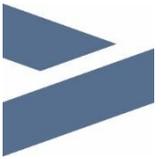


# Strategisches Entwicklungskonzept mit Business Plan **ABD AIRPORT BOZEN - DOLOMITEN**

## **ABSCHLUSSBERICHT V1.2**

15. Oktober 2015





**Einführende Worte**

**0. Executive Summary**

**I. Marktbeurteilung**

**A. Tourismus**

**B. Luftfahrt**

**II. Strategie**

**III. Verkehrsprognose**

**IV. Technische Bewertung**

**V. Geschäftsplan**

**VI. Schlussfolgerungen und Empfehlungen**

**VII. Anhang**

# HAFTUNGSAUSSCHLUSS



## Nutzungsbedingungen

Der Zugang und die Verwendung dieses Dokuments unterliegen allen anwendbaren Gesetzen und Vorschriften. Unbefugte Kenntnisnahme wird als illegal betrachtet und gemäß geltender Gesetze und Vorschriften geahndet.

## Garantien

ACV bedient sich im Rahmen ihrer Geschäftsaktivitäten stets der bestmöglichen Arbeitsstandards und bezieht sich auf diverse Informationsquellen. ACV behandelt diese Informationen mit der größten Sorgfalt, um sicher zu gehen, dass sie vollständig und sinngemäß wiedergegeben werden. Trotzdem ist anzumerken, dass der Inhalt dieses Dokuments keiner externen Verifizierung unterzogen wurde. ACV übernimmt für sich, ihre Mitarbeiter oder ihre Vertreter keine Verantwortung, Haftung oder Verpflichtung hinsichtlich der Stellungnahmen, die im Rahmen dieser Präsentation getätigt wurden oder etwaiger Fehler oder dem Unterlassen von Informationen.

Außerdem sind die ACV, ihre Mitarbeiter oder Vertreter in Hinblick auf die Richtigkeit oder die Vollständigkeit des Inhalts des vorliegenden Dokuments nicht zur Verantwortung zu ziehen.

Besonders - aber nicht ausschließlich - gilt dies für Prognosen, Annahmen, Projektionen, Schätzungen, Vorhersagen, oder Zielvorgaben, die darin enthalten sind. Folglich darf dieses Dokument nicht als Versprechen oder Darstellung des künftigen Zustands oder der künftigen Leistung gewertet werden. Istdaten

und Bestandsanalysen und ihre zeitliche Entwicklung, sowie diesbezügliche Stellungnahmen müssen als Vorhersagen oder Richtlinien für die Zukunft und zukünftige Resultate gewertet werden.

## Beziehung zwischen der ACV und dem Kunden

Alle Stellungnahmen der ACV müssen als an den Kunden und für dessen alleinige Verwendung und Nutzung angesehen werden. Sie müssen, dem Vertrag zwischen ACV und dem Kunden entsprechend, als exklusiv auf die konkrete Aufgabenstellung, die der ACV zugeteilt wurde, begrenzt, betrachtet werden. Der Kunde und seine Partner, Direktoren, Mitarbeiter, Stellvertreter oder Berater müssen das vorliegende Dokument streng vertraulich handhaben und dürfen es nur für Zwecke, die - dem Verständnis der ACV und des Kunden entsprechend - für die Realisierung des Projekts relevant sind, verwenden. Der Kunde darf Inhalte, Annahmen oder Resultate, die in diesem Dokument enthalten sind keinem unbefugten Dritten zugänglich machen.

ACV gestattet es jedoch dem Kunden den Inhalt des Dokuments Dritten zu offenbaren, wenn es sich um Behörden, oder um potentielle Investoren oder andere Akteure handelt, sofern der Kunde im ersten Fall dazu verpflichtet wird, oder er sich in den letzteren Fällen davon geschäftliche Vorteile verspricht. Dabei gilt aber ebenfalls: Die ACV übernimmt keine Verantwortung für einen etwaigen Verlust, der sich für Dritte ergibt, die sich auf die Ergebnisse des Dokuments, von dem sie über den Kunden unterrichtet wurden, verlassen haben.

