

Entwicklungspotenziale von Airport Cities¹

Anna Spreitzer

1. Einleitung

Die Entwicklung von Flughäfen war in den letzten Jahren einem starken Wandel unterworfen, besonders da man gesehen hat, dass unerwartete Ereignisse, wie Vulkanausbrüche oder Terroranschläge, eine große Auswirkung auf den nationalen und internationalen Flugverkehr haben können. Dennoch werden Flughäfen immer weiter ausgebaut und neue Pisten zur Steigerung der Flughafenkapazitäten errichtet. Denn die flexible Mobilität jedes einzelnen Menschen nimmt in unserer Gesellschaft einen immer höheren Stellenwert ein. Zeit ist der entscheidende Faktor für das Reiseverhalten vieler Personen. Jedoch versuchen Flughafenbetreiberinnen und Flughafenbetreiber neben ihrem Kerngeschäft – dem Flugverkehr – noch weitere Geschäftszweige am Flughafen zu eröffnen. Dadurch können sie sich besser vor unerwarteten Ereignissen schützen und den daraus resultierenden Gewinneinbußen besser entgegenwirken.

Diesem Trend entsprechend entstanden in den vergangenen Jahren immer mehr Immobilienflächen, vor allem für Bürostandorte direkt am Flughafen, um so die Reisezeit für Geschäftsreisende zusätzlich zu verkürzen. Die Bestrebungen von Flughäfen sich als Immobilienstandort zu beweisen werden unter dem Begriff Airport Cities zusammengefasst. Neben Bürostandorten versucht man auch andere Nutzungen wie zum Beispiel Einkaufsmöglichkeiten aber auch Freizeit und Erholungseinrichtungen am Flughafen zu etablieren. Dieses Thema ist nicht nur aus wirtschaftlicher, sondern auch aus raumplanerischer Sicht sehr interessant, da man versucht am Flughafen neue Stadtviertel zu entwickeln, die sich in Konkurrenz zu den innerstädtischen Flächen positionieren könnten.

Ziel dieser Arbeit ist es die Entwicklungen an Flughäfen zu untersuchen. Dabei soll betrachtet werden, ob diese Immobilienflächen eine reelle Chance am Markt haben und für welche Unternehmen diese Flächen am attraktivsten sind.

Es soll darüber hinaus untersucht werden, ob es einen direkten Zusammenhang zwischen der Entwicklung von Airport Cities und der Kapazität eines Flughafens gibt, oder ob die Entscheidung eines Unternehmens einen Standort am Flughafen zu errichten mit dem Image der Airport City zusammenhängt.

Um dieses komplexe Thema der Airport Cities einzugrenzen, soll im Rahmen dieser Arbeit der Flughafen Frankfurt am Main für die Untersuchungen herangezogen werden, da dieser vor allem für die Betrachtung der Immobilienentwicklung auf Flughäfen vorbildhaft ist. Die Entwicklungen des Flughafens Frankfurt am Main sollen mit denen des Flughafens

Wien verglichen werden, da dieser bis jetzt noch wenige Aktivitäten in diesem Bereich aufweist und folglich als Gegensatz gesehen werden kann.

Um diesen Fragen nachzugehen, wird also zunächst der Begriff der Airport Cities erklärt und anhand der Entwicklungen des Flughafens Frankfurt am Main verdeutlicht.

Anschließend wird die Entwicklung der Flughafenimmobilien an den Flughäfen Frankfurt am Main und Wien gezeigt sowie die Vermarktung dieser Flächen beschrieben. Um herauszufinden, wie attraktiv ein Standort am Flughafengelände für Unternehmen ist, werden anhand verschiedener Studien die entscheidenden Standortfaktoren identifiziert und überprüft, ob diese auf den Flughäfen vorhanden sind. Abschließend wird die Flughafenkapazität sowie die Auswirkung deren Veränderung beleuchtet.

2. Airport Cities

Flughäfen wurden konzipiert um Passagiere und empfindliche Frachtgüter so schnell wie möglich von einem zum anderen Ort zu befördern. Dabei waren lediglich die Start- und Landebahnen sowie eine Abfertigungshalle notwendig, um alle Bedürfnisse der Betreiberinnen und Betreiber sowie Fluggäste zu befriedigen.

Dieses Bild von Flughäfen hat sich in den vergangenen Jahrzehnten stetig verändert. Schon lange gelten sie nicht mehr als reine Verkehrsknotenpunkte, sondern sind zu komplexen Wirtschaftstandorten herangewachsen. (vgl. Conventz, Schubert 2011: S. 13)

Seit den 1960er Jahren kursiert in den USA der Begriff der Airport Cities, der sich anfangs nur auf Industrie- und Businessparks, die am Flughafen gelegen waren, bezog. Heute verbirgt sich laut Güller und Güller hinter dem Begriff der Airport City die Geschäftsstrategie von Flughafenbetreiberinnen und Flughafenbetreibern, die den Flughafen für neue Nutzungen, die sich durch die Transferfunktion ergeben, attraktivieren wollen, um einen höheren Profit erwirtschaften zu können (vgl. Güller, Güller 2003: S. 70).

Territorial kann man dann von einer Airport City sprechen, wenn sich um einen Flughafen ein mehr oder weniger dichtes Netz an flughafenaffinen und nicht-flughafenaffinen Betrieben angesiedelt hat und wenn diese die qualitativen Merkmale einer Stadt erfüllen (vgl. Güller, Güller 2003: S. 70). Dafür ist vor allem ein möglichst großes Angebot an verschiedenen Funktionen am Standort zu vereinen. Immer häufiger werden riesige Immobilienprojekte an oder in unmittelbarer Nähe von Flughäfen errichtet, um einen möglichst großen Mix an Nutzungen zu ermöglichen. Dabei kann ein breites Spektrum von flughafentypischen Unternehmen, von

¹ Der Artikel ist eine Kurzfassung der Bachelorarbeit, die die Autorin 2011 unter der Betreuung von Univ.-Prof. Mag. Dr. Michael Getzner und Proj.-Ass. Mag. Denise Zak verfasst hat.

Logistikunternehmen bis hin zu untypischen Einrichtungen, wie zum Beispiel einer Klinik, beobachtet werden. Dadurch wird der sogenannte Non-Aviation-Bereich, der für Flughäfen eine immer größere Bedeutung einnimmt, ausgeweitet und somit die Wirtschaftlichkeit erhöht. Zu den Geschäften des Non-Aviation-Bereichs zählen alle Einrichtungen und Dienstleistungen, die nicht in direktem Zusammenhang mit dem Flughafenbetrieb stehen. Im Gegensatz dazu sind alle Geschäfte, die zum Aviation-Bereich gehören, an der Bereitstellung des Flugbetriebes beteiligt, wie beispielsweise das Catering oder die Verladung des Gepäcks. (vgl. Schulz et al. 2010: S. 32)

Durch die neuen Geschäftsfelder sind die Flughäfen weniger stark von ihrer ursprünglichen Funktion als reines Transportzentrum, dem Aviation-Bereich, abhängig. Demnach treffen die Flughafenbetreiberinnen und Flughafenbetreiber unvorhersehbare Ereignisse, wie Vulkanausbrüche oder Epidemien, wirtschaftlich weniger hart, als wenn ihre gesamten Einnahmen, wie früher, nur vom Flugbetrieb abhängig wären (vgl. Conventz, Schubert 2011: S. 13).

Die Anforderungen an Flughäfen haben sich demnach entschieden geändert. Daher ist es aufgrund der knappen Flächenressourcen, die bei vielen Flughäfen infolge der Nähe zu den anliegenden Städten besteht, für die Flughafenbetreiberinnen und Flughafenbetreiber notwendig, Masterpläne zu erstellen, die eine optimale wirtschaftliche Verwertung der Flächen ermöglichen. (vgl. Güller, Güller 2003: S. 113)

Die Flughäfen nehmen nicht zuletzt durch die eben beschriebenen Veränderungen eine bedeutende Rolle in den umliegenden Regionen ein. Sie gelten als wirtschaftliche Motoren für die umliegenden Kommunen, da diese eine Vielzahl an positiven wirtschaftlichen Effekten generieren, die sich vor allem an den von Flughäfen ausgehenden Verkehrsfunktionen orientieren. (vgl. Albert Speer & Partner GmbH 2009: S. 143) Jedoch sind die negativen Effekte, die für die Bewohnerinnen und Bewohner dieser Region durch die Emissionen entstehen, nicht zu leugnen.

Man versucht in verschiedenen Studien immer wieder die Wertschöpfung von Flughäfen für die Regionen, in denen diese angesiedelt sind, zu untersuchen.

Da der Flugverkehr eine Reihe von Vorleistungen mit sich bringt, wie Logistik-, Zulieferungs- und Koordinationsaufgaben, ist dies ein besonders komplexes Gefüge. Dabei müssen alle einzelnen Vorgänge gut aufeinander abgestimmt werden, damit die eigentliche Dienstleistung, der Luftverkehr, reibungslos ablaufen kann. (vgl. Alberle 2003: S. 260) Wirtschaftliche Effekte, die aus diesen Vorgängen resultieren, werden meist in zwei Gruppen unterteilt, um eine genauere Darstellung gewährleisten zu können: die Effekte durch die Erstellung des Luftverkehrs sowie die Effekte durch die Nutzung des Luftverkehrs. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 9)

Die ökonomischen Effekte der Erstellung des Luftverkehrs werden weiter in direkte, indirekte und induzierte Effekte gegliedert. Direkte Effekte sind ökonomische Aktivitäten aus Investitionen, Produktionen, Beschäftigung und Einkommen von Unternehmen, die direkt an der Leistungserstellung des Flughafens beteiligt sind. Indirekte Effekte sind ökonomische Aktivitäten durch Aufträge von Betrieben am Flug-

hafen an Dienstleister und Lieferanten. Induzierte Effekte resultieren aus der Konsumnachfrage der Beschäftigten am Flughafen sowie der Beschäftigten der Lieferanten für den Flughafen. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 10)

Die Effekte durch die Nutzung des Luftverkehrs werden in der Literatur meist auch als katalytische Effekte bezeichnet, diesen wird in der Wissenschaft jedoch erst seit wenigen Jahren Beachtung geschenkt. (vgl. Buser, Flinner 2010: S. 168). Unter diesen Effekten versteht man Entwicklungsprozesse, die durch das Vorhandensein eines Flughafens unterstützt oder beschleunigt werden (vgl. Harsche et al. 2008: S. 12). Das Airport Council International bezeichnete in einer Studie die Erhöhung der Beschäftigung sowie die Verbesserung des Fremdenverkehrs in einer Region als wichtigste katalytische Effekte. Dabei wurde festgestellt, dass pro 1.000 fest am Flughafen angestellten Personen weitere 1.100 indirekte oder induzierte Anstellungen in der Region geschaffen werden könnten. Ebenso wichtig ist die Rolle des Luftverkehrs für den Fremdenverkehr, da durch diesen die Erreichbarkeit von Destinationen für Touristinnen und Touristen erleichtert wird. (vgl. ACI 2004: S. 9)

Jedoch ist es noch immer schwierig alle katalytischen Effekte, die von einem Flughafen ausgehen, zu analysieren. Für die Identifikation aller positiven und negativen katalytischen Effekte eines Flughafens, die auf eine Region wirken, wäre eine Vielzahl an methodischen Ansätzen notwendig. (vgl. Buser, Flinner 2010: S. 170)

Die Entwicklung von Airport Cities wird ebenfalls zu weiteren katalytischen Effekten des Flughafens führen, die aber zum jetzigen Stand der Entwicklung noch nicht abgeschätzt werden können.

