

Eine räumliche Konzentration ist angesichts des diversifizierten Antritts der Reisebüros unbedingt empfehlenswert. Die Möglichkeiten, die sich diesbezüglich aus unserer Sicht darstellen könnten, werden wir in der weiteren Folge im Rahmen der Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen benennen.

Eine Rentabilitätsbetrachtung pro Mietfläche bzw. pro Mieter ist in diesem Zusammenhang aufgrund nicht vorliegender statistischer Informationen nicht möglich. Insofern werden wir das Konstrukt des Reisemarktes quasi „anonymisiert" quantitativ weiter betrachten.

3.5.1.12. Ist-Analyse des Bereiches Autovermieter

Der Bereich der Autovermieter umfasst die Mieter Sixt, Europcar, Hertz sowie Avis und damit die aktuelle im deutschen Flughafenmarkt führenden Anbieter. Aktuell ist ein Leerstand in dem räumlichen Bereich der Ankunft, in dem die Autovermieter angesiedelt sind, zu verzeichnen.

Die modern gestalteten Flächen der vier Mieter befinden sich direkt im Ankunftsbereich in der Nähe des Ausgangs auf dem Weg zum Autovermieterparkhaus und sind damit im Sinne des ankommenden Passagiers ideal platziert. Die Öffnungszeiten sind bei allen vieren einheitlich Montag – Sonntag 5.30 Uhr – 20.00 Uhr und damit für den Standort absolut angemessen.

Die Autovermieter haben in Summe in 2011 einen Umsatz in Höhe von € 6.773.000 generiert. Die Konzessionsabgabe und die Mieterträge sind dem Standort angemessen.

Eine Einzelmieterbewertung ist aufgrund der fehlenden Aufschlüsselung der Umsätze und Erträge zum jetzigen Zeitpunkt nicht möglich.[55]

Der Servicebetrieb im Autovermieterparkhaus (Fahrzeugannahme, Turnaround, Wäsche, etc.) ist fremdvergeben und wird organisatorisch durch einen Dritten geführt.

[54] Angaben Flughafen Nürnberg, Non Aviation
[55] Angaben Flughafen Nürnberg, Non Aviation

3.5.1.13. Ist-Analyse des Bereiches Werbung

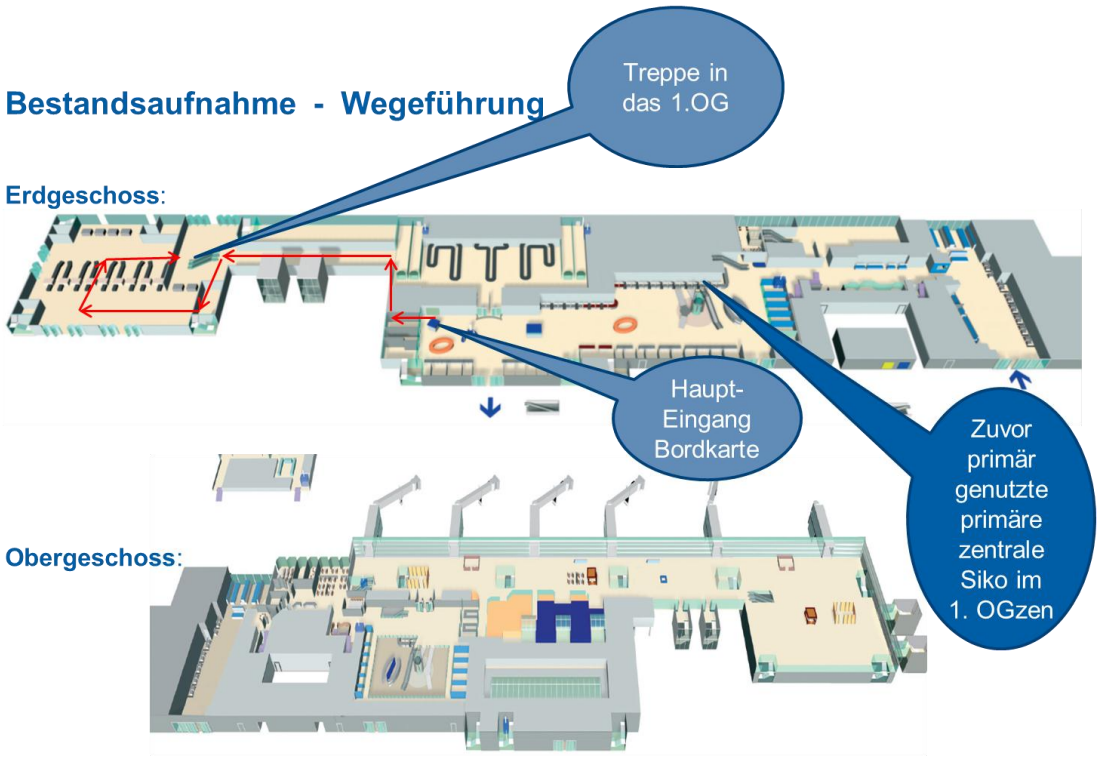
Der visuelle Eindruck der Werbeflächensystematik beginnend an der Zufahrtstrasse zum Flughafen ist ein eindrücklicher und überzeugender. Sowohl hinsichtlich der Formate (Corporate Design FNG / Sonderwerbeformate für Großfirmen aus der Region) als auch der Dichte.

Zudem werden die prägnanten Parkhausbauten zum Teil für großformatige – zurzeit insbesondere Airlineformate – Werbeflächentransparente signifikant genutzt. Im Terminalinnenbereich fällt insbesondere im Ankunftsbereich und im Abflugbereich 1 eine hohe Dichte von Werbeflächen auf, die sich teilweise, insbesondere in Ihrer Fernwirkung – jedoch mittlerweile überlagern.

Die Gesamtwerbeerlöse in 2011 betrugen rund € 1,4 Millionen. Einen maßgeblichen Anteil daran hat das „Netcontact“ der Deutschen Telekom. Eine weitergehende qualifizierte Betrachtung der Teilbereiche der Werbeflächenvermarktung ist mangels Aufsplittung der Daten zum jetzigen Zeitpunkt nicht möglich.[56]

3.5.1.14. Bestandsaufnahme Wegeführung Bordkarte / Sicherheitskontrolle

Abbildung 49: Bestandsaufnahme Wegeführung



Quelle: Übersichtsplan Flughafen Nürnberg, Darstellung verändert

[56] Angaben Flughafen Nürnberg, Non Aviation

Bislang ergaben sich zwei Szenarien für die abfliegenden Passagiere. Die langjährig genutzte zentrale Sicherheitskontrolle im Bereich des Abflugs 2 auf der Empore, die per Roll- und fester Treppe ebenso wie per Aufzug angebunden ist, sowie die Bordkartenkontrolle im Ankunftsbereich.

Die zentrale Sicherheitskontrolle im Bereich des Abflugs 2 auf der Empore ist zwar von der Sichtbarkeit ob der Lage im ersten Obergeschoss nicht sehr präsent, bietet dem Passagier aber sehr kurze Wege und birgt zudem den Vorteil, dass der zentrale Duty Free / Travel Value Shop sich direkt hinter den Sicherheitskontrollen befindet. Diese wird seit Anfang 2013 jedoch nicht mehr genutzt.

Aktuell wird ausschließlich - nach Aussage der Verantwortlichen des Non Aviation Bereiches insbesondere geschuldet der Peak-Situationen und damit verbundenen Rückstaulängen – die Bordkartenkontrolle im Ankunftsbereich genutzt, die nicht gut sichtbar ist. Daran schließt sich dann ein ca. 300 m langer Gang zu den Sicherheitskontrollen und danach der Weg in das erste Obergeschoss an, was für die Passagiere, auch ob der unattraktiven Gestaltung des Weges zwischen Bordkartenkontrolle und Sicherheitskontrolle, keinen guten ersten Eindruck des Flughafen Nürnberg vermittelt.

3.5.1.15. Gesamtdarstellung Geschäftsfeld Non Aviation

Tabelle 27: Erträge und Ertragsanteile im Bereich Non Aviation nach Geschäftsfeld 2011

Bereich	Ertrag in 2011	Anteil an Gesamt
Parken	[redacted]	55,16 %
Konzessionen und Dienstleistungen		1,63 %
Shops c/o FNSG		25,92 %
Einzelhandel und Gastronomie		6,80 %
Autovermieter		2,94 %
Werbung		7,54 %
Gesamtsumme		

Quelle: Auf Basis von Daten des Flughafen Nürnberg, Non Aviation sowie FNSG

Der Teilbereich Parken dominiert typischerweise die Ertragsanteilsstruktur des Geschäftsfeldes Non Aviation. Mit einem Anteil von mehr als 55% ist dies auch in der Anteilsstruktur des Geschäftsfeldes am Flughafen Nürnberg der Fall.

Der zweite große Part ergibt sich aus den Teilbereichen Shops der FNSG, Einzelhandel und Gastronomie, die durch den Bereich Non Aviation geführt werden sowie die sonstigen Konzessionen und Dienstleistungen die gemeinsam in Summe auf einen Anteil von 34,36 % an den Gesamterlösen kommen. Die Autovermieter mit knapp drei Prozent sowie die Werbung mit fast acht Prozent vervollständigen das Bild.

In der Gesamtbetrachtung bleibt festzuhalten, dass die ausgeprägte Dominanz einerseits sowohl für die Stärke des Teilbereiches Parken spricht, andererseits aber auch Ausdruck dafür ist, dass im Bereich Einzelhandel und Gastronomie noch Potential steckt.

3.5.2 Strategische Positionierung

Der Flughafen Nürnberg ist in ein hochinteressantes und wirtschaftsstarkes Umfeld eingebettet. Die Erreichbarkeit sowohl per Individual- als auch per öffentlichen Nahverkehr ist größtenteils in ansprechender Qualität gegeben. Sämtliche Teilbereiche des Geschäftsfeldes Non Aviation werden mindestens in einer ansprechenden Grundgüte, teilweise auch weit darüber hinaus abgebildet.

Die Entscheidung, den wirtschaftlich mindestens für den Bereich Einzelhandel entscheidenden Teilbereich Duty Free / Travel Value durch die Tochtergesellschaft FNSG direkt zu führen und zu betreiben, ist nach Aussage der Verantwortlichen im Jahr 2011 durch externe Berater nochmals überprüft worden. Auf Basis dessen hat sich die FNG für die Fortsetzung dieses Modells, welches in Deutschland von den Flughäfen in Stuttgart und München ähnlich gehandhabt wird, entschieden.

Aus der Sicht des abfliegenden und auch des ankommenden Passagiers erscheint sowohl die aktuelle räumliche Situation der Bordkartenkontrolle im Ankunftsbereich als auch die Organisation des Ankunftsbereiches insgesamt als dem Gesamtstandort nicht angemessen.

Die Wegeführung zu den Sicherheitskontrollen im TCT-Bereich verstärkt den Eindruck der Behelfsmäßigkeit und konterkariert die ansonsten im Pierbereich überwiegend qualitativ außerordentlich ansprechende Raum- und Materialwirkung. Ein Ansatzpunkt in der weiteren Betrachtung wird die Nutzung des Interimszeitraumes bis zur Herstellung der neuen zentralen Sicherheitskontrolle darstellen.

Hinsichtlich der Gesamtausrichtung des Non Aviation Bereiches ist zurzeit von außen ein übergeordnetes Leitbild beziehungsweise Leitmotiv in der Ausrichtung des Geschäftsfeldes nicht zu erkennen. Teilweise entsteht allerdings mit Blick auf jüngste kleinere bauliche Veränderungen – exemplarisch die Neuerrichtung /-positionierung

von Passkontrollboxen im Ankunftsbereich – auch der Eindruck, dass eine Gesamtkoordination erst im Nachgang und nicht im Vorfeld erfolgt. Ganz grundsätzlich ist in dieser Hinsicht mit Blick auf die speziellen Herausforderungen, die Flughäfen diesbezüglich bergen, eine bereichsübergreifende Abstimmung – idealerweise im Rahmen einer gemeinsamen Abstimmungs- und Koordinierungs-, wenn nicht sogar Realisierungsstruktur – empfehlenswert.

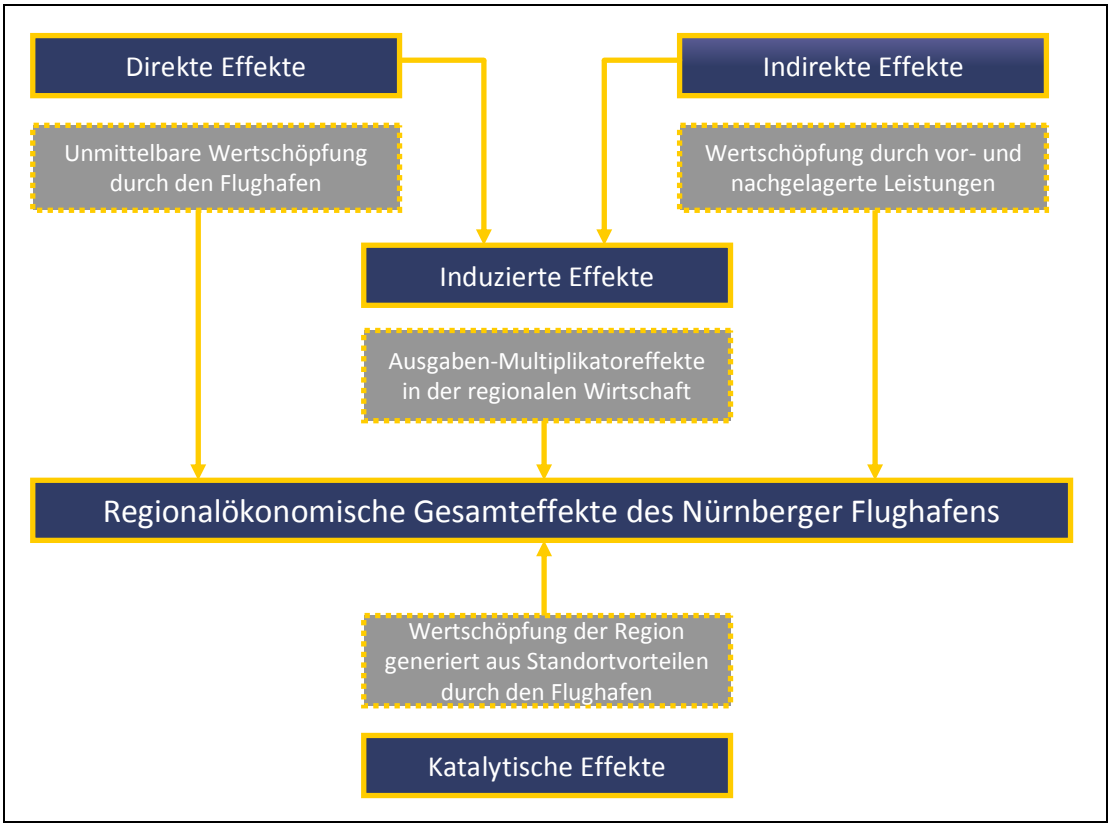
Unter dem Blickwinkel „Schaufenster der Region“/ „Sense of Place“/ Unverwechselbarkeit/ „Wiedererkennungswert“ heben sich bei einer ersten Betrachtung lediglich die großformatigen Werbeflächen im Anfahrtsbereich als gewisser Spiegel der Region hervor. Die Fortsetzung dieses Gedanken zum Beispiel hinsichtlich der Gestaltung des Gepäckausgabe- oder des Ankunftsbereich bzw. von Teilen des Sicherheitsbereiches, die diesbezüglich die Zielgruppen direkt erreichen könnten, ist nicht festzustellen, womit die Chance zur Profilierung ungenutzt bleibt.

3.6 Volks- und regionalwirtschaftliche Wirkungsanalyse

3.6.1 Volkswirtschaftliche Effekte

Flughäfen strahlen in wirtschaftlicher Hinsicht als Standortfaktor in die Region hinein. So generiert der Flughafen Nürnberg neben direkten und indirekten Effekten ebenso induzierte und katalytische regionalwirtschaftliche Effekte, wobei Beschäftigung und Einkommen die wesentlichen Kenngrößen sind.

Abbildung 50: Übersicht regionalwirtschaftliche Effekte



Quelle: UNICONSULT, 2012

Direkte Effekte sind definiert als Beschäftigung und Einkommen, die ganz oder zumindest überwiegend auf den Flughafenbetrieb zurückzuführen sind und entweder am Flughafen selbst erzeugt werden oder in dessen Funktion unmittelbarer mit dem Flughafenbetrieb zusammenhängen. Dies beinhaltet direkt flughafenbezogene Aktivitäten (z. B. Abfertigung von Flugzeugen, Fluggästen und Luftfracht sowie Non-Aviation-Geschäfte), und ergänzende flughafenbezogene Aktivitäten (z.B. Unternehmen die am Flughafen ansässig sind, die nicht zum Konzern der Flughafen Nürnberg GmbH gehören).

Indirekte Effekte sind definiert als Beschäftigung und Einkommen, die durch die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen bei Lieferanten der direkt vom Flughafen abhängigen Wirtschaft entstehen (Vorleistungen und Investitionslieferungen). Die Zulieferer benötigen ihrerseits auch wieder

Vorleistungen und tätigen Investitionen. Die so ausgelösten Effekte in Bezug auf Beschäftigung und Einkommen werden als indirekte Effekte zusammengefasst.

Induzierte Effekte sind definiert als Beschäftigung und Einkommen, die durch die Verausgabung von Einkommen aus dem direkten und indirekten Wirkungsbereich für Güter und Dienstleistungen ausgelöst werden (z.B. Nachfrage seitens der Flughafen- oder Produktionsbeschäftigten nach Konsum- und Dienstleistungen). In der Folge entstehen umfangreiche Ausgabenmultiplikator-effekte, die ebenfalls Wertschöpfung und Beschäftigung, insbesondere im Dienstleistungssektor und im Handel, generieren.

Katalytische Effekte sind definiert als Beschäftigung und Einkommen, die durch die Rolle des Flughafens als Standortfaktor entstehen. Die Nähe eines Flughafens beeinflusst die Entscheidungen von Unternehmen und deren Wettbewerbsfähigkeit. Zudem wird die Region durch die verbesserte Erreichbarkeit auch für Touristen interessanter. Katalytische Effekte werden in der Literatur in aller Regel nur qualitativ diskutiert, da es sehr schwierig ist, die Standorteffekte eines Flughafens von denen anderer Standortkriterien zu separieren.

In dieser Studie werden daher nur direkte, indirekte und induzierte Effekte quantitativ betrachtet und zusammenfassend dargestellt.

3.6.2 Beschäftigung und Einkommen

Zur Berechnung der oben dargestellten Effekte sind für die Kenngrößen Beschäftigung und Einkommen geeignete Messgrößen zu definieren.

Die Beschäftigung wird in dieser Studie durch die Anzahl der *Erwerbstätigen* ausgedrückt. Als Erwerbstätige werden gemäß der amtlichen Statistik (DESTATIS 2012) alle Personen angesehen, die als Arbeitnehmer oder als Selbstständige einer oder mehreren auf Erwerb ausgerichteten Tätigkeiten nachgehen, unabhängig von der Dauer der tatsächlich geleisteten oder vertragsmäßig zu leistenden wöchentlichen Arbeitszeit. Es ist dabei unerheblich, ob aus dieser Tätigkeit der überwiegende Lebensunterhalt bestritten wird oder nicht.

Der Einkommenseffekt wird im Wesentlichen durch die *Bruttowertschöpfung* ausgedrückt. Rechnerisch ergibt sich die Bruttowertschöpfung als Differenz aus den Produktionswerten und Vorleistungen, so dass die Wertschöpfung nur den im Produktionsprozess geschaffenen Mehrwert umfasst. Die *Produktionswerte* geben den Wert der produzierten Güter (Waren und Dienstleistungen) an während unter *Vorleistungen* der Wert an Waren und Dienstleistungen zu verstehen ist, die von anderen Wirtschaftseinheiten bezogen und im Zuge der Produktion verbraucht wurden. Eine weitere wichtige Messgröße der Einkommenseffekte stellt zudem der Wert der *Bruttolöhne und -gehälter* dar, durch deren Verausgabung weitere Einkommens- und Beschäftigungseffekte ausgelöst werden.

3.6.3 Vorgehensweise

Mit der Festlegung der regionalen Untersuchungskriterien Beschäftigung und Einkommen ist die Grundlage für die Erstellung zielspezifischer Wirkungsverläufe gegeben. Zur Ermittlung der Anzahl der Beschäftigten konnte auf aggregierte Ergebnisse einer Arbeitsstättenerhebung der Flughafen Nürnberg GmbH zurückgegriffen werden. Da die benötigten Daten für die direkten Effekte über die Einkommens- und Beschäftigungsstruktur des Flughafens Nürnberg jedoch noch nicht in ausreichender Weise vorlagen, wurde mit Hilfe der Flughafen Nürnberg GmbH eine Primärerhebung durchgeführt. Der für die Erhebung genutzte Fragebogen befindet sich im Anhang dieses Berichts.

Hier wurden sämtliche direkt am Flughafen ansässigen Unternehmen sowie Behörden angeschrieben und zu Erwerbstätigen, Bruttolöhnen, Umsätzen, Vorleistungen und Investitionen für das abgelaufenen Jahr 2011 befragt. Fehlende Daten, zu denen die Unternehmen keine Antworten gegeben haben, wurden durch branchenspezifische Durchschnittswerte aus der amtlichen Statistik (DESTATIS) ergänzt. Teilweise konnte auch auf Daten der Industrie- und Handelskammer Nürnberg zurückgegriffen werden.

Durch die erhobenen Daten war es möglich, die direkten und indirekten Beschäftigungs- und Einkommenseffekte mit Hilfe der Input-Output-Analyse zu berechnen. In den Input-Output-Tabellen (DESTATIS, 2012b) werden die Vorleistungsverflechtungen der Produktionsbereiche abgebildet. Die Input-Output-Rechnung folgt weitestgehend den Methoden und Konzepten des Europäischen Systems Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen. Die Gliederung erfolgt hierbei in der tiefsten verfügbaren Tiefe in 73 Produktionsbereiche.

Da die Werte der Input-Output-Tabellen in der regionalen Gliederung lediglich für das Gebiet Deutschlands vorliegen, wurden die Werte mit Hilfe der Angaben aus der Unternehmensbefragung und den gemäß Wirtschaftsbereichen nicht so tief gegliederten Werten aus den Publikationen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung der Länder (Kreisdaten) regionalisiert und so den tatsächlichen Verhältnissen des Flughafens Nürnberg möglichst gut angepasst.

Die Einkommen der Erwerbstätigen werden abzüglich von Steuern, Abgaben und Sparbeträgen als Konsumausgaben verausgabt. Diese Ausgaben bewirken ebenfalls Beschäftigungs- und Einkommenseffekte. Die Berechnung dieser induzierten Effekte wurde wiederum mit Hilfe der Input-Output-Analyse durchgeführt, die ebenfalls die quantitative Vorleistungsverflechtung des privaten Konsums und des Produktionsbereiches ermöglicht.

3.6.4 Direkte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte

Die direkten Beschäftigungs- und Einkommenseffekte entstehen auf dem Gelände des Flughafens Nürnberg bzw. in dessen unmittelbaren Umgebung (Wirtschaftsraum). Anzahl der Erwerbstätigen, Bruttowertschöpfung, Produktionswert und Bruttolöhne und -gehälter ergaben sich hierfür aus folgenden Schritten:

- Nutzung der Daten aus der Arbeitsstättenerhebung der Flughafen Nürnberg GmbH,
- Eigenen Primärerhebung der am Flughafen ansässigen Unternehmen,
- Aufteilung der Mitarbeiter auf die zugehörigen Wirtschaftszweige,
- Fehlende Daten zur Anzahl der Erwerbstätigen wurden – wenn möglich – aus den Datensätzen der Industrie- und Handelskammer Nürnberg ergänzt,
- Fehlende Daten zu den Einkommen wurden aus Durchschnittswerten der amtlichen Statistik ergänzt.

Die Flughafen Nürnberg GmbH erhebt in zweijährigem Rhythmus die Anzahl der Beschäftigten am Flughafen. Die Beschäftigten werden nicht zwingend nach dem Sitz des Unternehmens sondern danach abgegrenzt, ob sie am Flughafen Nürnberg eingesetzt werden. Beispielhaft werden auch Leiharbeitskräfte, welche das gesamte Jahr über am Flughafen beschäftigt sind, deren Firmensitz sich aber nicht am Flughafen befindet, mit zur Beschäftigtenanzahl gezählt.

Tabelle 28: Anzahl der Beschäftigten am Flughafen Nürnberg, 2011 (PLAN[57])

BRANCHE	BESCHÄFTIGTE (#)
Autovermieter (#)	37
Behörden	185
Flughafen Nürnberg/FNSG/APG	1.444
Gastronomie	205
Luftverkehrsgesellschaften	1.019
Reisebüros / Reiseveranstalter	115
Speditionen	499
Sonstige	524
Summe	**4.028**

Quelle: Flughafen Nürnberg GmbH, 2012

Die Angaben zu den Beschäftigten wurden mit der durchgeführten Primärerhebung (Rücklaufquote 57,1 % gemessen an den Beschäftigten) abgeglichen und auf dieser Grundlage eine Verteilung der Anzahl der Erwerbstätigen auf die Wirtschaftszweige gemäß der amtlichen Statistik durchgeführt.

Soweit möglich wurden bei der Berechnung der direkten Einkommenseffekte die Werte aus der Primärerhebung genutzt. Während die Angaben zur Anzahl der Erwerbstätigen fast vollständig erfolgt sind, wurde insbesondere zu den Bruttolöhnen und -gehältern nur vereinzelnd Auskunft gegeben. Die Daten hierzu beruhen folglich überwiegend aus den branchenspezifischen Durchschnittswerten der amtlichen Statistik des Statistischen Bundesamtes. Diese für ganz Deutschland geltenden Durchschnittswerte pro Erwerbstätigen wurden – sofern möglich – mit regionalspezifischen Werten für Bayern oder Nürnberg den örtlichen Verhältnissen angepasst. Aufgrund des auf Länder- und Kreisebene höheren Aggregationsniveaus musste hier aber ebenfalls gemittelt werden.

Als Ergebnis der umfangreichen Datenerhebung und den angestellten Berechnungen konnten die direkten Beschäftigungs- und Einkommenseffekte des Flughafens Nürnberg für das Jahr 2011 ausgewiesen werden.

Am Flughafen Nürnberg waren Unternehmen und Behörden aus acht Wirtschaftszweigen angesiedelt. Im Jahr 2011 erwirtschafteten 4.028 Erwerbstätige eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 269,3 Mio. Euro. Die Bruttowertschöpfung pro

[57] Planzahlen für das laufende, ungerade Jahr (Erhebung im zweijährigen Rhythmus, in geraden Jahren).

Erwerbstätigen betrug somit 66.861 Euro. In Summe über alle Wirtschaftszweige hat sich für das Jahr 2011 somit ein Produktionswert in Höhe von 690,5 Mio. Euro ergeben. Dies entspricht einem Produktionswert je Erwerbstätigem in Höhe von 171.435 Euro. Dieser Wert erscheint relativ gering, ist aber geprägt durch die Einbeziehung von Teilzeitbeschäftigten.

Tabelle 29: Direkte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte am Flughafen Nürnberg, 2011

DIREKTE EFFEKTE	
Erwerbstätige (#)	4.028
Produktionswert (Mio. Euro)	690,5
Bruttowertschöpfung (Mio. Euro)	269,3
Bruttolöhne und -gehälter (Mio. Euro)	120,4

Quelle: UNICONSULT, 2012

Die Summe der Bruttolöhne und -gehälter betrug am Nürnberger Flughafen 120,4 Mio. Euro. Auf jeden der 4.021 Erwerbstätigen ist somit eine durchschnittliche Bruttolohn und -gehaltsumme in Höhe von 29.884 Euro entfallen.

3.6.5 Indirekte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte

Am Flughafen Nürnberg werden neben direkten Beschäftigungs- und Einkommenswirkungen auch noch indirekte Effekte ausgelöst. Die am Flughafen ansässigen Unternehmen und Behörden benötigen Vorleistungen und Investitionsgüter, die von Unternehmen außerhalb des Flughafens produziert werden. Auch diese Zulieferbetriebe benötigen Vorleistungen von Zulieferbetrieben, die wiederum Vorleistungen benötigen.

Um diese Wertschöpfungskette abzubilden, wurden die Input-Output-Tabellen des statistischen Bundesamtes genutzt. In den Input-Output-Tabellen werden die Vorleistungsverflechtungen der einzelnen Wirtschaftszweige, wie sie sich für das Gebiet Deutschlands ergeben, abgebildet. Die Werte sind demzufolge nicht regionsspezifisch.

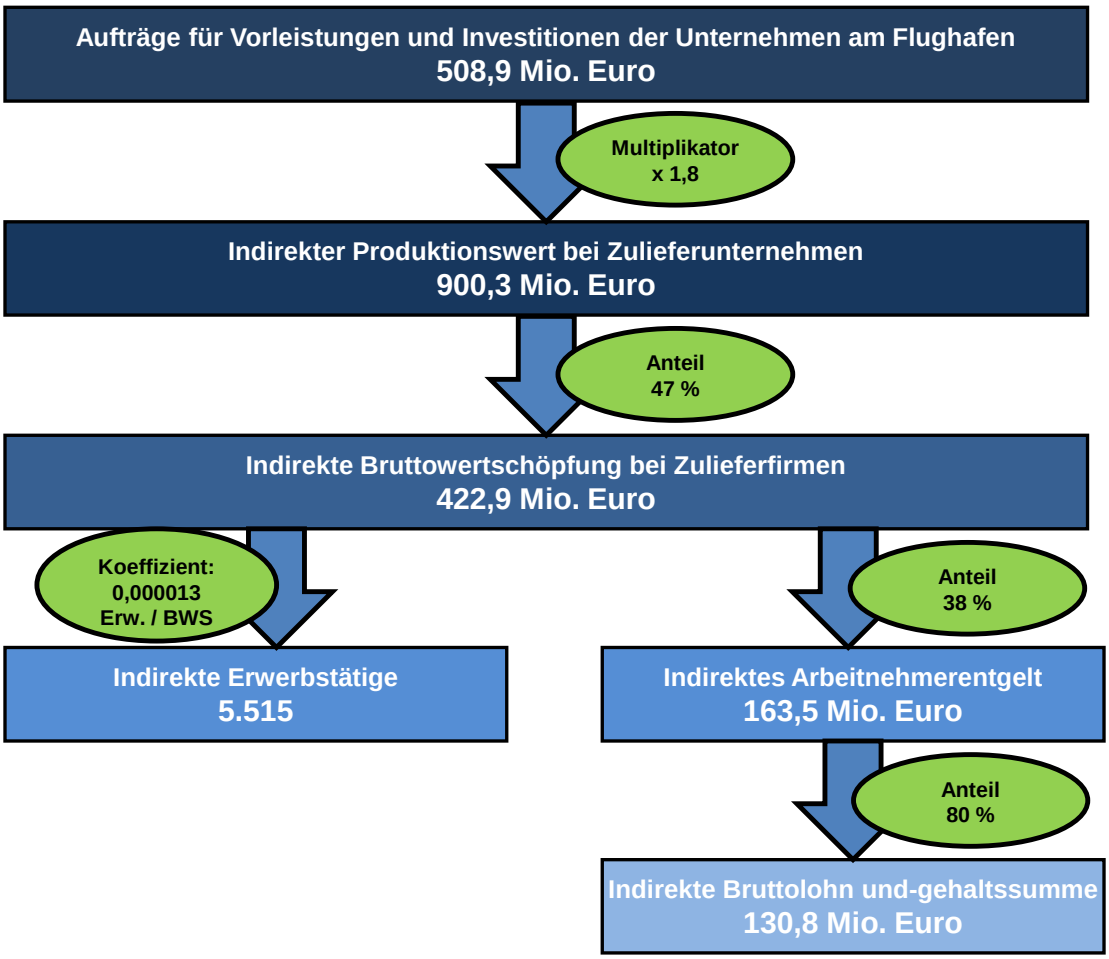
Die Nachfrage nach Investitionsgütern und Vorleistungen der Unternehmen aus dem direkten Wirkungsbereich stellen die Basis für die indirekten Beschäftigungs- und Einkommenseffekte dar. Als Eingangsdaten dienten wiederum die Werte aus der Unternehmensbefragung, in der auch Vorleistungen sowie die durchschnittliche Investitionstätigkeit der letzten fünf Jahre abgefragt wurde. Fehlende Daten wurden wiederum mit Durchschnittswerten der amtlichen Statistik ergänzt und den tatsächlichen Bedingungen des Flughafens Nürnberg möglichst weit angenähert.

Die Investitionsgüter sowie Vorleistungen wurden zum großen Teil von Unternehmen außerhalb des Flughafens erbracht. Teilweise ist jedoch auch mit Vorleistungsverflechtungen zu rechnen. So stellen beispielsweise die Zahlungen der am

Flughafen ansässigen Unternehmen an die Flughafen Nürnberg GmbH Vorleistungen für die Unternehmen dar. Um Doppelzählungen zu vermeiden, wurde daher von der gesamten Nachfrage an Investitionsgütern und Vorleistungen der Umsatz der Gesellschaften des Konzerns Flughafen Nürnberg für das Jahr 2011 in Höhe von 96 Mio. Euro abgezogen.

Mit Hilfe der Input-Output-Rechnungen[58] konnten zunächst die indirekte Bruttowertschöpfung und Produktionswert sowie Arbeitnehmerentgelte ermittelt werden. Um die zusätzliche Wertschöpfung zu erwirtschaften, sind Erwerbstätige nötig. Die Anzahl wurde mit Hilfe von Durchschnittswerten je Wirtschaftszweig errechnet. Nach Abzug der Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber von den Arbeitnehmerentgelten, die in Höhe von 20 % angenommen wurden, konnte die Bruttolohn- und Gehaltssumme errechnet werden.

Abbildung 51: Wirkung der Nachfrage der Unternehmen nach Vorleistungen und Investitionen



Quelle: Eigene Darstellung, 2012

[58] Vgl. DESTATIS, 2012b

Als indirekte Effekte des Flughafens Nürnberg haben sich so für das Jahr 2011 eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 422,9 Mio. Euro sowie ein Produktionswert in Höhe von 900,3 Mio. Euro ergeben. Diese zusätzlichen Werte wurden von 5.515 Erwerbstätigen erbracht, woraus sich eine Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen in Höhe von 76.681 Euro und ein Produktionswert je Erwerbstätigem in Höhe von 163.237 Euro ergibt.

Tabelle 30: Indirekte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte am Flughafen Nürnberg, 2011

INDIREKTE EFFEKTE	
Erwerbstätige (#)	5.515
Produktionswert (Mio. Euro)	900,3
Bruttowertschöpfung (Mio. Euro)	422,9
Bruttolöhne und -gehälter (Mio. Euro)	130,8

Quelle: UNICONSULT, 2012

Die Erwerbstätigen haben eine Bruttolohn und -gehaltssumme von insgesamt 130,8 Mio. Euro erhalten. Dies entspricht einer durchschnittlichen Bruttolohn und -gehaltssumme je Erwerbstätigen in Höhe von 23.721 Euro.