# REPORT DETAILS



KUNDE	VERFASST	ÜBERPRÜFT	FREIGEgeben
<b>ABD Flughafen</b>	Johann Frank Marie Krpata Lenka Dravecka Alexander Siegartsleitner	Johann Frank Peter Königshofer Lenka Dravecka Marie Krpata	Johann Frank

---

AIRPORT CONSULTING VIENNA GMBH  
Office Park 1, Top B08/01  
1300 Vienna Airport  
**www.a-c-v.aero**

JOHANN FRANK  
Managing Director

# EINFÜHRENDE WÖRTE

## Verständnis der Aufgabenstellung



- Der ABD Airport hat die MR Plan in Zusammenarbeit mit Herrn Ernst Wieser beauftragt einen Business Plan für ABD zu erstellen.
- Im April 2015 wurde die AIRPORT CONSULTING VIENNA (ACV) von der Landesregierung, Abteilung Mobilität, beauftragt die MR Plan Studie zu zertifizieren.
- Am 7. September 2015 wurden alle Beteiligten und Consultants vom neuen Verwaltungsrat eingeladen, die bisherigen Ergebnisse zu präsentieren und zu diskutieren.
- Auf Basis dieses Präsentationsworkshops wurde die ACV vom Verwaltungsrat der ABD beauftragt, ein „Strategisches Entwicklungskonzept“ für ABD zu erstellen, wobei MR Plan und Herr Ernst Wieser einzubinden sind. Dieses Konzept soll konsistent und realistisch den Zusammenhang von der Marktsituation zur ABD Strategie und der darauf basierenden Verkehrsprognose zeigen. Weiter soll auf Basis der Verkehrsprognose eine Kapazitätsschätzung und dafür das nötige Technische Konzept samt Business Plan erstellt werden. Mit anderen Worten, das Strategische Entwicklungskonzept soll die Machbarkeit am Markt, bei der Infrastruktur und bei den Finanzen aufzeigen.
- Dieses Strategische Entwicklungskonzept soll am 20. Oktober 2015 im Landtag präsentiert und diskutiert werden.
- **Achtung:**
  - Bei allen in der Strategie oder Verkehrsprognose namentlich genannten Fluglinien handelt es sich um technisch (Fluggerät) und strategisch (Geschäftsmodell) mögliche (beispielhafte) Fluggesellschaften, die den ABD Airport anfliegen könnten.
  - ACV empfiehlt unbedingt eine Airline-Befragung durchzuführen, um die Verkehrsprognose auf aktuellen Marktbedürfnissen aufzubauen.

# EINFÜHRENDE WÖRTE

## **Auflistung der zur Verfügung gestellten Dokumente**



Neben den Unterlagen, die schon für die Zertifizierung berücksichtigt wurden, wurden für die Erstellung des "Strategischen Entwicklungskonzeptes" zusätzlich noch folgende Unterlagen gesichtet und verwertet:

1. MR Plan – Zwischenbericht 1: Aktualisierung der Marktanalyse
2. ABD Fuel Verkaufsmenge.docx
3. ABD Beschäftigte am und im Flughafen.xlsx
4. 121031\_ABDGestione Totale\_rev10-final.pdf
5. Detail EU Bilanz 2012.2013.2014
6. EBIT 2015 bis M 04\_fuel.xls
7. Bolzano\_Airport\_Charge\_Regulation ENG.PDF
8. Flughafengebühren ABD-Airport AG
9. Statistische 12 2014 full.pdf
10. Statistische 08 2015clean.pdf
11. Burgauner psa terminal.pdf
12. Konzept für Anflugverfahren von Herrn Ernst Wieser

# EINFÜHRENDE WÖRTER

## Glossar

**ABD Airport:** bezeichnet den Airport Bozen Dolomiten, der auch als Flughafen Bozen, ABD oder Bozen Flughafen in der Studie bezeichnet wird.