2.1. Untersuchte Flughäfen

In dieser Arbeit werden der Flughafen Frankfurt am Main und der Flughafen Wien genauer betrachtet. Das nachfolgende Kapitel gibt einen Abriss über den Ist-Zustand und die zukünftige Entwicklung dieser beiden europäischen Flughäfen.

2.1.1. Flughafen Frankfurt am Main

Der Flughafen Frankfurt am Main gilt mit einem Aufkommen von 53 Millionen Passagieren und 2.275.000 Tonnen Fracht pro Jahr als der größte Flughafen Deutschlands. (Frappart AG 2010: S. I)

Für die Region Rhein-Main ist der Flughafen ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und gilt als größter Arbeitgeber. (vgl. Hartwig 2000: S. 84)

Um den Standort Flughafen Frankfurt am Main weiter auszubauen, versuchen die Betreiberinnen und Betreiber neben neuen Geschäfts- und Büroflächen sowie einer weiteren Piste auch die Anbindung an andere Verkehrsträger, wie zum Beispiel der Bahn, voranzutreiben. Da dies in den letzten Jahren sehr gut gelungen ist, konnten einige Verbindungen innerhalb Deutschlands auf die Schiene verlagert werden. (vgl. Conventz, Schubert 2011: S. 13)

Aufgrund der zentralen Lage in Europa hat sich der Flughafen Frankfurt am Main zu einem internationalen Hub-Flughafen entwickelt und ist somit zu einem wichtigen Busi-

nessstandort für nationale und internationale Unternehmen geworden. (vgl. Wentz 2000 :S. 257)

Um die weiteren Entwicklungen des Flughafens zu koordinieren wurde mit dem Architekturbüro Albert Speer & Partner ein Masterplan entwickelt. Dieser sieht weitere Immobilienprojekte, wie zum Beispiel die Cargo City Süd, die 1996 in Betrieb genommen wurde und bis zum Jahr 2020 um weitere 27 Hektar ausgebaut werden soll, vor. Schon jetzt nutzen viele Unternehmen des Cargo-Bereichs diese Flächen. Der Ausbau von Lagerhallen, Bürogebäuden und Abstellplätzen für Kraftfahrzeuge soll vermehrt Airlines, Speditionen und Expressdienste an den Standort bringen. (vgl. Fraport AG 2011a: online)

Ein weiteres Entwicklungsprojekt des Masterplans ist das Mönchhof Gelände, welches mit 110 Hektar Entwicklungsfläche das größte Gewerbegebiet in der Rhein-Main Region werden soll. Das Gelände liegt circa 7 Fahrminuten vom Flughafen Frankfurt entfernt. Durch einen direkten Zugang zum Main-Ufer und der Nähe zum Flughafen bietet es optimale Voraussetzungen für die Distribution von Gütern und Dienstleistungen. (vgl. Fraport AG 2011b: online)

Immobilienprojekt „Gateway Gardens“

Ein weiteres im Masterplan des Flughafens Frankfurt am Main vorgesehene Projekt ist „Gateway Gardens“. Das Areal umfasst 35 Hektar und ist in unmittelbarer Nähe zum Flughafen gelegen. Das Gebiet war bis zum Jahr 2005 die US-Air-Base und diente somit als Heimat amerikanischer Soldatinnen und Soldaten. Nun soll dort ein neuer Teil der Airport City Frankfurt entstehen. (vgl. Groß & Partner Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH 20011: online)

Um dieses Vorhaben zu realisieren wurde 2004 die Grundstücksgesellschaft Gateway Gardens GmbH gegründet. Diese setzt sich aus vier privatwirtschaftlichen Partnern – der Fraport AG, der Groß & Partner Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH, der ING Real Estate Germany GmbH und der OFB Projektentwicklung GmbH – zusammen, die mit 50 Prozent an der GmbH beteiligt sind. Die Grundstücksgesellschaft Gateway Gardens GmbH schloss sich mit der Stadt Frankfurt, die die übrigen 50 Prozent der Anteile an der GmbH besitzt, zu einer Public Private Partnership zusammen. (vgl. Grundstücksgesellschaft Gateway Gardens GmbH 2007: online)

Das Areal verfügt über eine gute Infrastruktur und ist durch einen S-Bahnanschluss direkt mit der Stadt und dem Flughafen verbunden. Ebenso verfügt das Areal über einen separaten Autobahnanschluss. (vgl. Grundstücksgesellschaft Gateway Gardens GmbH 2008: S. 19)

Auf den 35 Hektar soll ein Nutzungsmix aus Büro und Dienstleistungen, Hotels und Gastronomie sowie Messen, Tagungen, Freizeit und Entertainment entstehen. (vgl. Grundstücksgesellschaft Gateway Gardens GmbH 2008: S. 19) Durch die Errichtung eines Universitätscampus⁷, das sogenannte „House of Logistics and Mobility“, das sich schon in Bau befindet, wird ein zusätzliches Angebot an Wissenschaft und Forschung entstehen. (vgl. Schultheis 2011: online)

Insgesamt wurde das Areal in 20 Grundstücke aufgeteilt.

Momentan sind acht der 20 Grundstücke verkauft, dies entspricht 12 Hektar der vorhandenen Grundstücksflächen. (vgl. Grundstücksgesellschaft Gateway Gardens GmbH 2008: S. 17) Zu den Käuferinnen und Käufern, die den Betrieb in Gateway Gardens schon aufgenommen haben, zählen die LSG Sky Chefs, die zu den weltweit größten Airline Catering Unternehmen gehören sowie das Park Inn Hotel. Im Bau befinden sich zurzeit gerade Gebäude für das Ferienfliegerunternehmen Condor, das dort ein Schulungszentrum einrichtet, für die Logistikfirma DB Schenker, die dort ihre Deutschland-Zentrale errichtet, und für die Gebäudeausstatter Imtech. (vgl. Schultheis 2011: online)

2.1.2. Flughafen Wien-Schwechat

Der Flughafen Wien-Schwechat hat ein jährliches Aufkommen von 19,7 Millionen Passagieren und circa 230.000 Tonnen Fracht, womit er der größte Flughafen Österreichs ist. (vgl. Flughafen Wien AG 2010: S. 1) Durch seine Nähe zur Stadt Wien gilt er nicht nur für die Region Schwechat, in der der Flughafen gelegen ist, sondern auch für die Stadt Wien als wichtiger Arbeitgeber (vgl. Fritz et al. 2007: S. 5).

Sowohl durch die geografische Lage als auch die Geschichte des Landes Österreichs hat sich der Flughafen Wien-Schwechat immer mehr als Drehkreuz in den Osten Europas entwickelt. Schon vor der Öffnung des Eisernen Vorhangs starteten viele Flüge von Wien aus in den Osten Europas, diese Verbindungen sind bis heute wichtige Flugverbindungen für den Flughafen. (vgl. Lenotti, Reischl 1996: S. 193)

Mitte der 1980er Jahre wurde mit dem Ausbau der Kapazitäten des Flughafens begonnen, im Jahr 2000 wurden dann die ersten Pläne für den Bau des Skylinks sowie die 3. Piste erstellt.

Der Skylink soll die bestehenden Terminalflächen verdoppeln und zusätzliche Kapazitäten für den Flughafen sichern. Baubeginn des Projektes war 2006, jedoch kam es während des Baus zu Schwierigkeiten, weswegen die Flächen noch nicht in Betrieb genommen werden konnten. Auf den Flächen des Skylinks sollen nicht nur neue Terminalflächen, sondern auch neue Büro- und Geschäftsflächen entstehen. (vgl. Flughafen Wien AG:)

Ein weiteres wichtiges Projekt ist die Erweiterung des Flughafens durch eine dritte Start- und Landebahn, diese soll die Flugkapazitäten des Flughafens Wien-Schwechat erhöhen. (vgl. Flughafen Wien AG)

3. Flughafenimmobilien

Flughafenimmobilien werden in der Literatur oft zu den Spezialimmobilien gezählt, da bei der Errichtung und späteren Nutzung der Gebäude und Anlagen besonders auf die Verträglichkeit mit dem Luftverkehr Rücksicht genommen werden muss. Dabei werden Flughafenimmobilien in drei verschiedene Kategorien unterteilt – die Primär-, Sekundär- und Tertiärimmobilien –, die unterschiedlich stark mit dem Luftverkehr in Verbindung stehen. (vgl. Schulte 2008: S. 61)

Unter den Primärimmobilien am Flughafen versteht man alle Flächen, die für den Luftverkehr benötigt werden; hierzu

zählen die Start-, Lande- und Rollbahnen, die Vorfeld- und Flugzeugabstellpositionen sowie das Terminalgebäude. (vgl. Schulz et al. 2010: S.78)

Die Sekundärimmobilien schließen die Flugzeugserviceanlagen, Betriebsanlagen sowie Verwaltungsgebäude und die landseitige Anbindung ein. (vgl. Schulz et al. 2010: S.78)

Besuchereinrichtungen und gewerbliche Einrichtungen, wie zum Beispiel Bürozentren, Geschäfte und Hotels, werden den Tertiärimmobilien zugeordnet und beinhalten somit einen großen Teil des Non-Aviation-Bereichs (vgl. Dehn et al. 1998: S. 62).

Laut dieser Definition fallen alle Nutzungen, die derzeit in Airport Cities bestehen und entwickelt werden, in den Bereich der Tertiärimmobilien.

3.1. Die Bedeutung von Flughafenimmobilien am Flughafen Frankfurt am Main und am Flughafen Wien-Schwechat

Im Geschäftsbericht der Fraport AG werden die Tertiärimmobilien unter dem Segment Retail & Real Estate angeführt und setzen sich aus den Aktivitäten im Einzelhandel, der Entwicklung und Vermarktung von Immobilien und Flächen sowie dem Parkraummanagement zusammen. (Fraport AG 2010a: S. 49)

In Abbildung 1 wird ersichtlich, dass der Anteil des Retail & Real Estate am Gesamtumsatz des Unternehmens der kleinste ist, dennoch wird dieser Bereich für die nächsten Jahre als zukunftssträftigster bewertet, denn bei der Betrachtung der Anteile am Gewinn (EBITDA - Earnings before interests, taxes, depreciation and amortisation)² wird ersichtlich, dass das Segment Retail & Real Estate den größten Anteil mit circa 41 Prozent ausmacht. (Fraport AG 2010a: S. II) Dieser Unterschied zum Anteil am Gesamtumsatz ist durch die hohen Investitionskosten, die für die Bereitstellung von Immobilien aufgewendet werden müssen, zu erklären.

Aber nicht nur der Anteil des EBITDA, sondern auch die steigenden Umsätze in den vergangenen Jahren lassen diesen Bereich der Fraport AG immer wichtiger werden. Obwohl es im Jahr 2008 einen Einbruch der Umsätze gab, sind diese danach wieder gestiegen. Dies hängt mit der Entwicklung des Airrail Centers zusammen, welche eine enorme Investition für den Flughafen darstellte (siehe Abbildung 2).