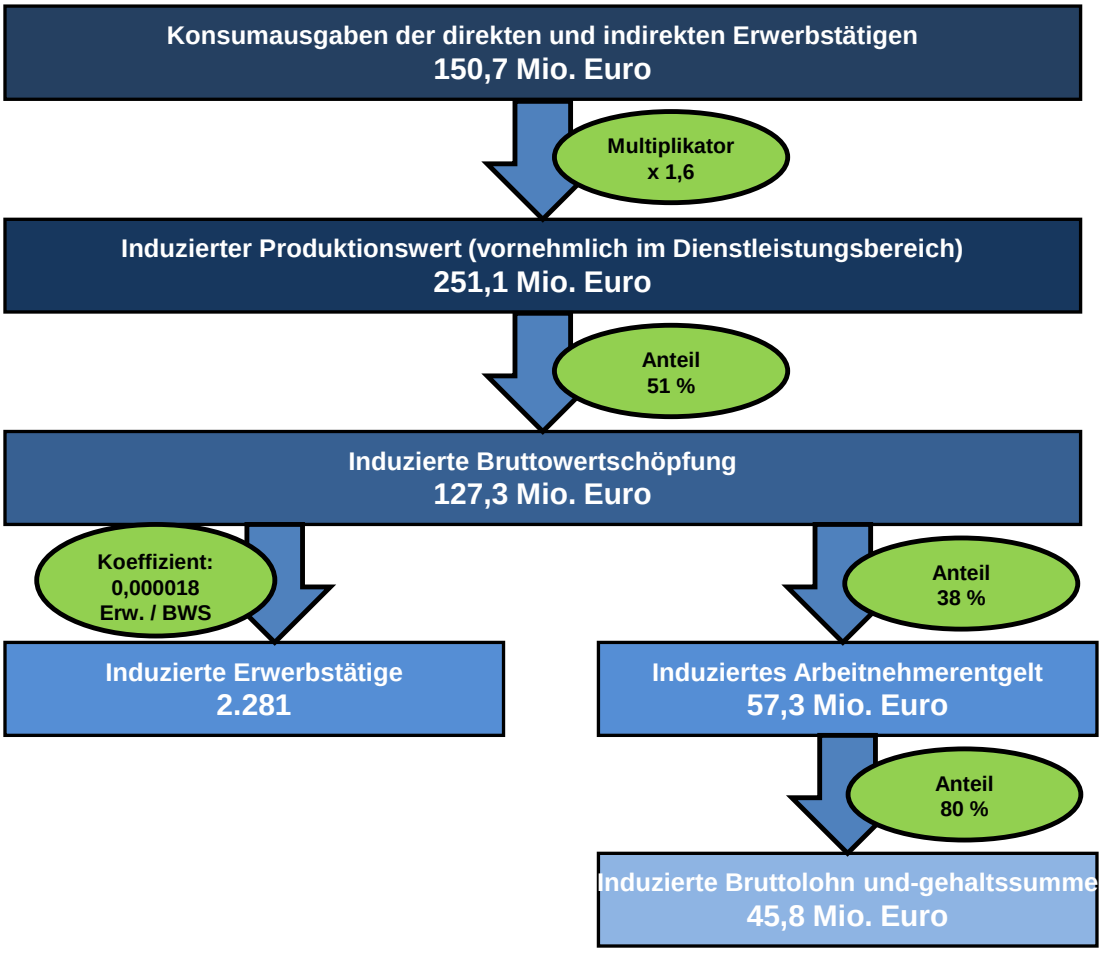
3.6.6 Induzierte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte

Neben den direkten und indirekten Effekten entstehen noch induzierte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte. Durch die Verausgabung von Einkommen der Erwerbstätigen der direkt am Flughafen ansässigen Unternehmen und Behörden (120,4 Mio. Euro) sowie deren Zulieferer und wiederum deren Zulieferer (130,8 Mio. Euro) entstehen wiederum Einkommen und Beschäftigung.

Es wird jedoch nicht das Gesamteinkommen für Konsumausgaben verausgabt. Von den Bruttolöhnen und -gehältern müssen von den Werten der Erwerbstätigen noch Steuern und Abgaben gezahlt werden. Zudem wird vom verfügbaren Einkommen noch ein Teil gespart. Nach Berücksichtigung dieser Posten wird hier mit einer Konsumquote in Höhe von 60 % der Bruttolöhne und -gehälter gerechnet.

Die durch Konsumausgaben in Höhe von 150,7 Mio. Euro ausgelösten Effekte betreffen vornehmlich den Dienstleistungsbereich. Dies kann mit Hilfe der Input-Output-Tabellen berechnet werden. Durch die entsprechenden Multiplikatoren, welche sich für die jeweiligen Wirtschaftszweige für ganz Deutschland ergeben, konnten so die induzierten Effekte ausgewiesen werden.

Abbildung 52: Wirkung der Nachfrage der Erwerbstätigen nach Gütern und Dienstleistungen (priv. Konsumausgaben)



Quelle: Eigene Darstellung, 2012

Als induzierte Effekte durch die Konsumausgaben der Erwerbstätigen haben sich so für das Jahr 2011 eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 127,1 Mio. Euro sowie ein Produktionswert in Höhe von 251,1 Mio. Euro ergeben. Die durchschnittliche Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen betrug 55.811 Euro und die des Produktionswertes 110.105 Euro.

Tabelle 31: Induzierte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte am Flughafen Nürnberg, 2011

INDUZIERTE EFFEKTE	
Erwerbstätige (#)	2.281
Produktionswert (Mio. Euro)	251,1
Bruttowertschöpfung (Mio. Euro)	127,3
Bruttolöhne und -gehälter (Mio. Euro)	45,8

Quelle: UNICONSULT, 2012

Die Summe der Bruttolöhne und -gehälter betrug 45,8 Mio. Euro – entsprechend einer Bruttolohn und -gehaltssumme je Erwerbstätigen in Höhe von 20.078 Euro.

3.6.7 Summe der Effekte

Die gesamtwirtschaftlichen Beschäftigungs- und Einkommenseffekte des Nürnberger Flughafens ergeben sich als Summe der direkten, indirekten und induzierten Effekte. Insgesamt hat sich für das Jahr 2011 durch den Betrieb des Flughafens Nürnberg eine ausgelöste Beschäftigung in Höhe von 11.824 Erwerbstätigen ergeben. Hiervon waren 4.028 Erwerbstätige direkt am Flughafen beschäftigt.

Der Flughafen Nürnberg hat neben der Schaffung von Arbeitsplätzen einen Produktionswert in Höhe von etwa 1,8 Mrd. Euro sowie eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 0,8 Mrd. Euro bewirkt.

Tabelle 32: Summe der Beschäftigungs- und Einkommenseffekte am Flughafen Nürnberg, 2011

	DIREKT	INDIREKT	INDUZIERT	SUMME
Erwerbstätige (#)	4.028	5.515	2.281	**11.824**
Produktionswert (Mio. Euro)	690,5	900,3	251,1	**1.841,9**
Bruttowertschöpfung (Mio. Euro)	269,3	422,9	127,3	**819,5**
Bruttolöhne und -gehälter (Mio. Euro)	120,4	130,8	45,8	**297,0**

Quelle: UNICONSULT, 2012

Eine häufig herangezogene Kennzahl zur Einordnung des Flughafens ist die Beschäftigungsintensität, die die Anzahl der Beschäftigten ins Verhältnis zu Passagierzahl oder Verkehrseinheit setzt. Für den Flughafen Nürnberg muss so die ermittelte Anzahl der Erwerbstätigen in Höhe von 4.028 Personen ins Verhältnis zu den 3,96 Mio. Passagieren bzw. 4,02 Mio. Verkehrseinheiten in 2011 gesetzt werden.

Für den Flughafen Nürnberg ergeben sich hier als Werte

- 1.016 Beschäftigte/mppa (million passengers per annum)
- 1.002 Beschäftigte/mwlu (million workload units)

Mit diesen Werten liegt beim Flughafen Nürnberg gemäß der Klassifizierung des Airport Council International (ACI) Europe aus dem Jahr 2004 ein mittlere bis hohe Beschäftigungsintensität vor. Ein Vergleich mit weiteren Flughäfen ist grundsätzlich schwierig, da neben anderen Faktoren insbesondere der räumliche Zuschnitt der Wirtschaftseinheit Flughafen unterschiedlich gewählt sein kann oder der Flughafen noch weitere Funktionen übernimmt. Zum Beispiel erhöht sich die Anzahl der Beschäftigten durch einen Flugzeugbauer oder eine Werft, ohne dass diese Beschäftigten in direkter Beziehung zu den Passagierzahlen stehen würden.

3.6.8 Katalytische Effekte

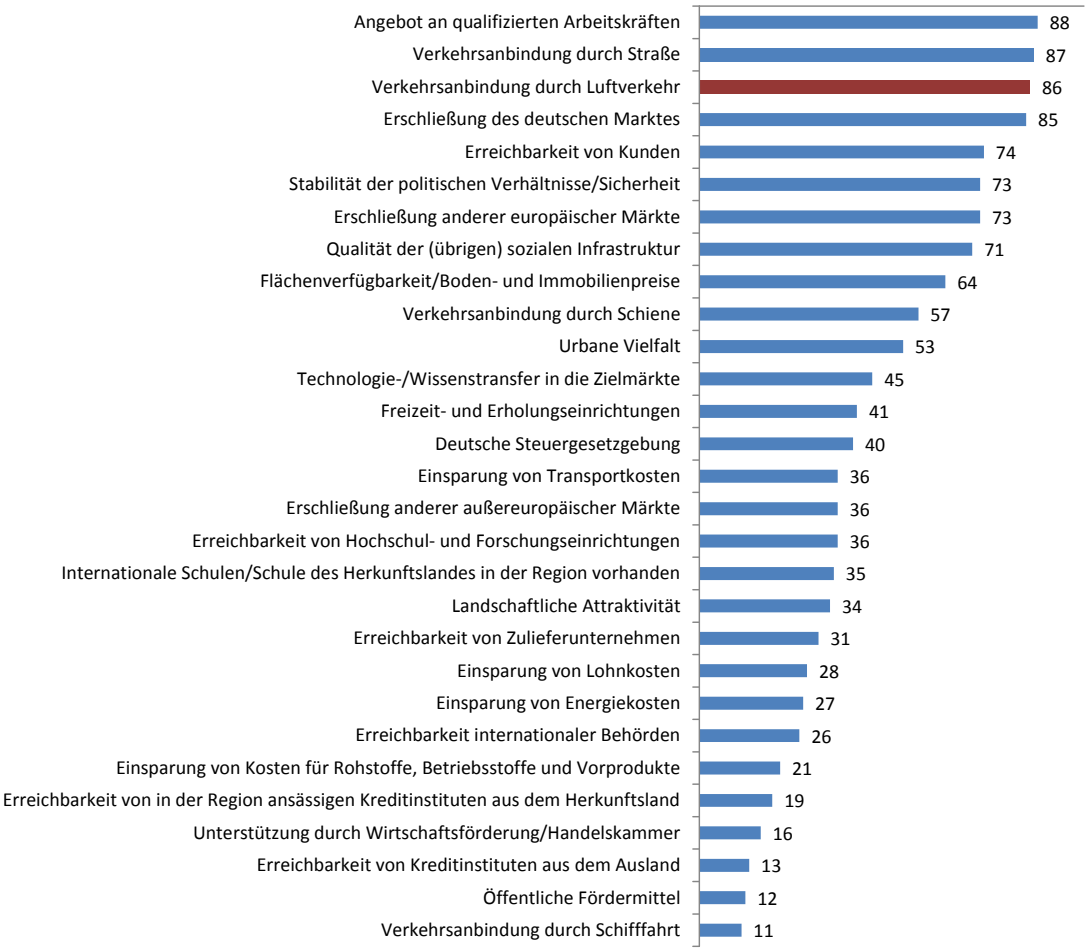
Neben den direkten, indirekten und induzierten Effekten, die mit Hilfe von Unternehmensbefragungen und Daten aus der amtlichen Statistik quantitativ darstellbar sind, gehen vom Flughafen Nürnberg weitere, regelmäßig nicht quantifizierbare Effekte aus. Diese so genannten katalytischen Effekte sind als Resultat einer erhöhten Attraktivität des Standortes Nürnberg durch eine verbesserte Erreichbarkeit zu verstehen.

So kann die Existenz und Effizienz des Flughafens wichtiger Faktor dabei sein, Investitionen von außerhalb der Region anzuziehen, Unternehmen in der Region zu halten oder die Expansion von vorhandenen Unternehmen in Konkurrenz zu anderen Regionen zu sichern. Außerdem trägt ein Flughafen dazu bei, den Exporterfolg der lokalen Wirtschaft zu fördern und die Wettbewerbsfähigkeit der lokalen Wirtschaft durch effizienten und schnellen Zugang (Nähe) zu Wirtschaftszentren und Märkten zu erhöhen.

Neben der Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal sowie entsprechendem Gewerbe- und Industrieflächenangebot stellt die Qualität und Quantität der Verkehrsanbindung bei Standortwahl und Investitionsentscheidungen der Unternehmen eine zunehmend wichtige Einflussgröße dar. So ist in einer sich ständig weiter vernetzenden Welt eine gute Luftverkehrsanbindung insbesondere für international tätige Unternehmen heutzutage zentraler Standortfaktor. Dies bedeutet nicht, dass das bloße Vorhandensein eines Flughafens neue Impulse für eine Region bringt. Jedoch stellt eine unzureichende Verkehrsanbindung ein starkes Defizit im internationalen Wettbewerb um die Ansiedlung von Unternehmen und die Attraktion von Investitionen dar.

Eine auf nationaler Ebene durchgeführte Studie des ECAD[59] zur Bedeutung des Luftverkehrs als zentraler Standortfaktor für die deutsche Volkswirtschaft zeigt auf, dass die „Verkehrsanbindung durch Luftverkehr“ für die 100 wichtigsten international tätigen Unternehmen in Deutschland das drittwichtigste unter 29 Kriterien (hinter „Angebot an qualifizierten Mitarbeitern“ und „Verkehrsanbindung durch Straße“) darstellt. Für 86 % dieser Unternehmen ist dieses Kriterium ein „sehr wichtiger“ oder „wichtiger“ Standortfaktor. Bezogen auf die Unternehmensbereiche ist die Luftverkehrsanbindung insbesondere für Marketing, Vertrieb und Absatz sowie Einkauf und Beschaffung wichtig.

Abbildung 53: Bedeutung unterschiedlicher Standortfaktoren für international tätige Unternehmen in den Flughafenumlandregionen Deutschlands / Anteil der befragten Unternehmen, für die der Standortfaktor „sehr wichtig“ bzw. „wichtig“ ist.



Quelle: UNICONSULT, 2013, auf Basis von European Center for Aviation Development – ECAD GmbH: Katalytische volks- und regionalwirtschaftliche Effekte des Luftverkehrs in Deutschland, 2008

[59] Vgl. European Center for Aviation Development – ECAD GmbH: Katalytische volks- und regionalwirtschaftliche Effekte des Luftverkehrs in Deutschland, 2008

57 % der in der Studie befragten Unternehmen gaben zudem an, bei unzureichender Luftverkehrsanbindung in einen alternativen Standort im In- und Ausland zu investieren.

In Anbetracht dieser Unternehmensentscheidungen und vor dem Hintergrund vieler international tätiger Unternehmen in der Region - wie beispielsweise Siemens, Schaeffler, Bosch, MAN, DATEV oder adidas - stellt der Flughafen einen essentiellen Standortfaktor für die gesamte Metropolregion Nürnberg dar.

Neben der Bedeutung des Flughafens als Standortfaktor für Unterhemen nimmt die Tourismuswirtschaft eine zunehmend wichtige Rolle im wirtschaftlichen Geschehen ein. Für die Entwicklung des Tourismus haben Flughäfen eine erhebliche Bedeutung. Dies gilt insbesondere auch bei der Verkehrsmittelwahl im deutschen Tourismus, bei dem das Flugzeug gegenüber den weiteren Verkehrsträgern kontinuierlich Zuwächse zu verzeichnen hat.[60]

[60] Eine quantitative und qualitative Analyse der Tourismus- und Tagungswirtschaft erfolgte in den Kapiteln 3.3 und 3.4.

3.7 Entwicklung des landseitigen Flughafenareals

Vor dem Hintergrund der übergreifenden Aufgabenstellung soll untersucht werden, inwieweit die im Flughafeneigentum befindlichen Flächen genutzt werden können, um die Geschäftsgrundlage des Flughafens noch weiter auszubauen (Aviation, Non–Aviation oder andere Aktivitäten). Es gilt dabei die Frage zu beantworten, welche im Flughafeneigentum befindlichen Gesamtflächen vorhanden sind bzw. entwicklungsfähig wären und inwieweit es für diese Flächen eine Marktnachfrage gibt.

Weiterhin werden die Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) und das Stadtplanungsamt der Stadt Nürnberg eingebunden, um zu prüfen, in welchem Umfang es außerhalb des Flughafens entsprechende Ansiedlungsflächen gibt und inwieweit es zu Anfragen verfügbare Flächen in Flughafennähe oder aber auf dem Flughafenareal gibt.

Im Idealfall könnten sich aus einem Abgleich der Flächenverfügbarkeiten und -qualitäten sowie möglicher externer Anfragen an das Stadtplanungsamt und an die Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) einerseits und Anfragen an die Flughafengesellschaft andererseits neue Entwicklungspotentiale ergeben.

Zur Datensammlung sind Ende Januar 2013 intensive Gespräche mit den zuständigen Abteilungen des Flughafens Nürnberg aber auch mit den obigen Vertretern der Stadt geführt worden.

3.7.1 Bestandaufnahme der Flächen des Flughafenareals

Gegenstand der Untersuchung sind die Flächen südlich der Start- und Landebahn, die außerhalb des Sicherheitsbereichs des Flughafens gelegen sind. Die Betrachtung der Flächen im Sicherheitsbereich fallen unter das Luftverkehrsgesetz (LuftVG) und bedürfen bei deren wesentlicher Erweiterung der Planfeststellung durch die Landes-Luftfahrtbehörde (§§ 6-10 LuftVG).

Abbildung 54: Übersichtsdarstellung der Flächen gemäß B-Plan 4300[61]



Quelle: Airport Nürnberg, 2013

[61] Farbliche Kennzeichnung:

Hellblau:	Flächen befinden sich im Eigentum des Flughafens Nürnberg
Rot:	Vorhandene Bebauung gemäß Angaben Gebäudekennziffern, siehe Anhang 3
Weiß:	Flächen nicht im Besitz des Flughafens
Roter Rahmen:	Baufelder gemäß Bebauungsplan 4300

Die Flächen südlich der heutigen Bebauung werden als ebene Stellflächen zum Parken von PKW genutzt. Insgesamt stehen damit - neben den Parkhäusern P1 - P3 (ca. 5.300 Stellplätze) - weitere 3.700 ebenerdige Stellplätze zur Verfügung. Diese Stellplätze stehen insbesondere zur Abdeckung von Nachfragespitzen in den Urlaubsmonaten zur Verfügung. Der Parkplatz P6 (östlich des Gebäudes 121, P3) wird hauptsächlich für die Mitarbeiter des Flughafens sowie der ansässigen Unternehmen unentgeltlich genutzt.

Die südliche Grenze der Baufelder 14-18 ist durch die Renaturierung des Bucher-Landgrabens vorgegeben.

Das Baufeld 03, westlich der derzeitigen Bebauung liegend, wird durch eine Halle, die im Eigentum der FAI steht, genutzt. Baubeginn für eine weitere Halle auf diesem Baufeld, die ebenfalls im Eigentum der FAI stehen wird, ist im II. Quartal 2013.

In östlicher Richtung ist die Entwicklung des Flughafengeländes durch ein Biotop begrenzt.

Gemäß dem Bebauungsplan 4300 aus dem Jahr 2001 stehen damit am Flughafen Nürnberg insgesamt 120.000 Quadratmeter mit einem Bauvolumen von ca. 2 Mio. Kubikmetern für eine kurzfristige Bebauung zur Verfügung. Gegenwärtig werden diese Flächen im Wesentlichen jedoch nur für eine temporäre ebenerdige Parkraumbewirtschaftung genutzt.

Wie bereits im Kapitel 3.4.3 beschrieben, gibt es in den entsprechenden städtischen Behörden gegenwärtig Diskussionen über die Errichtung eines Convention Centers am Flughafen auf dem Baufeld 18 mit einer Größe von 16.000 Quadratmetern und einem zulässigen Bauvolumen von 250.000 Kubikmetern.

Im Falle einer Umsetzung würden die PKW Stellplätze für die Flughafenmitarbeiter verlegt werden müssen. Der zu vermutende Verlust von ca. 1.000 Parkplätzen ließe sich bei dem derzeitigen Passagieraufkommen und der Nachfrage nach PKW Stellplätzen durchaus vertreten und auf der verbleibenden Fläche unterbringen.

In diesem Zusammenhang soll aber darauf hingewiesen werden, dass das Parkhaus P1 unter starker Korrosion der Eisenarmierung im Beton leidet und gegenwärtig verschiedene Sanierungs- oder Abrissmaßnahmen diskutiert werden. Alternativ zu einem Abriss und einem entsprechenden Neubau wäre noch die Möglichkeit der Komplettsanierung oder das Gelände einer anderen Nutzung (z.B. Hotel etc.) zuzuführen. Gleichwohl würde die Nutzung der rund 2.000 Parkplätze – das sind rund 30% aller am Flughafen vorhandenen Stellplätze - zumindest für einen längeren Zeitraum nicht möglich sein bzw. müsste ein Ersatz geschaffen werden.

Entsprechende Entscheidungsvorlage für die FNG Gremien (Aufsichtsrat) werden gegenwärtig von Seiten der Fachabteilungen des Flughafens erarbeitet, um sie dann zur Entscheidung vorzulegen.

Nachfolgend ist ein Vergleich der Gewerbe- und Entwicklungsflächen von Flughäfen in einer ähnlichen Größenordnung dargestellt:

Tabelle 33: Entwicklungsflächen (Gewerbe und Büro) an vergleichbaren deutschen Flughäfen

Flughafenstandort	Entwicklungs-dynamik der letzten Jahre	Ausgewiesene/ verfügbare Flächen (2012)	Gegenwärtige Nutzung
Hannover (Gewerbegebiet)		140 ha	10,2ha Business Park Nord 13ha Business Park West 28,2 Business Park Ost
Bremen (Airport Stadt)	Seit 1995 Airport Stadt	206 ha	199 ha luftaffine Unternehmen sowie Logistik/ Gewerbe 7 ha frei
Karlsruhe (Baden Airpark)	Seit 2001 Baden Airpark und Betrieb von Infrastruktur-einrichtungen	142 ha	95 ha Logistik-zentrum, Innovations- und Handelszentrum, Gewerbe- und Handwerkerhof, Service und Kommunikation 47 ha frei

Quelle. Eigene Darstellung, 2013

Die dargestellten Flughäfen verfügen alle über wesentlich größere ausgewiesene Flächen im Vergleich zu den gegenwärtig verfügbaren 12 ha am Flughafen Nürnberg. Hier muss allerdings erwähnt werden, dass diese Flächen nicht unbedingt dem Flughafen gehören, bzw. sich nicht in unmittelbarer Nähe befinden und aufgrund der Lage eine wesentlich größere Flächenverfügbarkeiten im Gegensatz zu dem Stadtflughafen Nürnberg gegeben ist. Am ehesten ist ein Vergleich mit dem Stadtflughafen Bremen zulässig, der Anfang der Ende der 90er Jahre in einem großen städtebaulichen Projekt eine Umgestaltung des Flughafens vorgenommen hat, Flächen dabei neu geschaffen und diese mittlerweile auch weitestgehend verbraucht hat.

Der Vergleich zwischen den Flughäfen bleibt jedoch schwierig, da bei einer qualifizierten Bewertung (Benchmarking) der Flächennutzung an Flughäfen immer auch die Rahmenbedingungen, wie Flächenverfügbarkeit und -kosten, Nachfrageverhalten der Wirtschaft, Funktionalität, Anbindung, Eigentums-verhältnisse, Interessen und Verantwortlichkeiten privaten und öffentlichen Initiatoren eine wichtige Rolle spielen.

3.7.2 Marktanfragen nach Flächen auf dem Flughafenareal

Im Rahmen der Gespräche mit der Flughafengeschäftsführung zur Identifikation der gegenwärtigen Marktnachfrage wurden einige wenige Anfragen von ansiedlungsinteressierten Unternehmen pro Jahr bestätigt. In den letzten fünf Jahren gab es beispielsweise Anfragen zur Etablierung eines Audi Auslieferungszentrums auf dem Flughafenareal sowie das Interesse, eine Verkaufshalle für PKW über 3.000 qm zu errichten. Beide Projekte wurden nicht umgesetzt, da keine Einigung mit den Interessenten erzielt werden konnte.

Von Seiten der Frachtkunden (Speditionen, Integratoren) gibt es aktuell ein großes Interesse nach weiteren Lager- und Umschlagsflächen. Durch den Erwerb des neben dem Frachtgebäude befindlichen ehemaligen LSG-Gebäudes versucht die FNG, diesen Bedarf zumindest ansatzweise zu decken und gleichzeitig die neuen (flächenverbrauchenden) Sicherheitsvorschriften der Luftfrachtabfertigung umzusetzen. Die flächenmäßige Erweiterung der Luftfrachtabfertigung ist durch den B-Plan 4300 begrenzt. Eine weitergehende Umsetzung dieser Flächenanfrage in Form einer Investition durch den Flughafen oder durch einen Immobilieninvestor ist gegenwärtig nicht vorgesehen.

Gemäß Aussage der Geschäftsführung werden sämtliche Flächenanfragen an den für die Immobilienentwicklung zuständigen Bereich der FNG weiter geleitet, der die Umsetzungsmöglichkeiten hinsichtlich der Chancen und Risiken prüft und den Interessenten entsprechend kontaktiert.

Ein aktiver Flächenvertrieb wird gegenwärtig durch das FNG Management nicht durchgeführt.

Es wird vorgeschlagen, etwaige direkte Flächenanfragen, die vom Flughafenmanagement nicht befriedigt werden können, unverzüglich an die Wirtschaftsförderung weiter zu leiten, um Alternativstandorte außerhalb des Flughafengeländes anbieten zu können.

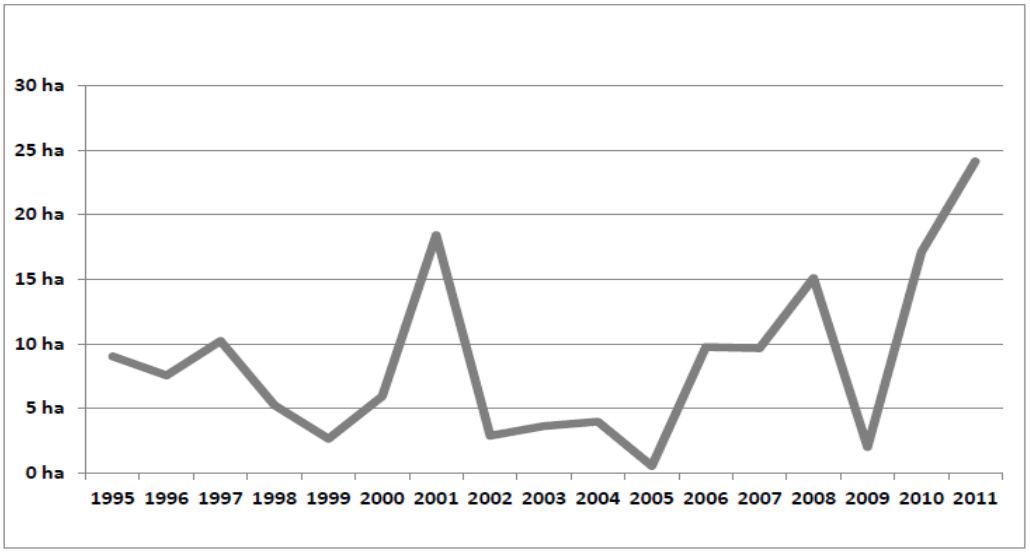
Alle Flächenanfragen, die über die Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) an den Flughafen heran getragen werden, werden unter Einbindung der Immobilienabteilung entsprechend bearbeitet und beantwortet (vgl. Kapitel 3.7.4).

3.7.3 Bestandsaufnahme der Gewerbeflächen im Stadtgebiet Nürnberg

In einem Gespräch mit Vertretern der Stadt Nürnberg, der Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) sowie dem Stadtplanungsamt wurde die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen im Stadtgebiet Nürnbergs erörtert.

Grundsätzlich gibt es ein ausreichendes Angebot im Bereich Bürokapazitäten. Was allerdings das Angebot an Gewerbeflächen und Logistikflächen anbelangt, können die Flächenanfragen nicht ohne weiteres befriedigt werden. Die Bereitstellung von baureifen Flächen für Produktion und Logistik ist in Nürnberg begrenzt. Die Aussagen finden sich auch in zwei im Oktober 2012 durch das Stadtplanungsamt und die Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) verfassten Berichten wieder („Gewerbeflächenpotential im Stadtgebiet“ und „Mobilisierung von gewerblichen Bauflächen“).

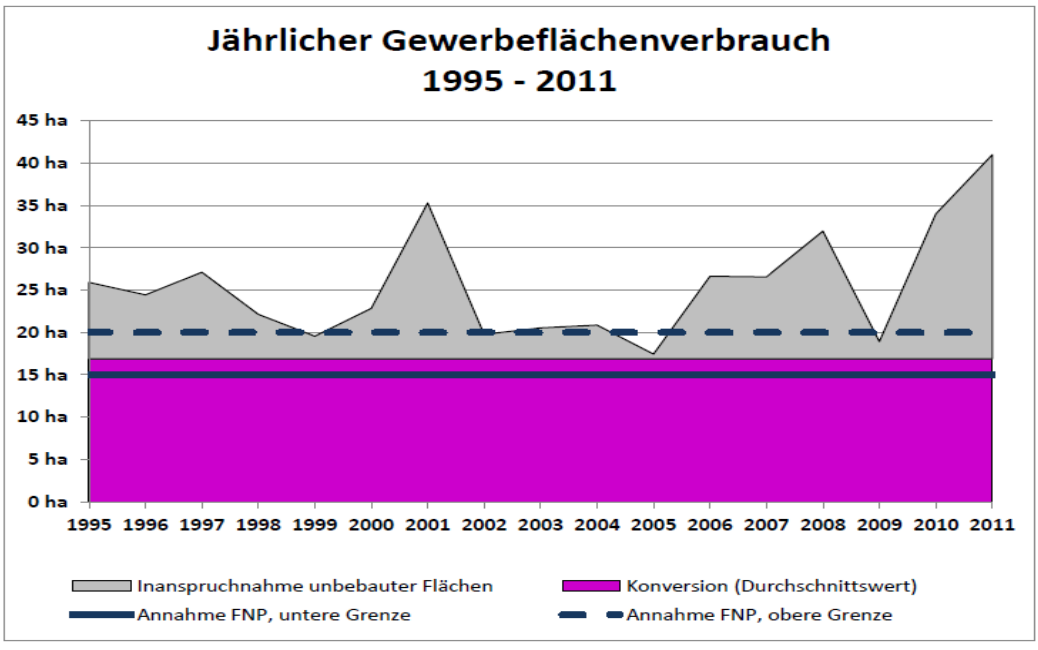
Abbildung 55: Jährliche Inanspruchnahme unbebauter Flächen



Quelle: Stadtplanungsamt und Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF): Mobilisierung von gewerblichen Bauflächen, Oktober 2012

Aus der obigen Abbildung ist ersichtlich, dass die Stadt Nürnberg über die letzten 15 Jahre eine durchschnittliche Inanspruchnahme von unbebauten Flächen von ca. 10 ha pro Jahr hatte. Der Anstieg in 2010 und 2011 ist im Wesentlichen darin begründet, dass der Gesamtbedarf von ca. 25 ha Gewerbeflächen pro Jahr bis zu diesem Zeitpunkt zu rund 65% aus Konversionsprojekten abgedeckt werden konnte (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 56: Jährlicher Gewerbeflächenverbrauch, 1995 - 2011



Quelle: Stadtplanungsamt und Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF): Mobilisierung von gewerblichen Bauflächen, Oktober 2012

Es kann davon ausgegangen werden, dass der künftige Bedarf an unbebauten Flächen anwachsen wird.

Da die Entwicklung von Gewerbegebieten, deren Eigentumsrechte bereits geklärt sind, je nach Beschaffenheit, zwischen 3 und 5 Jahren dauern kann, sollte hier seitens der Stadt Nürnberg - oder besser durch einen stadteigenen Projektentwickler - ein aktives Flächenmanagement betrieben werden, um einem künftigen Mangel an Gewerbe- und Industrieflächen entgegen zu wirken. Wie nachfolgend aufgeführt gibt es gegenwärtig noch eine Reihe von zur Verfügung stehenden Gewerbegebieten im Norden der Stadt Nürnberg, wie sie sowohl von der Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF), als auch von privaten Investoren angeboten werden (wobei die ersten drei Gebiete baureif sind und die beiden letztgenannten noch in der Flächenentwicklung sind):

- Campus Marienberg (30.000 qm)
- Nordostpark, Äußere Bayreuther Straße (130.000 qm + 120.000 qm Entwicklungsfläche)
- Erlanger Straße/ Kronacher Straße (100.000 qm)
- Schmalau-Ost (210.000 qm in der mittelfristigen Entwicklung)
- Erlanger Straße/Marienbergstraße (100.000 qm in der mittelfristigen Entwicklung)

Weitere Gewerbegebiete befinden sich in Zentrumsnähe bzw. im Süden der Stadt Nürnberg.

Es wird davon ausgegangen, dass die allgemeinen Anfragen nach Büroflächen in Nürnberg mit Hilfe der vorhandenen Flächen und der geplanten Flächenentwicklung außerhalb des Flughafenareals gedeckt werden können, die Nachfrage nach Gewerbeflächen wird das Angebot eher übersteigen.

Eine erhöhte Marktnachfrage nach den Flächen innerhalb des Flughafenareals ist im Moment nicht gegeben; diese kann sich aber durch die Angebotsknappheit an Gewerbeflächen außerhalb des Flughafengeländes künftig eher erhöhen.

3.7.4 Marktanfragen bei der Stadt Nürnberg nach Flächen innerhalb des Flughafenareals

Nach Auskunft der Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) gab es bisher keine Nachfrage nach Gewerbeflächen, die unmittelbar auf dem Flughafenareal liegen sollen. Aufgrund der Nähe des Flughafens zur Stadt Nürnberg (Hauptbahnhof bis Flughafen ca. 9 km), zählen die nördlichen Gewerbegebiete der Stadt Nürnberg bereits als flughafennah, so dass somit eine etwaige von Kunden angefragte Flughafennähe immer befriedigt werden kann. Ausgenommen sind hier Anfragen von Unternehmen die direkten Zugang zum Flughafen benötigen (z. B. Flugzeugproduktion).

Die Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) erhält u.a. über das Portal „Invest in Bavaria“ gelegentlich anonyme Anfragen von nationalen oder internationalen Unternehmen zu bebaubaren oder nutzbaren Flächen in Nürnberg, die zügig an die entsprechenden Stellen (u.a. auch an den Flughafen Nürnberg) weitergeleitet werden.

Beispielhaft sei die Anfrage aus dem Sommer 2012 „Anmietung einer Flugzeughalle zur Produktion von Kleinstflugzeugen“ erwähnt, die von der Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) an das FNG Management weitergeleitet wurde. Dort antwortete man ordnungsgemäß auf die Mietanfrage mit dem Hinweis, dass keine Flugzeughallen zur Vermietung freistünden. Die Absage wurde vom Flughafen über die Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) entsprechend zurückgeleitet.

Da diese für den Flughafen interessante Miet- bzw. Flächenanfrage in anonymisierter Form eingegangen ist, war eine weitergehende und persönliche Auseinandersetzung mit dem Anfragenden von Seiten der Stadt und des Flughafens leider nicht möglich.

Hier empfiehlt es sich, das Modell der Anfragenweiterleitung durch Invest in Bavaria zu hinterfragen und zu prüfen, inwieweit die direkte Kontaktaufnahme ermöglicht werden kann, um diese bei für den Flughafen Nürnberg wichtigen Anfragen noch zielgerichteter bearbeiten zu können.

Seit Mai 2013 besteht eine neue Außenstelle von Invest in Bavaria für Nordbayern in Nürnberg. Mit der Eröffnung des Büros rückt Invest in Bavaria näher mit seinen Partnern in Franken und in der Oberpfalz zusammen. Damit wird die persönliche Präsenz von Invest in Bavaria vor Ort und die Zusammenarbeit mit den nordbayerischen Regionen vertieft. Ziel ist es, dass noch mehr Investitionen (z.B. auch auf lokalen Flächen) in Nordbayern durchgeführt werden. Dabei wird auch der Flughafen Nürnberg ein wichtiges positives Argument sein.

Das Büro mit Sitz in Nürnberg versteht sich als mobile Außenstelle der Ansiedlungsagentur. Im Fokus steht die Ausarbeitung regionaler Profile zu speziellen Standortkompetenzen, die von zentraler Bedeutung bei der Betreuung von Investitionsprojekten durch Invest in Bavaria sind. Das Standortmarketing ist eine wichtige Säule der Tätigkeit von Invest in Bavaria. Dabei verstärkt regionale Vertreter in die Vermarktungsaktivitäten eingebunden werden, wie z.B. der Flughafen.

Die zwei neuen Mitarbeiterinnen von Invest in Bavaria in Nordbayern werden Investitionsfälle aus der Region betreuen und für regionale Informationen die Schnittstelle zum übrigen Team von Invest in Bavaria bilden. Auf diese Weise werden Aktivitäten im Bereich von Investorenanfragen und Flächeninformationen auch für den Flughafen Nürnberg unterstützt.

Diese räumliche Etablierung mit Invest in Bavaria-Mitarbeitern in Nürnberg wird die Informationsqualität und Nutzungsmöglichkeiten der Anfragen sicherlich verbessern.