**Bottom-Up:** Die Bottom-Up Verkehrsprognose beinhaltet Parameter, wie Tourismuskonzepte, Konkurrenzflughäfen, Passagiersegmente und Flugliniensegmente

**Code-Sharing:** Das Codesharing (Code-Teilung) ist ein Verfahren im Luftverkehr, bei dem sich zwei oder mehrere Fluggesellschaften einen Linienflug teilen. Meist wird dieses Verfahren innerhalb wirtschaftlich verbundener Allianzen angewendet, wie zum Beispiel Star Alliance, Oneworld Alliance oder SkyTeam. Es ermöglicht den Fluggesellschaften, Flüge anzubieten, die sie gar nicht selbst durchführen. Dadurch erweitert sich ihr Streckennetz erheblich. Für die jeweils durchführende Fluggesellschaft, ergibt sich außerdem in der Regel eine bessere Auslastung ihrer Flüge.

**DFS (Duty Free Shop):** zollfreie Geschäfte, die unter anderem an Flughäfen im internationalen Bereich (luftseitig) angesiedelt sind und typischerweise Parfum, Tabak und Alkohol zu zollfreien Tarifen anbieten.

**Feeder Flughäfen:** Flughäfen, die Passagierflüge in einen Hub anbieten

**Home Carrier:** Eine Fluggesellschaft, die den Flughafen als ihre Heimatbasis verwendet und ihre Flotte auf dem Flughafen über Nacht stationiert. Die Nutzung des Flughafens als Basis für die Flugzeugflotte bedeutet für den Flughafen weiteres Entwicklungspotenzial wie z.B. die Nutzung von Flugzeugwartungsdienstleistungen, Übernachtungsstopps, Büroflächen, Hangars, Catering etc.

**Hub:** Flughafen, der ein Verkehrskreuz für hineinfliegende (feeder) und umsteigende (anderes Flugzeug, andere Destination) Passagiere darstellt (Kriterium ist der Anteil der Umsteiger)

**IATA,** International Air Transport Association – deutsch: Internationale Luftverkehrs-Vereinigung

**Kat. A (auch Code-A) Flieger:** Flügelspannweite bis zu 15 Metern (15 Meter aber nicht inkludierend); Breite vom Hauptfahrwerk: bis zu 4,5 Meter (diese 4,5 Meter aber nicht inkludierend)

**Kat. B (auch Code-B) Flieger:** Flügelspannweite: 15-24 Meter (24 Meter aber nicht inkludierend); Breite vom Hauptfahrwerk: 4,5 Meter bis zu 6 Meter (diese 6 Meter aber nicht inkludierend)

**Kat. C (auch Code-C) Flieger:** Flügelspannweite: 24-36 Metern (36 Meter aber nicht inkludierend); Breite vom Hauptfahrwerk: 6 Meter bis zu 9 Meter (diese 9

**Kat. D (auch Code-D) Flieger:** Flügelspannweite: 36-52 Metern (52 Meter aber nicht inkludierend); Breite vom Hauptfahrwerk: 9 Meter bis zu 14 Meter (diese 14

**Kat. E Flieger:** Flügelspannweite: 52-65 Meter (65 Meter aber nicht inkludierend); Breite vom Hauptfahrwerk: 9 Meter bis zu 14 Meter (diese 14 Meter aber nicht inkludierend)

**Kat. F Flieger:** Flügelspannweite: 65-80 Meter (80 Meter aber nicht inkludierend); Breite vom Hauptfahrwerk: 14 Meter bis zu 16 Meter (diese 16 Meter aber nicht inkludierend)

**Kategorie 2 C Flughafen:** Grundlänge der Landebahn: 800 - 1.200 Meter korrigiert um Bezugstempertur, Pistenneigung und Flugplatzhöhe (ergibt 1462m für ABD). Flughäfen, die unter Kategorie 2C fallen, können Kat. C Flieger abfertigen.

**Landseite:** alle nicht-luftverkehrsrelevanten Aktivitäten finden auf der Landseite (sprich vor Passkontrolle und Security Check) eines Flughafens statt.

**Luftseite:** alle luftverkehrsrelevanten Aktivitäten finden auf der Luftseite eines Flughafens statt.

**Meeters & Greeters:** Menschen, die das Flughafengelände nützen ohne Passagiere zu sein, sondern typischerweise ihre Freunde und Angehörige, die vom Flughafen abfliegen oder am Flughafen ankommen, begleiten.