Vergleicht man die Anteile an Umsatz und EBITDA mit dem Flughafen Wien so wird evident, dass in Wien der Anteil des Retail & Real Estate am Gesamtumsatz am Flughafen Wien gleich hoch, sein Beitrag zum Gewinn (EBITDA) mit 27% im Vergleich zum Flughafen Frankfurt am Main jedoch deutlich geringer ist (siehe Abbildung 3).

Da der Flughafen Wien die Immobilienentwicklung noch nicht in dem Ausmaß forciert wie der Flughafen Frankfurt am Main, ist diese Entwicklung jedoch nachvollziehbar. Momentan konzentriert man sich in Wien auf die Fertigstellung des Sky Links, in dem auch zusätzliche Verkaufs- und Büroflächen entstehen werden sowie auf die Realisierung der 3.Piste, die zu einer höheren Flugkapazität des Flughafens

Wien führen soll.

Bei den Umsätzen im Bereich Retail & Real Estate am Flughafen Wien kann man keine eindeutige Tendenz erkennen (siehe Abbildung 4). Im Jahr 2007 gab es einen starken Einbruch der Umsätze in diesem Bereich, dies ist mit dem Baustart des Skylinks zu erklären, seitdem schwanken die Einnahmen in diesem Segment. Es bleibt abzuwarten, wie sich die Tertiärimmobilien in den nächsten Jahren, vor allem durch die Eröffnung des Skylinks, entwickeln werden.

Am Flughafen Frankfurt am Main entstehen zurzeit 148 Hektar an neuen Immobilienflächen. Daher kann man davon ausgehen, dass der Anteil des Retail & Real Estate Segmentes sowohl am Umsatz sowie auch am EBITDA künftig weiter steigen wird. Demnach kann man konstatieren, dass die Geschäftsführung der Flughafen Frankfurt AG dem internationalen Trend, den Immobiliensektor an Flughäfen auszubauen und somit die Abhängigkeit vom Flugverkehr zu minimieren, verfolgt.

In Wien hingegen, wird momentan nur der Skylink und damit etwa 7 Hektar an neuen Geschäfts- und Büroflächen entwickelt. Man versucht weiterhin die Flugkapazität zu erhöhen und verpasst damit den Trend der Airport Cities. Dazu kommt, dass der Flughafen Wien durch den angrenzenden Nationalpark stark in seiner Entwicklung eingeschränkt ist und die Flughafen Wien AG nur über wenige Flächen im näheren Flughafenumfeld verfügt, die für einen Ausbau der Immobilien geeignet wären. (vgl. Stefka 2011: Gespräch 16.06.2011).

3.2. Vermarktung der Immobilienflächen

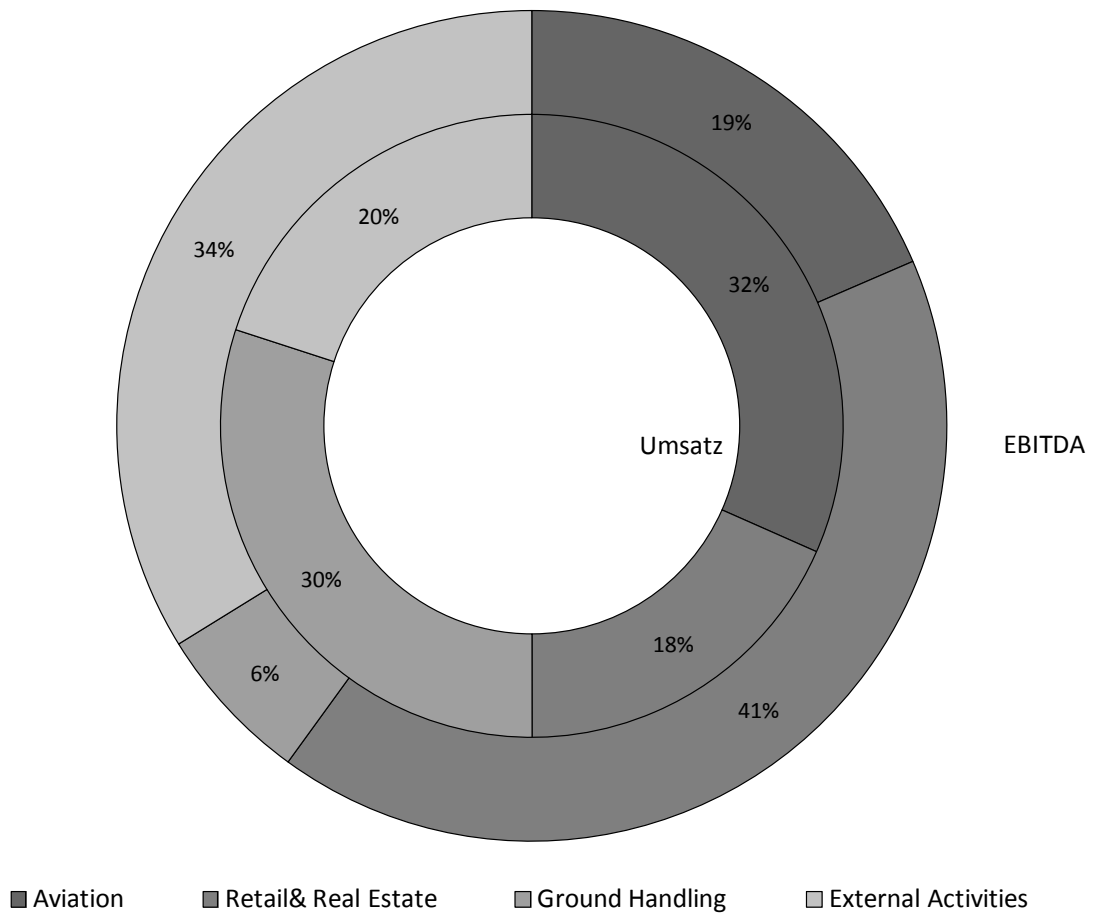
Flughäfen haben sich von reinen Verkehrsanbietern zu Dienstleistungs- und Wirtschaftsunternehmen gewandelt und müssen sich daher am Markt gegenüber ihrer Konkurrenz behaupten. Dies führt dazu, dass die globale Vermarktung von Flughäfen für die Betreiberinnen und Betreiber immer bedeutender wird. Die wesentlichen Bereiche des Flughafenmarketings sind das Beschaffungs- und Absatzmarketing sowie die Öffentlichkeitsarbeit. Zudem ist bei der Ausarbeitung eines Marketingkonzeptes für den Flughafen zu beachten, dass der Non-Aviation-Bereich andere Marketingaktivitäten erfordert und andere Kundinnen und Kunden anspricht als der Aviation-Bereich. (vgl. Schulz et al. 2010: S. 155)

Daher ist es unerlässlich, die Kundengruppen sowohl für das gesamte Unternehmen als auch für die beiden Geschäftsbereiche zu identifizieren. Für Flughäfen gelten die Fluggesellschaften und die Passagiere als wichtigste Kundengruppen. Weitere wichtige Gruppen für den Erfolg eines Flughafens sind Konzessionärinnen und Konzessionäre, Gewerbetreibende, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Anwohnerinnen und Anwohner, Besucherinnen und Besucher sowie Personen, die Reisende vom Flughafen abholen oder bringen. Diese Gruppen haben für die beiden Bereiche eine unterschiedlich große Bedeutung. (vgl. Hartwig 2000: S. 62)

3.2.1. Die wichtigsten Bereiche des Flughafenmarketings

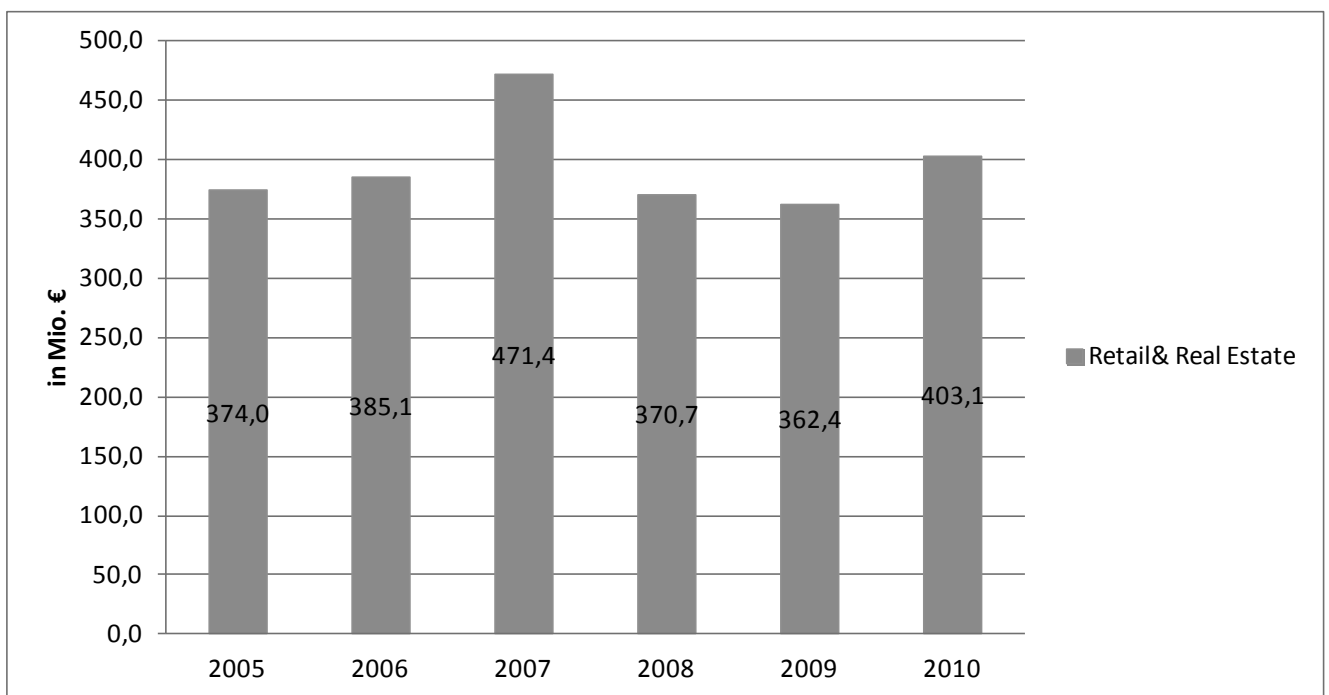
Wie bereits oben erwähnt, zählen zu den wichtigsten Bereichen für das Flughafenmarketing das Beschaffungs- und das Absatzmarketing sowie die Öffentlichkeitsarbeit. Diese drei