3.7.5 Identifizierte Potentiale und Nutzungsmöglichkeiten

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Verfügbarkeit von bebaubaren Flächen innerhalb des Flughafenareals relativ groß ist.

Zwar unterliegen gegenwärtig alle Flächen – bis auf die noch ungenutzten Flächen im Westen – einer Nutzung durch ebenerdiges Parken, was jedoch eine unbefriedigende Auslastung und Bewirtschaftung dieser hochwertigen Flächen am Flughafen darstellt und einer zukünftigen alternativen, höherwertigen Nutzung nicht im Wege stehen sollte.

Durch die Akquisition eines reinen Low-Cost Carriers wird sich das Einzugsgebiet des Flughafens Nürnberg wesentlich vergrößern. Trotz der guten öffentlichen Verkehrsinfrastruktur und Anbindung wird dadurch ein überproportionaler Anstieg des Individualverkehrs induziert. Die ersten Planungen von Ryanair gehen von 280.000 Passagieren für das Jahr 2013 aus.[62] Das bedeutet eine zusätzliche Nachfrage von ca. 300 durchgängig belegten PKW Parkplätzen.

Vor dem Hintergrund der verschiedenen Einflussgrößen auf das Angebot und die Nachfrage nach Parkplätzen wie z.B.:

- Bau des Convention Centers und Wegfall des Mitarbeiterparkplatzes,
- Mehrjährige Sanierung bzw. Wegfall des P1 sowie
- zusätzliche Passagierströme und Parkplatzbedarf durch die Ryanair Verbindungen,

sollte eine exakte Analyse der in den nächsten Jahren vorzuhaltenden Parkplatzkapazitäten durchgeführt werden. Die Kapazitätsanalyse würde die Grundlage bieten für eine belastbare Entscheidung über:

- die Größe, Wirtschaftlichkeit und den Standort für ein oder mehrere Parkhäuser (auch wenn im ersten Schritt die Kosten für ein mehrgeschossiges Parkhaus höher sind als ebenerdige Parkplätze, kann es sich durchaus rechnen, wenn damit zusätzliche Flächen einer gewerblichen Nutzung zugeführt werden können)
- die Verfügbarkeit von dann langfristig zu nutzenden Flächen des Flughafenareals
- die Sicherstellung der notwendigen Flächenreserven für die luftverkehrliche und flughafennahe Nutzung
- die darüber hinaus gehenden, langfristig verfügbaren Flächenreserven, die u.U. auch durch luftverkehrsfremdes Gewerbe genutzt werden könnten.

[62] Vgl. Flughafen Nürnberg, Pressemitteilung 1/2013

Aus den o.g. Gründen ist es auch dringend geboten, den Flughafenmasterplan aus dem Jahre 1990 zu überarbeiten und fortzuschreiben. Da der Flughafen im Wesentlichen nur in Richtung Westen entwickelt werden kann, sind hier die Flächen für ein künftiges Wachstum zu sichern. Nachdem die Planungshorizonte für ein solches Unterfangen (bei Berücksichtigung der Schaffung von Baurecht und ggf. dem Ankauf von Flächen) ca. 10 Jahre in Anspruch nehmen, sollte rechtzeitig damit begonnen werden.

Im Zuge der Erarbeitung eines neuen Masterplans kann über eine Kapazitätsanalyse zur Parkraumbewirtschaftung eine verbesserte Nutzung der bereits vorhandenen Flächen erreicht werden und die Wirtschaftlichkeit eines neu zu bauenden Parkhauses geprüft werden. Auch wenn im ersten Schritt die Kosten für ein mehrgeschossiges Parkhaus höher sind als ebenerdige Parkplätze, kann es betriebswirtschaftlich attraktiv sein, zumal wenn dann frei gewordene Flächen einer höherwertigen gewerblichen Nutzung zugeführt werden können.

Die dauerhafte Ansiedlung und der damit verbundene endgültige Flächenverbrauch durch flughafenfremde Unternehmen (Einzelhandelsnutzungen) sollte erst dann in Betracht gezogen werden, wenn eine belastbare Analyse von langfristigen Bedarfen und Flächenerweiterungsmöglichkeiten (in Richtung Westen) vorhanden sind. Damit wäre sichergestellt, dass die Kernfunktionen eines leistungsfähigen Flughafens zumindest flächenmäßig auch künftig erfüllt werden können.

Die verhältnismäßig kleinparzellierten Flächen am Flughafen (Bauplan 4300) sollten prinzipiell einer flughafennahen Nutzung (Aviation und Non-Aviation) vorbehalten bleiben.

Die Nachfrage nach weiteren Flächen bzw. Luftfracht- und Umschlagseinrichtungen aus dem Bereich Luftfracht ist gegenwärtig die konkreteste Anfrage. Da hier der Flughafen in mehrfacher Hinsicht profitieren würde, ist ein aktives Vorantreiben dieses Projektes empfehlenswert. Gleichwohl muss auch hier die Frage gestellt werden, in welchem Areal des Flughafens (vorzugsweise mit Vorfeldzugang) eine solche Investition umgesetzt werden kann, ohne dass es langfristig zu Flächenrestriktionen kommt (Aktualisierung des Flughafenmasterplans). Weiterhin wäre die bauliche Umsetzung dieser Investition zu klären, die aber nicht notwendigerweise durch die Flughafengesellschaft erfolgen muss.

Nachdem die langfristige Verfügbarkeit (Abgleich von Angebot und Nachfrage) von Flughafenflächen durch die Aktualisierung des Masterplans bekannt ist, sollte die Stadt Nürnberg ein aktives Flächenmanagement und einen Flächenvertrieb betreiben.

Da es für potentielle Investoren eher schwierig ist, sich in den städtischen Strukturen zurechtzufinden, sollte über die Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) ein „Single Point of Contact“ ausgebaut werden, der auf den Investoren oder Anfragenden aktiv zugeht und diesen zielgerichtet berät. Dabei geht es - neben der Beratung zu behördlichen Auflagen und Vorschriften und über Fördermittel und Finanzierungsmöglichkeiten - insbesondere um die Entwicklung von individuellen Lösungsvorschlägen. Der Ansatz mit der Institution „Rathaus Direkt“ ist ein erster positiver Schritt.

4. SWOT-ANALYSE

Mittels einer SWOT-Analyse werden im folgenden Kapitel die Erkenntnisse der Analyse des bestehenden Passagierpotentials und des Passagiereinzugsbereichs, der Analyse der gegebenen Rahmenbedingungen des Flughafens Nürnberg (ökonomisch, verkehrlich und touristisch), hinsichtlich des Kongress- und Veranstaltungsmarktes, der Analyse der operativen und strategischen Positionierung im Non-Aviation-Bereich sowie der Entwicklung des landseitigen Flughafenareals tabellarisch in Form von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken zusammengefasst.

Im definitorischen Sinne einer SWOT-Analyse stellen die Stärken und Schwächen dabei eine interne, den Flughafen selbst betreffende Analyse dar, die Chancen und Risiken stellen eine externe, das Umfeld des Flughafens betreffende Analyse dar. Der Fokus der SWOT-Analyse liegt dabei auf der Attraktivität des Flughafens Nürnberg aus Sicht seines Marktes. Der Markt als Summe aller Einzelnachfrager an Dienstleistungen ist dabei zusammengesetzt aus den Passagieren als bestimmendes Segment und weiteren Teilmärkten, bspw. Mitarbeiter des Flughafens, Passanten ohne Flugreiseabsicht etc. Eine Analyse aus der Perspektive von Luftverkehrsunternehmen erfolgt nicht, da im Rahmen der Studie keine Gespräche mit Airlines vorgesehen sind und Luftverkehrsunternehmen letztendlich als Dienstleister ebenfalls auf Basis der Nachfrage der Einzelentscheider (Passagiere) agieren.

Die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken sind jeweils einem der Themen-Cluster

- Luftverkehr („LV“)
- Non-Aviation („NA“)
- Ökonomische Rahmenbedingungen („ÖR“)
- Verkehrliche Rahmenbedingungen („VR“)
- Touristische Rahmenbedingungen („TR“)
- Kongress- und Veranstaltungsmarkt („KV“)
- Entwicklung des landseitigen Flughafenareals („FL“)

zugeordnet. Jede identifizierte Stärke, jede Schwäche, jede Chance und jedes Risiko erhält eine entsprechende Kennung, um im weiteren Verlauf eine Zuordnung dieser zu entwickelten Handlungsempfehlungen und Maßnahmen transparent zu ermöglichen. Die Kennung besteht jeweils aus einem Buchstaben für

- Stärken/ Strengths: „S“
- Schwächen/ Weaknesses: „W“
- Chancen/ Opportunities: „O“
- Risiken/ Threats: „T“

sowie nachfolgend der Abkürzung für das zugehörige Cluster (siehe oben) und einer Nummerierung.[63]

Diese SWOT-Analyse stellt eine zusammenfassende Beurteilung der Situation in der Metropolregion Nürnberg dar und bildet die Grundlage für die im nächsten Arbeitsschritt zu erarbeitenden Handlungsempfehlungen.

[63] Lesebeispiel: identifizierte Stärken („S“) im Bereich Luftverkehr („LV“) erhalten die Kennung „S-LV“ mit einer entsprechenden Nummerierung beginnend mit „01“.

4.1 Stärken (Strengths)

Bereich und Kennung	Stärke	Erläuterung/ Bemerkung
Stärken Luftverkehr		
S-LV 01	Gutes sozioökonomisches Umfeld	Im Einzugsbereich des Flughafens wohnen 7 Mio. Menschen und die Wirtschaft generiert Werte in Höhe von 189 Mrd. Euro. Damit ist eine gute Basis für den Geschäfts- wie auch Privatreiseverkehr vorhanden.
S-LV 02	Keine Nutzungs-restriktionen des Flughafens	Der Flughafen weist keine Kapazitätsengpässe hinsichtlich der Bedienungszeiten und Slot-Verfügbarkeit auf. Damit kann ein breites Spektrum an Verkehr uneingeschränkt stattfinden (gewerblicher Passagierverkehr, Fracht, „General Aviation“, etc.) und flexibel auf die Anfragen von Fluggesellschaften eingegangen werden.
S-LV 03	Destinationsportfolio Hubs: Flug-verbindungen zu mehreren europäischen Drehscheiben	Ab Nürnberg bestehen Flugverbindungen zu mehreren Drehscheiben Europas. Damit sind nicht nur diese Metropolregionen direkt erreichbar, darüber hinaus bestehen dort Anschlussflüge zu Destinationen in Europa und interkontinental.
S-LV 04	Umfangreiches Destinationsportfolio Touristik vorhanden	Der Flughafen Nürnberg verfügt über ein für seine Größe recht umfangreiches Destinationsportfolio im Bereich des Urlaubsflugverkehrs. Das breitgefächerte Angebot an Urlaubsdestinationen stärkt den Bekanntheitsgrad des Flughafens in der Region und bedient auf breiter Ebene die Mobilitätsbedürfnisse von Privatreisenden.
S-LV 05	Gute Erreichbarkeit der Region im Einzugsbereich des Flughafens	Die Erreichbarkeit der Regionen im Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg ist gut. Dies ist nur zum Teil auf den Flughafen Nürnberg zurückzuführen. Maßgeblich trägt hierzu auch das breite Angebot der umliegenden Konkurrenzflughäfen bei.
S-LV 06	24h Operation als "unique selling point"	USP mit 24h-Öffnung steigert die Attraktivität als Landepunkt und ermöglicht Fluggesellschaften auch die Flugzeugumläufe, die in Frankfurt und München nicht realisierbar sind. Das ist ein wirtschaftlicher Vorteil der sich für die Fluggesellschaften ergibt.

Stärken Non Aviation		
S-NA 01	Ein zentraler Ankunftsbereich	Bietet die Möglichkeit, die Angebote sowohl für die ankommenden Passagiere, als auch für Abholer und Bringer zu zentralisieren.
S-NA 02	Parkflächen ausreichend vorhanden	Terminalnahe Kundenparkierungsanlagen in ausreichender Anzahl garantieren möglichst kurze Wege.
S-NA 03	Starke Gastronomiepartner	International und regional tätige Anbieter legen die Grundlagen für ein qualitativ ausgewogenes Gastronomieangebot.
S-NA 04	Starke Marken im Bereich der Autovermieter und Reisebüros	Die notwendige Marktbreite und Tiefe wird in diesen Bereichen abgedeckt.
Stärken Ökonomische Rahmenbedingungen		
S-ÖR 01	Hohe Anzahl Beschäftigter pro Verkehrseinheit	Der Flughafen Nürnberg generiert überdurchschnittlich viele Beschäftigte und Einkommen für die Region.
Stärken Verkehrliche Rahmenbedingungen		
S-VR 01	Sehr gute U-Bahn-Verbindung zwischen dem Flughafen Nürnberg und dem Nürnberger Hauptbahnhof	Die U-Bahn fährt mit bis zu 18 Fahrten pro Stunde sehr häufig, benötigt für die Strecke 13 Minuten Fahrzeit und hat täglich eine sehr lange Betriebszeit. Der Hauptbahnhof und die Innenstadt sind ohne Umsteigen erreichbar.
S-VR 02	Gute Umsteigever-bindungen am Nürnberger Haupt-bahnhof für Reisende zwischen Flughafen und der Metropol-region Nürnberg und Teilen Bayerns	Mit Hilfe der sehr häufigen U-Bahn-Verbindung zwischen Flughafen und Hauptbahnhof bestehen dort sehr gute Umsteigeverbindungen in den öffentlichen Personennahverkehr Nürnbergs und zu den Verbindungen des Schienenpersonennah- und -fernverkehrs.
S-VR 03	Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg	Der Flughafen Nürnberg ist über das städtische Straßennetz sowie über die Bundesstraßen 2 und 4 gut an das überörtliche Straßennetz angebunden und entsprechend gut aus dem Einzugsgebiet erreichbar.

Stärken **Entwicklung des landseitigen Flughafenareals**		
S-FL 01	Gültiger Bebauungsplan	Der Bebauungsplan 4300 der Stadt Nürnberg ist seit dem Jahre 2001 gültig. Aufgrund gültigen Baurechts kann damit sehr schnell auf Anfragen inkl. deren Umsetzung am Flughafen reagiert werden. Die Nutzungsmöglichkeiten sind breit gefächert und erstrecken sich sowohl auf flughafenaffines als auch flughafenfremdes Gewerbe. Es besteht eine gute Planungssicherheit.
S-FL 02	Umfangreich vorhandene Bauflächen	Grundsätzlich verfügt der Flughafen Nürnberg – im Gegensatz zu anderen Flughäfen - über große und kurzfristig bebaubare Flächen. Gleichwohl muss die Flächennutzung langfristig geplant werden.
S-FL 03	Entwicklungsachse ist in Richtung Westen ausbaubar	Langfristig ist der Flughafen in der Flächen-ausdehnung noch in Richtung Westen erweiterbar – es bestehen Flächenreserven (die aber planungs-rechtlich noch gesichert werden müssen. Die Verlegung der Irrhainstraße ist eine notwendige Voraussetzung hierfür).

4.2 Schwächen (Weaknesses)

Bereich und Kennung	Schwäche	Erläuterung/ Bemerkung
Schwächen Luftverkehr		
W-LV 01	Konkurrenzsituation mit Frankfurt, München und Stuttgart	Der Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg überlappt sich in weiten Teilen mit dem der beiden größten deutschen Drehkreuze Frankfurt / Main und München sowie des größeren internationalen Flughafens Stuttgart. Durch das erheblich stärker besetzte Destinationsportfolio sowie höhere Bedienungsfrequenzen zu auch ab Nürnberg angebotenen Zielen bei den Konkurrenzstandorten schöpfen diese Wettbewerber nicht nur Passagiere aus dem Nürnberger Einzugsbereich ab, sondern erschweren darüber hinaus die Akquisition neuer Verbindungen für den Flughafen Nürnberg.
W-LV 02	Randlage aufkommensstarker Regionen	Die Nachfrage aus einigen aufkommensstarken Regionen am Rande des Nürnberger Einzugsgebietes kann aufgrund deren relativer Nähe zu den Flughäfen Frankfurt / Main oder München nicht in größerem Ausmaß für den Flughafen Nürnberg, auch bei einem dort erweiterten Flugangebot, gewonnen werden.
W-LV 03	Lückenhaftes Destinationsportfolio	Das existierende Streckennetz bietet keine direkten, ganzjährigen Flugangebote zu Metropolregionen in Ost- und Zentraleuropa, Italien, Skandinavien, Belgien, der iberischen Halbinsel und mit Ausnahme Londons zu den Britischen Inseln. Hierzu zählen auch Anbindungen an einige der größeren europäischen Drehkreuze. Etliche dieser Lücken sind erst in den vergangenen 3 Jahren durch die Einstellungen entsprechender Flugangebote entstanden.
W-LV 04	Destinationsportfolio Touristik in einigen Regionen lückenhaft	Das bislang recht umfangreiche Angebot zu Urlaubsdestinationen ist maßgeblich durch die Bündelung dieser Verkehre via Nürnberg in ausgewählte Zielregionen (z.B. Griechenland) durch eine einzelne Fluggesellschaft geprägt, währenddessen es zu anderen Regionen (z.B. spanisches Festland) signifikante Lücken aufweist.

W-LV 05	Allianzen und Drehkreuzanbindung	Das Angebot von Netzwerkfluggesellschaften in Nürnberg wird durch die bestehenden Drehkreuzanbindungen der „STAR Alliance“ sowie von „Skyteam“ dominiert. Dies erschwert die Etablierung von Strecken zu weiteren Drehkreuzen dieser Allianzen. Im Gegensatz dazu ist die Allianz „Oneworld“ in Nürnberg ausschließlich durch Air Berlin aber nicht durch ihre größten Mitglieder in Europa präsent.
W-LV 06	Geringe Marktdifferenzierung	Jenseits von Drehkreuzanbindungen dominiert seit Jahren die Fluggesellschaft Air Berlin das Angebot in Nürnberg – nicht nur im Urlaubsflugverkehr. Deren Dominanz wurde bislang kaum durch die Akquisition neuer Fluggesellschaften, insbesondere aus dem Marktsegment „Low Cost“, begegnet. Damit sind die Risiken, die eine solche Abhängigkeit mit sich bringt, weiterhin sehr hoch.
W-LV 07	Annullierung von Kurzstreckenflügen	Die Flüge zu den Drehkreuzen Frankfurt / Main und München sind stärker als andere Strecken ausfallgefährdet, da die Deutsche Lufthansa solche Kurzstrecken im Falle von Engpässen an den Drehkreuzen bevorzugt streicht, weil diese am einfachsten durch Bodenverkehrsmittel ersetzbar sind. Diese verringerte Zuverlässigkeit erhöht das Risiko von Anschlussverlusten (nicht nur) im Interkontinentalverkehr und veranlasst daher insbesondere Geschäftsreisende, ihre Flugreise gar nicht erst ab Nürnberg, sondern direkt ab einem der Drehkreuze anzutreten.
W-LV 08	Begrenzte Frachtkapazitäten	Die Kapazitäten im Frachtbereich sind für potentielle Frachtkunden, z.B. Speditionen oder Integratoren sehr begrenzt, wodurch die Attraktivität des Standortes für den Frachtverkehr limitiert ist.
Schwächen Non Aviation		
W-NA 01	Lücken im Mieter und Branchenmix im Bereich Einzelhandel	Basis- bzw. Kernsortimente wie zum Beispiel Blumen, Lebensmittel und Apotheke fehlen im landseitigen Bereich. Im luftseitigen Beriech fehlt die Angebotsbreite bzw. –tiefe in den Segmenten Schmuck, Sonnenbrillen, Uhren, Mode und Accessoires.
W NA 02	Unübersichtliche Wegeführung zur Bordkarten- bzw. Sicherheitskontrolle	Die aktuelle Eingangssituation zur Bordkarte ebenso wie der Weg zur hauptsächlich genutzten Sicherheitskontrolle erwecken einen stark interimistischen Eindruck.

W-NA-03	„Schaufenster zur Region“ zu wenig ausgeprägt	Der regionale Bezug hinsichtlich touristischer Ziele und aber auch in Bezug auf die ansässigen Markenkonzerne findet sich weder in baulichen Elementen noch in Mietflächen oder gestalterischen Maßnahmen wieder.
W-NA 04	Räumlich ausufernder Reisemarkt	Der Reisemarkt ist auf drei Bereiche verteilt und kann somit nicht die Vorteile eines zentralen „Marktplatzes“ nutzen.
W-NA 05	Fehlende Leitidee zur strategischen Positionierung	Die Möglichkeit zur Differenzierung einerseits sowie zur Positionierung andererseits wird bisher noch nicht wahrgenommen.
Schwächen Tourismus		
W-TR 01	Bislang fehlendes LCC-Angebot	Das bislang am Flughafen Nürnberg fehlende Angebot von Destinationen, die durch Low Cost Carrier bedient werden, verhindert das Heben von Potentialen im Marktsegment eher preissensibler Touristen.
W-TR 02	Outgoing-Orientierung des zukünftigen LCC-Angebots	Das ab 2013 durch Ryanair geschaffene Destinationsangebot im LCC-Sektor bedient mit Ausnahme von London tendenziell eher Outgoing-orientierte Regionen.
W-TR 03	Bewerbung des Flughafens Nürnberg als ideale Anreise-möglichkeit in die Region	Die Bewerbung des Flughafens Nürnberg und die Verknüpfung von Attraktionen und Veranstaltungen mit einer Anreise über den Flughafen Nürnberg, insbesondere bezogen auf Angebote der Metropolregion außerhalb Nürnbergs ist nicht immer augenfällig, konkret und prägnant genug.
Schwächen Verkehrliche Rahmenbedingungen		
W-VR 01	Keine umsteigefreie öffentliche Verkehrs-verbindung in wichtige Städte des Einzugs-gebietes	Wichtige Städte in der Metropolregion Nürnberg sind nicht ohne Umsteigen mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Beispiele: Erlangen, Fürth, Herzogenaurach.

Schwächen **Entwicklung des landseitigen Flughafenareals**		
W-FL 01	Zielgerichtete Flächenvermarktung optimierbar	Es gibt kein aktives Vermarktungskonzept für die bestehenden Flächen am Flughafen. Eine aktive Ansprache des Marktes in Bezug auf die vorhandenen Gewerbeflächen erfolgt nicht. Die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) und dem Flughafen kann intensiviert werden.
W-FL 02	Zeitlich überholter Flughafen Masterplan	Der vorhandene Ausbauplan (Masterplan) wurde 1990 entwickelt und von den Gremien verabschiedet. Leider ist dieser nicht mehr aktuell und stellt auch den tatsächlichen Zustand des heutigen Flughafens nicht mehr dar.
W-FL 03	Finanzsituation der FNG verhindert Investitionen	Durch die angespannte finanzielle Situation der FNG wird die Investition z.B. in einen Ausbau des Frachtzentrums, eines Parkhauses oder in Flugzeughallen nicht in Erwägung gezogen.

4.3 Chancen (Opportunities)

Bereich und Kennung	Chance	Erläuterung/ Bemerkung
Chancen Luftverkehr		
O-LV 01	Gute regionale Mobilitätsnachfrage	Einwohnerzahl, Bruttowertschöpfung und die hohe Zahl von Reisenden aus dem Einzugsbereich des Flughafens, die derzeit alternative Flugangebote ab konkurrierenden Standorten nutzen, zeigen deutlich, dass grundsätzlich ein hohes Potential von Passagieren für die Aufnahme von Flügen zu derzeit nicht angebotenen Zielen ab Nürnberg besteht. Diese hierfür erfolgversprechendsten Destinationen sind festzustellen und gezielt zu akquirieren.
O-LV 02	Destinationsportfolio Touristik bietet Potentiale	Die zahlreichen regionalen Attraktionen ermöglichen in Zusammenarbeit mit den Tourismusverbänden und Reiseveranstaltern eine Stärkung des Incoming Tourismus wodurch die Nachfrage auf bestehenden oder neu einzurichtenden dezentralen Strecken spürbar gestärkt werden kann.
O-LV 03	Destinations-wiederbelebung	Im Zuge seiner Strategieänderung gibt Air Berlin einige Strecken mit erheblichem nachgewiesenem Nachfragepotential auf. Durch die nahtlose Übernahme solcher Strecken durch Fluggesellschaften mit anderer Charakteristik kann die Destination und die Nachfrage an dem Flughafen Nürnberg gehalten und darüber hinaus ausgebaut werden.
O-LV 04	Zunahme von Direktverkehren	Im Rahmen der Entwicklung neuer Unternehmensstrategien werden mehr Direktverkehre angeboten. Hintergrund sind einerseits die Etablierung von „Low Fare“ Tochtergesellschaften großer Netzwerkfluggesellschaften und andererseits das stärkere Engagement von „Low Cost“ Fluggesellschaften auf internationalen Flughäfen von Ballungszentren. Hier ergeben sich neue Akquisitionsmöglichkeiten für Nürnberg. In diesem Kontext kann auch der Rückbau des Palma-Drehkreuzes von Air Berlin gesehen werden und mit Hilfe anderer Fluggesellschaften die Umwandlung von ehemaligen Transferflugangeboten in Direktflugverbindungen angegangen werden.

O-LV 05	Regional-fluggesellschaften zur Entwicklung kleinerer Märkte	Für Strecken zu Zielen des Nürnberger Geschäftsreisemarktes bieten sich die gezielte Ansprache von im Markt verbliebenen Regionalfluggesellschaften an. Sie verfügen über geeignetes Fluggerät um dünnere Märkte auch mit der notwendigen hohen Frequenz zu bedienen.
Chancen Non Aviation		
O-NA 01	FNSG führt Duty Free/ Travel Value sowie weitere Shops	Die Führung dieses wichtigsten Teilbereiches im Bereich Einzelhandel über die Tochtergesellschaft FNSG bringt den Vorteil, dass einerseits zentral gesteuert werden kann und andererseits Veränderungen ohne Umwege der Abstimmung mit einem Mieter zu veranlassen sind.
O-NA 02	Starkes Markenumfeld in der Region	Weltweit tätige Markenkonzerne aus den unterschiedlichsten Bereichen sind im direkten Umfeld, größtenteils aber noch nicht am Flughafen vertreten.
O-NA 03	Touristisch attraktive Metropolregion	Es gäbe zahlreiche Möglichkeiten die „Destination Nürnberg“ als Schaufenster der Region im und am Flughafen abzubilden.
O-NA 04	Räumliche Umorganisation des Ankunftsbereiches	Der Ankunftsbereich bietet bei räumlicher Umorganisation Chancen, mehr Sitzbereiche zu erhalten, den Eingangsbereich zur Bordkarten-kontrolle stark aufzuwerten und unter Umständen Flächenerweiterungspotentiale für hochproduktive Mieter zu schaffen.
O-NA 05	Positionierung der zentralen Sicherheitskontrolle	Eine Neupositionierung böte die Chance, die Einzelhandels- und Gastronomieangebote unter dem Blickwinkel der sich daraus ergebenden Laufwege für die Passagiere räumlich zu optimieren.
Chancen Ökonomische Rahmenbedingungen		
O-ÖR 01	Starke Unternehmen innerhalb der Metropolregion	International bedeutende Unternehmen wie Siemens, Schaeffler, Bosch, MAN, Adidas u.a. bilden ein leistungsfähiges, industrielles Rückgrat der Region.
O-ÖR 02	Wirtschaftswachstum und zukünftige Entwicklungschancen vorhanden	Beschäftigung und Einkommen haben sich in der Vergangenheit spürbar positiv entwickelt. Die zukünftigen Entwicklungschancen sind deutlich positiv. Der Städteverbund Nürnberg – Erlangen - Fürth gilt als Region mit Top- Zukunftschancen.

Chancen Tourismus		
O-TR 01	Touristisch attraktives Umfeld, gute touristische Angebote	Die Attraktivität der Region und die Fülle der touristischen Angebote bilden eine leistungsfähige und gute Grundlage zur Generierung von Flugreisenachfrage am Flughafen Nürnberg.
O-TR 02	Positive Entwicklung der Übernachtungen und Ankünfte	Trotz schon sehr hohen Niveaus an Ankünften und Übernachtungen ist eine zukünftige positive Entwicklung der Übernachtungs- und Ankünfte-Zahlen zu erwarten. Dies wirkt sich auch positiv auf die Flugreisenachfrage aus.
O-TR 03	Entwicklung und Ausbau touristischer Marktsegmente	Touristische Marktsegmente mit Wachstumschancen oder dem Potential zur Schaffung eines touristischen Alleinstellungsmerkmals der Metropolregion kann den Incoming Tourismus und somit auch die Flugreisenachfrage stimulieren.
O-TR 04	LCC zur Erschließung neuer touristischer Incoming-Märkte	Die ab 2013 neu angebotenen Ryanair-Verbindungen (insbes. London) eröffnen Potentiale zur Erweiterung des touristischen Incoming-Marktes für die Metropolregion Nürnberg und neue, insbesondere preissensibler Zielgruppen, für die bislang kein adäquates Angebot verfügbar war.
Chancen Kongress- und Veranstaltungsmarkt		
O-KV 01	Hohes Marktwachstums-potential vorhanden	Es besteht enormes Nachfragepotential zur Steigerung der Kongress- und Veranstaltungsaktivitäten durch die Schaffung neuer Kapazitäten. Dies wird sich positiv auf die Flugreisenachfrage auswirken.
O-KV 02	Effekte von neuen Kongress- und Tagungsfaszilitäten am Flughafen Nürnberg	Im Falle einer Ansiedelung am Flughafen Nürnberg kann eine Steigerung der Einnahmesituation im Non-Aviation-Bereich landseitig erwartet werden (Einzelhandel, Gastronomie, Parken)
O-KV 03	Standort Flughafen bietet zusätzliche Entwicklungschancen für ein Tagungs- und Kongresszentrum	Der Standort Flughafen kann insbesondere im Bereich „Green Meeting“ und für luftfahrt- und logistikbezogene Themen Alleinstellungsmerkmale der Region entwickeln, das Kongress-Angebotsportfolio erweitern.

Chancen Verkehrliche Rahmenbedingungen		
O-VR 01	Erhöhung des Marktanteils des Flughafens Nürnberg durch zusätzliche Angebote im öffentlichen Personennahverkehr	Etablierung weiter entwickelter oder neuer Angebote im öffentlichen Verkehr, z.B. umsteigefreie Verbindungen.
O-VR 02	Erhöhung des Anteils ÖPNV-Nutzer durch (weitere) Erhöhung des Bekanntheitsgrades der ÖPNV-Angebote	Unternehmen, Institutionen und Verbände sowie der Flughafen Nürnberg selbst könnten die Bekanntheit des ÖPNV-Angebotes durch Maßnahmen im Bereich Werbung und Öffentlichkeitsarbeit noch weiter erhöhen.
Chancen Entwicklung des landseitigen Flughafenareals		
O-FL 01	Flächennachfrage im Bereich Luftfracht	Die begrenzten Lager- und Umschlagskapazitäten in der Luftfrachtabfertigung führen zu einer konkreten Flächennachfrage, die eine Umsetzung mit betriebswirtschaftlich tragfähigem Modell ermöglichen sollte, unabhängig davon, ob hier die FNG oder aber ein externer Immobilieninvestor tätig wird.
O-FL 02	Realisierung des Convention Centers am Flughafen	Die Umsetzung des Convention Centers würde zu einer kommerziellen Nutzung von Flughafenflächen führen und noch weitere kommerzielle Vorteile implizieren. Die Auslastung der bestehenden Parkflächen kann erhöht werden, die Wirtschaftlichkeit bei der Verlegung von ebenerdigen Parkflächen in ein mehrgeschossiges Parkhaus würde sich erhöhen.
O-FL 03	Streckenaufnahme durch Low-Cost Carrier	Durch die Aufnahme der LCC-Flüge erhöht sich die Nachfrage nach weiteren Parkflächen und damit die Wirtschaftlichkeit eines Parkhauses.

4.4 Risiken (Threats)

Bereich und Kennung	Risiko	Erläuterung/ Bemerkung
Risiken Luftverkehr		
T-LV 01	Verlust des Winterdrehkreuzes Nürnberg	Im Zuge der veränderten Unternehmensstrategie von Air Berlin geht das Winterdrehkreuz in Nürnberg verloren. Damit können einige Urlaubsdestinationen mit geringer Originärnachfrage ab Nürnberg nicht mehr angeboten werden und das Umsteigervolumen in Nürnberg geht zurück.
T-LV 02	Unternehmens-strategie von Fluggesellschaften führt zu Streichungen	Air Berlin fokussiert auf die Entwicklung von Berlin und Düsseldorf als Drehkreuz und wird auch Wien stärker fördern. Dies geht zu Lasten von Nürnberg, wo Destinationen gestrichen werden.
T-LV 03	Größere Fluggeräte erschweren die Streckenentwicklung von Regionalflughäfen	Die größeren Netzwerkfluggesellschaften ersetzen das kleine Fluggerät durch mindestens 90-sitzige Flugzeuge. Dies hat zur Folge, dass aufkommens-schwächere Destinationen ab Regionalflughäfen (wie Nürnberg) eingestellt und/ oder nicht mehr entwickelt werden. Darüber hinaus führen Frequenz-anpassungen zu Attraktivitätsverlusten und damit zu einer Abwanderung von Reisenden zu größeren Flughäfen.
T-LV 04	Marktaustritte im Rahmen der Konsolidierung	Die Konsolidierung im Luftverkehr schreitet voran. In den nächsten Jahren ist mit dem Konkurs weiterer, etablierter Fluggesellschaften zu rechnen. Dies verringert die Basis der potentiellen Geschäftspartner einerseits und reduziert den Wettbewerbsdruck andererseits. Bei einem Marktaustritt von der in Nürnberg dominanten Fluggesellschaft Air Berlin kann nicht mit der Übernahme ihres heutigen Flugangebotes durch Wettbewerber ausgegangen werden.
T-LV 05	Kostenentwicklung im Luftverkehr	Kann eine Erhöhung der Produktionskosten im Luftverkehr nicht durch eine Produktivitätssteigerung kompensiert werden, so ist mit einer Konzentration des Flugangebotes auf große Flughäfen zu rechnen.

T-LV 06	Marktkonsolidierung verringert Anzahl der Geschäftspartner	Durch die Marktkonsolidierung verbleiben weniger unabhängige Regionalfluggesellschaften als Geschäftspartner. Gleichzeitig gibt es hierdurch auch eine geringere Masse an kleineren Fluggeräten, die zur Entwicklung von Märkten im Geschäftsreisebereich ab Regionalflughäfen geeignet sind
Risiken Non Aviation		
T-NA 01	Bauliche Separierung für Low Cost Airlines	Könnte dazu führen, dass die Non Aviation Angebote nicht mehr von allen Fluggästen des Flughafens einheitlich wahrgenommen werden können.
T-NA 02	Weiterer Rückgang der Passagierzahlen	Ginge einher mit einem weiteren Attraktivitätsverlust für die Flächenvermarktung.
T-NA 03	Attraktivitätsverlust der landseitigen Angebote	Erreicht zum Beispiel das Terminal 90 mittelfristig nicht die gesteckten Erlösziele wäre eine Nachvermietung aller Voraussicht nach nur sehr schwer darstellbar.
Risiken Tourismus		
T-TR 01	Fokus des touristischen Angebots ist nicht flugreiseaffin	Das touristische Angebot in der Metropolregion Nürnberg fokussiert hauptsächlich die Befriedigung PKW-, Bus- und Bahnanreisender (Pauschalreisen, Busreisen, Tagesausflüge, Städtereisen).
T-TR 02	Konkurrenz Kongress- und Veranstaltungs-markt	Während hochausgelasteter Kongress- oder Messezeiten wirkt sich die hohe Auslastung der Hotelkapazitäten negativ auf die Wahrnehmbarkeit touristischer Angebote aus (hohe Übernachtungskosten, fehlende Zimmerverfügbarkeit).