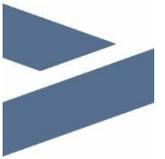
**Modal Split:** differenzierte Berechnung von Transportmitteln zum Flughafen je nach analysiertem Parameter (für unterschiedliche Segmente werden unterschiedliche Annahmen getroffen).

**Non-aviation Services:** Dienstleistungen, die der Flughafen auf der Landseite seines Betriebes erbringt und die nicht eine Voraussetzung für das Starten und Landen von Flugzeugen darstellen (z.B. KFZ Parkplätze).

**Regional Fluglinie:** eine Fluggesellschaft, die hauptsächlich Sekundärflughäfen bedient (nicht große HUBs), mit kleineren Flugzeugen (normalerweise Kategorie B) operiert und sich primär auf Geschäftsreisende konzentriert.

**Regulated Services:** Dienstleistungen, die vom Flughafen auf der Luftseite für Flugzeuge und Passagiere erbracht werden und die Tarife von einer staatlichen Stelle festgelegt werden.

**Top-Down:** Die Top-Down Prognose beinhaltet Parameter, wie Bruttoinlandsprodukt, Bevölkerung und Passagiere.



# EINFÜHRENDE WÖRTE

## Abkürzungsverzeichnis



- **ABD:** airport bozen dolomiten
- **ACV:** Airport Consulting Vienna
- **ADM:** Airport Design Management (Schwestergesellschaft von ACV)
- **AfA (Absetzung für Abnutzung):** Abschreibung von Anlagen über unterschiedliche Zeiträume (z.B. wird die Piste über 25 Jahre abgeschrieben).
- **ATM:** Flugbewegung
- **BA:** Business Aviation (Geschäftsfliegerei)
- **BC:** Base Case (realistische Annahme)
- **BIP:** Brutto-Inlands-Produkt
- **CAPEX:** Kapitalausgaben für Investitionen
- **DFS:** Duty Free Shop
- **DL:** Dienstleistungsvertrag (mit Provinz Bozen)
- **EBIT:** Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Earnings before Interests and Taxes)
- **EBITDA:** Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Earnings before Interests, Taxes, Depreciation and Amortisation)
- **ENAV:** Nationale Gesellschaft für Flugassistenz in Italien
- **EU:** Europäische Union
- **IATA ADRM:** Airport Development Reference Manual. Ein Nachschlagewerk, das von der Internationalen Luftverkehrs-Vereinigung herausgegeben wurde.
- **ICAO:** International Civil Aviation Organisation
- **i.H.v.** = in der Höhe von
- **GA:** General Aviation (Allgemeine Luftfahrt)
- **H:** Stunde
- **HC:** High Case (optimistische Annahme)
- **Kat.:** Flugzeug-Kategorie
- **LC:** Low Case (Mindestannahme)
- **lfm:** Laufmeter
- **m:** Meter
- **Mio.:** Million(en)
- **m<sup>2</sup>:** Quadratmeter
- **MAP:** Million Annual Passengers
- **MVT/h:** Movement per hour - zu deutsch: Bewegung pro Stunde
- **NM:** Nautical Mile
- **PAX:** Passagiere
- **PH:** Peak Hour, zu deutsch – Spitzenstunde
- **PKW:** Personenkraftwagen
- **PR:** Public Relations, zu deutsch – Öffentlichkeitsarbeit
- **RWY:** Runway – zu deutsch: Landebahn
- **SMG:** Südtirol Marketing
- **u.E.n.:** unserer Einschätzung nach
- **VIP:** very important person
- **WLU:** work load unit – ist eine Maßeinheit für die kombinierte Umschlagsleistung von Flughäfen: 1 WLU entspricht 1 Passagier oder 100 kg Fracht
- **z.T.:** zum Teil

# 0 EXECUTIVE SUMMARY



- I. ABD Markt**
- II. Strategische Diagnose**
- III. Vision und Ziele**
- IV. ABD Strategie Konzept**
- V. Verkehrsprognose**
- VI. Technische Bewertung**
- VII. Geschäftsplan**
- VIII. Schlussfolgerungen und Empfehlungen**