² Gewinn vor Zinsen Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände



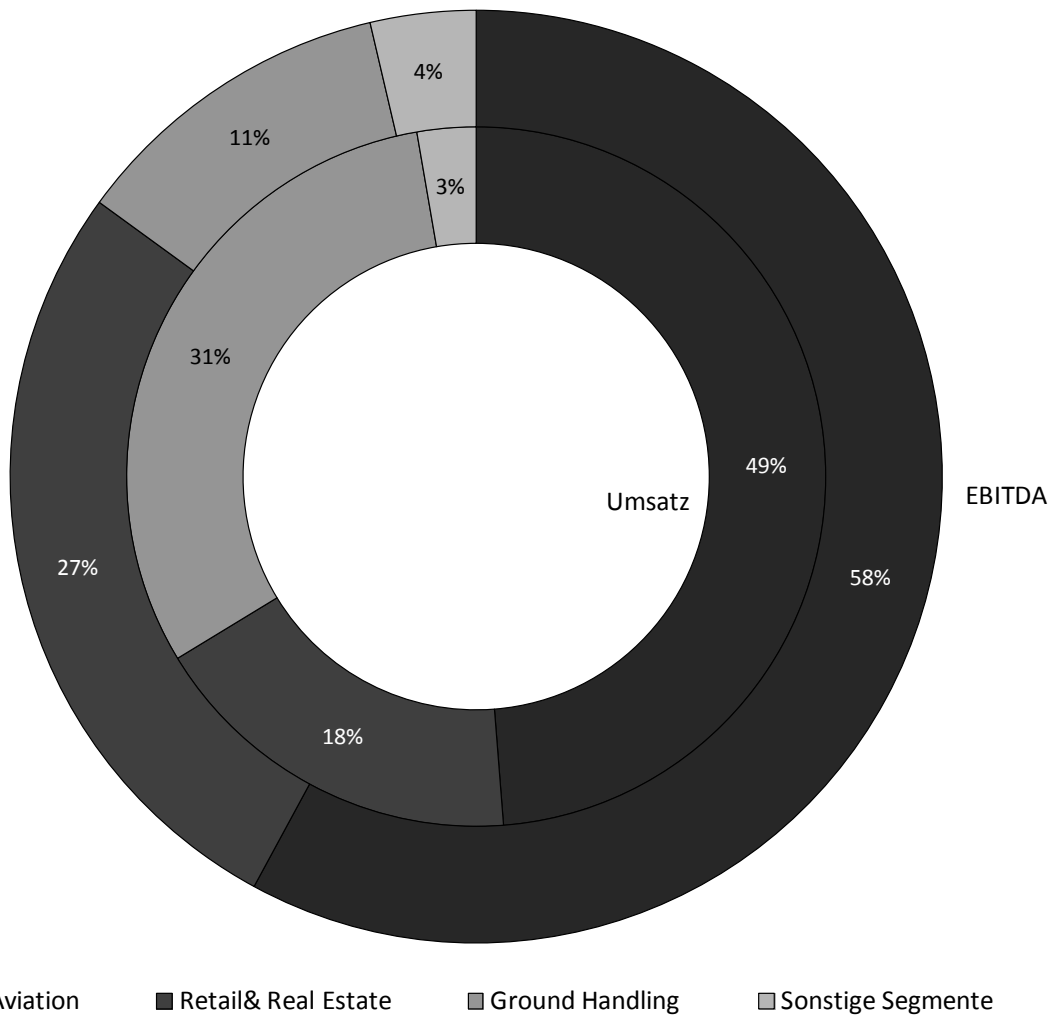
Quelle: Fraport AG 2010a S. II, eigene Darstellung

Abb. 1. Anteile der Segmente an Umsatz und EBITDA am Flughafen Frankfurt am Main



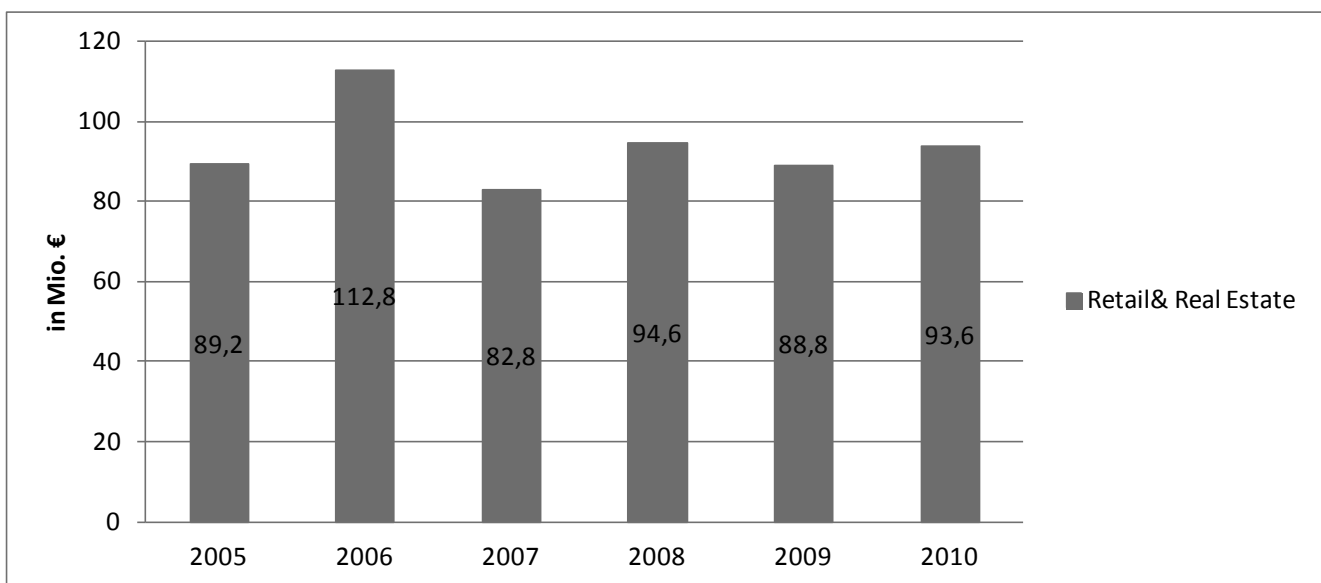
Quelle: Fraport AG 2010a S. 53, 2009 S. 42, 2008 S. 34, 2007 S. 32, 2006 S. 55, 2005 S. 50, eigene Darstellung

Abb. 2. Umsätze des Retail & Real Estate Flughafen Frankfurt am Main



Quelle: Flughafen Wien AG 2010a: S. I, eigene Darstellung

Abb. 3. Anteile der Segmente an Umsatz und EBITDA am Flughafen Wien



Quelle: Flughafen Wien AG 2010a S. I, 2009 S. I, 2008 S. I, 2007 S. I, 2006 S. I, 2005 S. I.; online, eigene Darstellung

Abb. 4. Umsätze Retail & Real Estate Flughafen Wien

Bereiche sollen im Folgenden kurz erläutert werden.

Der Schwerpunkt im Beschaffungsmarketing liegt in der Gestaltung des Flugplans, der das wichtigste Produkt eines Flughafens ist, da dieser das Angebot eines jeden Flughafens bestimmt und damit über die Qualität und den Erfolg eines Flughafens entscheidet. Die Gestaltung des Flughafenplans wird jedoch stark durch andere Akteure beeinflusst, wie beispielsweise durch politische Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger, die durch politische und staatliche Regulierungen, wie Nachtflugverbote oder Beschränkungen von Kapazitäten, großen Einfluss auf das Angebot eines Flughafens haben. Auch Fluggesellschaften haben bedeutenden Einfluss auf die Gestaltung des Flugplans, weil durch deren Wahl des Flughafens für ihr Unternehmen sowie der Strecken, die sie anbieten, das Angebot eines Flughafens bestimmt wird. Als Marketinginstrument hierfür werden Lockangebote für Flughafengesellschaften, wie Vergünstigungen bei Gebühren oder Ähnliches, eingesetzt, um einen Flugplan mit möglichst vielen Destinationen und häufigen Flugverbindungen anbieten und im Wettbewerb bestehen zu können. (vgl. Pompl 2007: S. 175, 176)

Im Bezug auf den Non-Aviation-Bereich, der ebenfalls ein wichtiger Punkt des Beschaffungsmarketings darstellt, haben die Flughafenbetreiberinnen und Flughafenbetreiber weit mehr Entscheidungsmöglichkeiten: Durch die Vergabe der Konzessionsverträge können Flughäfen ihr eigenes Angebotsspektrum gestalten und sich so von anderen Mitbewerberinnen und Mitbewerbern unterscheiden. Um schnell auf Veränderungen und Trends in diesem Bereich eingehen zu können, werden meist nur Verträge mit einer Laufzeit von fünf Jahren vergeben. (vgl. Schulz et al. 2010: S. 167)

Beim Absatzmarketing steht der Passagier im Vordergrund, daher ist es besonders wichtig, durch bestimmte Angebote, wie zum Beispiel kostengünstige Parkmöglichkeiten, die Bedürfnisse der Passagiere zu befriedigen. Hierfür versucht man die Anreise sowie die Abfertigung der Passagiere so bequem und kurz wie möglich zu gestalten. Ein weiterer wichtiger Aspekt im Bereich des Absatzmarketings für Flughäfen ist es, sich als eigene Marke zu etablieren und somit durch eine Corporate Identity ein einheitliches Erscheinungsbild zu kreieren. (vgl. Pompl 2007: S. 176)

Neben diesen Bereichen ist auch die Öffentlichkeitsarbeit ein wichtiger Teil der gesamten Marketingstruktur eines Flughafens. Hier sind vor allem auch die Anwohnerinnen und Anwohner des Flughafens von großer Bedeutung. Sie sollen durch Informationsabende und Veranstaltungen ein positives Bild vom Flughafen erhalten. In diesem Zusammenhang versuchen Flughäfen auch ihre Umweltschutzmaßnahmen zu präsentieren, um ein positives Image zu kreieren und sich so als verantwortungsvoller Partner der Region zu präsentieren. (vgl. Schulz et al. 2010: S. 168)

3.2.2. Immobilienmanagement

Da Verkauf, Vermietung und Verpachtung von Flughafenimmobilien eine immer größere Relevanz für den Erfolg von Flughäfen sind, ist es wichtig auch in diesem Bereich die Marketingstrategien zu optimieren.

Um einen erfolgreichen Immobilienstandort zu entwickeln,

ist es zielführend diesen weiterhin zu stärken, indem man dafür sorgt, dass genügend Flächenkapazitäten vorhanden sind und diese auch entsprechend ausbaut. Um die Attraktivität des Standortes zu steigern, müssen die Nutzungen intensiviert und möglichst viele Unternehmen am Standort angesiedelt werden. Dies soll dazu führen, dass ein möglichst großer Nutzungsmix am Flughafen entsteht und dadurch viele Kundengruppen vom Standort angezogen werden. (vgl. Schulz et al. 2010: S. 79)

Das Marketing der Immobilienprojekte ist präzise auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten.

Bei Gewerbeparks geht es hauptsächlich um die Nähe zu Flughafen, Autobahnknoten und den zur Verfügung stehenden Flächen für den Bedarf der einzelnen Unternehmen.

Bei Projekten, die verschiedene Branchen anziehen sollen, geht es immer häufiger darum, ein städtisches Gefühl zu vermarkten. Man versucht durch städtebauliche Entwürfe und aufwändige Visualisierungen das Bild einer lebendigen Stadt zu verkaufen. Infolgedessen drängt sich bei der Entwicklung dieser Flächen auch immer mehr die Frage auf, wie sehr die umliegenden Gemeinden und Städte durch diese Projekte beeinflusst werden. Es entsteht Konkurrenz zwischen den innerstädtischen „Business Districts“ und den neuen Flächen am Flughafen, die über ähnliche Standortqualitäten verfügen.