Risiken Kongress- und Veranstaltungsmarkt		
T-KV 01	Fehlendes Kapazitätsangebot im Bereich Kongress- und Veranstaltungsstätten	Insbesondere im Größensegment 501 bis 1.000 Personen ist die Angebotssituation in Nürnberg mangelhaft. Dies führt zu einer hohen Quote von Absagen aus Termin- und Kapazitätsgründen. Es besteht das Risiko, dass Veranstalter hierdurch dauerhaft abwandern und somit auch Incoming-Fluggäste abwandern.
Risiken Verkehrliche Rahmenbedingungen		
T-VR 01	Verlust von Marktanteilen des Flughafens Nürnberg durch Verbesserung der Erreichbarkeit benachbarter Flughäfen	Die wesentlichen Wettbewerber des Nürnberger Flughafens sind die Flughäfen Frankfurt und München. Wird die Erreichbarkeit dieser Flughäfen durch infrastrukturelle Projekte und / oder Verbesserungen des Fahrplanangebotes öffentlicher Verkehrsmittel verbessert, besitzen sie einen relativen Wettbewerbsvorteil gegenüber dem Flughafen Nürnberg.
T-VR 02	Schienenanbindung Flughafen München	Mit dem Bau der Neufahrner Kurve erlaubt die vorhandene Bahnstrecke Landshut-München eine umsteigefreie Schienenanbindung aus Nordostbayern an den Münchner Flughafen. Dies erhöht den Wettbewerbsdruck auf Nürnberg.
T-VR 03	Geringe Erreichbarkeit bei Blockade der Flughafenstraße	Die Flughafenstraße ist die einzige Straße zum und vom Flughafen Nürnberg. Sie hat je Richtung eine Spur. In Fall von (schweren) Unfällen ist die Straße temporär blockiert und der Flughafen nicht erreichbar.
Risiken Entwicklung des landseitigen Flughafenareals		
T-FL 01	Weiterer Rückgang der Passagierzahlen	Ein weiterer Rückgang der Passagierzahlen in Nürnberg würde die Nachfrage von Seiten möglicher Investoren weiter reduzieren und die erzielbaren Erträge bei der Vermietung oder den Verkauf der Flächen verringern. Die Nachfrage nach weiteren Parkflächen würde sich ebenfalls entsprechend reduzieren.

5. HANDLUNGSMAßNAHMEN

5.1 Vorgehensweise

Auf Basis der zuvor durchgeführten SWOT-Analyse werden zunächst die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken definiert und diskutiert, welche als gegebene äußere Rahmenbedingungen anzusehen sind und für welche somit eine Ableitung einer hieraus identifizierbaren Maßnahme nicht sinnvoll darstellbar ist.

Für alle verbleibenden SWOT-Themen werden nun Maßnahmen formuliert und mittels einem einheitlich strukturierten Maßnahmenblatt erläutert und detailliert beschrieben. Neben der Bezeichnung und Beschreibung der Maßnahme erfolgen eine Formulierung des durch diese Maßnahme bezweckten Ziels sowie eine Abschätzung hinsichtlich der erwarteten Wirkung der Maßnahme für den Flughafen Nürnberg bzw. für andere Interessenträger. Andere Interessenträger können andere Wirtschaftsbereiche (z.B. Tourismus, Tagungs- und Kongressmarkt), die Stadt Nürnberg oder auch die Allgemeinheit (im Sinne volkswirtschaftlicher Bedeutung) sein. Zudem werden, sofern möglich, Einschätzungen zum nötigen Aufwand, zum Zeithorizont für die Maßnahmenumsetzung und -planung und zu den nach Ansicht der Berater verantwortlichen Maßnahmenträgern vorgenommen.

Sowohl Aussagen zur Wirkung der Maßnahme als auch die Einschätzungen zu den Aufwänden können in der Regel nur qualitativ erfolgen. Sofern aufgrund der Datenverfügbarkeit möglich, werden im Einzelfall quantitative Abschätzungen vorgenommen.

Bei der Ableitung von Handlungsmaßnahmen auf Basis der durchgeführten SWOT-Analyse können dabei mehrere Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken zu einer Handlungsmaßnahme führen. Gleichfalls kann im Einzelfall eine Stärke, Schwäche oder eine Chance bzw. ein Risiko zu mehr als einer Maßnahme führen.

Die 20 identifizierten Handlungsmaßnahmen sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

Tabelle 34: Zusammenfassende Übersicht Handlungsmaßnahmen

Maß-nahme Nr.	SWOT-Bezug	Handlungsmaßnahme
Luftverkehr		
01	W-LV-02	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand
02	W-LV 03, W-LV 04, W-LV 05, W-LV 06, O LV-01, O-LV 03, O-LV 04, O-LV 05	Airline-Akquise
03	S-LV 06, W-LV 08, O-FL 01	Frachtkapazitäten erhöhen
Non-Aviation		
04	O-NA 04; W-NA 01, W-NA 02	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich
05	W-NA 01	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite
06	W-NA 01	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt
07	O- NA 02; O-NA 03; W-NA 03, W-NA 05	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“
08	W-NA 04	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes
09	O-NA 01	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)
10	S-LV 03, S-VR 01, S-VR 02, O-LV 04, O-NA 02, O-ÖR 01	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials
Verkehrliche Anbindung		
11	W-VR 01, O-VR 01	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg
12	O-VR 02	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch gemeinsame Intensivierung der Marketingmaßnahmen aller Beteiligten
13	S-VR 03, T-VR 03	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3
14	S-VR 03, T-VR 03	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg
Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus		
15	O-KV 01, O-KV 02, O-KV 03, O-FL 02, T-KV 01	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg
16	O-TR 03, T-TR 01	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln
17	W-TR 01, W-TR 02, W-TR 03, O-TR 04	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben
18	W-TR 03, T-TR 01	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“
Entwicklung des landseitigen Flughafenareals		
19	W-FL 01, W-FL 03, O-FL 01	Engere Kooperation mit der Stadt Nürnberg, Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)
20	S-FL 01, S-FL 02, S-FL 03, W-FL 02	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Alle identifizierten Handlungsmaßnahmen werden in einem nachgelagerten Kapitel innerhalb ihres Themenbereichs priorisiert. Die Themenbereiche sind:

- Luftverkehr,
- Non-Aviation,
- Verkehrliche Anbindung,
- Kongress- und Veranstaltungsmarkt und Tourismus, sowie
- Entwicklung des landseitigen Flughafenareals.

Die Priorisierung innerhalb eines Themenbereichs erfolgt durch einen paarweisen Vergleich. Bewertungskriterium ist hierbei die durch den Berater erfolgende Einschätzung, welche Maßnahme in Bezug auf

- eine potentielle Ergebnisverbesserung für FNG,
- einen geringen Investitionsbedarf (für FNG und Dritte)
- die Kurzfristigkeit der Wirkung

die wichtigere Maßnahme ist, um

- die größtmögliche Ergebnisverbesserung für FNG,
- bei geringstmöglichem Investitionsbedarf,
- in kürzest möglicher Zeit

erzielen zu können.

Zur Bildung einer Rangreihung der bewerteten Maßnahmen je Themenfeld wurde durch die Berater ein Gewichtungsfaktor für jedes der drei Kriterien festgelegt. Folgende Gewichtung der drei Bewertungskriterien wird verwendet:

- Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG: 50%
- Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte) 20%
- Kurzfristigkeit der Wirkung 30%

Die potentielle Ergebnisverbesserung für FNG hat hierbei den höchsten Gewichtungsfaktor, da die Identifikation ergebniswirksamer Handlungsmaßnahmen zur unternehmerischen Stabilisierung des Flughafens Nürnberg Kernziel dieses Entwicklungskonzepts ist. Ebenso von Bedeutung ist die möglichst rasche Wirkung dieser identifizierten Maßnahmen, weswegen das Kriterium der Kurzfristigkeit mit dem Gewichtungsfaktor 0,3 versehen wurde. Das Kriterium des Investitionsbedarfs erhält den Gewichtungsfaktor 0,2, da hohe Investitionsbedarfe ein Hemmnis zur Maßnahmenumsetzung darstellen können.

Die Summe der gewichteten Bewertungen des paarweisen Vergleichs ergibt dann die Rangfolge der Maßnahmen je Themengebiet. Die Rangreihung der Maßnahmen besagt dabei nicht, ob eine Maßnahme nutzbringend ist. Dies wird für sämtliche vorgeschlagene Maßnahmen unterstellt. Die Rangreihung stellt lediglich dar, welche Maßnahmen die Ziele dieser Studie durch die Erfüllung der o.g. Kriterien im Vergleich zu den anderen Maßnahmen des gleichen Themenbereichs in größerem Maße erfüllen.

Die Bildung einer Gesamtrangreihung über alle Themenbereiche hinweg erfolgt nicht. Aufgrund der Unterschiedlichkeit der empfohlenen Handlungsmaßnahmen über die verschiedenen Themenbereiche hinweg erschwert deren Vergleichbarkeit untereinander, auch hinsichtlich einer belastbaren Priorisierung. Zudem adressieren die Maßnahmen unterschiedlicher Themenbereiche zum Großteil unterschiedliche Maßnahmenträger und Akteure. Im Sinne einer möglichst weitgefächerten Verteilung der Anstrengungen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg sollten daher alle Akteure auch möglichst parallel an der Umsetzung der sie betreffenden Maßnahmen arbeiten.

In einem letzten Schritt werden die Handlungsmaßnahmen in Form eines Zeitablaufplans dargestellt, der auf Basis der Einschätzung des Zeithorizonts zur Umsetzung der Handlungsmaßnahmen aufgestellt wird. Dieser Ablaufplan dient einer Orientierung hinsichtlich der zeitlichen Einordnung des möglichen Beginns und der erwarteten Zeitspanne empfohlener Maßnahmen und ist lediglich als Empfehlung zu betrachten.

5.2 Entwicklung der Maßnahmen

5.2.1 Luftverkehr

5.2.1.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs

Im Rahmen der SWOT-Analyse wurden für den Bereich Luftverkehr insgesamt 25 Themen identifiziert, die sich teilweise überlappen jedoch für sich genommen nennenswert sind. Nicht allen dieser Themen muss oder kann mit einer Maßnahme begegnet werden, da diese einerseits weiterhin beizubehalten oder andererseits durch äußere, nicht beeinflussbare Rahmenbedingungen hinzunehmen sind. Des Weiteren ist eine Konzentration auf die wesentlichen Themen sinnvoll, um die vorhandenen Kräfte nicht zu zersplittern und ein zielgerichtetes Vorgehen bei der Entwicklung des Flughafenstandortes Nürnberg zu gewährleisten.

Zu den Themen, die beizubehalten und im Rahmen der bestehenden Aktivitäten weiter zu intensivieren oder gar auszubauen sind, gehören alle ausgewiesenen Stärken. Anzusprechen ist hier das gute sozioökonomische Umfeld des Flughafens (S-LV 01) mit einigen weltweit bekannten Unternehmen und einer hohen Beschäftigung sowie dem aus gutem Wirtschaftsumfeld bzw. hohem Einkommensniveau resultierenden Mobilitätsgrad. Es ist selbstverständlich, dass die Region sowie die Städte ihr Standortmarketing weiter betreiben und zielgerichtet intensivieren, um einerseits neue Unternehmen anzusiedeln und einen Bevölkerungszuzug zu generieren. In den Vordergrund zu stellen sind auch die zahlreichen touristischen Attraktionen der Region (O-LV 02) die ein positives Lebensumfeld aufzeigen und zu erhalten oder nach Möglichkeit auszubauen sind. Darüber hinaus ist auch deren zielgerichtete Nutzung für die Entwicklung des Inbound-Tourismus zu verstärken.

Die vorhandenen Stärken aus dem Themenbereich Destinationen betreffen die Flugverbindungen ab Nürnberg zu mehreren europäischen Drehkreuzen (S-LV 03) sowie das umfangreiche Destinationsportfolio der Outbound-Touristik (S-LV 04). Beide sichern die Mobilitätsbedürfnisse der Wirtschaft und der Bevölkerung zu einem guten Teil. Die Drehkreuzanbindungen sichern neben dem Zugang zu diesen Metropolregionen auch den Zugang zu weiteren europäischen sowie interkontinentalen Märkten. Daneben verfügt der Flughafen Nürnberg über ein für seine Größe recht umfangreiches Destinationsportfolio im Bereich des Urlaubsflugverkehrs, was den Bekanntheitsgrad des Flughafens in der Region stärkt und auf breiter Ebene die Mobilitätsbedürfnisse von Privatreisenden bedient. Das Destinationsportfolio ist trotz des Entfalls des Air Berlin Drehkreuzes weiterhin zu pflegen und zu erhalten, wobei sicherlich einige Ziele austauschbar sind. Die noch vorhandenen Hub-Verbindungen müssen bestehen bleiben. Auch wenn eine Akquise neuer Destinationen sie ggf. schwächt, sind sie jedoch für die Anbindung der Region an die Welt unabdingbar, denn sie erhöhen die Attraktivität des Flughafens und binden damit Passagiere.

Der zuvor genannte Themenbereich der Destinationen führt zum nächsten Thema – der Erreichbarkeit (S-LV 05). Die bestehende gute Erreichbarkeit der Regionen im Einzugsbereich des Flughafens Nürnberg ist für sie ein wichtiger Standortvorteil, den

es zu erhalten gilt. Sie resultiert jedoch auch in Teilen aus der Destinationsvielfalt sowie Bedienungsintensität der konkurrierenden Standorte Frankfurt und München, die außerhalb der lokalen Einflusshemisphäre liegen. Für eine weitere spürbare Verbesserung der Erreichbarkeit trägt jedoch der Ausbau des Flugangebotes in Nürnberg bei. Auf die entsprechende Handlungsempfehlung der Akquise wird später eingegangen.

Ein anderer Themenbereich, der zu erhalten und im Rahmen der Akquisitionsarbeit verstärkt zu vermarkten ist, betrifft den Flughafen. Die Restriktionsfreiheit der Infrastruktur (S-LV 02) ermöglicht einem breiten Spektrum des Luftverkehrs eine flexible Nutzung des Flughafens. Engpässe bei Slots oder der Abfertigung sind nicht vorhanden, so dass seitens des Flughafens Nürnberg keine Behinderung bei der Flugplanung existiert.

Die geographische Lage des Flughafens Nürnberg zwischen den zwei größten Flughäfen Deutschlands zählt zu den nicht beeinflussbaren Themen. Zudem sind die beiden Konkurrenzflughäfen Frankfurt und München auch Drehkreuze und Heimatbasis der größten deutschen Netzwerkfluggesellschaft Lufthansa. Die Lage suggeriert Fluggesellschaften ein vermeintliches Schattendasein von Nürnberg und erschwert die Akquise erheblich, denn Fluggesellschaften blicken zuerst auf die großen Märkte und damit implizit auf die großen Flughäfen, um ihre Flugzeuge zu füllen. Aus diesem Blickwinkel heraus ist die Konkurrenzsituation von Nürnberg mit den Flughäfen Frankfurt, München und Stuttgart (W-LV 01) exogen gegeben und nicht auflösbar. Die Akquisition neuer Destinationen und eine weitere Differenzierung der Fluggesellschaften am Flughafen schafft hier ein Gegengewicht und stärkt den Standort Nürnberg, da er konkurrenzfähiger sowie attraktiver wird.

Ein weiteres kaum zu beeinflussendes Thema ist die vorrangige Annullierung von Kurzstrecken- gegenüber Langstreckenflügen (W-LV 07) bei Betriebsunregelmäßigkeiten an den Flughäfen Frankfurt und München, die Nürnbergs wichtigste Drehkreuzanbindungen immer wieder zu verkraften haben. Diese betriebliche Entscheidung der Luftfahrtgesellschaft ist für den Reisenden von oder nach Nürnberg jedoch inakzeptabel. Ein Passagier der seinen Anschlussflug und / oder Termin aufgrund einer Annullierung verpasst, wird zukünftig dieses Risiko in seiner Routen- und Verkehrsmittelwahl nicht unbedingt zum Vorteil des Flughafens Nürnberg berücksichtigen. Die Geschäftsführung des Flughafens Nürnberg kann lediglich diesen Umstand aufarbeiten und fundiert der Fluggesellschaft darlegen, um langfristig deren Entscheidungsgrundlagen zu beeinflussen, wobei die Erfolgschancen dieser Aktivität als gering zu beurteilen sind.

Ein weiterer unbeeinflussbarer Themenschwerpunkt resultiert aus dem Bereich der Fluggesellschaften. Viele Unternehmen befinden sich in einem Umbruch, der sich auch in einer neuen Unternehmensstrategie äußert. Ein Resultat des Strategiewandels von Fluggesellschaften sind Flugstreichungen (T-LV 02). So fokussiert nunmehr die in Nürnberg am stärksten vertretene Air Berlin auf die Entwicklung der Flughafenstandorte Berlin und Düsseldorf als Drehkreuze und fördert auch Wien in stärkerem Maße, was Nürnberg durch die Streichung von Destinationen zu spüren bekommt. In diesem Zuge wird auch das Winterdrehkreuz von Air Berlin in Nürnberg entfallen (T-LV 01). Damit können einige Urlaubsdestinationen mit geringer Originärnachfrage ab Nürnberg nicht mehr angeboten werden und das

Umsteigervolumen in Nürnberg geht merklich zurück. Die Veränderungen in der Unternehmensstrategie von den privatwirtschaftlich agierenden Fluggesellschaften sind von durchschlagender Bedeutung und von prinzipieller Natur, so dass auch ein Entgegenkommen des Flughafens Nürnberg im Rahmen seiner Leistungsmöglichkeiten nur einen nachrangigen Einfluss auf strategische Entscheidungen hat.

Die letzte Themengruppe der nicht beeinflussbaren Faktoren betrifft die Produktivitätssteigerung und Marktkonsolidierung. Die Kostenentwicklung im Luftverkehr (T-LV 05) wird einerseits vorangetrieben von Steigerungen in vielen Bereichen, wobei die deutsche Luftverkehrsabgabe (ab 2011) und die Einbeziehung in den Emissionshandel (ab 2012) zusätzlich eine intra-modal wettbewerbsverzerrende Komponente enthalten, und andererseits restringiert durch erfolgreiche Geschäftsmodelle im Low-Cost Bereich, die erhebliche Marktanteile gewinnen konnten, wenngleich dies teilweise auch mit Unterstützung öffentlicher regionaler Einrichtungen erfolgt. Darüber hinaus sind Subventionen für sich nicht selbst tragende Flughäfen kritisch zu beurteilen, da deren nicht kostendeckende Gebührenstruktur den Wettbewerb zwischen Flughäfen verzerren. Unter den gegebenen Wettbewerbsbedingungen führt dies bei den Fluggesellschaften, die die Erhöhung der Produktionskosten im Luftverkehr nicht durch eine Produktivitätssteigerung kompensieren können, zu einer Konzentration des Flugangebotes auf große Flughäfen.

In diesem Rahmen ersetzten größere Netzwerkfluggesellschaften bereits das kleine Fluggerät durch mindestens 90-sitzige Flugzeuge. Dies hat zur Folge, dass aufkommensschwächere Strecken jenseits der großen Drehkreuze (in den letzten drei Jahren in Nürnberg die Routen nach Brüssel, Kopenhagen und Mailand) eingestellt oder nicht weiter entwickelt werden. Darüber hinaus führen Frequenzanpassungen zu Attraktivitätsverlusten und damit zu einer Abwanderung von Reisenden zu größeren Flughäfen. Insgesamt erschwert der Trend zu größeren Flugzeugen die Streckenentwicklung am Flughafen Nürnberg (T-LV 03).

Es ist auch zu erwarten, dass einige Fluggesellschaften keine ausreichende Produktivitätssteigerung erreichen um wettbewerbsfähig am Markt agieren zu können, in Konsequenz daraus also den Betrieb einstellen oder durch Wettbewerber übernommen werden (T-LV 04). Damit verringert sich auch die Anzahl möglicher Geschäftspartner für den Flughafen Nürnberg (T-LV 06) und gleichzeitig reduziert dies den Wettbewerbsdruck der Fluggesellschaften untereinander. Darüber hinaus verringert sich hierdurch die Zahl der eingesetzten kleineren Flugzeuge, die zur Entwicklung von Märkten im Geschäftsreisebereich ab Regionalflughäfen besonders geeignet sind.[64] Insgesamt verschlechtert sich die Position des Flughafens bei der Akquise, ohne dass er dies verhindern kann. Im Falle eines Marktaustrittes der in Nürnberg dominanten Fluggesellschaft Air Berlin kann nicht mit der Übernahme ihres heutigen Flugangebotes durch Wettbewerber ausgegangen werden.

Die folgende Tabelle listet die identifizierten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Bereichs Luftverkehr auf, welche als gegebene äußere

[64] Vgl. Prologis AG, 2013

Rahmenbedingungen anzusehen sind und für welche somit eine Ableitung einer hieraus identifizierbaren Maßnahme nicht sinnvoll darstellbar ist.

Tabelle 35: Exogene SWOT Themen – Bereich Luftverkehr

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
S-LV 01	Gutes sozioökonomisches Umfeld
S-LV 02	Keine Nutzungsrestriktionen der Flughafeninfrastruktur
S-LV 03	Destinationsportfolio Hubs: Gute Flugverbindungen zu mehreren europäischen Drehscheiben
S-LV 04	Umfangreiches Destinationsportfolio Touristik vorhanden
S-LV 05	Gute Erreichbarkeit der Region im Einzugsbereich des Flughafens
W-LV 01	Konkurrenzsituation mit Frankfurt, München und Stuttgart
W-LV 07	Annullierung von Kurzstreckenflügen
O-LV 02	Destinationsportfolio Touristik bietet Potentiale
T-LV 01	Verlust des Winterdrehkreuzes Nürnberg
T-LV 02	Unternehmensstrategie von Fluggesellschaften führt zu Streichungen
T-LV 03	Größere Fluggeräte erschweren die Streckenentwicklung von Regionalflughäfen
T-LV 04	Marktaustritte im Rahmen der Konsolidierung
T-LV 05	Kostenentwicklung im Luftverkehr
T-LV 06	Marktkonsolidierung verringert Anzahl der Geschäftspartner

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.2.1.2. Empfohlene Maßnahmen

Im Rahmen der SWOT Analyse wurden die unterschiedlichsten Themen aufgegriffen, die Handlungsbedarf in unterschiedlicher Dringlichkeit erfordern. Die nachfolgenden Themenbereiche sind von wesentlicher Bedeutung für die Entwicklung des Standortes Nürnberg und resultieren daher in einem Maßnahmenvorschlag, wobei überlappende Themen oder Themen die in der gleichen Maßnahme münden zusammengefasst wurden.

Expliziten Handlungsbedarf sehen die Berater bei drei Themen aus dem Bereich des Luftverkehrs. Das erste Thema betrifft den Einzugsbereich, das zweite die Akquisitionstätigkeit und das dritte den Bereich Infrastrukturinvestitionen.

Während der erste und dritte Punkt auf jeweils ein Thema der SWOT-Analyse zurückgehen, basiert der zweite Punkt auf einer Vielzahl von Themen, die sich aus Schwächen und Chancen ableiten. Die nachfolgenden Tabellen greifen in systematisierter Struktur diese Themen auf und stellen die Handlungsmaßnahmen vor.

Als dringend aufrechtzuerhaltende Stärke zählt die 24 Std. Betriebszeit (S-LV 06) des Flughafens, was diesen als Landepunkt im Rahmen der Optimierung der Flugzeugumläufe interessant macht, um eine maximale Wirtschaftlichkeit (Einsatzdauer) des Fluggerätes zu erreichen. Unter den gegebenen Restriktionen in Frankfurt und München wäre die Bedienung von Destinationen in Nürnberg am Tagesrand realisierbar, bevor das Fluggerät ungenutzt an den zuvor genannten restringierten Standorten über Nacht geparkt werden muss.

Zudem wurde ein SWOT-Thema aus dem Bereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals aufgegriffen, welches die Flächennachfragesituation im Luftfrachtsegment aufgreift (O-FL 01).

Tabelle 36: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Luftverkehr

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
S-LV 06	24h Operation als "unique selling point"
W-LV 02	Randlage aufkommensstarker Regionen
W-LV 03	Lückenhaftes Destinationsportfolio
W-LV 04	Destinationsportfolio Touristik in einigen Regionen lückenhaft
W-LV 05	Allianzen und Drehkreuzanbindung
W-LV 06	Geringe Marktdifferenzierung
W-LV 08	Begrenzte Frachtkapazitäten
O-LV 01	Gute regionale Mobilitätsnachfrage
O-LV 03	Destinationswiederbelebung
O-LV 04	Zunahme von Direktverkehren
O-LV 05	Regionalfluggesellschaften zur Entwicklung kleinerer Märkte
O-FL 01	Flächennachfrage im Bereich Luftfracht

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

In den folgenden Tabellen werden die identifizierten Maßnahmen für den Bereich Luftverkehr dargestellt und erläutert.

Tabelle 37: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Luftverkehr

Bereich	**Luftverkehr**	**Maßnahme Nr. 01**
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	W-LV-02	
Handlungs-maßnahme (Kurzbezeichnung)	**Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand**	
Erläuterung	Neben der intensiven Ansprache von Konsumenten im Kerneinzugsgebiet ist auch die Nachfrage aus aufkommensstarken Regionen am Rande des Nürnberger Einzugsgebietes für ausgewählte Strecken zu stimulieren. Statt ungerichteter Flächenwerbung sollte der Fokus dabei auf zielgruppenspezifischer Werbung für Märkte liegen, die ab Frankfurt bzw. München nicht übermächtig oder nur lückenhaft bedient werden (ausgewählte Urlaubsziele (Samos, Cagliari, Porto) und mögliche neue Ziele des ethnischen Verkehrs (Türkei)). Hauptziel der Werbemaßnahmen muss jedoch das Kerneinzugsgebiet bleiben, denn hier muss der Reisende zuerst an Nürnberg als Abflughafen denken, bevor andere Standorte in Betracht gezogen werden. Eine Identifizierung mit dem Flughafen („Wir-Gefühl“) ist durch eine auf die Region zugeschnittene Werbestrategie zu erreichen. Vermehrte direkte Ansprache und kontinuierlicher Kontakt zur Wirtschaft durch den Flughafen, um einerseits aktuelle Flugangebote bei den Reisestellen zu lancieren und das Buchungsverhalten zu Gunsten des Airports Nürnberg zu beeinflussen sowie andererseits die Wünsche der Wirtschaft aufzunehmen (z.B. Destinationen, Abfertigung, Flughafenzugang) und sich kooperativ Lösungsmöglichkeiten (z.B. Flugzeiten, Codeshare, Service) zu erschließen. Dies ist zu unterstützen durch die IHK und Handwerkskammer aus dem gesamten Einzugsgebiet indem sich die Verbände klar pro Airport Nürnberg positionieren und den Flughafen in ihren Print- und Onlinemedien prägnant präsentieren. Auf Touristik- und Wirtschaftsmessen im In- und Ausland auf der sich die Region oder Stadt Nürnberg präsentieren ist der Flughafen werbetechnisch mit einzubeziehen, um die Erreichbarkeit zu verdeutlichen. Auf den von der Region und Stadt betriebenen Onlinemedien ist eine Verknüpfung („links“) zum Airport Nürnberg an prädestinierter Stelle mit prägnanter thematisch passender Information anzubringen. Frühzeitige Information und Einbindung des Airport Nürnberg in	

	Auslandsaktivitäten des Landes. Die Anbahnung neuer Destinationen kann in manchen Ländern über ministeriale Gespräche lanciert werden.
Ziel	Ausschöpfung des Marktpotentials.
Wirkung (für den Flughafen)	• Steigerung des Fluggastaufkommens • Bekanntheitsgrad erhöhen • Mehr Passagiere führen zu einer höheren Attraktivität für Fluggesellschaften und einem Ausbau der Flugangebote
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Überregionale Akzeptanz des Flughafens als Tor der Metropolregion • Steigerung der Außendarstellung • Indirekte ökonomische Effekte • Mehr Flugangebote erhöhen die Erreichbarkeit der Region
Aufwand	• Werbung in starken regionalen Medien (Print, Radio) sowie flankierend Onlinemedien • Verstärkte direkte Werbemaßnahmen / Erweiterte Verkaufsunterstützung bei Reisebüros
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	Ab II/2013, fortlaufend Permanente Werbe- und Akquisitionsmaßnahmen für Zielgruppen, punktuelle Intensivierung bei Einführung neuer Routen
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Airport Nürnberg, in Zusammenarbeit mit Fluggesellschaften und Reiseveranstaltern **Unterstützend:** • Bei Touristik- und Wirtschaftsmessen im In- und Ausland auf der die Stadt/Region/Tourismusbehörde vertreten sind, muss der Airport Nürnberg eingebunden sowie in den Print- und Onlinemedien prägnant platziert werden • IHK und Handelskammern im gesamten Einzugsgebiet müssen sich für den Airport Nürnberg kontinuierlich aussprechen sowie diesen in den Print- und Onlinemedien prägnant platzieren • Information über und Einladung zur Teilnahme an Wirtschaftsdelegationen durch das Land

Bereich	Luftverkehr	Maßnahme Nr. 02
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	W-LV 03, W-LV 04, W-LV 05, W-LV 06, O LV-01, O-LV 03, O-LV 04, O-LV 05	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Airline-Akquise**	
Erläuterung	Die sich ergebenden Chancen aus der hohen Mobilitätsnachfrage in der Metropolregion Nürnberg sind vom Flughafen durch die Akquise neuer Destinationen, aber insbesondere durch die zeitnahe Wiederbesetzung von ehemaligen Air Berlin-Strecken zu nutzen. Dabei hilft eine Differenzierung der Fluggesellschaften, Abhängigkeiten zu verringern und Risiken zu reduzieren. In diesem Kontext bieten auch die sich verändernden Strategien etablierter Fluggesellschaften (z.B. HOP!, Germanwings, Vueling) Ansatzpunkte, erlauben diese doch zukünftig mehr Direktverkehre, was den Standort Nürnberg als Destination ins Blickfeld rückt. Auch die Veränderungen bei Air Berlin im Hinblick auf die Wandlung des Palma-Drehkreuzes zu einem höher frequent bedienten Endziel eröffnen Potentiale für direkte Verbindungen zum spanischen Festland. Hinzu kommt, dass auch die bekannten Low Cost-Fluggesellschaften vermehrt größere Flughäfen nutzen, was deren Einbindung in das Nürnberger Portfolio erleichtert. Für ausgewählte Strecken mit hohem Geschäftsreisendenanteil ist die Ansprache von unabhängigen Regionalfluggesellschaften sinnvoll, die über zum jeweiligen Aufkommenspotential passende Fluggeräte verfügen. Insgesamt sind Angebotslücken zu identifizieren und konsequent durch Akquise zu schließen. Dies betrifft Drehkreuzanbindungen wie auch Punkt-zu-Punkt-Verkehre und Strecken des Urlaubsverkehrs. Hierzu ist eine eigenständige Potentialanalyse durchgeführt worden, die ein Destinationsportfolio mit zugehörigen technischen Details ausweist. Die Akquisition und Umsetzung der im „SONAR Report“ vorgeschlagenen Routen ist daher vordringlich vorzunehmen. Bei der Akquisition sind die Stärken der engpassfreien Infrastruktur sowie der 24h-Betriebserlaubnis hervorzuheben, um die Flexibilität des Flughafens zu demonstrieren und den Fluggesellschaften den maximalen Freiheitsgrad bei der Umlaufplanung aufzuzeigen.	
Ziel	Akquisition von Flugangeboten durch die Attraktion von Regional-, Low Cost – und Netzwerkfluggesellschaften. Schließen von Destinationslücken und zeitnahe Vermarktung von Air Berlin aufgegebener Strecken mit ausreichendem Potential aus dem Einzugsgebiet.	
Wirkung (für den Flughafen)	• Steigerung des Passagieraufkommens • Umsatzerhöhung im Aviation und Non-Aviation Bereich	

	• Erhöhung der Attraktivität des Flughafens durch Ausweitung des Destinationsportfolios
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Steigerung der Erreichbarkeit der Region • Erhöhung der Attraktivität als Wirtschaftsstandort • Mehr Beschäftigte, höhere Umsätze und Steuereinnahmen
Aufwand	• Verstärktes Marketing des Flughafens; Intensivierung der Direktkontakte mit Fluggesellschaften • Weitere Nutzung ggf. Erweiterung der bisher besuchten einschlägigen Fachmessen und Konferenzen (e.g. Routes Mai/Oktober, Slot Conference Juni/November) • Unterstützendes Marketing der Region/Stadt und der Wirtschaft sowie deren Vertretungen
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	Seit IV/2012, fortlaufend Es laufen bereits Akquise-Aktionen beim Flughafen seit IV/2012 für die prioritär eingeordneten Routen; mit der Akquise der als nachrangig eingeordneten Routen ist ab IV/2013 zu beginnen; permanente Tätigkeit, intensive Kundenpflege
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Airport Nürnberg in erster Linie für die Airline-Akquise **Unterstützend:** • Bei Konferenzen (z.B. „Routes“) ist eine Zusammenarbeit von Region und Flughafen sinnvoll mit Sponsoring durch Unternehmen aus der Metropolregion

Bereich	Luftverkehr	Maßnahme Nr. 03
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	S-LV 06, W-LV 08, O-FL 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Frachtkapazitäten erhöhen**	
Erläuterung	Die limitierten Kapazitäten im Frachtbereich für potenzielle Frachtkunden, z.B. Speditionen oder Integratoren, begrenzen die Attraktivität des Standortes für den Frachtverkehr. Dem kann durch eine Investition in zusätzliche zu bauende Luftfracht- und Umschlagskapazitäten begegnet werden, die entweder durch den Flughafen alleine oder in Kooperation mit einem Immobilieninvestor oder einem Luftfrachtkunden (ggf. Spediteur oder Integrator) umgesetzt werden könnten. Die 24h Betriebserlaubnis des Flughafens ist eine in der Bundesrepublik nicht allerorts vorhandene Stärke, die NUE von anderen Flughäfen abhebt.	
Ziel	Ausbau des Luftfrachtbereiches	
Wirkung (für den Flughafen)	• Erhöhung des Cargo-Aufkommens und des Trucking-Verkehrs, Einnahmesteigerungen im Frachtbereich • Sicherung des Frachtstandorts durch Beseitigung des Wachstumsengpasses • Höhere Attraktivität des Beiladeverkehr auf ausgewählten Strecken des Passagierverkehrs	
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Indirekte ökonomische Effekte und Steigerung der Attraktivität als Wirtschaftsstandort • Akzeptanzprobleme bei Anwohnern zu erwarten	
Aufwand	• Ermittlung des Kapazitätsumfangs in Kooperation mit dem interessierten Schlüsselkunden ggf. auch mit Investoren • Investition in landseitige Infrastruktur	
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	ab IV/2013 Planung sowie Suche/ Gespräche mit einem Kooperationspartner I/2015 bis IV/2020 Umsetzung	

Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg, eventuell in Kooperation mit einem Schlüsselkunden oder Investor **Unterstützend:** • Stadt Nürnberg, Freistaat Bayern (bei Standort- und Planungsfragen sowie der Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF))

5.2.1.3. Priorisierung der Maßnahmen

Hinsichtlich einer Priorisierung der oben beschriebenen Maßnahmen wurde die Maßnahme Airline-Akquise (Maßnahme Nr. 02) als am wirksamsten hinsichtlich eines Beitrags zur Ergebnisverbesserung für FNG bewertet. Die Maßnahmen Nr. 01 und Nr. 03 belegen in Bezug auf das Kriterium Ergebnisverbesserung gemeinsam den zweiten Platz, da hier eine geringere kommerzielle Wirkung erwartet wird als bei der Akquise von Fluggesellschaften.

Bei Betrachtung des Investitionsbedarfs für FNG oder Dritte zur Umsetzung der Maßnahmen wird angenommen, dass die Airline-Akquise und die Erhöhung der Frachtkapazitäten die höchsten Investitionen erfordern. Im Frachtbereich sind dies bauliche Investitionen, für Airline-Akquise entstehen insbesondere durch notwendige Marketingzuschüsse an die Airlines sowie Rabattierungssysteme (reduzierte Landeentgelte und Rabatte für die Abfertigungsleistung) Investitionen im Sinne entgangener Umsätze. Maßnahme Nr. 01 hat im Vergleich zu diesen beiden Maßnahmen einen deutlich geringeren Investitionsbedarf.

Als langfristig wird die Maßnahme der Erhöhung der Frachtkapazitäten angenommen. Im Maßnahmenblatt wird hier eine Umsetzung bis Ende 2020 für realistisch gehalten. Die Maßnahmen Nr. 01 und Nr. 02 können kurzfristiger eine Wirkung erzielen.

Insgesamt ergibt sich hierdurch die folgende Rangreihung:

Als wichtigste Maßnahme des Themenbereichs Luftverkehr wird Maßnahme Nr. 02 (Airline-Akquise) angesehen, gefolgt von den Maßnahmen Nr. 01 (Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand und schließlich Nr. 03 (Frachtkapazitäten erhöhen). Die gewichtete Punkteverteilung, sowie die sich daraus ergebende Rangfolge sind in der folgenden Tabelle abgebildet.

Die detaillierten Bewertungstabellen des durchgeführten paarweisen Vergleichs befinden sich im Anhang 4 dieses Berichts.