## 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 1. ABD MARKT

- **Ankünfte und Nächtigungen;**
  - Südtirol empfing im Jahr 2014 knappe 6 Millionen Touristen
  - Knappe 28 Millionen Nächtigungen gab es 2014 in Südtirol
- **Verschiedene Touristenmärkte** wurden identifiziert:
  - Kernmärkte – **Deutschland, Italien, die Schweiz und Österreich** (deren Marktanteil bei 88,4% liegt)
  - Aufbaumärkte – **Niederlande, Belgien, Tschechien, Polen, Großbritannien und Russland** – in denen man ein gewisses Potenzial sieht (Anteil von 6,7%)
  - Andere Märkte (Marktanteil von 2,6%)
- **Anreise:** Etwa 4% der Touristen in Südtirol reisen mit dem Flugzeug (Tirol 9%, Salzburg 14%) an.
- Die Region Südtirol verfügt aber auch über ein **Einzugsgebiet von einer knappen Million Einwohner**, die ABD für Geschäftsreisen (Feeder, Regional Airline) bzw. Urlaubsreisen (Outgoing Charter) nützen könnte.

- ▶ Die sinkende Aufenthaltsdauer ist ein Indikator, dass auch in Südtirol **Kurzurlauber** an Bedeutung gewinnen und diese brauchen einen Regional-FH.
- ▶ ABD hat letzthin nur einen Feeder nach Rom und vier outgoing Charter Flüge innerhalb Italiens abgewickelt.
- ▶ Das profitabelste Verkehrssegment des ABD ist die Business Aviation! Allerdings stagniert bzw. schrumpft dieser Markt leicht (-1,9% im Durchschnitt seit 2010).
- ▶ Incoming Charter waren auch aufgrund der selektiven Anflugverfahren in den letzten Jahren nicht im Portfolio.

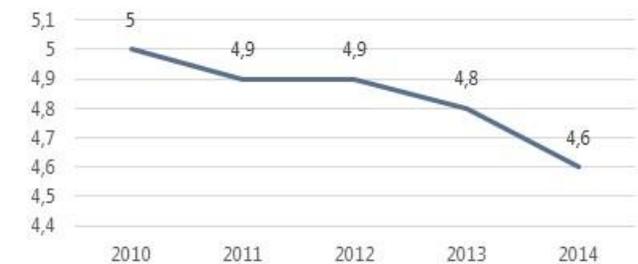


	Kernmärkte	Aufbaumärkte	Andere Länder
Ankünfte ('000)	5.457	364	167
Nächtigungen ('000)	25.146	1.901	702
Aufenthaltsdauer (Nächte)	5	5	4
Ausgaben pro Person und Tag (EUR)	122	98	NA

**Reisemittel der Touristen 2012/2013**

PKW	Bus	Bahn	Wohnmobil	Motorrad	Flugzeug
84,50%	2,40%	4,40%	3,10%	1,60%	4,00%

Quelle: MR Pllan - Gästebefragung Allensbach 2007/2008, in Verbindung mit Angaben SMG bzw. Astat und Extrapolation

**Aufenthaltsdauer der Touristen in Südtirol (in Nächten)**

# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 2. STRATEGISCHE DIAGNOSE



- **ABD hat ein beachtliches Marktpotential;**
  - 6 Millionen Touristen plus ca. 1 Million Einwohner für Quellverkehr
  - Während Innsbruck (5%) und Salzburg (14%) einen relative hohen Anteil an Touristen haben, die mit dem Flugzeug anreisen, hat ABD fast nichts (0,3%).
- **Konkurrenzflughäfen** sind etabliert:
  - Innsbruck und Verona sind die Hauptkonkurrenz-Flughäfen
  - Beide haben bereits ein großes PAX Volumen (INN1,0MAP und VRN 3,0 MAP)
  - Beide haben ein sehr attraktives touristisches Flugnetz (Winter- und Sommer, incoming und outgoing) und feeden in etwa 6 Hubs
- **ABD Handlungsbedarf:**
  - Die Piste muß auf 1462m verlängert werden und das Anflugverfahren verbessert werden, damit die technische / operative Wettbewerbsfähigkeit gegeben ist.
  - ABD hat einen enormen Aufholbedarf beim Marketing in allen Bereichen gegenüber den etablierten Konkurrenzflughäfen:
    - ✓ Beim Linienverkehr mit Hub Airlines und Regional Airlines
    - ✓ Beim incoming Charter
    - ✓ Beim outgoing Charter
    - ✓ Beim Home Carrier
    - ✓ Bei den Reiseveranstaltern
  - Es muss eine Marketingabteilung mit Know-how und Kapazität für diese Aufgaben aufgebaut werden.