An einigen Flughäfen in Deutschland, dazu zählt auch Frankfurt am Main, haben sich bereits Büroteilmärkte entwickelt. Ihr Vorteil ist, dass die Immobilienflächen am Flughafen laut CB Richard Ellis im Juni 2009 mit 29 bis 35 Prozent unter den Spitzenmieten des Central Business Districts der jeweiligen Stadt lagen und demnach eine sehr starke Konkurrenz für die die Büroflächen in der Innenstadt darstellen. (vgl. Conventz, Schubert 2011: S. 23)

4. Standortfaktoren

Die Wahl eines geeigneten Standortes für ein Unternehmen ist für dessen Erfolg entscheidend. Dabei spielen vor allem Standortfaktoren eine wichtige Rolle. Diese sind laut Brüchner „[...] eine Vielzahl verschiedener Einflussgrößen – physische, ökonomische, politische, kulturelle usw. –, die die Entwicklung des zu gründenden Betriebs entscheidend positiv oder negativ steuern“ (Brüchner 1982: S. 36).

Um die Attraktivität von Airport Cities für Unternehmen beschreiben zu können, sollen, anhand verschiedener Studien, die wichtigsten Standortfaktoren für Unternehmen definiert werden, um diese anschließend mit den Standortbedingungen der Flughäfen vergleichen zu können.

4.1. Standortfaktoren im internationalen Vergleich

Seit 1990 wird jährlich von Cushman & Wakefield, einem Immobilienberatungsunternehmen, der „European Cities Monitor“ veröffentlicht, in dem mithilfe einer Befragung von 500 Unternehmen, die wichtigsten Standortfaktoren für Unternehmen quantifiziert werden. Nach diesen werden die bedeutendsten europäischen Städte aufgrund ihrer Standortqualitäten gereiht. Zu den untersuchten Standortfaktoren

zählen harte Standortfaktoren, wie zum Beispiel die „Verfügbarkeit von Büroflächen“ oder die „Kosten für ArbeitnehmerInnen“. Es werden in der Studie aber auch weiche Standortfaktoren, wie die „Lebensqualität für die MitarbeiterInnen“ oder die „Schadstoffbelastung“ einer Stadt, beurteilt. (vgl. Cushman & Wakefield 2010: S. 1)

Mittels dieser Studie sollen für die beiden Airport Cities Frankfurt am Main und Wien Aussagen über die Bedeutung der angrenzenden Städte im internationalen Vergleich getroffen werden. Denn für die erfolgreiche Entwicklung einer Airport City sind nicht nur die Faktoren am Standort selbst von großer Bedeutung, sondern auch die Standortfaktoren im Umfeld. Ebenso ausschlaggebend ist der internationale Bekanntheitsgrad der angrenzenden Stadt um das Interesse globaler Unternehmen zu wecken.

Im Jahr 2010 waren laut „European Cities Monitor“ die drei bestplatzierten Städte, wie schon in den Jahren davor, London, Paris und Frankfurt. Die Stadt Wien ist von insgesamt 36 auf dem 22. Platz und gilt im Jahr 2010 als größter Gewinner, weil die Stadt noch im Vorjahr an 28. Stelle gelegen ist und somit in diesem Jahr von allen beteiligten Städten die meisten Plätze aufgeholt hat. (vgl. Cushman & Wakefield 2010: S. 5)

In den letzten beiden Jahren waren für die befragten Unternehmen die vier wichtigsten Standortfaktoren der „Zugang zu Märkten und KundInnen“, die „Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften“, die „Qualität der Telekommunikation“ sowie die „Verkehrsanbindung mit anderen Städten und internationale Verkehrsanbindungen“. (vgl. Cushman & Wakefield 2010: S. 5) Diese vier genannten Standortfaktoren lassen sich häufig auf Airport Cities wiederfinden. Vor allem der „Zugang zu Märkten und KundInnen“ und die „Verkehrsanbindung mit anderen Städten und die internationale Verkehrsanbindung“ sind durch die direkte Nähe zu dem Flughafen gegeben.

Beim Vergleich der vier wichtigsten Standortfaktoren nach der Befragung von Cushman & Wakefield für die Städte Frankfurt und Wien wird ersichtlich, dass Frankfurt in allen entscheidenden Standortfaktoren den gleichen Platz erreicht, während Wien vor allem bei der „Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften“ einen deutlich schlechteren Platz als bei den anderen Standortfaktoren einnimmt. (siehe Tabelle 1).

4.2. Bedeutung von Standortfaktoren nach Branchen in der Rhein-Main Region

Eine weitere Studie, die zur Untersuchung der wichtigsten Standortfaktoren für Unternehmen herangezogen wurde, ist im Jahr 1999 vom Institut für Verkehrswissenschaft an der Universität Köln durchgeführt worden.

Im Auftrag der Mediationsgruppe des Flughafens Frankfurt am Main sollte zum einen die Bedeutung des Flughafens auf die Struktur und Entwicklung der regionalen Wirtschaft und zum anderen die Bedeutung des Flughafens Frankfurt am Main als Standortfaktor für die regionale Wirtschaft untersucht werden. Für die Datengewinnung wurden Fragebögen an 7.028 Unternehmen im Einzugsbereich des Flughafens versandt und 50 Expertinnen- und Experteninterviews geführt. Ebenfalls wurden Statistiken und Prognosen aus Sekundärstatistiken für die Gewichtung der Stichprobenergebnisse berücksichtigt. (vgl. Baum et al. 1999: S. 9)

Um eine differenzierte Aussage der Ergebnisse aus der Befragung treffen zu können, wurde die Planungsregion in vier Regionen eingeteilt. Die Region 1 bildet das nähere Flughafenumfeld Hessen mit circa 1,8 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern. Unter der Region 2 wird das weitere hessische Flughafenumland gezählt, darunter fällt zum Beispiel auch die 30 Kilometer entfernte Stadt Darmstadt. Die übrigen Landkreise Hessens werden der Region 3 zugeordnet. Die Region 4 wurde aus dem weiteren außerhessischen Flughafenumfeld aus Teilen der Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Bayer gebildet. (vgl. Baum et al. 1999: S. 10, S. 11)

Im Rahmen der Befragung wurden die Betriebe aufgefordert 16 Standortfaktoren nach der Bedeutung für ihr Unternehmen zu bewerten. Mit Hilfe einer Skala von 1 bis 5, wobei 1 ein besonders wichtiger und 5 ein weniger wichtiger Standortfaktor für die Unternehmen darstellt, wurde den Standortfaktoren ein Rang zugewiesen. Die „Verkehrsanbindung durch die Straße“ wurde von den befragten Unternehmen als wichtigster Standortfaktor bewertet und erhielt somit den Rang 1. Die „Nähe zum Absatzmarkt“ wurde als zweitwichtigster Faktor platziert und auf Rang 3 stand die „Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften“. Die „Verkehrsanbindung durch den Flughafen Frankfurt am Main“ rangierte nur an siebter Stelle. Diese erste Befragung wurde für die gesamte Untersuchungsregion durchgeführt.

Tabelle 1. Vergleich der vier wichtigsten Standortfaktoren für Frankfurt und Wien

Facts	Frankfurt Rank	Vienna Rank
Easy access to markets, customers or clients	3	22
Availability of qualified staff	3	30
The quality of telecommunications	3	24
Transport links with other cities and internationally	3	22

Quelle: Cushman & Wakefield 2010: S. 10, S. 11, S. 14, S. 15, eigene Darstellung

Bei der Betrachtung des näheren Flughafenumfeldes von Frankfurt am Main, welches in dieser Studie als Region 1 definiert wurde, lässt sich erkennen, dass die Verkehrsanbindung durch die Straße am bedeutendsten, jedoch die Anbindung durch den Flughafen von der siebten auf die vierte Stelle vorgerückt ist (vgl. Baum et al. 1999: S. 100). Wie aus der Tabelle 2 ersichtlich wird, wählen Unternehmen, die den Flughafen höher bewerten, auch einen Standort, der näher am Flughafen liegt. Demnach nutzen Unternehmen, die sich im näheren Flughafenumfeld ansiedeln, den Flughafen mehr als Unternehmen, die einen Standort mit einer höheren Entfernung wählen.

Bei der Betrachtung der Standortfaktoren nach den Branchen produzierendes Gewerbe, Dienstleister und Handel zeigt sich, dass die Branche Dienstleister die „Verkehrsanbindung durch den Flughafen Frankfurt am Main“ am wichtigsten eingestuft hat und diese daher den fünften Platz einnimmt. Für die Branche Handel hat der Flughafen laut dieser Studie keine große Bedeutung, da dieser nur auf Rang neun von insgesamt 16 untersuchten Standortfaktoren liegt.

Die Faktoren „Verkehrsanbindung durch die Straße“ und „Verfügbarkeit von Arbeitskräften“ werden von allen Branchen als sehr wichtig eingestuft. Die „Nähe zum Absatzmarkt“ ist für die Branchen Handel und Dienstleister, im Vergleich zum produzierenden Gewerbe, ein entscheidenderer Faktor bei der Standortwahl.

Der Wettbewerb zwischen den Wirtschaftsregionen nimmt konstant zu, weswegen die Neuansiedelung von Unternehmen für den wirtschaftlichen Erfolg einer Region entscheidend ist (vgl. Baum et al. 1999: S. 103). Um feststellen zu können, welche Standortfaktoren für die Neuansiedelung von Unternehmen ausschlaggebend sind, wurden diese auch nach ihren Standortpräferenzen befragt. Dabei konnte ermittelt werden, dass für diese Unternehmen, die „Verkehrsanbindung durch den Flughafen Frankfurt am Main“ als sehr wichtig und damit auf Rang drei der entscheidenden Standortfaktoren eingestuft wurde. Im Vergleich dazu haben Unternehmen, die schon länger in der Region tätig sind, den Standortfaktor Flughafen nur auf Rang sieben der bedeutendsten Faktoren für die Standortwahl genannt.

Jedoch ist für alle Unternehmen, die an der Befragung teilgenommen haben, die „Verkehrsanbindung durch die Straße“ am wichtigsten; auf Rang zwei ist die „Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften“ genannt worden.

Bei der Befragung von flughafenaffinen Unternehmen wurde der Flughafen als wichtigster Standortfaktor genannt. Dies ist jedoch aufgrund der Tatsache, dass flughafenaffine Unternehmen, diesen für die Abwicklung ihrer Geschäfte benötigen, kein überraschendes Ergebnis. Danach folgen, sowie bei den übrigen Unternehmen, die „Verkehrsanbindung durch die Straße“ und die „Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften“.

Tabelle 2. Bedeutung der Standortfaktoren für Unternehmen der verschiedenen Teilregionen

Standortfaktoren	Rang			
	Region 1	Region 2	Region 3	Region 4
Verkehrsanbindung Straße	1	1	1	1
Nähe zum Absatzmarkt	3	3	2	2
Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte	2	2	3	6
Arbeitslose	5	4	4	3
Örtliche Steuern und Abgaben	6	6	5	8
Dienstleistungsangebot	7	7	6	7
Verkehrsanbindung Flughafen Frankfurt	4	5	12	9
Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen	9	8	8	4
Umweltauflagen	13	10	7	5
Freizeitwert	10	12	9	11
Nähe zum Beschaffungsmarkt	12	11	10	12
Mieten für Gewerbeimmobilien, Wohnungen	8	9	13	10
Verkehrsanbindung Schiene	11	13	11	13
Forschungs- und Bildungseinrichtungen am Standort	14	14	14	14
Nähe zu Betrieben gleicher Branche	15	15	15	15
Verkehrsanbindung Wasserstraße	16	16	16	16

Quelle: Baum et al. 1999: S. 100, eigene Darstellung

4.3. Standortpräferenzen international tätiger Unternehmen

In einer Studie des „European Center for Aviation Development“ (ECAD) wurden 100 international tätige Unternehmen der Flughafenumlandregionen in Deutschland nach ihren Standortpräferenzen befragt, um deren Standort- und Investitionsverhalten besser einschätzen zu können. Die Autorinnen und Autoren definierten ein Unternehmen als international tätig, „[...] wenn der räumliche-ökonomische Operationsraum eines Unternehmens über die Grenzen einer Volkswirtschaft hinaus, in die Wirtschaftsräume anderer Volkswirtschaften hineinreicht“ (Harsche et al. 2008: S. 33).