Tabelle 38: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Luftverkehr

		Kriterium/ Gewichtung			SUMME	RANG
Maßnahmen-Nr.	Maßnahme	Potentielle Ergebnis-verbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)	Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)	Kurzfristig-keit der Wirkung (Gewichtung: 30%)		
02	Airline-Akquise	1,5	0,1	0,3	1,9	1
01	Steigerung der Werbe-maßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand	0,75	0,4	0,6	1,75	2
03	Frachtkapazitäten erhöhen	0,75	0,1	0	0,85	3

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.2.2 Non-Aviation

5.2.2.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs

Einige der im Rahmen der SWOT-Analyse identifizierten Punkte sind als exogen anzusehen, das heißt für diese Punkte ist eine Ableitung von Handlungsmaßnahmen nicht möglich oder nicht sinnvoll. Diese sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

Für die identifizierten Stärken (S-NA 01, S-Na 02 und S-NA 03) wird kein hieraus ableitbarer Handlungsbedarf gesehen, da sowohl das Vorhandensein eines zentralen Ankunftsbereichs, als auch die Parkflächensituation und die Gastronomiepartner des Flughafens grundsätzlich sehr gute Rahmenbedingungen für das Geschäftsfeld Non-Aviation darstellen. Gleiches gilt für die Autovermieter und Reisebüros (S-NA 04).

In Bezug auf die Gefahr, die eine bauliche Separierung für Low Cost Airlines (T-NA 01) bedeuten könnte, ist als Eckpfeiler der Betrachtungen für das Geschäftsfeld Non-Aviation die getroffene Entscheidung des Aufsichtsrates aus dem August 2012 hinsichtlich der zukünftigen Positionierung der zentralen Sicherheitskontrolle im Bereich A 1 – A 8 zu sehen. Nach Aussage des Flughafens Nürnberg soll die diesbezügliche Planung im laufenden Jahr 2013 erstellt werden, so dass im Jahr 2014 die bauliche Realisierung und Anfang des Jahres 2015 die Inbetriebnahme erfolgen kann. Aufgrund der Aufsichtsratsentscheidung wäre diese Bedrohung dann langfristig nicht gegeben, wenn sämtliche oder mindestens der überwiegende Teil der Passagiere diese zentrale Sicherheitskontrolle nutzt. Dem SWOT-Thema O-NA 05 (Chancen durch Positionierung der zentralen Sicherheitskontrolle) wird planerisch somit bereits Rechnung getragen.

Sämtliche Vertriebsaktivitäten sind darauf ausgerichtet, weiteren Luftverkehr nach Nürnberg zu bringen. Inwiefern es gelingt, die Verluste insbesondere durch Air Berlin zu kompensieren, wird die Zukunft zeigen. Das Risiko eines weiteren Rückgangs der Passagierzahlen (T-NA 02) wird insbesondere durch die Handlungsempfehlungen des Bereichs Luftverkehr versucht zu eliminieren. Aus Sicht des Non-Aviation-Bereichs ist dieses Risiko als exogene, äußere Rahmenbedingung anzusehen. Gleiches gilt für die Risiken, die nicht erreichte Erlösziele des landseitigen Angebots mit einem dadurch zu erwartenden Attraktivitätsverlust (T-NA 04) mit sich brächten. Die Gesamtheit der im nächsten Kapitel vorgeschlagenen Handlungsmaßnahmen sowie sämtliche Vertriebsaktivitäten im Bereich Luftverkehr wirken diesem Risiko entgegen.

Tabelle 39: Exogene SWOT Themen – Bereich Non-Aviation

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
S-NA 01	Ein zentraler Ankunftsbereich
S-NA 02	Parkflächen ausreichend vorhanden
S-NA 03	Starke Gastronomiepartner
S-NA 04	Starke Marken im Bereich der Autovermieter und Reisebüros
O-NA 05	Positionierung der zentralen Sicherheitskontrolle
T-NA 01	Bauliche Separierung von Low Cost Airlines
T-NA 02	Weiterer Rückgang der Passagierzahlen
T-NA 03	Attraktivitätsverlust der landseitigen Angebote

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.2.2.2. Empfohlene Maßnahmen

Auf Basis der Erkenntnisse und Schlussfolgerungen, die im Rahmen der Bestandsaufnahme und der SWOT-Analyse dargestellt wurden, sind konkrete Maßnahmenempfehlungen entwickelt worden, die einerseits mit Blick auf das bereits realisierte Niveau der Erträge im Bereich Non-Aviation und andererseits auf Basis der Einschätzung möglicher Potenziale in Ansehung der aktuell gültigen Gesamtrahmenbedingungen des Standortes als sinnvoll und zielführend erachtet werden. Die für die Ableitung der Handlungsmaßnahmen relevanten Punkte der SWOT-Analyse sind in der folgenden Tabelle aufgelistet.

Tabelle 40: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Non-Aviation

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
W-NA 01	Lücken im Mieter- und Branchenmix im Bereich Einzelhandel
W-NA 02	Unübersichtliche Wegeführung zur Bordkarten- bzw. Sicherheitskontrolle
W-NA 03	„Schaufenster zur Region“ zu wenig ausgeprägt
W-NA 04	Räumlich ausufernder Reisemarkt
W-NA 05	Fehlende Leitidee zur strategischen Positionierung
O-NA 01	FNSG führt Duty Free/ Travel Value sowie weitere Shops
O-NA 02	Starkes Markenumfeld in der Region
O-NA 04	Räumliche Umorganisation des Ankunftsbereiches

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Zu redaktionellen Komplettierung muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass im Zuge der ersten Vorstellung und anschließender Diskussion der Maßnahmen-empfehlungen Non-Aviation am 31.01.2013 bei den Verantwortlichen des Flughafens Nürnberg aus den Bereichen Non-Aviation bzw. Business Development, das seitens des Airport Nürnberg im Rahmen der Aufsichtsratssitzung vom 14.12.2012 präsentierte Konzept zu möglichen „Flächenoptimierungen im Terminal“ dargestellt wurde.

Die sich zum Teil ergebenden positiven Überschneidungen bzw. Ergänzungen stellen insofern das Ergebnis zweier komplett voneinander unabhängiger Initiativen und Ausarbeitungen dar.

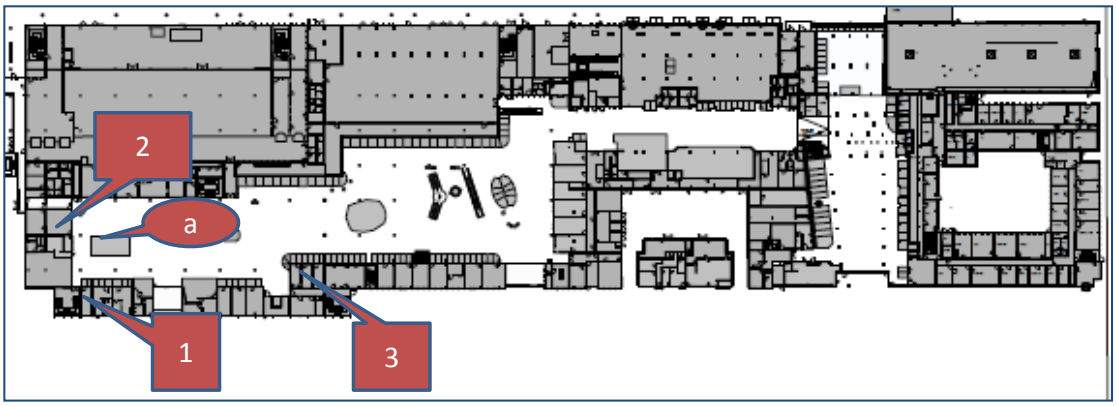
Wie im Vorfeld erläutert, ergibt sich aus der Gesamtfläche für die Bereiche Einzelhandel und Gastronomie das Ratio von rund 1.000 m² Mietfläche pro 1 Million Passagiere (Ratio: 1,0). Setzt man dies exemplarisch in Relation zu den Flughäfen Hannover (Ratio 1,14) oder Leipzig (Ratio 1,67) ergibt sich aus dieser Betrachtung ein theoretisches Potenzial für Flächenerweiterungen in den Bereichen Einzelhandel bzw. Gastronomie am Flughafen Nürnberg.

Tabelle 41: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Non-Aviation

Bereich	**Non-Aviation**	**Maßnahme Nr. 04**
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	O-NA 04; W-NA 01, W-NA 02	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich**	
Erläuterung	Die räumliche Umorganisation eines Teilbereiches des zentralen Ankunftsbereiches wird empfohlen, um zum einen die Bordkartenkontrolle besser sichtbar zu machen und zum anderen einen aktuellen Leerstand wieder kommerziell zu nutzen. Einzelmaßnahmen: a) Umzug des Geldautomaten der Reisebank in die aktuell leerstehende Fläche im Bereich Autovermieter (1) oder (prioritär) Verlagerung in den Bereich unter der Treppe im Abflug 2 bzw. in den Bereich neben der Rolltreppe im Abflug 2. b) Neuvermietung der leerstehenden Mietfläche im Bereich Autovermieter (1) Mögliche Sortimentsbereiche: Kiosk mit Randsortiment Blumen (z.B. Lagardere – Relay) c) Umzug Lufthansa Lost & Found (2) (Flächengröße ca. 80 m²) Verlagerung des Lost & Found in den Bereich neben den Autovermietern (3) (z.Zt. noch drei Reiseveranstalter, die im Zuge der Konzentration des Reisebüromarktes zu verlagern wären). Neuvermietung der Lost & Found-Fläche: prioritär Apotheke bzw. Drugstore / Drogeriemarkt (Drogerieartikel und freiverkäufliche nicht rezeptpflichtige Medikamente; Artikel des täglichen Bedarfes) Die gesetzlichen Rahmenbedingungen für Apotheken haben sich in den letzten Jahren verändert und wurden in gewisser Weise geöffnet. Zu prüfen wäre auf jeden Fall die 24-Stunden-Zugänglichkeit für den Notbetrieb und die Tragfähigkeit des Einzugsgebietes. Auf der anderen Seite hat sich das Grundkonzept der Drogeriemärkte in den letzten Jahren stark gewandelt. Mittlerweile nähert sich dieses immer stärker dem ursprünglich in den USA institutionalisierten Konzept, „fast alle Waren für den täglichen Bedarf“ auf einer Fläche anzubieten, an. Dies in Verbindung mit wichtigen allgemein und rezeptfrei verfügbaren Medikamenten könnte – unter Umständen auch als Pilotprojekt mit einem sehr namhaften Markenunternehmen aus dem süddeutschen Raum – die wichtige Lücke im derzeitigen Branchenmix schließen und zudem eine sinnvolle Ergänzung zu den Artikeln des täglichen Bedarfes, die ein Supermarkt in der beschriebenen Größenordnung anbieten würde, darstellen. Dieses Konzept würde sämtliche Kernzielgruppen ansprechen können (Pax, Besucher, Mitarbeiter, Holer & Bringer)	

Ziel	Steigerung der Non Aviation Erlöse im Bereich Einzelhandel
Wirkung (für den Flughafen)	• Umzug des Geldautomaten der Reisebank ergebnisneutral • Kiosk neu im Leerstand neben den Autovermietern: Fläche ca. 20 m² Flächenproduktivität: € 5.000,00 – € 8.000,00 p.a. Jahresumsatz € 100.000,00 - € 160.000,00 Umsatzmiete 8% - 10% Mietpotenzial / m² / monatlich: € 30,00 - € 35,00 => Mietertrag p.a. ca. € 7.200,00 - € 8.400,00 • Neuvermietung der derzeitigen Lost & Found-Fläche für den Bereich Apotheke / Drugstore / Drogeriemarkt Fläche ca. 80 m² Mietpotenzial / m² / monatlich: € 20,00 - € 30,00 => Mietertrag p.a. ca. € 19.200,00 - € 28.800,00 alternativ: Vergrößerung McDonald`s Mindestmiete: € 55,00 – € 65,00 Umsatz/m² ca. € 15.000,00 => Mietertrag p.a. ca. € 52.000,00
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Komplettierung des derzeitigen Sortiments-und Branchenmixes
Aufwand	• Umzugskosten für Geldautomaten und Lost & Found • Unter Umständen Vorrüstung der Lost & Found-Fläche, um diese als Handelsfläche nutzen zu können • Kostenschätzung wäre durch die FNG vorzunehmen
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	II/2013 bis IV/2013
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH

Abbildung 57: Plan Ankunftsbereich

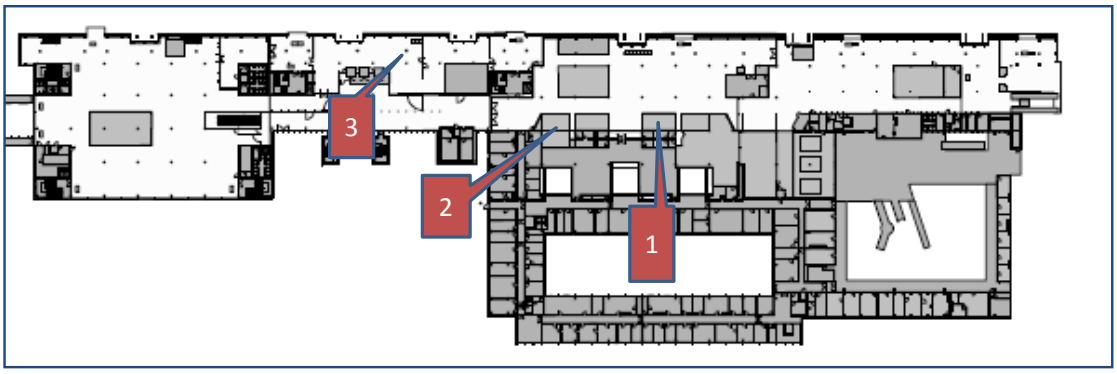


Quelle: Eigene Darstellung, 2013 auf Basis von Plänen des Flughafens Nürnberg

Bereich	Non-Aviation	Maßnahme Nr. 05
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	W-NA 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite**	
Erläuterung	Die Nachnutzung einer derzeit als Werbefläche genutzten Fläche im Sicherheitsbereich wird ebenso empfohlen wie eine komplett veränderte Nutzung der Fläche des Reiseshops. Zudem könnte im Bereich A 18 / A 19, der aktuell durch einen Kinderspielbereich (Air Berlin Flieger) genutzt wird, eine weitere Shopfläche geschaffen werden. a) Neuvermietung der jetzigen Werbefläche (Thema: „Ab in den Urlaub / Foto mit M. Ballack“ (1); vermietet bis zum 30.06.2014) Diese inmitten der attraktiven Luftseite gelegene, als Shopfläche inklusive Fassade ausgestattete Fläche könnte ohne umfangreiche Umbauten als Einzelhandelsfläche vermarktet werden. Potenziale im derzeitigen Branchenmix: Schmuck / Uhren / Accessoires, Lederwaren, Mode, erweitertes Kiosksortiment Strategische Empfehlung: Prioritär sollte die Vermarktung über den Bereich Non Aviation und nicht im Rahmen der Erweiterung des Paketes der FNSG betrachtet werden, um die Betreibervielfalt zu erhöhen. Fläche: ca. 40 m² mögliche Umsatzproduktivität je nach Sortiment € 7.000,00 - € 12.000,00 Umsatzmiete je nach Sortiment: 8,5 – 13,00 % Miete ca. € 50,00 – 60,00 / m² / monatlich => Mietertrag p.a. ca. € 24.000,00 - € 29.000,00 b) Integration der Sortimente aus dem Reiseshop (2) in den zentralen Duty Free – Shop in einen „*Regionals“*-Bereich Der Reiseshop hat lt. Zahlen der FNSG 2011 und 2012 (vorläufiger Abschluss einen Verlust erwirtschaftet. Diese Fläche wäre bei einer Größe von 73 m² zum Beispiel für einen Lederwaren- oder Modeanbieter bzw. als „Destination Nürnberg“-Shop geeignet und sollte im Sinne des oben beschriebenen direkt vermarktet werden Flächenproduktivität je nach Sortiment 6.000,00 - € 10.000,00 Umsatzmiete 7,00 % - 10,00 % mögliche Miete ca. € 40,00 – 50,00 / m² / monatlich => Mietertrag p.a. ca. € 35.000,00 - € 44.000,00	

	Dies würde in Summe auf Basis der Zahlen aus 2011 betrachtet zu einer Ergebnisverbesserung für die FNG / FNSG in Höhe von € 121.000,00 - € 130.000,00 führen. c) Der Bereich A 18 / A 19 (3) liegt gegenüber des Reiseshops. Hier könnte im Bereich des jetzigen Spielbereiches – der dann zu verlagern wäre – eine weitere Shopfläche in einer Größe von ca. 50 – 60 m² geschaffen werden. Je nach Vorgehen hinsichtlich der weiteren Nutzung des Reiseshop würden hier die Sortimente „Destination Nürnberg“ / Mode (z.B. Sportswear) / Lederwaren in Frage kommen: Zusätzliches Erlöspotenzial gemäß oben genannter finanzieller Einschätzung ca. € 35.000,00 - € 44.000,00. Selbst in Anbetracht der baulich notwendigen Vorleistungen sollte bei Abschluss eines längerfristigen Mietvertrages die Gesamtwirtschaftlichkeit der Maßnahme darstellbar sein.
Ziel	Steigerung der Non Aviation Erlöse im Bereich Einzelhandel
Wirkung (für den Flughafen)	• Attraktive neuerliche Nutzung einer bestehenden Shopfläche anstelle einer nicht mehr interaktiven Werbefläche • Steigerung der Attraktivität der Nutzung der Fläche des Reiseshops unter Beibehaltung des wichtigen regionalen Sortimentsteiles durch Integration in den Bereich DFTV
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Komplettierung des derzeitigen Sortiments-und Branchenmixes • Steigerung der Attraktivität des Handelsangebotes für die Passagiere im Sicherheitsbereich
Aufwand	• Umzugskosten für Reiseshop Sortiment • Kostenschätzung wäre durch die FNG vorzunehmen
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	II/2013 bis II/2014
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH

Abbildung 58: Plan Luftseite



Quelle: Eigene Darstellung, 2013 auf Basis von Plänen des Flughafens Nürnberg

Bereich	Non-Aviation	Maßnahme Nr. 06
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	W-NA 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt**	
Erläuterung	Wie im Rahmen der GFK Studie „Potenzialanalyse für den Airport Nürnberg“ (April 2011) festgestellt wurde, gibt es ein Kauf- und Nachfragepotenzial für diesen Sortimentsbereich am Airport Nürnberg. Aktuell wird dieses im Rahmen der Möglichkeiten auf sehr beschränkter Fläche von 37 m² durch den *Airport Shop* (negatives Finanzergebnis lt. Zahlen FNSG in 2011 und in 2012 (vorläufiger Abschluss)) mit angeboten. Die Prüfung möglicher Standortvarianten innerhalb- und außerhalb der Terminalgebäude hat aus unserer Sicht eindeutige Vorteile für eine Platzierung innerhalb der Terminalgebäude ergeben, auch wenn in diesem Rahmen kein Lebensmittelmarkt mit Vollsortiment (=> ca. 1.000 m² Fläche) platziert werden könnte. Gegen ein Solitärobjekt außerhalb der Terminals spricht dabei insbesondere – neben der erheblich größeren Komplexität der Erschließung (Anfahrbarkeit, Grundstück, Nutzungszweck, Baurecht u.a.) – der dann fehlende direkte räumliche Bezug zu den Hauptnutzergruppen (Passagiere, Holer, Bringer, Mitarbeiter, Besucher). Konzeptionell ergäben sich drei Alternativen: a) Vergrößerung des *Airport Shop* um ca. 200 m² an bestehender Stelle (1) durch die Verlagerung von vier Reisebüroflächen => Convenience-Angebot (siehe MUC Ankunft T2, Edeka) Vermietung extern (prioritär: z.B. Valora, LS Travel Retail, regional); ca. 250 m² gesamt Umsatz / m² ca. 7.000,00 - € 9.000,00 Umsatzmiete ca. 7,00 % – 8,50 % Miete / m² / monatlich: € 20,00 – 25,00 => Mietertrag p.a.: € 60.000,00- € 75.000,00 b) Verlagerung sämtlicher Reisebüros im hinteren Bereich Abflug 1 (2) Gesamtfläche ca. 300 m² => Mini-Supermarkt (entsprechend Bahnhöfen) Vermietung extern; Miete / m² / monatlich: € 15,00 – 20,00 => Mietertrag p.a.: € 54.000,00- € 72.000,00 *Ausschlusskriterium: Anlieferungswege können nicht optimal dargestellt werden.* c) Verlagerung von Presse & Buch Abflug 1(Durchgang zum Abflug 2) sowie Nutzung der Bakery-Fläche (3) Gesamtfläche ca. 300 m² => Mini-Supermarkt (entsprechend Bahnhöfen)	

Vermietung extern; (prioritär z. B. EDEKA bzw. Rewe)
Miete / m² / monatlich: € 20,00 – 25,00
Umsatz / m² ca. 7.000,00 - € 9.000,00
Umsatzmiete ca. 7,00 % – 8,50 %
=> Mietertrag p.a.: € 84.000,00- € 105.000,00

In diesem Falle ergäbe sich – bei angenommener Verlagerung der Reisebüros, die in Variante a) betrachtet werden, zusätzliches Flächen- und Erlöspotenzial für den Bereich Reiseshop und angrenzender Reisebüroflächen. Die ca. 250 m² könnten – je nach Entscheid hinsichtlich der weiteren Nutzung des Reiseshop – zum Beispiel als Verlagerungsfläche für den Presse & Buch-Shop genutzt werden, der damit ein erhebliche Aufwertung seiner Lagegunst erführe.

Mit Blick auf die zukünftige Positionierung der zentralen Sicherheitskontrolle, der Lage zwischen beiden Abflugbereichen sowie der – auf den ersten Blick – hervorragend gegebenen Anlieferungsmöglichkeit (Wirtschaftshof), wird diese Variante aus unserer Sicht als absolut prioritär beurteilt. Die Optionen für Lagerflächen in diesem Bereich sind noch zu prüfen.

Mit Blick auf die Reisebüroflächen im hinteren Teil des Abflug 2 – die bei angenommener Verlagerung dort entfielen, ergäbe sich auch dort bei Realisierung der Variante c) für den Lebensmittelmarkt, ein zusätzliches Flächenpotenzial in der Größenordnung von ca. 300 m². Je nach Entwicklung des Check-In im Abflug 2 und der damit einhergehenden Frequenzveränderungen in Richtung der zukünftigen zentralen Sicherheitskontrolle könnte diese Fläche zum Beispiel zum Teil als Werbeexponatsfläche („Schaufenster der Region“) und zu einem weiteren Teil als Handels- oder Dienstleistungsfläche (Alternativfläche für Apotheke, Mode) genutzt werden. Zu bedenken ist in diesem Zusammenhang allerdings ausdrücklich, dass dieser Bereich langfristig als Erweiterungsfläche für die zentrale Sicherheitskontrolle oder alternative Aviationnutzungen vorgesehen ist, so dass eine langfristige alternative Vermietung nicht möglich wäre.

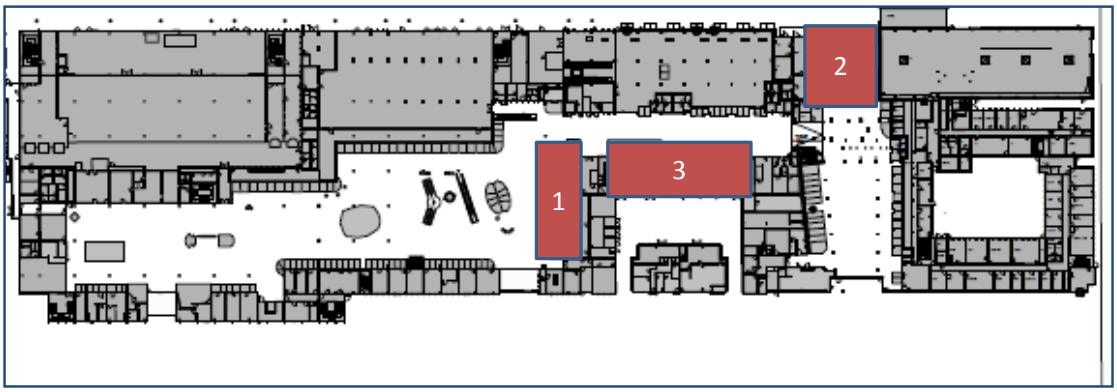
Hinsichtlich des weiteren Vorgehens mit der Bakery wäre zunächst der Entscheid mit Blick auf den weiteren Betrieb abzuwarten. Sollte dieser positiv sein, wäre zu bewerten, ob eine räumliche Verlagerung oder aber lediglich die konzeptionelle Erhaltung in der Folge zu betrachten wären.

Ziel	Steigerung der Non Aviation Erlöse im Bereich Einzelhandel
Wirkung (für den Flughafen)	• Steigerung der Attraktivität des Angebotes für Passagiere, Mitarbeiter und Besucher
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Komplettierung des derzeitigen Sortiments- und Branchenmixes • Steigerung der Attraktivität des Handelsangebotes für die Passagiere
Aufwand	• Akquisition geeigneter Betreiber • Umzugskosten für Reisebüros

- Kostenschätzung wäre durch die FNG vorzunehmen

Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	II/2013 bis I/2014
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH

Abbildung 59: Plan Einzelhandel Landseite

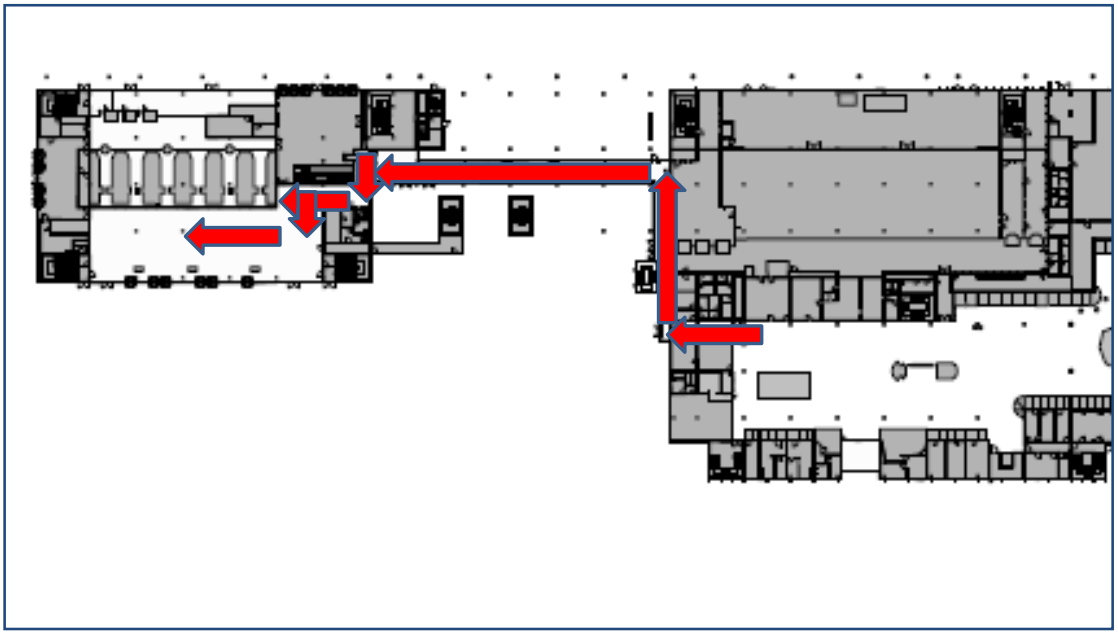


Quelle: Eigene Darstellung, 2013 auf Basis von Plänen des Flughafens Nürnberg

Bereich	Non Aviation	Maßnahme Nr. 07
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	O- NA 02; O-NA 03; W-NA 03, W-NA 05	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung / „Schaufenster der Region“**	
Erläuterung	Angesichts der hoch interessanten „Markenlandschaft“ im Einzugsgebiet des Flughafens Nürnberg kann sich einerseits die Chance zur strategischen Positionierung bzw. Differenzierung einhergehend mit einer direkten Einbeziehung der Markenkonzerne ergeben. Mögliche Ansatzpunkte/ Maßnahmen: a) Nutzung des derzeit relativ unattraktiven Bereiches des Gangs von der Bordkarten- zur Sicherheitskontrolle im Bereich TCT entweder als Vermarktungsfläche (derzeit Lufthansa als Werbepartner) oder als Kooperationsfläche beispielhaft: 1) adidas / Puma (Wandgestaltung inkl. Bodenbelage): „Walk of Fame“ 2) 1. FC Nürnberg: Sponsoren / Team / Mitglieder / Historie / 113 Jahre – 113 Momente 3) Schäffler-Gruppe (INA / FAG / LuK): „Tradition und Innovation seit mehr als 120 Jahren“ 4) weitere „Kandidaten“: Playmobil, Schwan / Stabilo b) Nutzung von Parkflächen in saisonalen Schwachlastzeiten als terminalnahe Eventfläche (P 7, P 31) z.B. Weihnachtsmarkt inkl. Eislauffläche; „Kartrennen“ – „Sport & Spiel/ Familie“ im Sommer c) Nutzung der nach einer Reisebürokonzentration freiwerdenden Fläche im hinteren Bereich des Abflug 2: „Farewell from Nürnberg“ (Tourismuskooperation; Destinationsmarketing)	
Ziel	Steigerung der Attraktivität des Airport Nürnberg	
Wirkung (für den Flughafen)	• Imagegewinn • Unter Umständen Erlössteigerung	
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Gesteigerte Wahrnehmung des Airport Nürnberg als „Herz der Region“ bei Passagieren, Besuchern und Mitarbeitern	
Aufwand	• Vertriebsaktivitäten durch Business Development / Non Aviation // FNG	

Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	(II/2013 bis IV/2013
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH

Abbildung 60: Plan Gang von der Bordkarten- zur Sicherheitskontrolle

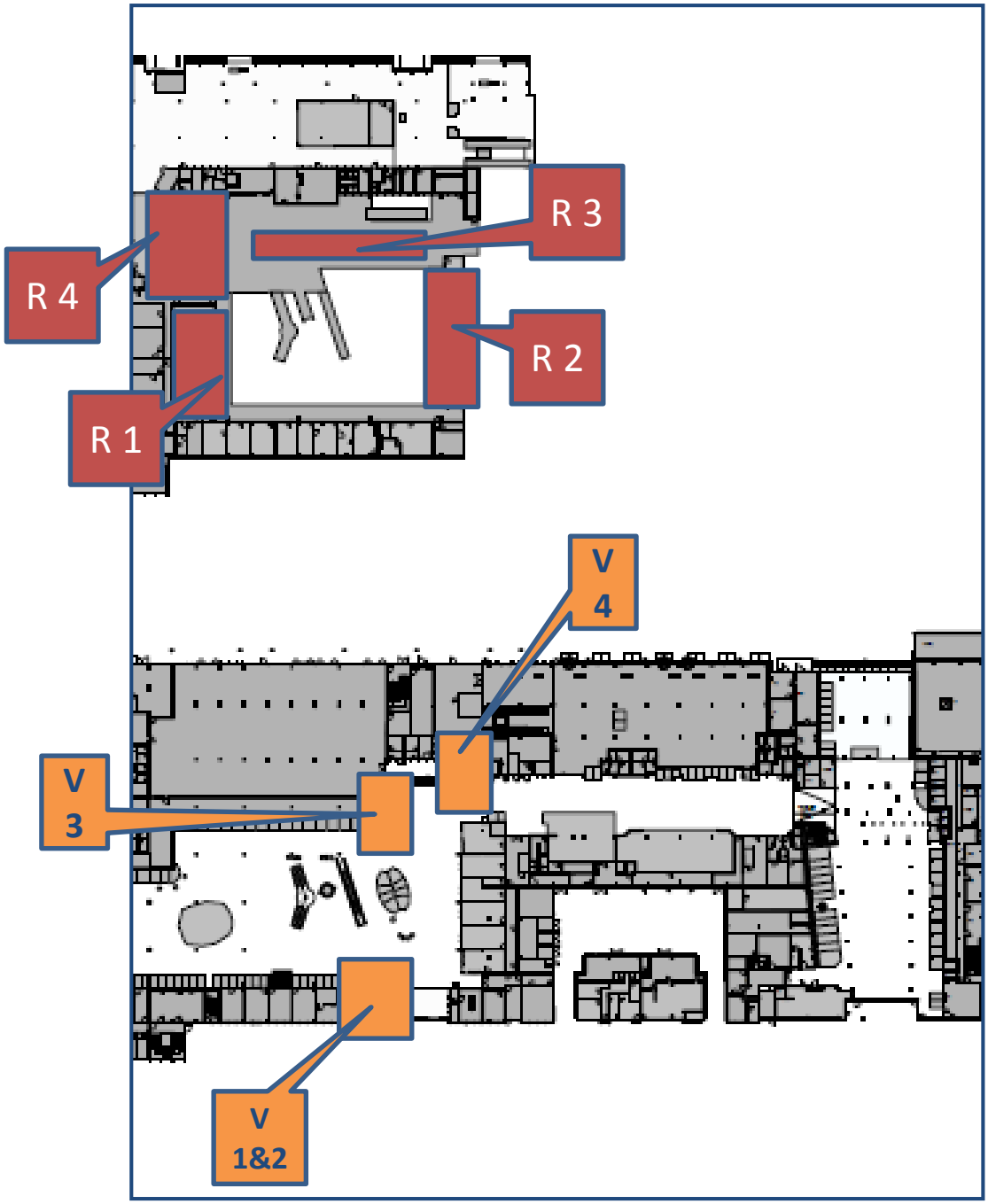


Quelle: Eigene Darstellung, 2013 auf Basis von Plänen des Flughafens Nürnberg

Bereich	Non-Aviation	Maßnahme Nr. 08
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	W-NA 04	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes**	
Erläuterung	Zurzeit sind die Counter der Reisebüros in vier Bereichen verteilt: Abflug 1, Abflug 2, Ankunft sowie im hinteren Bereich des Abflug 1. Zudem sind einige Backoffices auf der Galerieebene im Abflug 2 platziert. Um zum einen die Angebotskompetenz der Reisebüros und Veranstalter zu bündeln und zum anderen Flächenpotenziale für weitere Non Aviation – Nutzungen zu schaffen, sollte der Reisemarkt zusammengefasst werden. Auf Basis der getroffenen Standortentscheidung für die zentrale Sicherheitskontrolle im Bereich A1 – A8 bietet sich der Bereich der Empore im Abflug 2 ideal als Reisemarkt an. Hier könnten zum einen die bereits vorhandenen Backoffice-Flächen der Reisebüros genutzt werden (R1 und R2) und um neue Bereiche (R3 und R4) ergänzt werden, um eine qualifizierte Marktbreite und –dichte weiterhin zu gewährleisten. Die neben den Autovermietern im Ankunftsbereich gelegenen vier Reiseveranstalter-Counter (alltours, Rewe, Thomas Cook) und TUI (derzeit in Abflug 2), für die ein direkter, operativer Bezug funktional notwendig ist, könnten im Bereich des Abflug 2 alternativ platziert werden (V1 – V4).	
Ziel	Steigerung der Attraktivität des Airport Nürnberg	
Wirkung (für den Flughafen)	• Imagegewinn • aktuelle Freifläche der Empore wird kommerziell genutzt • Erlössicherung im Bereich Reisebüros • Zusätzliche Erlöspotenziale durch Schaffung von Flächen für Non Aviation - Nutzungen	
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Schaffung eines zentralen Reisebüromarktes mit entsprechenden Anknüpfungspunkten für Marketing und Vermarktung des Standortes	
Aufwand	• Herrichtung der Flächen • Mieterkommunikation • Marketing und Kommunikations-Maßnahmen für den Reisebüromarkt	

Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	III/2013 bis I/2014
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH

Abbildung 61: Plan Angebotskonzentration des Reisemarktes



Quelle: Eigene Darstellung, 2013 auf Basis von Plänen des Flughafens Nürnberg

Bereich	Non-Aviation	Maßnahme Nr. 09
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	O-NA 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)**	

Erläuterung

Die Führung dieses wichtigsten Teilbereiches im Bereich Einzelhandel über die Tochtergesellschaft FNSG bringt den Vorteil, dass einerseits zentral gesteuert werden kann und andererseits Veränderungen ohne Umwege der Abstimmung mit einem Mieter zu veranlassen sind.

Angesichts der vorliegenden betriebswirtschaftlichen Daten und vor dem Hintergrund zum einen der beschlossenen Erweiterung des zentralen Duty Free Shops und zum anderen der Kooperation im Bereich Wareneinkauf / Möblierung mit dem führenden deutschen Airport Retailer Gebr. Heinemann wird ausdrücklich eine Konzentration der FNSG auf die Kernsortimentsbereiche des Bereiches Duty Free & Travel Value empfohlen. Dadurch wird die Managementkomplexität einerseits verringert und die Sortimentsspezialisierung andererseits gesteigert, welches in Summe zu weiter verbesserten wirtschaftlichen Ergebnissen der FNSG führen sollte.