▶ **Focus ist auf Infrastruktur und Marketing zu legen, um sich zu einem rentablen Regional Flughafen zu entwickeln.**

# 0 EXECUTIVE SUMMARY

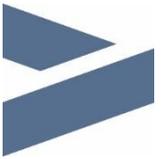
## 3. VISION UND STRATEGISCHE ZIELE

### VISION UND STRATEGISCHE POSITIONIERUNG

- I. ABD Airport ist ein Tourismusflughafen im Alpenraum, der die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität der Tourismusregion Südtirol verbessert.
- II. ABD Airport ist ein attraktiver Zugang zu Südtirol für nationale und internationale Urlauber und vor allem Kurzurlauber und Charterreisende.
- III. ABD Airport ist das Tor zur Welt für alle Geschäftsreisenden und die Bevölkerung aus Südtirol.
- IV. ABD Airport ist eine Visitenkarte der Region und steht für Sicherheit, Qualität und Sauberkeit.
- V. ABD Airport will Wachstum bei Touristen, in der Tourismuswirtschaft und bei den Beschäftigten in Südtirol unterstützen.
- VI. Alle Aktivitäten des ABD Airports orientieren sich an aktuellen Sicherheits- und Umweltstandards.

### LANGFRISTIGE STRATEGISCHE ZIELE

- I. Rentabilität durch Passagierwachstum ist unsere oberste Priorität!
- II. Wir wollen einen Marktanteil von 5% der Touristen (d.s. ca. 300.000), die mit dem Flugzeug am Bozener Flughafen anreisen (entspricht etwa dem aktuellen Anteil in Innsbruck), erzielen.
- III. Wir wollen für die SüdtirolerInnen eine Verbindung zu vier Hubs in Europa aufbauen und damit alle drei Allianzen abdecken.
- IV. Wir wollen etwa 20% des Umsatzes mit neuen Geschäftsbereichen erschließen (z.B. PKW Parkierung, Shops im Terminal, VIP, Lounges, Meetingräume, etc.)



# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 4. ABD STRATEGIE KONZEPT



### Aviation

1. Feeder & Code Share
2. Eingehender Charter
3. Ausgehender Charter
4. Regionale Carrier
5. Business Aviation
6. Home Carrier

### Technik

1. Pistenverlängerung
2. Verbesserung des Anflugverfahrens
3. Neuer Master Plan
4. Verbesserung der Anbindung

### Organisation

1. Marketing Abteilung
2. Marketing Kooperationen mit SMG, Reiseveranstaltern und Airlines
3. Non-aviation Einnahmen erschließen

# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 5. VERKEHRSPROGNOSE

### Methode für den Base Case (BC)

#### 1. Schritt: Segmentierung

Für die vier Marktsegmente wurde ein Flugplan für die nächsten 5 Jahre erstellt:

- Feeder & Code-Sharing
- Regional Fluglinien und Sekundärhubs
- Incoming Charter
- Outgoing Charter

#### 2. Schritt: BIP Regression

Für den jeweils stärksten Markt des jeweiligen Segmentes wurde eine Regression mit dem BIP vorgenommen.