Bei den teilnehmenden Unternehmen war es wichtig, diese nach bestimmten Strukturmerkmalen, wie dem Herkunftsland der Muttergesellschaft, dem Gründungsjahr, der Branchenzugehörigkeit und der Unternehmensgröße, zu befragen. Weiters wurden die Kompetenzen der Unternehmen gegenüber ihrer Muttergesellschaft ausgewertet, um die Ergebnisse der Studie besser einschätzen zu können. Dabei wurden die Felder Absatz/Vertrieb/Marketing, Personal, Service/Montage, Zahlungsverkehr/Finanzierung, Einkauf/Beschaffung, Produktion sowie Forschung/Entwicklung untersucht. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 70)

Der erste Teil dieser Erhebung ergab, dass nach Europa die meisten Muttergesellschaften in den USA angesiedelt sind und beinahe zwei Drittel der Unternehmen in den vergangenen zehn Jahren gegründet wurden. Der überwiegende Teil der konsultierten Unternehmen sind der Branche Finanzierung, Vermietung und Unternehmensdienstleistung zuzurechnen und gelten als Kleinunternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 59-63)

Hinsichtlich der Entscheidungskompetenzen der Unternehmen gegenüber den Muttergesellschaften hat sich gezeigt, dass die Tochtergesellschaften in den Bereichen Absatz/Vertrieb/Marketing sowie Personal weitgehend eigenständig sind. Am wenigsten Entscheidungsgewalt haben die Unternehmen im Bereich Forschung/Entwicklung. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 70)

Nachdem die grundlegenden Merkmale der international tätigen Unternehmen ermittelt wurden, sind diese darüber hinaus nach den wichtigsten Standortfaktoren für ihr Unternehmen befragt worden. Die am häufigsten genannten Standortfaktoren der Unternehmen waren das „Angebot an qualifizierten Arbeitskräften“, die „Verkehrsanbindung durch die Straße“ sowie die „Verkehrsanbindung durch den Luftverkehr“.

In einem weiteren Schritt wurden die Unternehmen befragt, für welche dieser Tätigkeitsfelder die Anbindung an den Flughafen am wichtigsten ist. Die 100 befragten international tätigen Unternehmen schätzen die Anbindung an den Flughafen für den Bereich Absatz/Vertrieb/Marketing als „sehr wichtig“, für den Zahlungsverkehr und die Finanzierung hingegen nur als „wichtig“ ein. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 73)

Für den Bereich Absatz/Vertrieb/Marketing sind neben der Flugverkehrsanbindung auch die „Erschließung des deutschen Marktes“ und die „Erreichbarkeit von KundInnen“ ausschlaggebende Standortfaktoren. Dies ist auch der Grund warum Unternehmen im Bereich Absatz/Vertrieb/Marketing,

im Vergleich zu anderen Branchen, einen überproportional hohen Anteil an Geschäftsreisen haben. Denn 79 der 100 Unternehmen gaben an, dass die Luftverkehrsanbindung im Bereich Absatz/Vertrieb/Marketing „sehr wichtig“ ist. Nur 15 erachteten den Luftverkehr in diesem Bereich für den Frachttransport als „wichtig“. Dabei ist zu beachten, dass nur ein geringer Teil der befragten Unternehmen in der Produktion tätig ist, ein Großteil aber dem Dienstleistungssektor zuzuordnen ist und somit das Ergebnis verfälscht sein kann. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 82) Die Unternehmen begründeten die Bedeutung von Geschäftsreisen mit der besonderen Wichtigkeit des persönlichen Kontaktes zu ihren Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern; der Kontakt über das Internet sei für den Aufbau der Geschäftsbeziehungen, nicht ausreichend. Flüge ermöglichen den Unternehmen nicht nur Zeitersparnis, sondern, aufgrund der geringeren Arbeitszeiten ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, auch Kostenersparnisse. In diesem Zusammenhang wurde der Flughafen Frankfurt am Main besonders hervorgehoben, weil durch den Fernbahnhof, der direkt an den Flughafen angebunden ist, weitere Zeitersparnisse aggregiert werden können. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 83)

Für den Bereich Einkauf und Beschaffung wird der Flugverkehr ebenfalls als „sehr wichtig“ eingestuft, da besonders zeitkritische Produkte, die nur eine kurze Lebensdauer haben oder zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem Ort sein müssen, schneller transportiert werden können.

Für den Zahlungsverkehr und die Finanzierung ist der Flugverkehr für die Abwicklung „nicht bedeutend“, da die meisten Geschäfte per Internet oder Telefon abgewickelt werden können. Für die Flughafenumlandregionen ist aber sehr wohl interessant, wie international tätige Unternehmen ihre Finanzierungen abwickeln. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 93) Die Unternehmen wickeln zu 49 Prozent ihren Zahlungsverkehr in der Region des Betriebsstandortes ab und 27 Prozent führen ihre Finanzierungen im übrigen Deutschland durch (vgl. Harsche et al. 2008: S. 92). Dadurch ist von positiven wirtschaftlichen Effekten für die Regionen, in denen die international tätigen Unternehmen angesiedelt sind, auszugehen.

Für den Bereich Forschung und Entwicklung ist vor allem Technologie- und Wissenstransfer in die Zielmärkte sowie die Erreichbarkeit von Hochschul- und Forschungseinrichtungen von Bedeutung. Die befragten Unternehmen legten dar, dass die Luftverkehrsanbindung im Bereich Forschung und Entwicklung vor allem für die Organisation der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten eine „wichtige“ beziehungsweise „sehr wichtige“ Stellenwert hat (vgl. Harsche et al. 2008: S. 95).

Bei der Betrachtung der Beschäftigten der international tätigen Unternehmen wurde festgestellt, dass 77 Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus Deutschland und nur 16 Prozent aus dem Land der Muttergesellschaft kommen. Die übrigen sieben Prozent sind Angestellte aus Drittländern. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 97)

Bei der Bedeutung für den Flugverkehr wurde zum einen die Bedeutung für den Geschäftsbereich Personal eruiert und zum anderen wurden die Unternehmen gefragt, wie wichtig die Verbindung mit dem Flugzeug für die privaten und sozia-

len Kontakte ihrer Belegschaft seien. Bei diesem Geschäftsbereich gaben 30 der 100 befragten Unternehmen an, dass der Luftverkehr „wichtig“ beziehungsweise „sehr wichtig“ ist. Die sozialen Kontakten betreffend gaben mehr als die Hälfte, also 55 Unternehmen an, dass die Anbindung durch das Flugzeug „wichtig“ beziehungsweise „sehr wichtig“ ist. (vgl. Harsche et al. 2008: S. 99)

4.4 Bewertung der Ergebnisse

Anhand der Analyse der eben beschriebenen Studien sollen Aussagen über die Entwicklungschancen von Airport Cities getroffen werden.

Der European Cities Monitor von Cushman & Wakefield hat gezeigt, dass die vier wichtigsten Standortfaktoren der „Zugang zu Märkten und KundInnen“, die „Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften“, die „Qualität der Telekommunikation“ und die „Verkehrsanbindung mit anderen Städten und internationale Verkehrsverbindungen“ für die befragten Unternehmen sind. Zwei dieser Standortfaktoren sind mit der Grundfunktion des Flughafens, dem Flugverkehr, eng verbunden. Durch die direkte Anbindung von Airport Cities an den Flughafen kann der „Zugang zu Märkten und KundInnen“ sowie die „Verkehrsanbindung mit anderen Städten und die internationale Verkehrsanbindung“ gewährleistet, durch die Ansiedelung eines Unternehmens in einer Airport City können, im Bezug auf diese beiden Standortfaktoren, vor allem Zeitersparnis akquiriert werden.

Durch die Schaffung eines Verkehrsknotenpunktes mit unterschiedlichen Verkehrsträgern – Flugzeug, Bahn, Autobahn – ist es Betreiberinnen und Betreibern von Flughäfen und Airport Cities möglich, den Standortfaktor „Verkehrsanbindung mit anderen Städten und die internationale Verkehrsanbindung“ zu verbessern und somit die Chancen für die Ansiedelung vieler Unternehmen zu erhöhen.

Die Studie vom Institut für Verkehrswissenschaften an der Universität Köln ergab ebenfalls, dass die „Nähe zum Absatzmarkt“ und die „Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften“ von großer Bedeutung für die Unternehmen sind. Ein weiterer wichtiger Standortfaktor, der durch diese Studie identifiziert wurde, ist die „Verkehrsanbindung durch die Straße“. Die „Verkehrsanbindung durch den Flughafen Frankfurt am Main“ wurde hingegen nicht von allen Unternehmen als ausschlaggebender Standortfaktor bewertet. Gerade Unternehmen, die sich im näheren Flughafenumfeld ansiedeln, und solche, die im Dienstleistungsbereich tätig sind, sehen den Flughafen als ausschlaggebenden Faktor für ihre Standortwahl. Diese Studie zeigt des Weiteren, dass vor allem die Neuansiedelung von Unternehmen eng mit dem Vorhandensein eines Flughafens im Zusammenhang steht.

Bei der Befragung der international tätigen Unternehmen im Flughafenumfeld von Deutschland sind am häufigsten das „Angebot an qualifizierten Arbeitskräften“, die „Verkehrsanbindung durch die Straße“ und die „Verkehrsanbindung durch den Luftverkehr“ genannt worden. Die primären Standortfaktoren einer Airport City sind daher für die Ansiedelung international tätiger Unternehmen entscheidend. Als Vorteil sich in direkter Nähe zu einem Flughafen anzusiedeln, wird auch hier in der Zeitersparnis gesehen. Durch

die kürzeren Reisezeiten ist den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein effizienteres Arbeiten möglich, wodurch auch die Kosten für die Unternehmen gesenkt werden können.

Für den Erfolg einer Airport City bedeuten diese Ergebnisse, dass vor allem die Verkehrsanbindung durch mehrere Verkehrsträger gegeben sein muss, da so eine optimale Vernetzung zwischen der Region, der angrenzenden Städte und der Welt besteht.

Momentan sind Airport Cities besonders für flughafenaffine Unternehmen und international tätige Unternehmen interessant, jedoch kann durch eine Ausweitung der vorhandenen Standortfaktoren ein breiteres Spektrum an Kundinnen und Kunden angesprochen werden.

4.5. Standortfaktoren der Flughäfen Frankfurt am Main und Wien

Wie soeben festgestellt, müssen Airport Cities neben einer guten Anbindung durch den Luftverkehr mehrere Standortfaktoren aufweisen können, um die Unternehmen für sich zu gewinnen. Daher sollen im Folgenden die Standortqualitäten der Flughäfen Frankfurt am Main und Wien untersucht werden.