Als weiterer positiver Effekt ergäbe sich die Möglichkeit, attraktive Einzelhandelsflächen an spezialisierte Dritte zu vermarkten und so neben der FNSG und Marché International weitere Kräfte mit positiver Wirkung auf Innovation und Erlösniveau (z.B. durch eine Bündelung der zu vermarktenden Flächen) am Flughafen Nürnberg zu etablieren. (Dafür kämen beispielhaft die LS Travel Retail mit den Konzepten: Relay (Kiosk), Hub Convenience (Lebensmittel), Destination (Geschenkartikel, Souvenirs) in Frage).

	Branchendurchschnitt	FNSG (2011 / 2012)
Perfume & Cosmetics	45 %– 55 %	51 %
Liquor	15 % - 20 %	17 %
Tobacco	8 % - 12 %	15 %
Confectionery / Food	9 % - 12 %	17 %
Accessoires	8 % - 10 %	
Other	2 % - 5 %	

Ziel	Steigerung der Attraktivität des Airport Nürnberg
Wirkung (für den Flughafen)	• FNSG wird noch profitabler

	• Verbreiterung der Erlösbasis
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Verbesserung des Mieter- / Branchen- und Markenmixes
Aufwand	• Organisationsentscheidung FNG
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	III/2013 – IV/2013
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH

Die folgend empfohlene Maßnahme zur Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials leitet sich indirekt aus SWOT-Themen verschiedener Bereiche ab (Luftverkehr, Verkehrliche Rahmenbedingungen, Ökonomische Rahmenbedingungen). Da es sich inhaltlich um eine Empfehlung im Bereich Standortmarketing des Flughafens handelt, wurde diese Handlungsempfehlung dem Bereich Non-Aviation zugeordnet.

Bereich	**Non-Aviation**	**Maßnahme Nr. 10**
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	S-LV 03, S-VR-01 S-VR 02, O-LV 04, O-NA 02, O-ÖR 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials**	
Erläuterung	Der Flughafen Nürnberg verfügt über eine Reihe von Stärken und Chancen, die noch besser in das Bewusstsein der Flughafennutzer gerückt werden müssen. Im Vergleich zu ähnlich großen Flughäfen in Deutschland ist die Anbindung zu europäischen Drehscheiben sehr gut, die nahverkehrliche Erreichbarkeit des Flughafens und der räumliche Übergang vom MIV/ ÖPNV zum Flugzeug ist ausgezeichnet (kurze Wege). Durch eine Marketingkampagne - auch vergleichend mit den größeren, aber in Teilbereichen nicht immer vorteilhafteren Flughäfen MUC und FRA - sollen diese Stärken noch besser kommuniziert werden, um die Fluggäste mit Wahlmöglichkeit für den Standort Nürnberg zu gewinnen. Es sollten Testimonials von Vertretern überregional bekannter und international agierender Unternehmen der Metropolregion Nürnberg gewonnen werden, die sich in Testimonials positiv zum Flughafen und zur Bedeutung des Flughafens für die Region äußern. Durch die Popularität und hohe Identifikationsmöglichkeit herausragender Persönlichkeiten kann die Emotionalisierung und Wahlentscheidung zu Gunsten des Flughafens Nürnberg verbessert werden. Durch die Kampagne sollten nach Möglichkeit spezifische Stärken des Flughafens benannt werden, u.a. die Nähe zur Stadt, die hohe Qualität der ÖPNV-Anbindung, kurze Wege. Durch persönliche Gespräche sollten potentiell teilnehmende Unternehmer im Vorlauf zur Marketingkampagne von der Qualität und Bedeutung des Flughafens überzeugt und begeistert werden.	
Ziel	Erhöhung der Anteil der Fluggäste, die Nürnberg statt Frankfurt oder München als Start- und Zielflughafen auswählen	
Wirkung (für den Flughafen)	• Stärkung und Sicherung der vorhandenen Linienverbindungen • Leichte Erhöhung des Nachfragepotentials für alle	

	Flugverbindungen • Erhöhte Identifikation mit dem Flughafen, Emotionalisierung der eigenen Wahlentscheidung pro Nürnberg Airport • Erhöhung der Non-Aviation Erlöse am Flughafen • Kompensation der negativen Effekte der kurzfristigen Streichungen von Flugverbindungen nach MUC oder FRA durch die Lufthansa
Wirkung (für andere Interessenträger)	• Stärkung des Wir-Gefühls und der Eigenidentifikation der Bewohner mit dem Flughafen Nürnberg • Kostenlose Werbemaßnahme für die Unternehmen deren Vertreter an der Testimonial-Aktion teilnehmen
Aufwand	• Entscheidend wäre die professionelle Umsetzung durch ein qualifiziertes Marketingbüro, das einerseits das Einholen der Testimonials von den Repräsentanten - nach Ansprache durch einen herausragenden Repräsentanten der Stadt und der Region - gut vorbereitet und durchführt, andererseits die optischen, akustischen und textlichen Beiträge aufbereitet und über die verschiedenen Medien entsprechend kommuniziert. • Kosten für Konzept, Durchführung und Medienpräsenz können erst nach Konzepterstellung ermittelt werden.
Zeithorizont (Quartal / Jahr)	II/2013 bis III/2013
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH **Unterstützend:** • herausragender Repräsentant der Stadt und der Region (Funktion als Schirmherr für die Ansprache der Unternehmen) • IHK Nürnberg für Mittelfranken • Repräsentanten von Unternehmen aus der Metropolregion Nürnberg

5.2.2.3. Priorisierung der Maßnahmen

Hinsichtlich einer Priorisierung der oben beschriebenen Maßnahmen wurde die Maßnahme Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite (Maßnahme Nr. 05) als am wirksamsten hinsichtlich eines Beitrags zur Ergebnisverbesserung für FNG bewertet. Die in den Maßnahmen beschriebenen Flächen auf der Luftseite werden hinsichtlich ihres Ertragspotentials als wertvoller eingeschätzt als die Flächen, die auf der Landseite (u.a. Ankunftsbereich) zur Verfügung stehen. Sowohl für Maßnahme Nr. 04 (Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich) als auch Maßnahme Nr. 05 werden jeweils mehrere Teilvorhaben innerhalb einer Maßnahme erläutert. Für die Priorisierung wird dabei eine vollständige Umsetzung aller genannten Teilvorhaben je Maßnahme unterstellt.

An zweiter Stelle in Bezug auf die potentielle Ergebnisverbesserungswirkung der Maßnahmen für FNG steht Maßnahme Nr. 09 (Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)). Da durch die Konzentration auf das Kerngeschäft Verlustgeschäfte entscheidend optimiert werden können, wird hier ein hoher positiver Ergebnisbeitrag erwartet. Maßnahme Nr. 06 (Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel – Lebensmittelmarkt) folgt an dritter Stelle. Für den Lebensmittelmarkt werden im entsprechenden Maßnahmenblatt drei Varianten genannt. Jede dieser Varianten wird in Bezug auf den potentiellen Ergebnisbeitrag für FNG als höherwertig im Vergleich zu den Maßnahmen Nr. 04, Nr. 07, Nr. 08 und Nr. 10 angesehen. Als Maßnahmen mit dem geringsten potentiellen Beitrag zur Ergebnisverbesserung für FNG wurden die Maßnahmen Nr. 07 (Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“) und Nr. 10 (Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials) identifiziert, da beide nur indirekte, unwägbare Erlöseffekte erzielen können, deren Höhe als eher gering einzuschätzen ist.

Der höchste Investitionsbedarf wird für die räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes (Maßnahme Nr. 08) und die Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials (Maßnahme Nr. 10) angenommen. Nur vergleichsweise geringe Investitionen sind für die Maßnahme Nr. 07 zu erwarten. Für Maßnahme Nr. 09 bestehen keinerlei Investitionserfordernisse, für die Umsetzung der Maßnahme bedarf es lediglich einer Organisationsentscheidung bei FNG. Die Maßnahme Nr. 08 (Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes) erscheint bezogen auf die vergleichsweise hohen Investitionserfordernisse bei gleichzeitig nur mäßig zu erwartendem positiven Ergebnisbeitrag für FNG zunächst unwirtschaftlich, sie erfüllt jedoch eine wichtige Funktion zur nachhaltigen Sicherung der Reisemarkterlöse. Zudem generiert sie indirekte Erlöseffekte durch dann freiwerdende, vermarktbare Flächen, die jedoch im Rahmen dieser Betrachtung bei der Priorisierung nicht dieser Maßnahme zugerechnet werden.

Die Kurzfristigkeit der Wirkung betreffend, wird die Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials (Maßnahme Nr. 10) als am ehesten umsetzbar eingeschätzt, gefolgt von den Maßnahmen Nr. 07 und 09. Am langfristigsten in Bezug auf die Wirkung der

Maßnahme werden die kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite (Maßnahme Nr. 05), die Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel – Lebensmittelmarkt (Maßnahme Nr. 06) sowie die räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes (Maßnahme Nr. 08) eingeschätzt.

Somit ergibt sich in der Summe die in der folgenden Tabelle ablesbare Rangfolge für den Themenbereich Non-Aviation. Rang 1 belegt dabei Maßnahme Nr. 09 (Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)), gefolgt von Maßnahme Nr. 05 (Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite). Die Maßnahmen Nr. 08 und Nr. 10 werden als jene mit der geringsten Wirkung für den Flughafen in Bezug auf die drei angewandten Kriterien im Teilbereich Non-Aviation bewertet.

Die detaillierten Bewertungstabellen des durchgeführten paarweisen Vergleichs befinden sich im Anhang 4 dieses Berichts.

Tabelle 42: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Non-Aviation

		Kriterium/ Gewichtung			SUMME	RANG
Maßnahmen-Nr.	Maßnahme	Potentielle Ergebnis-verbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)	Geringer Investitions-bedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)	Kurzfristig-keit der Wirkung (Gewichtung: 30%)		
09	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)	2,5	1,2	1,35	5,05	1
05	Kommerzielle Weiter-entwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite	2,75	0,6	0,3	3,65	2
04	Kommerzielle Weiter-entwicklung Ankunftsbereich	1,5	0,7	0,9	3,1	3
06	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt	2,25	0,4	0,45	3,1	3
07	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“	0,25	1	1,35	2,6	5
10	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials	0,25	0,2	1,5	1,95	6
08	Räumliche Angebotskonzen-tration des Reisemarktes	1	0,1	0,45	1,55	7

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.2.3 Verkehrliche Anbindung

5.2.3.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs

In der SWOT-Analyse wurden hinsichtlich der Rahmenbedingungen für die verkehrliche Anbindung des Flughafens Nürnberg sowohl Stärken, Schwächen, Chancen als auch Risiken identifiziert und dokumentiert.

Nicht aus allen der aufgeführten Punkte der SWOT-Analyse für die verkehrlichen Rahmenbedingungen lassen sich jedoch Handlungsansätze ableiten. Für zwei der beschriebenen Stärken werden keine Handlungsmaßnahmen formuliert, weil keine Verbesserung erforderlich ist. Dies gilt insbesondere für die gute U-Bahnanbindung (S-VR 01 und S-VR 02). Ebenso werden keine Handlungsmaßnahmen hinsichtlich der Risiken, die sich aus der verbesserten verkehrlichen Erreichbarkeit anderer Flughäfen ergeben, formuliert (T-VR 01 und T-VR 02). Der denkbare Handlungsansatz, die verkehrliche Erreichbarkeit der anderen Flughäfen nicht zu verbessern, erscheint nicht realistisch.

Tabelle 43: Exogene SWOT Themen – Bereich Verkehrliche Anbindung

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
S-VR 01	Sehr gute U-Bahn-Verbindung zwischen dem Flughafen Nürnberg und dem Nürnberger Hauptbahnhof
S-VR 02	Gute Umsteigeverbindungen am Nürnberger Hauptbahnhof für Reisende zwischen Flughafen und der Metropolregion Nürnberg und Teilen Bayerns
T-VR 01	Verlust von Marktanteilen des Flughafens Nürnberg durch Verbesserung der Erreichbarkeit benachbarter Flughäfen
T-VR 02	Schienenanbindung Flughafen München

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.2.3.2. Empfohlene Maßnahmen

Es konnten mehrere Punkte der SWOT-Analyse identifiziert werden, aus denen sich in Bezug auf die verkehrliche Anbindung ein Handlungsbedarf zur Verbesserung der Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg ableiten lässt. Diese SWOT-Themen sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

Tabelle 44: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Verkehrliche Anbindung

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
S-VR 03	Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg
W-VR 01	Keine umsteigefreie öffentliche Verkehrsverbindung in wichtige Städte des Einzugsgebietes
O-VR 01	Erhöhung des Marktanteils des Flughafens Nürnberg durch zusätzliche Angebote im öffentlichen Personennahverkehr
O-VR 02	Erhöhung des Anteils ÖPNV-Nutzer durch (weitere) Erhöhung des Bekanntheitsgrades der ÖPNV-Angebote
T-VR 03	Geringe Erreichbarkeit bei Blockade der Flughafenstraße

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Die aus diesen wesentlichen SWOT-Themen abgeleiteten Handlungsempfehlungen werden auf den folgenden Seiten dargestellt und erläutert.

Tabelle 45: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Verkehrliche Anbindung

Bereich	**Verkehrliche Anbindung**	**Maßnahme Nr. 11**
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	W-VR 01, O-VR 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg**	
Erläuterung	Erlangen ist bislang nicht umsteigefrei mit öffentlichen Verkehrsmitteln an den Nürnberger Flughafen angebunden. Eine neue umsteigefreie Buslinie zwischen einem wichtigen Ort in Erlangen, z.B. dem Hauptbahnhof mit weiteren Umsteigemöglichkeiten, und dem Nürnberger Flughafen würde die Erreichbarkeit des Nürnberger Flughafens wesentlich verbessern. Eine komplett neue Buslinie bedingt jedoch hohe Betriebskosten, die im Wesentlichen durch den erforderlichen Fahrpersonal- und Fahrzeugeinsatz sowie die gefahrenen Kilometer bedingt sind. Mit der Verlängerung der Tram-Linie 4 von der bisherigen Endhaltestelle „Thon“ bis zur Haltestelle „Am Wegfeld“ ergeben sich Möglichkeiten zur Neugestaltung des Busnetzes, das die neue Endhaltestelle berührt. Zukünftig werden voraussichtlich aus Erlangen kommende Busfahrten der Linie 30 an der Haltestelle „Am Wegfeld“ enden, da dort die Verknüpfung zur Tram-Linie 4 hergestellt wird. Zur Schaffung einer umsteigefreien Busverbindung zwischen Erlangen und Nürnberg Flughafen wird daher die Verlängerung einzelner Fahrten der Linie 30 zwischen „Am Wegfeld“ und dem Nürnberger Flughafen vorgeschlagen. Hierdurch würden auch Orte besser erreichbar werden, welche an die zentralen ÖPNV-Haltestellen in Erlangen angebunden sind, beispielsweise Herzogenaurach. Anmerkung: Es bestehen vom Flughafen Nürnberg aus weder nach Fürth, noch zur Nürnberger Messe umsteigefreie ÖPNV-Verbindungen. In beiden Fällen ist jedoch sehr gut eine Fahrt mit der U-Bahn via Nürnberg Hauptbahnhof möglich. Die Verbindungen sind schnell und werden mit hoher Frequenz angeboten. Sie weisen die typischen Systemvorteile von Schienen- gegenüber Bus-Verbindungen auf. Der wesentliche Unterschied im Vergleich zur Verbindung zwischen Nürnberg Flughafen und Erlangen ist die wesentlich kürzere Umwegfahrt im Fall der Verbindung via Nürnberg Hauptbahnhof. Zwischen Herzogenaurach und dem Nürnberger Flughafen besteht ebenso keine umsteigefreue ÖPNV-Verbindung. Eine direkte Busverbindung ist wünschenswert, da in Herzogenaurach eine große Anzahl Arbeitsplätze bei international sehr bedeutenden Unternehmen vorhanden sind. Es wird eine Bedarfsanalyse und Wirtschaftlichkeitsuntersuchung empfohlen, um festzustellen, ob der Bedarf für eine umsteigefreie ÖPNV-Anbindung ausreichend ist. Ggf. kann eine umsteigefreie Busanbindung Herzogenaurachs an den Flughafen Nürnberg nur mit Hilfe einzelner Abfahrten oder	

	einer Bedarfsbuslinie (Fahrten nach Voranmeldung) realisiert werden.
Ziel	Ersatz der bisherigen Umsteigeverbindungen via Nürnberg Hauptbahnhof oder anderen Umsteigepunkten und Realisierung einer umsteigefreien Anbindung Erlangens an den Nürnberger Flughafen.
Wirkung (für den Flughafen)	• Gegenüber anderen Flughäfen wird die Erreichbarkeit des Nürnberger Flughafens mit öffentlichen Verkehrsmitteln verbessert. • Durch die verbesserte Erreichbarkeit könnte die Anzahl der Pkw-Nutzer zwischen Erlangen und Nürnberg Flughafen sinken. Dies hätte Auswirkungen auf die Parkerlöse des Nürnberger Flughafens.
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Der Verkehrsverbund Großraum Nürnberg bzw. die operativ tätigen Verkehrsunternehmen hätten eine höhere Anzahl Fahrgäste und höhere Fahrgeldeinnahmen (Annahme: Diese Fahrgäste waren vorher nicht gefahren). • Die Erreichbarkeit Erlangens und anderer Orte via Erlangen Hauptbahnhof mit öffentlichen Verkehrsmitteln wird verbessert
Aufwand	• Mehrere Euro Kosten pro angebotenem zusätzlichem Buskilometer für das operativ tätige Busunternehmen.
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	III/2013 bis III/2015 (Planung und Umsetzung) Umsetzung zum Zeitpunkt der Fertigstellung der Verlängerung der Tramstrecke zur Haltestelle „Am Wegfeld“. Fertigstellung nach derzeitigem Kenntnisstand in der zweiten Jahreshälfte 2015.
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Verkehrsverbund Großraum Nürnberg in Verbindung mit Verkehrsunternehmen.

Bereich	Verkehrliche Anbindung	Maßnahme Nr. 12
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	O-VR 02	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch gemeinsame Intensivierung der Marketingmaßnahmen aller Beteiligten**	
Erläuterung	Es wird angenommen, dass die Marktausschöpfung erhöht werden kann, wenn – neben der Möglichkeit der Pkw-Anreise – die Bekanntheit der Anreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln erhöht wird. Ferner wird – wie bereits erläutert – angenommen, dass das ÖPNV-Angebot (überdurchschnittlich) gut ist. Dennoch besitzt der öffentliche Verkehr nur einen geringen Marktanteil (siehe Bestandsanalyse, Vergleich mit anderen Flughäfen). Neben der Bekanntheit der Qualität der U-Bahn-Anbindung (Fahrplan, Fahrzeit zum Nürnberger Hauptbahnhof, 10-Minuten-Takt) müssten die weiteren Faktoren der ÖPNV-Nutzung bekannt sein (z.B. Ort der Haltestelle am Flughafen, Wege am Nürnberger Hauptbahnhof, relevantes Fahrscheinsortiment inkl. Verbundfahrausweise, Fahrscheinerwerbsmöglichkeit). Hierzu wäre es vorteilhaft, wenn die ankommenden Fluggäste bereits im Ankunftsbereich (Gepäckausgabe) informiert würden und ein mit Personal besetzter Informations- /Fahrausweisschalter im öffentlichen Ankunftsbereich vorhanden wäre. Bei den Marketingmaßnahmen sollte eine Zusammenarbeit der Flughafengesellschaft mit dem Verkehrsverbund Großraum Nürnberg und den relevanten Verkehrsunternehmen erfolgen. Bei den Maßnahmen ist an das klassische Spektrum von Marketingmaßnahmen gedacht. Aufgrund der heute weit verbreiteten Verfügbarkeit von Telefonen mit Internetzugang wird die Entwicklung einer „App“ empfohlen, mit deren Hilfe auch Informationen in Echtzeit, z.B. über die nächsten Abfahrten, verfügbar werden. Abschließend wird angenommen, dass die Mehreinnahmen durch mehr zusätzliche Fluggäste ggf. eintretende Verluste bei den Parkentgelteinnahmen kompensieren können.	
Ziel	Erhöhung der Marktausschöpfung des Nürnberger Flughafens.	
Wirkung (für den Flughafen)	• Es wird grundsätzlich davon ausgegangen, dass die Marktausschöpfung des Nürnberger Flughafens erhöht wird, da mehr Fluggäste sich für die Nutzung des Nürnberger Flughafens und damit gegen die Nutzung anderer Flughäfen entscheiden.	

	• Die zusätzlichen Fluggäste generieren über die entsprechenden Entgelte und durch Umsätze im Non-Aviation-Bereich zusätzliche Einnahmen für den Flughafen Nürnberg.
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Erhöhung des Marktanteils des Nürnberger Flughafens.
Aufwand	• Marketingmaßnahmen der Beteiligten.
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	Ab II/2013, fortlaufend
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH **Unterstützend:** • Verkehrs-Aktiengesellschaft • Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH • Deutsche Bahn AG.

Bereich	Verkehrliche Anbindung	Maßnahme Nr. 13
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	S-VR 03, T-VR 03	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4 F zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3**	
Erläuterung	Die Anbindung des Nürnberger Flughafens an die BAB A 3 ist bereits planfestgestellt. Allerdings bestehen Auflagen, welche eine Realisierung aktuell verhindern. Eine bestehende Schadstoffbelastung im Bereich des Baufeldes muss beseitigt werden. Hierfür besteht aktuell noch keine technische Lösung, so dass ein Realisierungszeitpunkt noch offen ist.	
Ziel	Bessere überörtliche, straßenseitige Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg und Reduzierung der Verzögerungsanfälligkeit.	
Wirkung (für den Flughafen)	Bessere Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg aus dem Einzugsgebiet heraus. Erhöhung der Zuverlässigkeit der Erreichbarkeit des Nürnberger Flughafens. Verbesserung der relativen Erreichbarkeit im Vergleich zur Erreichbarkeit anderer Flughäfen. Hohe Kosten für die Beseitigung von Altlasten (Beseitigung PFT).	
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Entlastung der heute genutzten Straßen vom und zum Flughafen. • Auswirkungen für die betroffenen Anwohner.	
Aufwand	• Investitionen der zuständigen Baulastträger (Bund)	
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	Keine Aussage möglich, aufgrund bislang fehlender technischer Lösung zur Beseitigung der o.g. Schadstoffbelastung des Baufelds.	
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Bundesrepublik Deutschland (Finanzierung) • Freistaat Bayern (Finanzierung sofern Status Staatsstraße, Planung) **Unterstützend:** • Stadt Nürnberg (Mitwirkung an der Planung).	

Bereich	Verkehrliche Anbindung	Maßnahme Nr. 14
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	S-VR 03, T-VR 03	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg**	
Erläuterung	Die Planungen des Flughafens Nürnberg für die landseitige Infrastruktur sehen eine Entwicklung in Richtung Westen vor. Daher bietet sich die Realisierung einer weiteren Anbindung an die Bundesstraße B 4 an. Vorteile sind eine Entlastung insbesondere der Flughafen- und der Marienbergstraße, eine Verkürzung der Fahrt aus Nordwesten und ein geringer Investitionsauswand, da eine Straßenerschließung der westlichen Entwicklungsareale des Flughafens ohnehin erforderlich ist. Eine neue B 4-Anbindung würde nur 1 bis 2 km neue Straße erforderlich machen. Die Straße könnte zudem durch die vorgeschlagene direkte Busverbindung nach Erlangen genutzt werden.	
Ziel	Bessere überörtliche, straßenseitige Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg und Reduzierung der Verzögerungsanfälligkeit.	
Wirkung (für den Flughafen)	Erhöhung der Zuverlässigkeit der Erreichbarkeit des Nürnberger Flughafens. Weniger Verzögerungen im Vergleich zur heutigen Straßenanbindung, wenn der Verkehrsfluss aufgrund von weniger Lichtsignalanlagen und einer geringeren Verkehrsdichte besser ist.	
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Entlastung der heute genutzten Straßen vom und zum Flughafen. • Auswirkungen für die betroffenen Anwohner.	
Aufwand	• Investitionen der zuständigen Baulastträger.	
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	III/2013 bis IV/2015	
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Stadt Nürnberg • Flughafen Nürnberg.	

5.2.3.3. Priorisierung der Maßnahmen

Bei den Maßnahmen des Teilbereiches „Verkehrliche Anbindung“ wird für die Maßnahmen Nr. 12 (Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen) und Nr. 13 (Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3) der höchste potentielle Beitrag zur Ergebnisverbesserung unterstellt. Die beiden Maßnahmen bedingen eine wesentliche Verbesserung der Erreichbarkeit des Flughafens Nürnberg und dadurch einen höheren Marktanteil des Flughafens Nürnberg im Wettbewerb mit anderen Flughäfen. Einen positiven Beitrag auf etwas geringerem Niveau kann auch Maßnahme Nr. 14 (Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg) leisten. Maßnahme Nr. 11 (Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg) birgt aus Sicht der Berater im Vergleich zu den anderen Maßnahmen dieses Teilbereiches geringere Potentiale zur Ergebnisverbesserung für FNG.

Die Höhe der zu erwartenden Investitionserfordernisse betreffend wird für Maßnahme Nr. 13 der höchste Investitionsbedarf zur Umsetzung der Maßnahme erwartet. Kosten würden hier neben dem investitionsintensiven Bau für die noch technisch ungelöste Beseitigung der Schadstoffe im Gelände, sowie für Ausgleichsflächen anfallen. Der geringste Investitionsbedarf wird für Maßnahme Nr. 12 angenommen, die Maßnahmen Nr. 11 und Nr. 14 liegen dazwischen, wobei davon auszugehen ist, dass Maßnahme Nr. 11 (Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg) durch den dauerhaft notwendigen Finanzierungsbedarf je Buskilometer insgesamt einen höheren Investitionsbedarf aufweist als die einmalige Schaffung einer alternativen, westlichen Straßenanbindung.

Hinsichtlich des Kriteriums der Kurzfristigkeit der Wirkung belegt Maßnahme Nr. 12 Rang 1, gefolgt von Maßnahme Nr. 11 und Maßnahme Nr. 14. Der langfristigste Zeithorizont bis zum erwarteten Wirkungsbeginn der Maßnahme wird für Maßnahme Nr. 13 unterstellt. Hier ist aufgrund der noch ungeklärten technischen Lösung bezüglich der Beseitigung der vorhandenen Schadstoffe keine Aussage über einen etwaigen Planungs- und Umsetzungszeitraum möglich.

In der Summe ergibt sich für den Teilbereich „Verkehrliche Anbindung“ somit folgende Rangreihung: Rang 1 belegt Maßnahme Nr. 12 (Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen), gefolgt von Maßnahme Nr. 13 (Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3) und Nr. 14 (Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg) mit nur marginalem Punktunterschied auf den Rängen 2 und 3 sowie Maßnahme Nr. 11 (Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg) auf Rang 4. Die gewichtete Punkteverteilung je Kriterium sowie die sich ergebende Rangfolge innerhalb des Themenbereichs Verkehrliche Anbindung sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

Die detaillierten Bewertungstabellen des durchgeführten paarweisen Vergleichs befinden sich im Anhang 4 dieses Berichts.

Tabelle 46: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Verkehrliche Anbindung

		Kriterium/ Gewichtung			SUMME	RANG
Maßnahmen-Nr.	Maßnahme	Potentielle Ergebnis-verbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)	Geringer Investitions-bedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)	Kurzfristig-keit der Wirkung (Gewichtung: 30%)		
12	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketing-maßnahmen	1,25	0,6	0,9	2,75	1
13	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3	1,25	0	0	1,25	2
14	Schaffung einer alternativen Straßen-anbindung des Flughafens Nürnberg	0,5	0,4	0,3	1,2	3
11	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg	0	0,2	0,6	0,8	4

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.2.3.4. Ergänzende Ansätze

Verbesserung bestehender Angebote im öffentlichen Verkehr

Eine Ausweitung des Angebotes bestehender ÖPNV-Angebote hinsichtlich Frequenz und Betriebszeiten ist denkbar, wird jedoch als wenig effektiv angesehen und daher nicht empfohlen. Die U-Bahn besitzt bereits heute einen 10-Minuten-Takt und lange Betriebszeiten, so dass eine weitere Angebotsverdichtung nicht viel Zusatznutzen, jedoch Zusatzkosten generieren würde. Die Taktfrequenz von sechs Abfahrten pro Stunde und Richtung ist auch im Vergleich mit anderen Flughäfen sehr gut (siehe Bestandsanalyse). Zudem ist eine Frequenzverdichtung mit der bestehenden Infrastruktur nicht möglich, da die U-Bahn im Abschnitt Ziegelstein – Flughafen eingleisig ist. Für die Fahrt sind laut Fahrplan 3 Minuten erforderlich, so dass eine Verdichtung auf einen 5-Minuten-Takt nicht möglich ist. Eine Ausweitung der Betriebszeiten nachts ist nicht zu empfehlen, weil der Bedarf nachts gering ist, wenige Anschlussmöglichkeiten am Hauptbahnhof bestehen und die U-Bahn-Strecke nachts instand gesetzt wird.

Die aktuellen Bus-Linien besitzen hinsichtlich der Nutzerzahlen und der verkehrlichen Erschließung des Einzugsgebietes des Nürnberger Flughafens eine untergeordnete Bedeutung. Eine Angebotsausweitung der bestehenden Linien hat nur geringe Wirkung, da sie lediglich das nahe Umfeld des Nürnberger Flughafens bedienen.

Einrichtung eines Bahnhofs am Nürnberger Flughafen

Im Rahmen der Regionalkonferenz am 22. Oktober 2012 wurde angesprochen, ob ein Bahnhof – im Idealfall mit ICE-Halt – am Flughafen Nürnberg möglich sei. Grundsätzlich würde ein Bahnhof mit Fernzughalt die Erreichbarkeit des Nürnberger Flughafens deutlich verbessern, insbesondere wenn wichtige Städte des Einzugsgebietes in hoher Frequenz und ohne Umsteigen erreichbar sind. Aktuell erscheint jedoch die Einrichtung eines Bahnhofs am Flughafen wenig realistisch. Selbst von der östlich des Flughafens verlaufenden Bahnstrecke zwischen Nürnberg Nordost-Bahnhof nach Gräfenberg wären mehrere Kilometer neue Bahnstrecke erforderlich. Eine Verknüpfung der genannten Strecke mit anderen Schienenstrecken besteht aktuell nicht. Hierzu müssten bestehende oder stillgelegte Strecken modernisiert bzw. reaktiviert werden. Insgesamt erscheint ein solches Projekt sehr unwahrscheinlich. Noch unwahrscheinlicher ist die Realisierung von Schieneninfrastruktur, welche von Fernzügen genutzt werden kann. Festzustellen ist zudem, dass der verkehrliche Nutzen nicht sehr hoch ist, da mit der U-Bahn bereits eine sehr gute Anbindung an den Nürnberger Hauptbahnhof besteht. Dieser ist hervorragend in das deutsche Schienennetz eingebunden.

Einrichtung eines Fernbushaltes am Nürnberger Flughafen

Mit der Liberalisierung des Linienbusverkehrs auf längeren Strecken ergeben sich Möglichkeiten, neue Angebote zu etablieren. Im Fernbuslinienverkehr beginnen in erster Linie private Unternehmen tätig zu werden. Sie sind frei in ihrer Angebotsgestaltung. Mit der Schaffung von Haltemöglichkeiten für Fernbusse könnte der Flughafen Nürnberg den Fernbusunternehmen ein Angebot schaffen, den Flughafen in ihre Liniennetze zu integrieren. Die tatsächliche Fahrplangestaltung

obliegt jedoch den Fernbusunternehmen. Nur wenn diese einen Markt sehen, werden sie den Nürnberger Flughafen anfahren. Der Flughafen kann lediglich – ähnlich wie bei der Airline-Akquise – die Busunternehmen animieren, den Flughafen anzufahren. Voraussichtlich sind die Innenstädte die wichtigeren Destinationen der Fernbusunternehmen, da der Gesamtreisendenmarkt von und nach den Innenstädten voraussichtlich größer ist als der Markt der Fernbusreisenden von und nach dem Flughafen einer Stadt.

Für den Flughafen Nürnberg ist die Einrichtung eines Fernbushaltes dann wirtschaftlich interessant, wenn eine größere Anzahl Reisender einen Fernbus für die Anreise zum Nürnberger Flughafen nutzt. Prognosen darüber sind nur schwer möglich, zumal auch andere Flughäfen in die Liniennetze der Fernbusunternehmen einbezogen werden.

5.2.4 Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus

5.2.4.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs

Für die Themenbereiche Kongress- und Veranstaltungsmarkt sowie Tourismus wurden im Rahmen der SWOT-Analyse Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken identifiziert, die sich aus der Bestandsaufnahme in Bezug auf Ihre Wirkung für den Flughafen Nürnberg ergeben. Einige dieser SWOT-Themen sind als exogen zu betrachten. Sie stellen äußere Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg dar, die entweder als unveränderbar angenommen werden oder für die eine Ableitung von Handlungsmaßnahmen nicht sinnvoll erscheint. Die SWOT-Themen O-TR 01 und O-TR 02 (siehe folgende Tabelle) umfassen die grundsätzlich positiven touristischen Rahmenbedingungen der Metropolregion Nürnbergs, die zwar als Rahmenbedingungen indirekt für den Erfolg identifizierter Maßnahmen im Tourismusbereich ausschlaggebend sind, aus denen aber explizit keine separaten Maßnahmen abzuleiten sind, die in Zusammenhang mit der Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg stehen. SWOT-Thema T-TR 02 bezieht sich auf die Konkurrenzsituation des Tagungs- und Kongressmarkts mit dem Tourismusmarkt aufgrund der Belegungs- und Preissituation für Hotelzimmer zu Messezeiten, wodurch zeitweilig Hemmnisse für die Entfaltung privat motivierter Reisen bestehen. Dem kann grundsätzlich durch eine Ausweitung des Angebots an Übernachtungskapazitäten in Nürnberg begegnet werden, inwieweit hier jedoch Bedarf besteht ist nicht Untersuchungsgegenstand dieser Studie und steht nicht in erkennbarem direktem Zusammenhang zum Flughafen Nürnberg und dessen Entwicklung.

Tabelle 47: Exogene SWOT Themen – Bereich Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
O-TR 01	Touristisch attraktives Umfeld, gute touristische Angebote
O-TR 02	Positive Entwicklung der Übernachtungen und Ankünfte
T-TR 02	Konkurrenz Kongress- und Veranstaltungsmarkt

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.2.4.2. Empfohlene Maßnahmen

Neben den exogenen SWOT-Themen gibt es auch solche, die als relevant für die Ableitung von Handlungsmaßnahmen eingeschätzt wurden. Die folgende Tabelle listet die Relevanten SWOT-Themen aus den Bereichen Kongress- und Veranstaltungsmarkt sowie Tourismus auf.

Tabelle 48: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
W-TR 01	Bislang fehlendes LCC-Angebot
W-TR 02	Outgoing-Orientierung des zukünftigen LCC-Angebots
W-TR 03	Bewerbung des Flughafens als ideale Anreisemöglichkeit in die Region
O-TR 03	Entwicklung und Ausbau touristischer Marktsegmente
O-TR 04	LCC zur Erschließung neuer touristischer Incoming-Märkte
O-KV 01	Hohes Marktwachstumspotenzial vorhanden
O-KV 02	Effekte von neuen Kongress- und Tagungsfaszilitäten am Flughafen Nürnberg
O-KV 03	Standort Flughafen bietet zusätzliche Entwicklungschancen für ein Tagungs- und Kongresszentrum
O-FL 02	Realisierung des Convention Centers am Flughafen
T-TR 01	Fokus des touristischen Angebots ist nicht flugreiseaffin
T-KV 01	Fehlendes Kapazitätsangebot im Bereich Kongress- und Veranstaltungsstätten

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Die aus diesen wesentlichen SWOT-Themen abgeleiteten Handlungsempfehlungen werden auf den folgenden Seiten dargestellt und erläutert. Die Empfehlung zum Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg basiert auf einer identifizierten Angebotslücke in Nürnberg und einer hohen Nachfragesituation nach Veranstaltungskapazitäten. Nach Aussage der Messe Nürnberg könnte ein zu errichtendes Kongress- und Tagungszentrum eine Kapazität von bis zu 200.000 zusätzlichen Kongress- und Veranstaltungsgästen p.a. ermöglichen.[65] Nach

[65] Inkludiert ist dabei eine geplante Veranstaltungshalle (7.500 qm) für singuläre, größere Veranstaltungen, angrenzend an das Kongress- und Tagungszentrum.