4.5.1. Flughafen Frankfurt am Main

Der Flughafen Frankfurt am Main gilt als größter Flughafen Deutschlands und ist der drittgrößte Flughafen Europas. Durch eine hohe Anzahl an Flugverbindungen verfügt dieser Flughafen über viele internationale Anbindungen und gilt damit als Hub-Flughafen. (vgl. Hartwig 2000: S. 84)

Neben den Flugverbindungen kann der Flughafen Frankfurt am Main durch das angrenzende Autobahnkreuz eine sehr gute Anbindung an das hochrangige Straßennetz Deutschlands und durch seine geografische Lage in der Mitte Europas auch eine sehr gute Anbindung an das europäische Straßennetz aufweisen. Der Flughafen Frankfurt am Main bietet darüber hinaus einen Anschluss an das internationale Hochgeschwindigkeitsnetz der Deutschen Bahn. Neben den internationalen Verbindungen verfügt der Flughafen durch die vorhandene S-Bahn auch über eine ausgezeichnete überregionale und regionale Verbindung. (vgl. Wentz 2000 :S. 266)

Durch die Lage des Flughafens in der Rhein-Main Region kann der Flughafen auf eine Vielzahl an qualifizierten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zurückgreifen; laut des „European City Monitors“ liegt Frankfurt am Main bei qualifizierten Arbeitsplätzen an dritter Stelle.

Zusätzlich zu den genannten Standortfaktoren kann der Flughafen Frankfurt am Main durch das jährliche Aufkommen von 53 Millionen Passagieren und 76.500 Tonnen Fracht als wichtiger Standort für Unternehmen gesehen werden (vgl. Fraport AG 2011c: online).

Der Flughafen Frankfurt am Main kann demnach alle wichtigen Standortfaktoren für Unternehmen erfüllen. Zu den im vorigen Kapitel beschriebenen wichtigsten Standortfaktoren ist der Flughafen Frankfurt in der Lage durch die gute Verkehrsanbindung in die Stadt Frankfurt am Main auch neue Unternehmen wie Forschungsinstitute für den Flughafen zu

interessieren und somit die Entwicklungspotentiale der Airport City zu erhöhen.

4.5.2. Flughafen Wien

Der Flughafen Wien hat sich auf Verbindungen in den Osten Europas spezialisiert. Auch die Verkehrsverbindungen über das hochrangige Straßennetz führen vor allem in den Osten sowie nach Wien. (vgl. Lenotti/Reischl 1996: S. 193)

Der Flughafen Wien verfügt über keinen Anschluss an das Hochgeschwindigkeitsnetz der Bahn und kann nur Bahnverbindungen in die anliegenden Gemeinden des Flughafens sowie nach Wien aufweisen.

In Bezug auf die qualifizierten Arbeitskräfte ist zu sagen, dass Wien im Rahmen des „European City Monitors“ gerade hier, im Vergleich zu den anderen beurteilten Faktoren, am schlechtesten abgeschnitten hat. Dieser Standortfaktor ist somit als negativ zu bewerten.

Demnach kann man davon ausgehen, dass eine Airport City in Wien nicht jenen großen Erfolg hätte wie Frankfurt am Main beispielsweise, weil die wichtigsten Standortfaktoren für Unternehmen nicht in ausreichendem Maß zur Verfügung stehen.

5. Flugkapazität

Die Flughäfen Frankfurt am Main und Wien, die in dieser Arbeit verglichen werden, zeigen vor allem große Differenzen in ihrer Flugkapazität auf. Wie aus Tabelle 3 ersichtlich wird, sind die Unterschiede zwischen den Kapazitäten der Flughäfen enorm. Der Flughafen Frankfurt am Main gilt als einer der bedeutendsten Flughäfen der Welt, der Flughafen Wien hat sich hingegen auf den osteuropäischen Markt spezialisiert und somit nur auf europäischer Ebene Bedeutung.

Wie schon aus Kapitel 2 hervorgegangen ist, hat die Flugkapazität eines Flughafens Auswirkungen auf die Beschäftigung in einer Region. Durch eine Million zusätzliche Passagiere können 950 neue Arbeitsplätze am und um den Flughafen geschaffen werden (vgl. ACI 2004: S. 8). Dies hat demnach positive wirtschaftliche Auswirkungen auf die umliegende Region eines Flughafens. Jedoch bleibt zu hinterfragen, ob die Erhöhung der Flugkapazitäten direkt mit einem Erfolg einer Airport City in Verbindung steht oder eine Senkung der Flugkapazitäten zu einem Misserfolg führen würde.

Um der Antwort auf diese Frage näherzukommen, soll erneut die Studie des „European Center for Aviation Development“ herangezogen werden, in der Unternehmen nach den Folgen eines Rückganges der Flugkapazitäten befragt wurden.

Die Antworten der 100 international tätigen Unternehmen nach der zukünftigen Bedeutung des Luftverkehrs ergaben, dass es vor allem im Bereich der Geschäftsreisen zu einem Anstieg der Flüge kommen wird. Die Unternehmen erwarten des Weiteren eine steigende Anzahl der ankommenden Besucherinnen und Besucher und einen Anstieg ihrer eigenen Geschäftsreisen.

Das Frachtvolumen wird, nach Meinung der Unternehmen, gleich bleiben oder rückläufig sein. Dies ist jedoch wieder in Verbindung mit der hohen Zahl der für die Studie befragten Dienstleistungsunternehmen zu sehen und muss daher als kritisch gesehen werden.

Im Rahmen der Befragung der Unternehmen, wie sich die Produktions- und Leistungserstellung bei unzureichender Luftverkehrsanbindung gestalten würde, sagten 23 der Unternehmen, dass diese langfristig geschlossen werden würden. 44 der teilnehmenden Unternehmen gehen von einer Beibehaltung des Betriebsstandortes zur Produktions- und Leistungserstellung aus. Aus diesen Werten lässt sich schlussfolgern, dass die Entscheidung eines Unternehmens den Standort am Flughafen aufzulassen stark mit der Bedeutung des Luftverkehrs für den jeweiligen Betrieb zusammenhängt sowie mit den verbleibenden Destinationen des Flughafens. Da flughafenaffine Unternehmen oft mit empfindlichen Gütern handeln, müssen diese zeitnah versendet werden. Falls dies nicht gewährleistet werden kann, liegt die Vermutung nahe, dass diese Unternehmen den Standort an jenem Flughafen auflassen würden.

Bei einem Rückgang des Luftverkehrs würden 55 der befragten Unternehmen ihre Beschäftigten langfristig beibehalten, während 47 den Abbau an Beschäftigten forcieren würden. Diese Entwicklung hängt stark mit dem Betriebsstandort zusammen, weswegen alle Unternehmen, die ihren Standort schließen, auch ihre Beschäftigten von dort abziehen würden.

Es ist daher davon auszugehen, dass mit einer Senkung der Flugkapazität die Investitionen zurückgehen würden. Jedoch kann bei einem gleichbleibenden Angebot der Kapazität nicht auf einem Rückgang der Investitionen geschlossen werden. Deshalb sollten auf Flughäfen Immobilienprojekte entwickelt werden, die der Kapazität des Flughafens entsprechen. Für den Erfolg einer Airport City ist der Ausbau der Flugkapazitäten nicht dringend notwendig.

Tabelle 3. Passagier- und Frachtaufkommen

Frankfurt		Wien	
Passagieraufkommen	53.000.000	Passagieraufkommen	19.700.000
Frachtaufkommen	2.275.000 t	Frachtaufkommen	295.989 t

Quelle: Fraport AG 2010: S. I, Flughafen Wien AG 2010: S. I, eigene Darstellung

6. Fazit

Die genauere Auseinandersetzung mit dem Thema Airport Cities zeigt, dass die europäischen Entwicklungen in diesem Bereich noch nicht so weit fortgeschritten sind wie es bei der ersten Recherche den Eindruck erweckte. Die Immobilienprojekte in Airport Cities sind gerade erst im Entstehen, wie man anhand des Beispiels „Gateway Gardens“ sehen kann. Zwar ist das Marketingkonzept bereits vorhanden, jedoch konnte ein Großteil der zur Verfügung stehenden Flächen noch nicht verkauft werden.

Die im Rahmen dieser Arbeit gestellten Forschungsfragen können aufgrund dieses Umstandes nicht vollständig beantwortet werden, da die Airport Cities noch in Planung sind.

Jedoch zeigt diese Arbeit, dass der Erfolg von Airport Cities nicht allein in der Bereitstellung des Flugverkehrs, sondern in einem ausgewogenen Mix aus einem guten Angebot an qualifizierten Arbeitskräften, einer sehr guten Anbindung an das hochrangige Straßennetz Europas sowie einer bereits bestehenden hohen Flughafenkapazität und dem damit verbundenen Image am Weltmarkt liegt.

Bis jetzt sind vor allem flughafenaffine und international tätige Unternehmen an einem Standort am Flughafen interessiert. Um diese Zielgruppe auszuweiten, muss besonders die Verkehrsfunktion des Flughafens weiter ausgebaut werden: Für die Entwicklung der Airport Cities reicht das Flugzeug als Verkehrsträger nicht aus, es müssen Zugänge zu weiteren Verkehrsträgern – der Bahn und dem Auto – geschaffen werden.

Zudem müssen sich Airport Cities gegenüber den bestehenden „Business Districts“, in den meist benachbarten Großstädten, behaupten und alle Funktionen, wie Erholung, Kultur und Freizeit, auf diesem Standort vereinen. Airport Cities dürfen keine Geisterstädte sein, sondern müssen rund um die Uhr genutzt werden, um den Vorteil am Flughafen zu betonen und die Entfernung zur Stadt vergessen zu lassen.

Wie an den in der Arbeit beispielhaft betrachteten Flughäfen sichtbar wird, sind diese unterschiedlich für die Entwicklung von Airport Cities geeignet. Die Gründe hierfür sind, neben der unterschiedlichen Verfügbarkeit der für Unternehmen notwendigen Standortfaktoren, auch das Image der Flughäfen sowie deren Flughafenkapazität.

Der Flughafen Frankfurt am Main gilt als der wichtigste Flughafen Deutschlands. Er hat auch im internationalen Vergleich eine hohe Bedeutung und verfügt ebenfalls über eine hohe Flugkapazität, weswegen er für international tätige Unternehmen einen wirtschaftlich attraktiven Standort darstellt. Der Flughafen Wien hingegen konzentriert sich vor allem auf den osteuropäischen Markt. Eine Airport City hätte daher nur in Bezug auf diesen Markt eine Chance. Auch die Flughafenkapazität ist entsprechend geringer.

Es ist nicht zwingend für die Entwicklung und den Erfolg einer Airport City die Flugkapazität zu erhöhen, jedoch ist es notwendig, entsprechend der neu zu entwickelnden Flächen über eine ausreichende Flugkapazität zu verfügen und diese auch halten zu können, da andernfalls der Standort für die Unternehmen unattraktiv wird.

Für die Ansiedelung von Unternehmen an Airport Cities ist demnach weder das Image noch die Kapazität des Flughafens alleine entscheidend. Das Gesamtpaket der Standortfaktoren führt zur Neuansiedelung von Unternehmen.

Offen bleibt hingegen, ob die Flughafenkapazität in Zukunft der ausschlaggebende Grund für Unternehmen sein wird, sich an Flughäfen anzusiedeln oder ob sich die Airport Cities zu den neuen „Business Districts“ entwickeln werden. Falls sich die Airport Cities als erfolgreich erweisen, könnte es zu Leerständen in den Städten kommen, was wiederum gravierende Veränderungen der Innenstädte zur Folge hätte. Diese Entwicklungen bleiben in Zukunft zu beobachten.

Quellenverzeichnis

- ACI [Airports Council International] (2004): The social and economic impact of airports in Europe. York Aviation. Brüssel.
- Alberle, Gerd (2003): Transportwirtschaft. Oldenburg. München.
- Albert Speer & Partner GmbH (2009): Download der Studie. Ausführliche Denkschrift. Frankfurt für Alle. Handlungsperspektive für die internationale Bürgerstadt Frankfurt am Main. URL: <http://www.frankfurt-fuer-alle.de/> (Stand 12.09.2011).
- Baum, Herbert/Esser, Klaus/Kurte, Judith/Probst, Michael (1999): Der Flughafen Frankfurt / Main als Standortfaktor für die regionale Wirtschaft. Institut für Verkehrswissenschaft an der Universität zu Köln. Köln.
- Baum, Herbert/Esser, Klaus/Kurte, Judith/Schneider, Jutta (2005): Regionale Entwicklung und der Flughafen Frankfurt. Hans-Böckler-Stiftung. Düsseldorf.
- Buser, Benjamin/Flinner, Jochen (2010): Airports' catalytic effects – Describing a knowledge gap. Hrsg. Knippenberger, Ute/Wall, Alex: Airport in Cities and Regions – Research and Practice. Karlsruher Institut für Technologie. Karlsruhe. S. 167-171.
- Brüchner, Wolfgang (1982): Industriegeographie. Braunschweig. Westermann.
- Conventz, Sven/Schubert, Jan (2011): Immobilienstandort Flughafen – Merkmale und Perspektiven der Airport Cities in Deutschland. Informationen zur Raumentwicklung, Heft 1.2011. S. 13-26.
- Cushman & Wakefield (2010): European cities monitor. URL: <http://www.europecitiesmonitor.eu/wp-content/uploads/2010/10/ECM-2010-Full-Version.pdf> (Stand 12.09.2011).
- Dehn, Klaus/Hacker, Sabine/Vesely, Heinz (1998): Flughäfen. Hrsg.: Heuer, Bernd/Schiller, Andreas: Spezialimmobilien. Immobilien Informationsverlag Rudolf Müller. Köln.
- Flughafen Wien AG (2005): Publikationen. Geschäftsbericht. Jahresbericht 2005. URL: http://ir.viennaairport.com/jart/prj3/ir/uploads/data-uploads/210306_Flughafen

- fen_GB05%20final_dtklei.pdf (Stand 28.07.2011).
- Flughafen Wien AG (2006): Publikationen. Geschäftsbericht. Jahresbericht 2006. URL: http://ir.viennaairport.com/jart/prj3/ir/uploads/data-uploads/Geschaeftsbericht_2006.pdf (Stand 28.07.2011).
- Flughafen Wien AG (2007): Publikationen. Geschäftsbericht. Jahresbericht 2007. URL: http://ir.viennaairport.com/jart/prj3/ir/uploads/data-uploads/VIE_GB07_Internet_dt.pdf (Stand 28.07.2011).
- Flughafen Wien AG (2008): Publikationen. Geschäftsbericht. Jahresbericht 2008. URL: http://ir.viennaairport.com/jart/prj3/ir/uploads/data-uploads/IR%202009/GB08_dt.pdf (Stand 28.07.2011).
- Flughafen Wien AG (2009): Publikationen. Geschäftsbericht. Jahresbericht 2009. URL: http://ir.viennaairport.com/jart/prj3/ir/uploads/data-uploads/IR%202010/GB09_dt.pdf (Stand 28.07.2011).
- Flughafen Wien AG (2010): Publikationen. Geschäftsbericht. Jahresbericht 2010. URL: http://ir.viennaairport.com/jart/prj3/ir/uploads/data-uploads/IR%202011/FWAG_Geschaeftsbericht%202010_dt.pdf (Stand 28.07.2011).
- Flughafen Wien AG (2011a): Unternehmen. Flughafen Wien AG. Terminalerweiterung Skylink. URL: <http://www.viennaairport.com/jart/prj3/va/main.jart?rel=de&content-id=1249344074277> (Stand 28.07.2011).
- Flughafen Wien AG (2011b): Unternehmen. Flughafen Wien AG. Zukunft Flughafen Wien 3.Piste. URL: <http://www.viennaairport.com/jart/prj3/va/main.jart?rel=de&content-id=1304033449169&reserve-mode=active> (Stand 28.07.2011).
- Flughafen Wien AG (2011c): Unternehmen. Flughafen Wien AG. Terminalerweiterung Skylink. Facts & Figures. URL: <http://www.viennaairport.com/jart/prj3/va/main.jart?rel=de&content-id=1286840758968&reserve-mode=active> (Stand 28.07.2011).
- Fraport AG (2005): Investor Relations. Meldungen & Publikationen. Geschäftsberichte. Geschäftsbericht 2005. URL: http://www.fraport.de/content/fraport-ag/de/misc/binaer/investor_relations/geschaeftsberichte/geschaeftsbericht2005/_jcr_content.file/file.pdf (Stand 28.07.2011).
- Fraport AG (2006): Investor Relations. Meldungen & Publikationen. Geschäftsberichte. Geschäftsbericht 2006. URL: http://www.fraport.de/content/fraport-ag/de/misc/binaer/investor_relations/geschaeftsberichte/geschaeftsbericht2006/_jcr_content.file/file.pdf (Stand 28.07.2011).
- Fraport AG (2007): Investor Relations. Meldungen & Publikationen. Geschäftsberichte. Geschäftsbericht 2007. URL: http://www.fraport.de/content/fraport-ag/de/misc/binaer/investor_relations/geschaeftsberichte/geschaeftsbericht2007/_jcr_content.file/Fraport%20Gesch%C3%A4ftsbericht%202007.pdf (Stand 28.07.2011).
- Fraport AG (2008): Investor Relations. Meldungen & Publikationen. Geschäftsberichte. Geschäftsbericht 2008. URL: http://www.fraport.de/content/fraport-ag/de/misc/binaer/investor_relations/geschaeftsberichte/geschaeftsbericht2008/_jcr_content.file/file.pdf (Stand 28.07.2011).
- Fraport AG (2009): Investor Relations. Meldungen & Publikationen. Geschäftsberichte. Geschäftsbericht 2009. URL: http://www.fraport.de/content/fraport-ag/de/misc/binaer/investor_relations/geschaeftsberichte/geschaeftsbericht2009/_jcr_content.file/file.pdf (Stand 28.07.2011).
- Fraport AG (2010a): Investor Relations. Meldungen & Publikationen. Geschäftsberichte. Geschäftsbericht 2010. URL: http://www.fraport.de/content/fraport-ag/de/misc/binaer/investor_relations/geschaeftsberichte/geschaeftsbericht2010/_jcr_content.file/geschaeftsbericht_2010.pdf (Stand 28.07.2011).
- Fraport AG (2010b): Business Standort. Flächenentwicklung. Cargo City Süd. URL: http://www.frankfurt-airport.de/content/frankfurt_airport/de/business_standort/flaechenentwicklung/CargoCity_Sued.html (Stand 30.04.2011).
- Fraport AG (2010c): Business Standort. Flächenentwicklung. Gateway Gardens. URL: http://www.frankfurt-airport.de/content/frankfurt_airport/de/business_standort/flaechenentwicklung/gateway_gardens1.html (Stand 30.04.2011).
- Fraport AG (2010d): Business Standort. Flächenentwicklung. Mönchhof Gelände. URL: http://www.frankfurt-airport.de/content/frankfurt_airport/de/business_standort/flaechenentwicklung/moenschhof_gelaende.html (Stand 30.04.2011).
- Fraport AG (2010e): Bürostandort. The Squaire. URL: http://www.frankfurt-airport.de/content/frankfurt_airport/de/business_standort/buerostandort/airrail_center_frankfurt.html (Stand 30.04.2011).
- Fraport AG (2011a): Business Standort Flächenentwicklung CorgoCity Süd. URL: http://www.frankfurt-airport.de/content/frankfurt_airport/de/business_standort/flaechenentwicklung/CargoCity_Sued.html (Stand 11.09.2011).
- Fraport AG (2011b): Business Standort Flächenentwicklung Mönchhof Gelände. URL: http://www.frankfurt-airport.de/content/frankfurt_airport/de/business_standort/flaechenentwicklung/moenschhof_gelaende.html (Stand 11.09.2011).
- Fraport AG (2011c): Business Standort. Daten & Fakten. URL: http://www.frankfurt-airport.de/content/frankfurt_airport/de/business_standort/daten_fakten.html (Stand 30.04.2011).
- Fritz, Oliver/Gassler, Helmut/Nowotny, Klaus/Steyer, Franziska/Steicher, Gerhard (2007): Wirtschaftsfaktor Flughafen Wien – Eine Analyse der Regionalwirtschaftlichen Auswirkungen im Auftrag der Flughafen Wien Aktiengesellschaft. Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung. Wien.

- Groß & Partner Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH (2011): Projekte. Gateway Gardens. <http://www.gross-partner.de/#!/projekte/gateway-gardens> (Stand 28.07.2011).
- Grundstücksgesellschaft Gateway Gardens GmbH (2007): Standort. Geschichte. URL: <http://www.gateway-gardens.de/projektpartner.html> (Stand 28.07.2011).
- Grundstücksgesellschaft Gateway Gardens GmbH (2008): Areal. Quartiere. Die sechs Quartiere in Gateway Gardens. URL: http://www.gateway-gardens.de/fileadmin/user_upload/PDF/Broschueren/GG_Quartierbroschuere_dt.pdf (Stand 28.07.2011).
- Güller, Mathias/Güller, Michael (2002): From Airport to Airport City. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- Hartwig, Nina (2000): Neue Urbane Knoten am Stadtrand? Verlag für Wissenschaft und Forschung GmbH. Berlin.
- Harsche, Martin/Arndt, Andreas/Braun, Thomas/Eichinger, Andreas/Pansch, Holger/Wagner, Charlotte (2008): Katalytische volks- und regionalwirtschaftliche Effekte des Luftverkehrs in Deutschland. European Center for Aviation Development. Darmstadt.
- Lenotti, Wolfram/Reischl, Rupert (1996): Der Aufbau des österreichischen Luftverkehrs nach Ost- und Südosteuropa. Hrsg.: Heppner, Harald: Der Weg führt über Österreich... zur Geschichte des Verkehrs- und Nachrichtenwesens von und nach Südosteuropa. S. 171-195.
- Pompl, Wilhelm (2007): Luftverkehr: Eine ökonomische und politische Einführung. Springer Verlag. Berlin Heidelberg.
- Schulte, Karl-Werner (2008): Immobilienökonomie. Band IV. Volkswirtschaftliche Grundlagen. Oldenburg. München.
- Schultheis, Jürgen(2011): Frankfurt. 350.000 Quadratmeter für Wirtschaften und Wohnen. <http://www.fr-online.de/frankfurt/350-000-quadratmeter-fuer-wirtschaften-und-wohnen/-/1472798/8342010/-/index.html>. Frankfurter Rundschau (Stand 11.09.2011).
- Schulz, Axel/Baumann, Susanne/Wiedemann, Simone (2010): Flughafen Management. Oldenburg. München.
- Stefka, Alexander – Flughafen Wien AG (2011): Gespräch am 16.06.2011.
- Wentz, Martin (2000): Die kompakte Stadt. Campusverlag GmbH. Frankfurt am Main.