Abschätzung der Messe Nürnberg reisen durchschnittlich etwa 20% der Messegäste Nürnbergs per Flugzeug an. Dieser Wert wird als Durchschnittswert bei der Erläuterung der Wirkung der Handlungsmaßnahme auch für das Tagungs- und Kongresszentrum unterstellt. Das tatsächliche Anreiseverhalten wird jedoch stark von der inhaltlichen Ausrichtung der dort zu etablierenden Kongresse und Veranstaltungen abhängen. Nimmt man diese Schätzung des Anreiseverhaltens per Flugzeug i.H.v. 20% des Gästepotentials an, ergibt sich somit als Potential ein Nachfrageanstieg um 40.000 Passagiere für die Anreise und 40.000 Passagiere für deren Abreise. In der Summe kann folglich ein Potential von 80.000 zusätzlichen Passagieren erwartet werden. Unterstellt man eine lineare Zunahme direkt Beschäftigter am Standort Flughafen Nürnberg durch den Anstieg der Passagierzahlen, so kann dies hierdurch einen positiven Beschäftigungseffekt in Höhe von etwa 80 zusätzlichen Erwerbstätigen generieren. Zusätzlich generiert auch das Tagungs- und Kongresszentrum zusätzliche positive Beschäftigungseffekte.

Die weiteren Handlungsmaßnahmen beziehen sich auf den touristischen Sektor und empfehlen die Beibehaltung und Intensivierung der Förderung und Entwicklung touristischer Angebote mit flugreiseaffinem Fokus und neuer touristischer Marktsegmente, die zu einer Steigerung der Flugreisenachfrage führen können. Außerdem sollten die Chancen und Potentiale durch die neu etablierten Low-Cost-Carrier-Destinationen durch die Intensivierung prägnanter und gezielter Bewerbung genutzt werden. Erfolgsentscheidend ist nach Ansicht der Berater dabei der Fokus auf spezielle Attraktionen der Metropolregion Nürnberg (oder ggf. Bayerns), die speziell Low-Cost-affine Reisende der jeweiligen Destinationsregion interessieren und zu einer Reise motivieren können. Schließlich wird zudem die Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“ empfohlen. Eine detaillierte Erläuterung der Handlungsempfehlungen, deren Ziele und Wirkungen, der zu erwartende Aufwand zur Umsetzung sowie die verantwortlichen und unterstützenden Akteure, erfolgt auf den folgenden Seiten.

Tabelle 49: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus

Bereich	**Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus**	**Maßnahme Nr. 15**
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	O-KV 01; O-KV 02; O-KV 03;O-FL 02; T-KV 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg**	
Erläuterung	Der Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg wird empfohlen. Der Standort am Flughafen bietet sowohl für den Flughafen Nürnberg als auch für das Tagungs- und Kongresszentrum Vorteile gegenüber alternativen Standorten im Stadtgebiet Nürnbergs. Die Bestandsaufnahme hat gezeigt, dass die Nachfrage nach Tagungs- und Kongressfaszilitäten in Nürnberg enorm ist und aufgrund der hohen Nachfrage aktuell nahezu jede zweite Veranstaltungsanfrage abgesagt werden muss. Dieses Wertschöpfungspotential für die Metropolregion Nürnberg, die Messe Nürnberg und für den Flughafen durch gesteigerte Gästezahlen sollte dringend ausgenutzt werden.	
Ziel	Ausschöpfung des Marktpotentials im Kongress- und Veranstaltungsbereich, um über die Steigerung der Kongress- und Veranstaltungsgäste in Nürnberg das Fluggastaufkommen des Flughafens weiter zu steigern.	
Wirkung (für den Flughafen)	• Gesteigertes Fluggastaufkommen im Incoming-Geschäftsverkehr. Bei einer durchschnittlichen Anreisequote der Kongress- und Veranstaltungsgäste von 20% per Flugzeug kann mit einem Potential von bis zu 80.000 zusätzlichen Fluggästen p.a. (40.000 Anreisen und 40.000 Abreisen) gerechnet werden. • Dementsprechend positive direkte Beschäftigungseffekte: In Folge des gesteigerten Fluggastaufkommens kann mit einem Potential von bis zu 80 zusätzlichen Erwerbstätigen am Standort Flughafen Nürnberg gerechnet werden. • Das zu errichtende Tagungs- und Kongresszentrum sollte das vorhandene Parkflächenangebot des Flughafens nutzen, um so zusätzliche Einnahmen im Non-Aviation Geschäftsfeld Parken zu generieren und über ganzjährig stattfindende Veranstaltungen eine ganzjährige zuverlässige Grundlast auch für das aktuell saisonal schlecht ausgelastete Parkhaus 3. • Durch einen Verkauf oder eine Verpachtung der Fläche generiert der Flughafen Nürnberg einmalig oder dauerhaft signifikante Einnahmen.	

	• Steigerung der Umsätze im Bereich Non-Aviation (Einzelhandel und Gastronomie), sowohl durch Fluggäste als auch Passanten ohne Flugabsicht.
Wirkung (für andere Interessenträger)	• Stärkung des Kongress- und Veranstaltungsmarktes Nürnberg durch erweiterte Kapazitäten. Laut aktuellen Planungen böte ein Tagungs- und Kongresszentrum am Flughafen Kapazität für rund 200.000 zusätzliche Gäste pro Jahr. • Senkung der heute hohen Absagequote bei Tagungen und Veranstaltungen aus Termin- oder Kapazitätsgründen, • Der Standort Flughafen bietet die Möglichkeit zur Erweiterung des Angebotsportfolios im Kongress- und Veranstaltungsbereich (luftfahrt- und logistikbezogene Themen entwickeln, Green Meeting, etc.), wodurch sich der Kongress- und Messestandort Nürnberg inhaltlich noch breiter und zukunftsorientierter als bisher aufstellen kann. • Durch bis zu 200.000 zusätzliche Besucher p.a. erschließt sich ein enormes Wertschöpfungspotential für das Hotel- und Gaststättengewerbe, inklusive positiver Arbeitsplatz- und Steuereffekte.
Aufwand	• Investition in das Tagungs- und Kongresszentrum • Es ist kein erhöhter Aufwand im Vergleich zum Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums an einem anderen Standort im Stadtgebiet zu erwarten.
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	I/2014 bis IV/2018 (Planung und Bau)
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Stadt Nürnberg • Freistaat Bayern • NürnbergMesse GmbH **Unterstützend:** • Flughafen Nürnberg (Bereitstellung der Fläche) • ggf. private Investoren

Bereich	Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus	Maßnahme Nr. 16
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	O-TR 03; T-TR 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln.**	
Erläuterung	Die touristischen Angebote Nürnbergs werden bereits heute professionell vermarktet. Für regionale Attraktionen mit flugreiseaffinem Fokus steht die CTZ in engem Kontakt mit Fluggesellschaften. Die touristischen Angebote werden an bestehenden und potentiellen Quellmärkten entsprechend der definierten prioritären Märkte vermarktet. Diese Aktivitäten sichern die Auslastung bestehender Routen durch privat motivierte Reisende (Incoming Tourismus). Diese sollten zur Generierung weiterer Flugreisenachfrageeffekte noch weiter gestärkt werden. Zum einen kann eine Steigerung des Budgets für derartige Marketingmaßnahmen (bspw. durch die CTZ) hierfür einen Beitrag leisten, zudem bestehen Potentiale durch eine stärkere Einbindung von Tourismusverbänden und -vereinen der gesamten Metropolregion außerhalb Nürnbergs, bspw. in Bamberg, Bayreuth u.a., um flugreiseaffine touristische Angebote noch prägnanter zu bewerben. Neue touristische Marktsegmente mit Wachstumspotential, die in Nürnberg und der Metropolregion noch nicht vollständig ausgeprägt sind, sollten gefördert werden. Insbesondere jene, die überregional und international als Alleinstellungsmerkmal der Region wahrgenommen werden könnten, um so die Flugreisenachfrage in die Region weiter zu stimulieren. Als Ergebnis der Regionalkonferenz wurden folgende Trends und touristische Wachstumsmärkte als geeignet für die Metropolregion Nürnberg identifiziert: • Stadt der Menschenrechte/ Memorium: Dieses Thema wird in Nürnberg aktuell bereits gut vermarktet. Es bietet Potential für eine weitere dynamische Entwicklung, insbesondere für die Zielgruppenmärkte USA, Russland und China. Ein höheres Budget für entsprechende Marketingaktivitäten kann hier potentiell weitere Flugreisenachfrage generieren. • Medizintourismus: Gilt als allgemeiner Wachstumsmarkt und bietet hohe Wertschöpfungspotenziale. Es besteht zudem ein Erkennbarer Trend zur Verknüpfung von Medizintourismus und Wellnessangeboten. Diese sind in der Metropolregion Nürnberg in breitem Spektrum und guter Qualität vorhanden und ließen sich hiermit verknüpfen.	

	• UNESCO als Reiseanlass: Es werden Potentiale gesehen, die durch eine stärkere, prägnantere und gebündelte Vermarktung der hohen Dichte der (UNESCO-) Welt(kultur)erbestätten innerhalb der Metropolregion ausschöpfbar wären. Hierfür sind Akteure aus der gesamten Metropolregion einzubinden. Durch eine ganzheitliche Außenwirkung beim Thema UNESCO kann potentiell eine höhere Aufmerksamkeit der Marketingaktivitäten erwartet werden.
Ziel	Erhöhung des Anteils und der Anzahl per Flugzeug anreisenden Touristen.
Wirkung (für den Flughafen)	• Steigerung der Flugreisenachfrage durch privat motivierte Reisende (Incoming Tourismus).
Wirkung (für andere Interessenträger)	• Erschließung neuer touristischer Marktsegmente und Steigerung des Incoming Tourismus führt zu zusätzlichen Ankünften und Übernachtungen und folglich zu positiven volkswirtschaftlichen Effekten (Wertschöpfung, Arbeitsplatzeffekte, Steueraufkommen).
Aufwand	• Kein Aufwand für den Flughafen Nürnberg. • Erhöhter Aufwand durch die Intensivierung von Marketingmaßnahmen bei tourismusverbänden und –vereinen in der Metropolregion.
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	Ab II/2013, fortlaufend
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Tourismusverbände und –vereine, insbesondere aus der Metropolregion außerhalb Nürnbergs • Stadt Nürnberg (Finanzierung zusätzlicher Marketingbudgets) **Unterstützend:** • Reiseveranstalter, Kultur-/ Eventveranstalter • Flughafen Nürnberg

Bereich	Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus	Maßnahme Nr. 17
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	W-TR 01, W-TR 02, W-TR 03, O-TR 04	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben**	
Erläuterung	Die Etablierung von Ryanair als erstem LCC am Flughafen Nürnberg bietet enorme Chancen und neue Potentiale im Bereich des Incoming Tourismus, der durch gezielte und prägnante Werbung und Marketingaktivitäten an den speziellen Startflughäfen bereits unterstützt wird. Aufgrund begrenzter Mittel wird zunächst die Fokussierung auf den Quellmarkt London empfohlen, der den größten Anteil an Incoming-Passagieren vermuten lässt. Für die Marketing-maßnahmen sollten konkrete, dem Low-Cost-Segment entsprechende touristische Angebote beworben werden, die gleichzeitig eine hohe Attraktivität für Kurz- und Wochenend-urlauber besitzen und für die Entscheidung einer Fluganreise nach Nürnberg und die Metropolregion geeignet sind. Im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten finden derartige Marketingmaßnahmen durch die CTZ Nürnberg statt. Eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung mit Ryanair als involvierte Fluggesellschaft findet statt. Zur Sicherung dieser Strecken durch entsprechende Auslastung – auch für das erweiterte Destinationsangebot ab 2014 – sollte eine Intensivierung dieser Marketingmaßnahmen umgesetzt werden. Zum einen böte ein erweitertes Budget größeren Handlungsspielraum für einen Ausbau dieser Marketingarbeit, zum anderen werden Potentiale durch die stärkere Einbindung von Regionen der Metropolregion außerhalb Nürnbergs gesehen, die über zielgruppenrelevante touristische Produkte und Angebote verfügen. Durch die vergleichsweise hohe Online-Affinität von LCC-Kunden sollten die Marketingaktivitäten auf die Internetplattformen der Carrier sowie eine strategisch ausgerichtete Online-Kommunikation auf deren Plattformen inkl. Social Media ausgerichtet sein.	
Ziel	Steigerung der Flugreisenachfrage und Sicherstellung der Auslastung von neuen LCC-Strecken.	
Wirkung (für den Flughafen)	• Steigerung der Flugreisenachfrage durch privat motivierte Reisende (Incoming Tourismus). • Zusätzliche Flugreisenachfrage durch die Anwerbung eines neuen touristischen Klientels.	

Wirkung (für andere Interessenträger)	• Die Vermarktung der Flugzeuganreise lockt zusätzliche überregionale und internationale Gäste in die Metropolregion und erhöht somit den Anteil internationaler Gäste. Internationale Gäste generieren durchschnittlich mehr Übernachtungen und geben mehr Geld in der Region aus. • Die Steigerung des Incoming Tourismus generiert aus volkswirtschaftlicher Sicht Arbeitsplatz-, Wertschöpfungs- und Steuereffekte.
Aufwand	• Ggf. stärkere Beteiligung an touristischen/ kulturellen Marketingaktivitäten durch den Flughafen. • Erhöhter Aufwand durch die Intensivierung von Marketingmaßnahmen.
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	Ab II/2013, verstärkt ab I/2014, fortlaufend
Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Tourismusverbände und –vereine, insbesondere aus der Metropolregion außerhalb Nürnbergs • Stadt Nürnberg (Finanzierung zusätzlicher Marketingbudgets) **Unterstützend:** • Flughafen Nürnberg • LCC-Fluggesellschaften (Ryanair)

Bereich	**Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus**	**Maßnahme Nr. 18**
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	W-TR 03, T-TR 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“**	
Erläuterung	Nürnberg ist als touristisches Reiseziel bekannt und qualifiziert, befindet sich aber im Wettbewerb mit vielen anderen attraktiven Reisezielen in Deutschland und Europa. Der reisezielsuchende und auswählende Tourist ist - insbesondere über das Internet - einer Fülle von Informationen und Angeboten ausgesetzt, so dass es für einen Zielort wichtig ist, herauszuragen und anzusprechen.	
Ziel	Verbesserung der Außendarstellung des Flughafens	
Wirkung (für den Flughafen)	• Eine Umbenennung der Flughafenbezeichnung trägt zusätzlich zu einer Emotionalisierung der Reisewahl bei und kann die Identifikations- und die Wiedererkennungs-möglichkeiten mit der Region gerade bei Privatpersonen erhöhen. Im Idealfall löst ein bekannter Name bzw. der landschaftliche Bezug zur Region einen positive Wertschätzung und Assoziation aus, die sich bei der Reiseziel- und Verkehrsträgerwahl zu Gunsten des Reisezieles positiv auswirken kann. • Entscheidend ist dabei natürlich auch die anzusprechende Zielgruppe im touristischen Privatreiseverkehr. Mit dem Namenszusatz „Albrecht Dürer“ werden vermutlich die bisher schon als Gäste in Nürnberg anzutreffenden kulturinteressierten „Best Agers“ eher angesprochen, da sie zu diesem Namen einen engeren Bezug herstellen können als jüngere Reisende.	
Wirkung (für andere Interessenträger)	• Stärkung des Kulturstandortes Nürnberg, • Erhöhung der touristischen Visibilität Nürnbergs	
Aufwand	• Eine Umbenennung hätte Kosten durch die Neuerstellung sämtlicher Namensschilder und Beschilderung am Flughafen und in der Stadt Nürnberg zur Folge (z.B. für einen neuen Namenszug auf dem Flughafendach entstünden erhebliche Kosten) • Durchführung aufwändiger Kommunikation mit Kunden und Dienstleistern • Etwaige namensrechtliche Aspekte sowie die praktische Umsetzung einer solchen Umbenennung für den Flughafen Nürnberg müsste separat geprüft werden	

Zeithorizont (Quartal / Jahr)	III/2013 bis IV/2013
Maßnahmenträger	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH

5.2.4.3. Priorisierung der Maßnahmen

Im Teilbereich „Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus“ erhält für das Kriterium der potentiellen Ergebnisverbesserung für FNG Maßnahme Nr. 15 (Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg) die meisten Punkte. Aufgrund des beschriebenen Passagierpotentials wird hierfür der größte potentielle Ergebnisverbesserungsbeitrag erwartet. Für die Maßnahmen Nr. 16 (Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln), Nr. 17 (Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben) und Nr. 18 (Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“) wird von den Beratern ein Beitrag zur Ergebnisverbesserung in jeweils ähnlicher Größenordnung erwartet. Für die Maßnahmen Nr. 16 und Nr. 17 ist dieser jedoch maßgeblich abhängig von der Höhe der Intensivierung der Marketingaktivitäten.

In Bezug auf den Investitionsbedarf wird der Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg als Maßnahme mit dem höchsten Investitionsbedarf bewertet, wohingegen für die übrigen drei Maßnahmen ein Investitionsbedarf in jeweils vergleichbarer Größenordnung angenommen wird.

Die Kurzfristigkeit der Wirkung der Maßnahmen betreffend, liegt Maßnahme Nr. 18 (Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“) auf Rang 1. Hier ist eine kurzfristige Umsetzbarkeit innerhalb von zwei Quartalen denkbar. Der langfristigste Zeithorizont bis zum Wirkungsbeginn der Maßnahme wird für den Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg unterstellt. In der Beschreibung der Handlungsmaßnahme wird hier von einer realistischen Umsetzungsdauer von fünf Jahren ausgegangen.

In der Summe ergibt sich somit die folgende Gesamtrangfolge innerhalb des Teilbereichs „Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus“:

Rang 1 belegt Maßnahme Nr. 18 (Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“). Rang 2 belegen die Maßnahmen Nr. 15 (Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg) und Nr. 16 (Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln). Die Maßnahme zum Bau des Tagungs- und Kongresszentrums wird dabei zwar als am wirksamsten für eine potentielle Ergebnisverbesserung eingeschätzt, dem gegenüber steht aber der im Vergleich zu den anderen Maßnahmen höchste Investitionsbedarf sowie ein vergleichsweise langfristiger Zeithorizont bis zum wirkungsbeginn der Maßnahme. Rang 4 belegt Maßnahme Nr. 17 (Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben).

Dabei ist festzustellen, dass alle vier Maßnahmen dieses Teilbereichs in Bezug auf die Bewertungspunkte auf einem ähnlichen Niveau liegen, sodass für alle vier Maßnahmen eine Wirksamkeit in Bezug auf die angesetzten, gewichteten Kriterien in ähnlicher Größenordnung erwartet werden kann (siehe folgende Tabelle).

Die detaillierten Bewertungstabellen des durchgeführten paarweisen Vergleichs befinden sich im Anhang 4 dieses Berichts.

Tabelle 50: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus

		Kriterium/ Gewichtung			SUMME	RANG
	Maßnahme	Potentielle Ergebnis-verbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)	Geringer Investitions-bedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)	Kurzfristig-keit der Wirkung (Gewichtung: 30%)		
18	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“	0,5	0,4	0,9	1,8	1
15	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg	1,5	0	0	1,5	2
16	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln	0,5	0,4	0,6	1,5	2
17	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben	0,5	0,4	0,3	1,2	4

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.2.5 Entwicklung des landseitigen Flughafenareals

5.2.5.1. Diskussion der nicht in Maßnahmen überführten SWOTs

Für den Themenbereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals wurden im Rahmen der zusammenfassenden SWOT-Analyse Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken identifiziert, die sich aus der Bestandsaufnahme in Bezug auf Ihre Wirkung für den Flughafen Nürnberg ergeben. Einige dieser SWOT-Themen sind als exogen zu betrachten. Sie stellen äußere Rahmenbedingungen für den Flughafen Nürnberg dar, die entweder als unveränderbar angenommen werden oder für die eine Ableitung von Handlungsmaßnahmen nicht sinnvoll erscheint.

Die Finanzsituation der FNG, auf die sich das SWOT-Thema W-FL 03 bezieht ist dabei ebenso als exogener, unveränderbarer Faktor im Rahmen dieser Studie anzusehen wie das Risiko eines weiteren Rückgangs der Passagierzahlen (T-FL 01). Das SWOT-Thema O-FL 02 wurde im Themenkomplex Kongress- und Veranstaltungsmarkt berücksichtigt (siehe Maßnahme Nr. 16). Die Chancen durch die neu geschaffenen Destinationen durch Ryanair hinsichtlich des Parkgeschäfts (O-FL 03) sind dem Bereich Non-Aviation zuzuordnen, sie generieren dort jedoch keine weitere Handlungsempfehlung, da das Parkraumangebot als ausreichend bewertet wurde.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die exogenen SWOT-Themen des Bereichs Entwicklung des landseitigen Flughafenareals.

Tabelle 51: Exogene SWOT Themen – Bereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
W-FL 03	Finanzsituation der FNG verhindert Investitionen
O-FL 02	Realisierung des Convention Centers am Flughafen
O-FL 03	Streckenaufnahme durch Low Cost Carrier
T-FL 01	Weiterer Rückgang der Passagierzahlen

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.2.5.2. Empfohlene Maßnahmen

Aus den in der folgenden Tabelle genannten SWOT-Themen konnten von den Beratern Handlungsmaßnahmen für den Themenbereich „Entwicklung des landseitigen Flughafenareals“ identifiziert werden.

Tabelle 52: Wesentliche SWOT Themen mit Handlungsbedarf – Bereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals

SWOT-Kennung	SWOT-Bezeichnung
S-FL 01	Gültiger Bebauungsplan
S-FL 02	Umfangreich vorhandene Bauflächen
S-FL 03	Entwicklungsachse in Richtung Westen ausbaubar
W-FL 01	Fehlende zielgerichtete Flächenvermarktung
W-FL 02	Zeitlich überholter Flughafen Masterplan
O-FL 01	Flächennachfrage im Bereich Luftfracht

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Die folgenden zwei Handlungsmaßnahmen konnten auf Basis dieser SWOT-Themen identifiziert werden.

Tabelle 53: Identifizierte Maßnahmen – Bereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals

Bereich	**Entwicklung des landseitigen Flughafenareals**	**Maßnahme Nr. 19**
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	W-FL 01, O-FL 01	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Engere Kooperation mit Flughafen-Investoren durch die Stadt Nürnberg, Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)**	
Erläuterung	Es wird eine engere Kooperation zwischen der FNG und der Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) empfohlen, sowie die Erweiterung der Aufgabenbeschreibung der Wirtschaftsförderung damit in aktiverer Form eine bestmögliche Nutzung und Umsetzung von Investorenanfragen gewährleistet werden kann. Der Ansatz mit der Institution „Rathaus Direkt“ ist hier als ein erster positiver Schritt zu bewerten, der noch intensiviert werden kann.	
Ziel	Sicherstellung einer hohen Umsetzungsquote von Anfragen in letztendlich angesiedelte Unternehmen bzw. vermietete Flächen und Gebäude auf dem Flughafengelände	
Wirkung (für den Flughafen)	• Aktive Vermarktung der Flächen • Steigerung der Umsätze durch Flächenvermietung • Gezielte Ansprache von potentiellen Investoren • Höherer Nutzungsgrad von Anfragen für den Flughafen	
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Höherer Nutzungsgrad von Anfragen für die Stadt Nürnberg • Aktivere und evtl. proaktive Ansprache von Investoren • Stärkung des Industrie- und Gewerbestandortes Nürnberg	
Aufwand	• Erweiterung der Stellenbeschreibung in der Wirtschaftsförderung um einen aktiven Vertrieb von Ansiedlungsflächen am Flughafen zu ermöglichen • Bessere Kommunikation zwischen den Ämtern und dem Flughafen	
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	Ab III/2013, fortlaufend	

Maßnahmenträger (verantwortlich/ unterstützend)	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg **Unterstützend:** • Stadt Nürnberg, Wirtschaftsförderung

Bereich	Entwicklung des landseitigen Flughafenareals	Maßnahme Nr. 20
Zugeordnete SWOT-Kennung(en)	S-FL 01, S-FL 02, S-FL 03, W-FL 02	
Handlungsmaßnahme (Kurzbezeichnung)	**Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf**	
Erläuterung	Der Flughafen Nürnberg sollte gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) den Masterplan aus dem Jahre 1990 überarbeiten und **vorab** eine Aussage über den PKW Parkflächenbedarf erarbeiten lassen. Die derzeitigen 120.000 qm sollen für flughafenaffines Gewerbe vorgehalten werden, die Erweiterung in Richtung Westen sollte erfolgen, um flughafen-fremdes Gewerbe ansiedeln zu können. Voraussetzung hierfür ist der politische Wille sowie die finanzielle Ausstattung der Ämter für den Flächenankauf, die Erschließung und die Schaffung eines Baurechts. Aufgrund der langen Prozesse für diese Entwicklung, ist mit einem Zeithorizont von 10 Jahren zu rechnen. Aus diesem Grund sollte zeitnah damit begonnen werden. Nach Vorlage des neuen Masterplans kann grundsätzlich ermittelt werden, welche Flächen verfügbar sind, um u.U. auch eine flughafenfremde Nutzung (z. B. Büros, Autohäuser etc.) zuzulassen. Die Flächen in unmittelbarer Terminalnähe sollten dem flughafenaffinen Gewerbe vorbehalten sein.	
Ziel	Die tatsächliche Verfügbarkeit von Flächen für flughafenfremde sowie flughafennahe Gewerbeflächen zu identifizieren und aktiv am Markt platzieren zu können.	
Wirkung (für den Flughafen)	• Gewissheit über Parkbedarf und Verfügbarkeit von auch langfristig nicht benötigten Flächen • Steigerung der FNG Umsätze bei aktiver Vermarktung von definitiv langfristig verfügbaren Flächen • Schnellere Reaktion auf Anfragen und Umsetzung von Investitionen • Langfristige Perspektiven und Planungssicherheit für die einzelnen Funktionsbereiche des Flughafens	
Wirkung (für andere Beteiligte)	• Gesamtüberblick für die Stadt Nürnberg bezüglich der verfügbaren Flächen am Flughafen • Stärkung des Industrie- und Gewerbestandortes Nürnberg	

	• Rasche Ansiedlung von Unternehmen mit Flughafenbezug wären auch durch die Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) eher umzusetzen
Aufwand	• Erhöhter Planungs- und Kostenaufwand seitens der Stadt Nürnberg sowie des Flughafens für Kapazitäs-Analyse und Masterplan
Zeithorizont (Quartal/ Jahr)	III/2013 bis II/2014
Maßnahmenträger **(verantwortlich/ unterstützend)**	**Verantwortlich:** • Flughafen Nürnberg GmbH **Unterstützend:** • Stadt Nürnberg mit dem Stadtplanungsamt • Wirtschaftsförderung Nürnberg als Projektträger • OB Stadt Nürnberg zur politischen Unterstützung

5.2.5.3. Priorisierung der Maßnahmen

In Bezug eine Priorisierung der zwei Handlungsmaßnahmen des Themenbereichs Entwicklung des landseitigen Flughafenareals ergibt sich aus Sicht der Berater eine Rangfolge wie in der untenstehenden Tabelle genannt. Maßnahme Nr. 19 (Engere Kooperation mit der Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) (Single Point of Contact)) wird im Vergleich zur Maßnahme Nr. 20 (Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf) als potentiell bedeutsamer für die Ergebnisverbesserung FNGs, als auch für kurzfristiger wirksam und weniger investitionsintensiv eingeschätzt. Folglich ergibt sich als Rangfolge Maßnahme Nr. 19 auf Rang 1 vor Maßnahme Nr. 20 auf Rang 2 innerhalb des Themenbereichs „Entwicklung des landseitigen Flughafenareals“.

Die detaillierten Bewertungstabellen des durchgeführten paarweisen Vergleichs befinden sich im Anhang 4 dieses Berichts.

Tabelle 54: Rangreihung der Maßnahmen Teilbereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals

		Kriterium/ Gewichtung			SUMME	RANG
	Maßnahme	Potentielle Ergebnis-verbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)	Geringer Investitions-bedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)	Kurzfristig-keit der Wirkung (Gewichtung: 30%)		
19	Engere Kooperation mit Stadt Nürnberg, Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact))	0,5	0,2	0,3	1	1
20	Aktualisierung des Master-planes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf	0	0	0	0	2

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

5.3 Vorgeschlagener Zeitplan zur Umsetzung der Maßnahmen

Anhand des in den 20 Handlungsmaßnahmen genannten Zeithorizonts zur aus Sicht der Berater möglichen Umsetzung der Maßnahmen lässt sich nachfolgend ein Zeitplan generieren, der als Vorschlag zur Umsetzung der Maßnahmen zu verstehen ist.

Die Reihenfolge der Maßnahmen ergibt sich dabei aus dem möglichen Beginn zur Maßnahmenumsetzung. Beginnen mehrere Maßnahmen im gleichen Quartal, werden jene Maßnahmen zuerst genannt, deren Umsetzungszeitraum kürzer ist.

Der Großteil der Maßnahmen ist dabei zeitgleich für eine Umsetzung vorgesehen oder überschneidet sich zeitlich stark mit weiteren Maßnahmen. Dies ist aber im Sinne einer schnellstmöglichen positiven Wirkung für die FNG unumgänglich. Zudem sind Maßnahmen aus allen untersuchten Themenbereichen abgebildet (Luftverkehr, Non-Aviation, verkehrliche Anbindung, Kongress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus sowie Entwicklung des landseitigen Flughafenareals), für die oftmals entweder unterschiedliche Maßnahmenträger verantwortlich sind oder zumindest unterschiedliche Organisationseinheiten/ Abteilungen eines Akteurs, so dass dies eine parallele Umsetzung von Maßnahmen in der Regel nicht behindert.

Die fünf Handlungsmaßnahmen, die hinsichtlich der zuvor erfolgten Priorisierung je Themenfeld Rang 1 belegen, sind rot eingefärbt dargestellt, die fünf Maßnahmen auf Rang 2 jeweils orange. Alle übrigen Maßnahmen sind blau dargestellt.

Tabelle 55: Vorgeschlagener Zeitplan zur Umsetzung der Maßnahmen[66,67]

Maßnahme Nr.	Maßnahme	2012	2013				2014				2015				> 2015/ Kommentar
		IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
2	Airline-Akquise														fortlaufend
10	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials														
4	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich														
7	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“														
6	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt														
5	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite														
1	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand														fortlaufend
12	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch gemeinsame Intensivierung der Marketingmaßnahmen aller Beteiligten														fortlaufend
16	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln														fortlaufend
17	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben														fortlaufend
9	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)														
18	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“														
8	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes														
20	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf														
11	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg														
14	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg														
19	Engere Kooperation mit dem Amt für Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)														fortlaufend
3	Frachtkapazitäten erhöhen														bis IV/2020
15	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg														fortlaufend
13	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3														keine Aussage möglich

Quelle: Eigene Darstellung, 2013

[66] Maßnahmen, die bei der Priorisierung innerhalb ihres Themenbereichs Rang 1 belegen sind rot eingefärbt, Maßnahmen mit Rang 2 sind jeweils orange eingefärbt. Alle weiteren Maßnahmen sind blau dargestellt.

[67] Um die Dringlichkeit zur Umsetzung der Maßnahmen zu dokumentieren, wurde der vorliegende Zeitplan durch die Berater vorgeschlagen, der einen möglichst zügigen Beginn der Umsetzung der Maßnahmen empfiehlt. Da die Umsetzung der Maßnahmen auch von äußeren Rahmenbedingungen abhängig ist, ist dieser Zeitplan lediglich als bedingter Zeit- und Umsetzungsplan zu verstehen.

QUELLENVERZEICHNIS

Airport Nürnberg: *Pressemitteilung 1/2013*, Nürnberg, Januar 2013

Airport Nürnberg: *Übersicht Baufelder/Flurstücke Eigentum gemäß B-Plan 4300*, Nürnberg, Januar 2013

DESTATIS, Statistisches Bundesamt: *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen – Inlandsproduktsberechnungen, Detaillierte Jahresergebnisse 2011*, Wiesbaden 2012a

DESTATIS, Statistisches Bundesamt: *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen – Input-Output-Rechnung 2008*, Wiesbaden 2012b

empirica; Aring, J.; Klophaus, R.: *Regionalökonomische Auswirkungen: Ausbau Flughafen Lübeck – Regionalökonomische Studie*, Bonn 2007

European Center for Aviation Development – ECAD GmbH: *Katalytische volks- und regionalwirtschaftliche Effekte des Luftverkehrs in Deutschland*, 2008

Fluggastbefragung 2010/2011; Flughafen Nürnberg GmbH, Lufthansa Marktforschung

Flughafen Bremen GmbH (Herausgeber) / Klophaus, R.; Desel, U. (Autoren): *Regionalökonomische Bedeutung des Verkehrsflughafens Bremen*, Bremen 2011

Flughafen Nürnberg: *Geschäftsbericht 2012*, Nürnberg, 2013

Flughafen Nürnberg, Online-Ressource: *www.airport-nuernberg.de*, Zugriff: diverse, Sept.- Dez. 2012

Flughafen Nürnberg, Flugplan, Online-Ressource: *http://www.airport-nuernberg.de/flugplan*, Zugriff: 29.11.2012

Gesellschaft für Konsumforschung (GfK): *Studie Potenzialanalyse für den Airport Nürnberg*, Nürnberg, April 2011

Memorium Nürnberg, Online-Ressource: *http://www.memorium-nuernberg.de*, Zugriff: 27.11.2012

MWI, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz (Herausgeber) / Heuer, K.; Klophaus, R. (Autoren): *Regionalökonomische Bedeutung und Perspektiven des Flughafens Frankfurt-Hahn*, Birkenfeld 2007

Prognos AG: *Prognos Zukunftsatlas 2010 - Deutschlands Regionen im Zukunftswettbewerb*, Berlin/ Bremen/ Düsseldorf, 2010

PROLOGIS AG; ch-aviation GmbH: *Europe's regional airline market grounds to a halt. Are European Regionals' Successful Days Counted?*; Online-Ressource: *http://www.ch-aviation.ch/blog/2013/03/21/europes-regional-airline-market-grounds-to-a-halt/*, Zugriff: 21. März 2013

RegionalAtlas der EMR Nürnberg; Bayerische Vermessungsverwaltung, Online-Ressource: *http://www.nuernberg.de/internet/statistik/regionalatlas_metropolregion.html*, Zugriff: 22.11.2012

Ryanair, Pressemitteilung vom 13.11.2012, Online-Ressource: *http://www.ryanair.com/de/nachrichten/ryanair-gibt-sechs-neue-verbindungen-ab-nuernberg-bekannt*, Zugriff: 27.11.2012

Schreiber, M.-T.; Kunze, R.: *Der Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg – Grundlagen und Anforderungen für eine Beurteilung der Möglichkeiten und Chancen für zusätzliche Kongress-Faszilitäten in Nürnberg*, Hamburg/ Wernigerode, März 2011a

Schreiber, M.-T.; Kunze, R.: *Der Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg*, Präsentation vom 04.04.2011b

Siemens Airport Center (SAC), Online-Ressource: *http://www.siemens.com/innovation/de/publikationen/zeitschriften_pictures_of_the_future/pof_fruehjahr_2006/simulationen/siemens_airport_center.htm*, Zugriff: 21.11.2012

Stadtplanungsamt und Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF): *Gewerbeflächen-potential im Stadtgebiet*, Nürnberg, Oktober 2012

Stadtplanungsamt und Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF): *Mobilisierung von gewerblichen Bauflächen*, Nürnberg, Oktober 2012

Statistisches Jahrbuch der Stadt Nürnberg 2011

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Übernachtungsdichte nach Bundesländern, Online-Ressource: *http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/HandelBeherb/Indikatoren/GT_uebernachtDichte.asp*, Zugriff: 30.11.2012

EHI Retail Institute: *Stores + Shops*, Magazin/ Fachzeitschrift, Ausgabe 10/2010, Köln, 2010

Verkehrsverein Nürnberg e.V.; Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg: *Geschäftsbericht 2011*, Nürnberg, 2012

VGR, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg / Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder: *Bruttoinlandsprodukt, Bruttowertschöpfung in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1992 und 1994 bis 2009*, Stuttgart 2011a

VGR, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg / Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder: *Arbeitnehmerentgelt in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1996 bis 2009*, Stuttgart 2011b

ANHANG

Anhang 1

Non Aviation: Einzelflächenanalyse

Bestandsaufnahme I – Einzelhandel Landseite



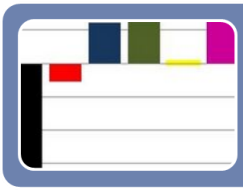
Airport Shop (37 m²)

- Mieter: FNSG [redacted]



Rahmenbedingungen

- Lage: direkt neben dem Eingang Abflug 2
- Sortiment: „Hier finden Sie alles…“ (Reiseartikel, Getränke, Souvenirs, Spielwaren, Lotto, Tabakwaren)
- Öffnungszeiten: 5.30 – 20.00 Uhr (7 Tage ??)



Einschätzung:

- Sehr gute Flächenproduktivität
- Ursachen für negatives Betriebergebnis *(? zu klären mit FNSG)*
- Flächenproduktivität spricht für Potenzial des Sortimentsmixes
- **Dringend Verbesserungen in Sortiment / Ladenbau / Personaleinsatz, um positiven Ergebnisbeitrag zu erzielen**

Seite 14

Bestandsaufnahme II – Einzelhandel Landseite



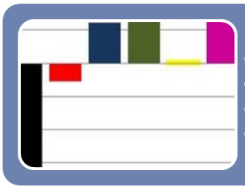
Schmitt & Hahn (168 m², Landseite)

- Mieter: Schmitt & Hahn
- [redacted]



Rahmenbedingungen

- Lage: In der Ladenstraße zwischen Abflug 1 und 2
- Sortiment: Taschenbücher, Kinderbücher, Ratgeber, Reiseführer, englische Paperbacks; Illustrierte, Special Interest Zeitschriften, Fernsehzeitungen, internationale Presse, aktuelle Tageszeitungen; Karten, Kalender, Süßigkeiten.
- Öffnungszeiten: 5.30 – 20.00 Uhr (7 Tage ?)



Einschätzung:

- Gute Flächenproduktivität
- Gute Sortimentsbreite
- Mietertrag / m2 für die Lage sehr ansprechend
- Entwicklung der Lage bei Veränderung des Zugangs zur Sicherheitskontrolle zu bewerten

Seite 15

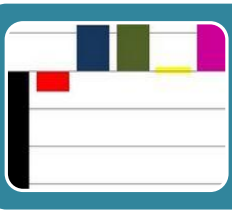


Ringeltaube (206 m²)

- Mieter: LSG Food & Non-Food GmbH
- [redacted]

Rahmenbedingungen

- Lage: außerhalb der Terminals, Flughafenstrasse 90; limitierter Zugang
- Sortiment: Spirituosen, Tabak, Food, Non-Food, Accessoires, u.a.
- Öffnungszeiten: Mo - Fr: 10.00-18.00 Uhr; Sa: 10.00-14.00 Uhr
- Betreiberwechsel zum 01.01.2013 seitens FNG angekündigt



Einschätzung:

- Konzept ist „Standardbestandteil“ insbesondere für Mitarbeiter an den großen deutschen Flughäfen
  Standorte der LSG (noch) in: Berlin, Bremen, Dresden, Düsseldorf, Frankfurt, Friedrichshafen, Hahn, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, München, Münster/Osnabrück, Stuttgart
- Nachnutzungskonzept für die Fläche zu entwickeln

Bestandsaufnahme IV – Service Landseite



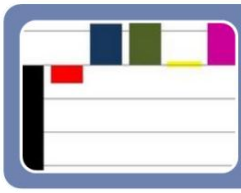
Friseur (98m²)

- Mieter [redacted]

Friseur am Flughafen

Rahmenbedingungen

- Lage: im Ankunftsbereich
- Öffnungszeiten: Mo: Geschlossen, Di - Fr: 08:00 Uhr - 20:00 Uhr, Sa: 08:00 Uhr - 15:00 Uhr, So: Ruhetag
- Lt. FNSG ca. € 6.000.- mtl. Umsatz an Drogeriewaren (Schätzung)



Einschätzung:

- Relativ gute Lage
- Konzeptionell mit Modernisierungspotenzial
- Öffnungszeiten nicht dem Standort angemessen

Seite 17

Bestandsaufnahme VI – Einzelhandel Luftseite



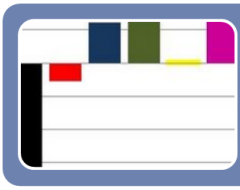
Duty Free / Travel Value (206 m²)

- Mieter: FNSG [redacted]



Rahmenbedingungen

- Lage: zentraler Shop im 1. Obergeschoss; ursprünglich direkt hinter der Sicherheitskontrolle und damit in der idealen Lage; durch Umstellung der Passagierwegeführung (zunächst in den Spitzenzeiten) und mittelfristig dauerhaft, verschlechtert sich die Lagegunst erheblich.
- Sortiment: Spirituosen, Tabak, Accessoires, Schreibwaren, Schmuck, u.a.
- Öffnungszeiten: ???



Einschätzung:

- Zweiter Shop im Umsteigerbereich ist z.Zt. offensichtlich dauerhaft geschlossen
- Ladenbau im Hauptshop ist nicht sehr aktuell
- Sortimente und Zonierung bedürften einer Optimierung
- Umsatz / m² bleibt deutlich hinter dem Potenzial des Sortimentsbereiches zurück
- Mietertrag / m² unterstreicht das Potenzial

Seite 19

Bestandsaufnahme VII – Einzelhandel Luftseite



Reiseshop (73 m²)

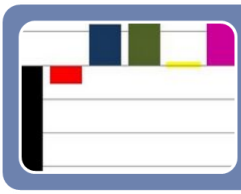
- Mieter: FNSG

[redacted]



Rahmenbedingungen

- Lage: nach der Sicherheitskontrolle im ersten Stock der Abflughalle 2
- Sortiment: Kleines Sortiment an Reisebedarf, von Sonnenbrillen über diverse Drogerieartikel, Süßigkeiten bis hin zu verschiedenen Urlaubsutensilien. Außerdem können Sie dort auch Souvenirs wie Bierkrüge, Nürnbergkarten oder Hummelfiguren kaufen.
- Öffnungszeiten: nach Flugplan



Einschätzung:

- Das Sortiment dieses Shops ist zwar dem Reisezweck an sich gewidmet, bildet dieses jedoch nicht auf Basis einer modernen Shoparchitektur ab.
- Eine Pointierung und klare Schwerpunktsetzung ist besonders angesichts der exponierten Lage der Fläche vonnöten.
- Die Öffnungszeiten sollten in der Kommunikation zumindest verbindliche Kernzeiten beziffern.

Seite 20

Bestandsaufnahme VIII – Einzelhandel Luftseite



Thomas Sabo (41m²)

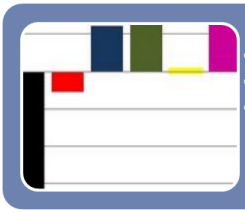
- Mieter: T. Sabo

[redacted]



Rahmenbedingungen

- Lage: zentral im luftseitigen Bereich direkt gegenüber dem Marchè Bistro
- Sortiment: Schmuck, Accessoires
- Öffnungszeiten: Mo – So 6.30 – 20.00
- Guter Flächenzuschnitt



Einschätzung:

- Flächenproduktivität ist positiv
- Der Mietertrag / m² scheint noch Potenzial zu bergen
- Ein deutlicher Hinweis zum Beispiel im Ladenbau, um die Herkunft, Entstehung sowie Entwicklung dieses mittlerweile international höchst renommierten Markenkonzeptes und seinen regionalen „Wurzeln“ würde zu einer Steigerung der Differenzierung und Profilierung beitragen

Seite 21

Bestandsaufnahme IX – Einzelhandel Luftseite



Schmitt & Hahn (Luftseite) (114 m²)

- Mieter: Schmitt & Hahn

[redacted]



Rahmenbedingungen

- Lage: zur Zeit „am Ende“ des Gatebereiches (aus Richtung der Wegeführung)
- Sortiment: Bücher und Zeitschriften

[redacted]



Einschätzung:

- Sehr gute wirtschaftliche Rahmendaten sowohl hinsichtlich der Flächenproduktivität als auch in Bezug auf die erwirtschaftete Miete / m²
- Ankersortiment
- ansprechender Ladenbau
- u.U. weiteres Flächenpotenzial

Seite 22

Bestandsaufnahme Gastronomie I - Landseite



McDonald`s (36 m²)

- Mieter: McDonald`s

[redacted]



Rahmenbedingungen

- kleines Outlet
- relativ gute Lage im Ankunftsbereich

[redacted]

- Eine sogenannte McDonald`s-Satellite-Filiale, wie es sie z.B. auch an Bahnhöfen gibt; hier wird nicht die komplette Menükarte angeboten.



Einschätzung:

- sehr gute wirtschaftliche Rahmendaten
- Ausbaupotenzial zur Vergrößerung der Fläche ist auf dieser Basis gegeben

[redacted]

Seite 23

Bestandsaufnahme Gastronomie II - Landseite



Mövenpick Restaurant (398 m²)

- Mieter: Marchè International
- [redacted]

Rahmenbedingungen

- großflächiges Outlet
- herausfordernde Lage und Erreichbarkeit
- sehr moderner Ausstattungsstandard
- [redacted]

Einschätzung:

- sehr gut geführtes Restaurant
- die wirtschaftlichen Rahmendaten bilden die Lageungunst ab
- wichtiger Standortfaktor im Zusammenspiel mit dem Konferenzangebot
- Brunch sehr interessant für Wochenendgäste und Airport Fans

Seite 24

Bestandsaufnahme Gastronomie III - Landseite



Tucher Bar (68 m²)

- Mieter: Marchè International
- [redacted]

Rahmenbedingungen

- Lage zentral in der Abflughalle 2
- Sortiment: breite Getränkeauswahl und eine Vielfalt von Snacks
- [redacted]

Einschätzung:

- guter Standort
- Sitzbereich
- „Back of House“ für den Pax sichtbar

Seite 25

Bestandsaufnahme Gastronomie IV - Landseite



Zigolini (50 m²)

- Mieter: Marchè International

[redacted]

Rahmenbedingungen

- Lage zentral in der Ankunftshalle
- Sortiment: insbesondere Kaffeespezialitäten

[redacted]

Einschätzung:

- Hervorragende Lage im Ankunftsbereich bietet Potenzial für Produktivitätssteigerung
- Sortimentsschwerpunkt Kaffee als absolutes Trendprodukt
- Zonierung der Gesamtorganisation der Flächen im Ankunftsbereich (Lost & Founds, Sitzbänke, Tourismusangebot, u.a.) bietet Chancen für Verbesserungen

Seite 26

Bestandsaufnahme Gastronomie V - Landseite



Kalchreuther Bäcker(83 m²)

- Mieter: Kalchreuther (Handswerksbetrieb aus der Region)

[redacted]

Rahmenbedingungen

- Lage: Im Eingangsbereich der Abflughalle 1
- Sortiment: Frühstücksangebote; Salatbar; Snacktheke; täglich frische Brötchen, Brezen, Salzgebäck; Kuchen und Torten.

[redacted]

- Außenbestuhlung als positiver Standortfaktor

Einschätzung:

- sehr gute wirtschaftliche Rahmendaten
- Sehr positiver Angebotsbeitrag für Passagiere, Holer, Bringer und Mitarbeiter

Seite 27

Bestandsaufnahme Gastronomie VIII - Luftseite



Cockpit Bar Warteraum (18 m²)

- Mieter: Marchè International

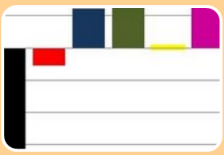
[redacted]



Rahmenbedingungen

- Lage: Warteraum im 1. OG
- Sortiment: Getränke & Snacks

[redacted]



Einschätzung:

- Sehr gute wirtschaftliche Rahmendaten hinsichtlich Flächenproduktivität und Mietertrag / m²
- Bar nicht durchgängig geöffnet
- Ladenbau nicht mehr auf dem aktuellen Stand
- Lage bietet weiteres Umsatz- und Ertragspotenzial

Seite 30

Bestandsaufnahme Gastronomie IX - Luftseite



Bistro Warteraum (170 m²)

- Mieter: Marchè International

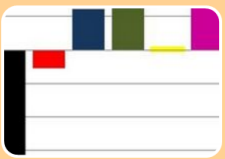
[redacted]



Rahmenbedingungen

- Lage: direkt im Warteraumbereich im 1. OG
- über 50 Sitzplätze; zentrales Gastronomieangebot auf der Luftseite
- Sortiment: frisch gepresste Fruchtsäfte, Sandwiches, verschiedenste Kaffeespezialitäten, Tee.

[redacted]



Einschätzung:

- gute wirtschaftliche Ertragsdaten
- „Back of House“ in der Ausrichtung zum Passagierlaufweg suboptimal

Seite 31

Anhang 2

Fragebogen Regionalökonomische Wirkungsanalyse

Diese Befragung wird im Auftrag des Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie mit dem Ziel durchgeführt, die regionalwirtschaftlichen Wirkungen des Nürnberger Flughafens für die Metropolregion Nürnberg zu ermitteln. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an die UNICONSULT GmbH, **Herrn Jens Benecke (Tel.: 040 74008 117).**



Die erbetenen Daten beziehen sich jeweils auf das Jahr 2011 (hilfsweise bitte die letzten verfügbaren Werte). Sofern Ihnen keine exakten Zahlen vorliegen, bitten wir Sie um Schätzungen. Falls Sie über mehrere Betriebsstätten an unterschiedlichen Standorten verfügen, möchten wir Sie bitten, lediglich diejenigen für den Standort „Flughafen Nürnberg“ zu nennen. Bitte senden Sie den Fragebogen bis zum 21.09.2012 zurück, auch wenn Sie nicht alle Fragen beantworten können.

Ihre Angaben werden selbstverständlich **vertraulich** behandelt und durch UNICONSULT nur mit Ihrer ausdrücklichen Genehmigung an Dritte weitergegeben.

1.	**Kontaktdaten**
1.1	**Name und Anschrift Ihres Unternehmens (ggf. Firmenstempel):**
1.2	Nennen Sie bitte einen **Ansprechpartner für Rückfragen.** Frau / Herr: _____ Tel.: _____ E-Mail: _____

2.	**Beschäftigte**
2.1	Wie viele **Beschäftigte** (Arbeitsplätze / Vollzeitstellen) hatte Ihr Unternehmen am Flughafen Nürnberg im **Jahr 2011**? Anzahl insgesamt: _____
2.2	Wie hoch war **2011** für alle genannten Beschäftigten **die jährliche Bruttolohn- und Gehaltssumme** ? Bruttolohn- und Gehaltssumme: _____ €

3.	**Umsatz / Vorleistungen / Investitionen**
3.1	Wie hoch war Ihr **Jahresumsatz** (Nettoumsatz ohne Umsatzsteuer) für das Jahr **2011**? Insgesamt: _____ €
3.2	Wie hoch waren im **Jahr 2011** in etwa Ihre **Ausgaben für Vorleistungen** (Lieferungen und Leistungen von anderen Unternehmen)? Insgesamt: _____ € Wie hoch war hiervon der Anteil der Ausgaben für Leistungen aus der Metropolregion Nürnberg? Anteil Metropolregion: _____ %
3.3	Wie hoch ist ihr durchschnittliches jährliches **Investitionsvolumen** am Flughafen Nürnberg? Letzten 5 Jahre : _____ _____ (€ pro Jahr) Wie hoch war hiervon der Anteil der Ausgaben für Leistungen aus der Metropolregion Nürnberg? Anteil Metropolregion: _____ %

VIELEN DANK FÜR IHRE HILFE!

UNICONSULT Universal Transport GmbH - Burchardkai 1 - 21129 Hamburg

Jens Benecke - Telefon: 040 74008 117 - Telefax: 040 322 764 -
j.benecke@uniconsult-hamburg.de

Anhang 3

Gebäudekennziffern der Flächen gemäß B-Plan 4300 (Stand 19.07.2012)

Fluggastbereich **100 - 129**

100	Ankunft
101	Abflug 1 und GFA 1
102	Abflug 2
103	Mitteltrakt
104	Erweiterung Terminal West
105	Transfer Control Terminal (TCT)
106-108	frei
109	Fluggastbrücke Position 12 (1, festes Bauwerk)
110	Fluggastbrücke Position 11 (2, festes Bauwerk)
111	Fluggastbrücke Position 10 (3, festes Bauwerk)
112	Fluggastbrücke Position 09 (4, festes Bauwerk)
113	Fluggastbrücke Position 13 (5, festes Bauwerk)
114	Fluggastbrücke Position 14 (6, festes Bauwerk)
115-118	frei
119	Parkhaus 1 Flughafenstr. 101
120	Parkhaus 2 Flughafenstr. 95
121	Parkhaus 3 Flughafenstr. 107
122	Überdachung Vorplatz gesamt, einschließlich Dach Schleuse Tor 1
123	Überdachung Gehweg, Nordseite Parkhäuser
124	frei
125	Parkhaus 4, geplant
126	frei
127	Mietwagen-Service-Center (MSC) Flughafenstr. 103
128-129	frei

Betriebsbereich - Betriebshof **130 - 159**

130	Betriebsgebäude (BVD)
131	Leichtbauhalle
132	Gerätehalle Betriebshof
133	Werkstattgebäude
134	Fahrzeugunterstelle
135	Schlosserei
136	PKW - Garage 2 (EXC)
137	Garagen TTP
138	Energiezentrale
139	Werkstattgebäude 2, geplant
140	Heizzentrale West
141	frei
142	KFZ - Werkstatt
143	Lagerhalle (BVD)
144	Winterdiensthalle 1
145	20 KV-Station GSH3

146 Gepäcksortierhalle 3 (GSH3)
147 Schaltstation GSH3
148 Rack Dach
149 Überdachung Feuerwehrabstellfläche
150 Streugutsilos
151 Lagerschuppen 1
152 Lagerschuppen 2
153-154 frei
155 Fahrradunterstand HAT/LAN-Gebäude
156 Tanklager Trafo- / NSHV-Gebäude Irrhainstr. 80
157 Tanklager Pflegehalle Irrhainstr. 80
158 Tanklager Betriebsgebäude Irrhainstr. 80
159 Tanklager Feuerlöschcontainer Irrhainstr. 80

Frachtabfertigungsbereich 160 - 174

160 Express Center (EXC)
161 Cargo Center 1 (CCN 1) Flughafenstr. 88, 88a
162 Frachtstationen XIA - NUE, geplant
163 frei
164 Speditionslager EXC
165 Bürogebäude 1 nördl. CCN 1
166 Bürogebäude 2 nördl. CCN 1
167 Cargo Center 2 (CCN 2) - Bürogebäude Süd mit Übergang zum CCN 1 Flughafenstr. 86
168 Cargo Center 2 (CCN 2) - Halle Süd mit Übergang zum Bürogeb. Süd Flughafenstr. 86
169 Cargo Center 2 (CCN 2) - Bürogebäude Nord m. Übergang z. Bürogeb. Süd Flughafenstr. 86a
170 Cargo Center 2 (CCN 2) - Halle Nord mit Übergang zum Bürogeb. Nord Flughafenstr. 86a
171 Speditionsgebäude 3, geplant
172-174 frei

Sonstige Bereiche 175 - 199

175 frei
176 LAN-Anteil in 10204, KEIN eigenes Gebäude
177 Airport Business Center, in Planung
178 Airport Business Center Anbau, in Planung
179-182 frei
183 Bürogebäude LAN, Abbruch August 2010, frei ab Jan.2012
184 Pförtnerhaus TOR 1
185 Gebäude TOR 1
186 Bürogebäude Tor 730, Abbruch Juli 2011, frei ab Jan.2013
187 Taxihaus NEU
188 20 KV-Station LSG
189-199 frei

FNG - Bürogebäude **200 - 204**

200 Bürogebäude OPS
201 Bürogebäude Eurowings
202 frei
203 Bürogebäude GAT / AL
204 Bürogebäude HAT Flughafenstr. 118

Flugzeughallen und Anbauten **205 - 229**

205 Großflugzeughalle A
206 Großflugzeughalle A, Anbau West
207 Flugzeughalle 2
208 Flugzeughalle 2, Anbau Süd
209 Flugzeughalle 3
210 Flugzeughalle 4
211 Flugzeughalle 4, Anbau Ost
212 Flugzeughalle 4, Anbau West
213 Bürogebäude HDM, geplant
214 Flugzeughalle 5
215 Flugzeughalle 5, Anbauten und Tiefgarage
216 Flugzeughalle 6 (Eigentum FAI)
217-229 frei

Sonderbauwerke **230 - 259**

230 Luftmessstation (LUMS)
231 Landebahnbeobachtungshaus (LBH)
232 Flugsicherungsgebäude mit Tower Flughafenstr. 120
233 TOC - Messstation (Container) E14
234 Öllager
235 TOC - Messstation (Container) E9
236 TOC - Messstation (Container) E12.2, geplant
237 frei
238 "Airportlogo" FNG - Kreisel
239 Trafostation mit Schmutzwasserpumpwerk 2
240 frei
241 mobiler Container Nr. 2 (momentaner Standort östlich GKZ 203)
242 mobiles Pförtnerhaus Nr. 5 (momentaner Standort östl. GSH3)
243 mobiles Pförtnerhaus Nr. 4 (momentaner Standort Tor 720)
244 Lagercontainer Betriebsrat (momentan Gerätehalle Betriebshof)
245 mobiles Pförtnerhaus Nr. 3 (momentaner Standort Tor 720)
246 mobiles Pförtnerhaus Nr. 2 (Standort wechselnd bei Löschbecken Ost)
247 Brandsimulationsanlage
248 Container Gas
249 Container Technik (Leitstand)
250 Container Atemschutz, geplant
251 frei
252 mobiler WC-Container Nr. 1 (momentaner Standort Tor 720)

253 frei
254 mobiler Container Nr. 4 (Elektrolager, Standort bei GKZ 104)
255 mobiler Container Nr. 5 (Doppelmodul Büros, Standort bei GKZ 104)
256-259 frei

Betriebseinrichtungen innerhalb des Sicherheitsbereiches **260 - 279**

260 Trafostation Ost
261 Landekurssender 10 - alt
262 Kabellager Trafostation Ost
263 Verteiler Nord 1
264 Verteiler Nord 2
265-269 frei
270 Trafostation West
271 UKW - Sichtpeiler
272 Landekurssender 28/2 neu
273 Gleitwegsender 10 - alt
274-277 frei
278 Trafostation Nord (Golfplatz)
279 frei

Betriebseinrichtungen außerhalb des Sicherheitsbereiches **280 - 289**

280 HEZ Haupteinflugzeichen West - Buch
281 VEZ Voreinflugzeichen West - Flexdorf
282 Sendestelle Nürnberg-Haidberg
283 Funkfeuer Röthenbach
284 VEZ Voreinflugzeichen Ost - Behringersdorf
285-289 frei

Reserve **290 - 299**

290-299 frei

Ingenieurbauwerke **300 - 329**

300 Energiekanal westlich Energiezentrale
301 Energiekanal östlich Energiezentrale
302 U-Bahnhof Flughafenstr. 102
303-309 frei
310 Einlaufstelle E 9
311 Einlaufstelle E 9"
312 Einlaufstelle E 10
313 Einlaufstelle E 11
314 Einlaufstelle E 12
315 Einlaufstelle E 12"
316 Halle 5 - Einleitung in die SW-Ltg.
317 Einlaufstelle E 12.2
318 Einlaufstelle E 14

319 Einlaufstelle E 20
320 Schützenstand Waldlager
321 Feuerlöscherbecken Ost
322-329 frei

Reserve **330 - 349**

330-349 frei

Fremdgebäude **350 - 369**

350 Aero Club Nürnberg
351 Aero-Dienst GmbH, Halle 1
352 Aero-Dienst GmbH, Anbau Süd
353 Aero-Dienst GmbH, Anbau Ost
354 Aero-Dienst GmbH, Halle 2
355 Aero-Dienst GmbH, Anbau West
356 FAI, Garagen
357 FAI, Container
358 Aero-Dienst, Werfthalle 3a
359 frei
360 Hotel Mövenpick Flughafenstr. 97
361 Simulationskammer, Besitz Luftamt Nordbayern
362 Bedienhäuschen Simulationskammer
363 Lufthansa Service GmbH (LSG) Flughafenstr. 90
364 Langzeitlager für LAN
365 Imbiss Sicherheitsbereich
366-369 frei

DFS-Anlagen **370 - 384**

370 Landekurssender 10 neu (ILS)
371 Gleitwegsender 28 neu (ILS)
372 Empfangsstelle NUE (Eigentum FNG)
373 Reserveempfangsstelle NUE
374 DME (Entfernungsmeßgerät)
375 Gleitwegsender 10 neu (ILS)
376 Landekurssender 28 neu (ILS)
377 HEZ Haupteinflugzeichen Ost - Buchenbühl
378 DFS - Container Landebahnbeobachtungshaus
379 Reservesendestelle NUE
380 ASR 8 Turm
381 ASR 8 Technik
382 ASR 8 Notstrom
383 ASR 8 Klima
384 frei

Reserve **385 - 399**

385-399 frei

Anhang 4

Bewertungstabellen paarweiser Vergleich zur Priorisierung der Handlungsmaßnahmen

Lesehilfe:

Die folgenden Tabellen dokumentieren die Priorisierung der Handlungsmaßnahmen je Themenbereich mittels paarweisen Vergleichs. Zum besseren Verständnis wird folgend eine Lesehilfe exemplarisch für den Themenbereich Luftverkehr gegeben.

Die ersten drei Tabellen geben die Bewertung für das jeweils im Tabellenkopf genannte Kriterium an. Es wird jede Maßnahme mit jeder paarweise verglichen. Die Maßnahme, die das Kriterium nach Einschätzung der Berater besser erfüllt, erhält einen Punkt, die andere äquivalent null Punkte. Bei gleichem Erfüllungsgrad erhalten beide Maßnahmen 0,5 Punkte.

Gelesen wird dabei stets von links nach rechts, zuerst die Maßnahme links in Zeilenrichtung, verglichen mit der Maßnahme in Spaltenrichtung. Die erstgenannte Maßnahme wird dabei bewertet. Die entsprechend gegensätzliche Bewertung erfolgt unterhalb der diagonal ausgegrauten Felder, in der sich die Bewertung spiegelt. Im Themenbereich Luftverkehr erhält Maßnahme Nr. 01 null Punkte im Vergleich mit Maßnahme Nr. 02 (Zeile 1 der Tabelle). Äquivalent erhält Maßnahme Nr. 02 einen Punkt gegenüber Maßnahme Nr. 01 (Zeile 2 der Tabelle). In der Spalte ganz rechts wird die Summe je Maßnahme abgetragen. Diese Bewertung erfolgt für alle drei Kriterien in einer jeweils separaten Tabelle.

Die vierte Tabelle fasst die Bewertungen je Kriterium zusammen. Der dort angegebene Wert (bspw. 0,25 für Maßnahme Nr. 01 für das Kriterium ‚Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG') ist jeweils mit dem genannten Gewichtungsfaktor verrechnet. Im grauen Bereich rechts in der Tabelle wird jeweils die Gesamtpunktsumme je Maßnahme sowie die sich ergebende Rangfolge genannt.

Die Höhe der Punkte gibt lediglich Aufschluss über die Priorität einer Maßnahme im Vergleich zu den Maßnahmen des gleichen Themenbereichs. Eine Summe null gibt lediglich an, dass die Maßnahme im Vergleich zu allen anderen Maßnahmen unterlegen ist. Dies bedeutet nicht, dass deren Umsetzung nicht sinnvoll ist. Die Sinnhaftigkeit der einzelnen Maßnahmen wird jeweils unterstellt. Ein Vergleich von Maßnahmen unterschiedlicher Themenbereiche anhand der sich ergebenden Summen ist nicht möglich.

Themenbereich Luftverkehr

	Kriterium: Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG	01	02	03	
	Maßnahme	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand	Airline-Akquise	Frachtkapazitäten erhöhen	SUMME
01	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand		0	0,5	0,5
02	Airline-Akquise	1		1	2
03	Frachtkapazitäten erhöhen	0,5	0		0,5

	Kriterium: Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte)	01	02	03	
	Maßnahme	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand	Airline-Akquise	Frachtkapazitäten erhöhen	SUMME
01	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand		1	1	2
02	Airline-Akquise	0		0,5	0,5
03	Frachtkapazitäten erhöhen	0	0,5		0,5

	Kriterium: Kurzfristigkeit der Wirkung	01	02	03	
	Maßnahme	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand	Airline-Akquise	Frachtkapazitäten erhöhen	SUMME
01	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand		1	1	2
02	Airline-Akquise	0		1	1
03	Frachtkapazitäten erhöhen	0	0		0

		Kriterium/ Gewichtung				
	Maßnahme	Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)	Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)	Kurzfristigkeit der Wirkung (Gewichtung: 30%)	SUMME	RANG
01	Steigerung der Werbemaßnahmen, Intensivierung der Kontakte zu Reisebüros und der Wirtschaft sowie engere Kooperation mit der öffentlichen Hand	0,25	0,4	0,6	1,25	2
02	Airline-Akquise	1	0,1	0,3	1,4	1
03	Frachtkapazitäten erhöhen	0,25	0,1	0	0,35	3

Quelle: Eigene Darstellung 2013

Themenbereich Non-Aviation

	Kriterium: Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG	04	05	06	07	08	09	10	
	Maßnahme	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials	SUMME
04	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich		0	0	1	1	0	1	3
05	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite	1		1	1	1	0,5	1	5,5
06	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt	1	0		1	1	0,5	1	4,5
07	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“	0	0	0		0	0	0,5	0,5
08	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes	0	0	0	1		0	1	2
09	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)	1	0,5	0,5	1	1		1	5
10	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials	0	0	0	0,5	0	0		0,5

	Kriterium: Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte)	04	05	06	07	08	09	10	
	Maßnahme	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials	SUMME
04	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich		0,5	1	0	1	0	1	3,5
05	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite	0,5		0,5	0	1	0	1	3
06	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt	0	0,5		0	1	0	0,5	2
07	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“	1	1	1		1	0	1	5
08	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes	0	0	0	0		0	0,5	0,5
09	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)	1	1	1	1	1		1	6
10	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials	0	0	0,5	0	0,5	0		1

	Kriterium: Kurzfristigkeit der Wirkung	04	05	06	07	08	09	10	
	Maßnahme	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials	SUMME
04	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich		1	0,5	0,5	0,5	0,5	0	3
05	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite	0		0,5	0	0,5	0	0	1
06	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt	0,5	0,5		0	0,5	0	0	1,5
07	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“	0,5	1	1		1	0,5	0,5	4,5
08	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes	0,5	0,5	0,5	0		0	0	1,5
09	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)	0,5	1	1	0,5	1		0,5	4,5
10	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials	1	1	1	0,5	1	0,5		5

		Kriterium/ Gewichtung				
	Maßnahme	Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)	Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)	Kurzfristigkeit der Wirkung (Gewichtung: 30%)	SUMME	RANG
04	Kommerzielle Weiterentwicklung Ankunftsbereich	1,5	0,7	0,9	3,1	3
05	Kommerzielle Weiterentwicklung im Bereich Einzelhandel auf der Luftseite	2,75	0,6	0,3	3,65	2
06	Weiterentwicklung des Branchenmixes auf der Landseite im Einzelhandel - Lebensmittelmarkt	2,25	0,4	0,45	3,1	3
07	Entwicklung einer Leitidee zur strategischen Positionierung/ „Schaufenster der Region“	0,25	1	1,35	2,6	5
08	Räumliche Angebotskonzentration des Reisemarktes	1	0,1	0,45	1,55	7
09	Spezialisierung der FNSG auf den Kernbereich Duty Free und Travel Value (DFTV)	2,5	1,2	1,35	5,05	1
10	Durchführung einer Marketingkampagne zur Kommunikation der Qualität des Nürnberger Flughafens mittels Testimonials	0,25	0,2	1,5	1,95	6

Quelle: Eigene Darstellung 2013

Themenbereich Verkehrliche Anbindung

	Kriterium: Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG	11	12	13	14	
	Maßnahme	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg	**SUMME**
11	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg		0	0	0	**0**
12	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen	1		0,5	1	**2,5**
13	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3	1	0,5		1	**2,5**
14	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg	1	0	0		**1**

	Kriterium: Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte)	11	12	13	14	
	Maßnahme	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg	**SUMME**
11	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg		0	1	0	**1**
12	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen	1		1	1	**3**
13	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3	0	0		0	**0**
14	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg	1	0	1		**2**

	Kriterium: Kurzfristigkeit der Wirkung	11	12	13	14	
	Maßnahme	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg	**SUMME**
11	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg		0	1	1	**2**
12	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen	1		1	1	**3**
13	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3	0	0		0	**0**
14	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg	0	0	1		**1**

		Kriterium/ Gewichtung				
	Maßnahme	**Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)**	**Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)**	**Kurzfristigkeit der Wirkung (Gewichtung: 30%)**	**SUMME**	**RANG**
11	Schaffung einer umsteigefreien ÖPNV-Verbindung Erlangen – Flughafen Nürnberg	0	0,2	0,6	**0,8**	**4**
12	Verbesserung des Bekanntheitsgrades des ÖPNV-Angebotes und der Nutzungsmöglichkeiten durch Marketingmaßnahmen	1,25	0,6	0,9	**2,75**	**1**
13	Realisierung des Neubaus der Bundesstraße B4f zur Anbindung des Flughafens Nürnberg an die BAB A 3	1,25	0	0	**1,25**	**2**
14	Schaffung einer alternativen Straßenanbindung des Flughafens Nürnberg	0,5	0,4	0,3	**1,2**	**3**

Quelle: Eigene Darstellung 2013

Themenbereich Kogress- und Veranstaltungsmarkt, Tourismus

	Kriterium: Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG	15	16	17	18	
	Maßnahme	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“	SUMME
15	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg		1	1	1	3
16	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln	0		0,5	0,5	1
17	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben	0	0,5		0,5	1
18	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“	0	0,5	0,5		1

	Kriterium: Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte)	15	16	17	18	
	Maßnahme	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“	SUMME
15	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg		0	0	0	0
16	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln	1		0,5	0,5	2
17	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben	1	0,5		0,5	2
18	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“	1	0,5	0,5		2

	Kriterium: Kurzfristigkeit der Wirkung	15	16	17	18	
	Maßnahme	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“	SUMME
15	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg		0	0	0	0
16	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln	1		1	0	2
17	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben	1	0		0	1
18	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“	1	1	1		3

		Kriterium/ Gewichtung				
	Maßnahme	Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)	Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)	Kurzfristigkeit der Wirkung (Gewichtung: 30%)	SUMME	RANG
15	Bau eines Tagungs- und Kongresszentrums am Flughafen Nürnberg	1,5	0	0	1,5	2
16	Touristische Angebote mit flugreiseaffinem Fokus weiterhin stärken und neue touristische Marktsegmente fördern und entwickeln	0,5	0,4	0,6	1,5	2
17	Neue Anreisemöglichkeit per Flugzeug durch Low Cost Carrier (LCC) weiterhin prägnant und gezielt bewerben	0,5	0,4	0,3	1,2	4
18	Umbenennung des Flughafens von „Airport Nürnberg“ in „Albrecht Dürer Airport Nürnberg“	0,5	0,4	0,9	1,8	1

Quelle: Eigene Darstellung 2013

Themenbereich Entwicklung des landseitigen Flughafenareals

	Kriterium: Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG	20	21	
	Maßnahme	Engere Kooperation mit dem Amt für Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf	SUMME
20	Engere Kooperation mit dem Amt für Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)		1	1
21	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf	0		0

	Kriterium: Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte)	19	20	
	Maßnahme	Engere Kooperation mit dem Amt für Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf	SUMME
19	Engere Kooperation mit dem Amt für Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)		1	1
20	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf	0		0

	Kriterium: Kurzfristigkeit der Wirkung	19	20	
	Maßnahme	Engere Kooperation mit dem Amt für Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf	SUMME
19	Engere Kooperation mit dem Amt für Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)		1	1
20	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf	0		0

		Kriterium/ Gewichtung				
	Maßnahme	Potentielle Ergebnisverbesserung für FNG (Gewichtung: 50%)	Geringer Investitionsbedarf (für FNG und Dritte) (Gewichtung: 20%)	Kurzfristigkeit der Wirkung (Gewichtung: 30%)	SUMME	RANG
19	Engere Kooperation mit dem Amt für Wirtschaftsförderung (Single Point of Contact)	0,5	0,2	0,3	1	1
20	Aktualisierung des Masterplanes für den Flughafen Nürnberg mit vorgeschalteter Kapazitätsanalyse für den PKW Parkflächenbedarf	0	0	0	0	2

Quelle: Eigene Darstellung 2013