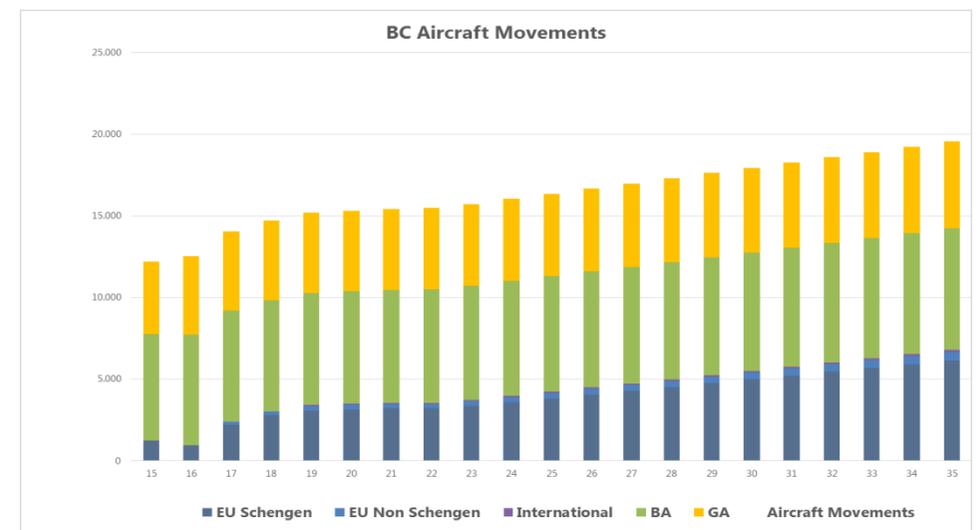
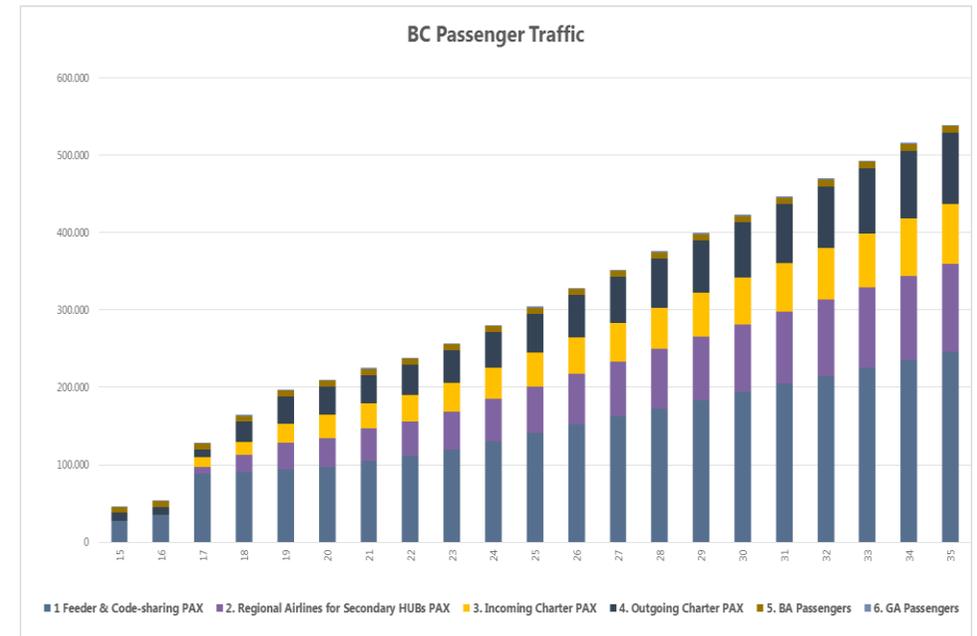
#### 3. Schritt: Hochrechnung mit jeweiligen BIP

Für den jeweils ausgewählten BIP wurden dann der Verkehr für die 5 Flugplanjahre bis zum Jahr 2035 hochgerechnet.

#### 4. Schritt: Hochrechnung weiterer Verkehrsparameter

In Abhängigkeit von der Passagierprognose wurden dann weitere verkehrsrelevante Parameter hochgerechnet:

- ✓ Flugbewegungen
- ✓ Spitzenstunden für Passagiere und Flugbewegungen
- ✓ Besucher und Abholer
- ✓ Parkplätze
- ✓ Beschäftigte
- ✓ Treibstoffverbrauch
- ✓ Flugmahlzeiten, etc.



# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 5. VERKEHRSPROGNOSE



### Methode für den High (HC) und Low Case (LC)

Auf Basis des BC wurden dann mit der gleichen Methode der High Case (HC) und der Low Case (LC) ermittelt und in Form eines Entwicklungstrichters dargestellt.

So basiert jedes Szenario auf

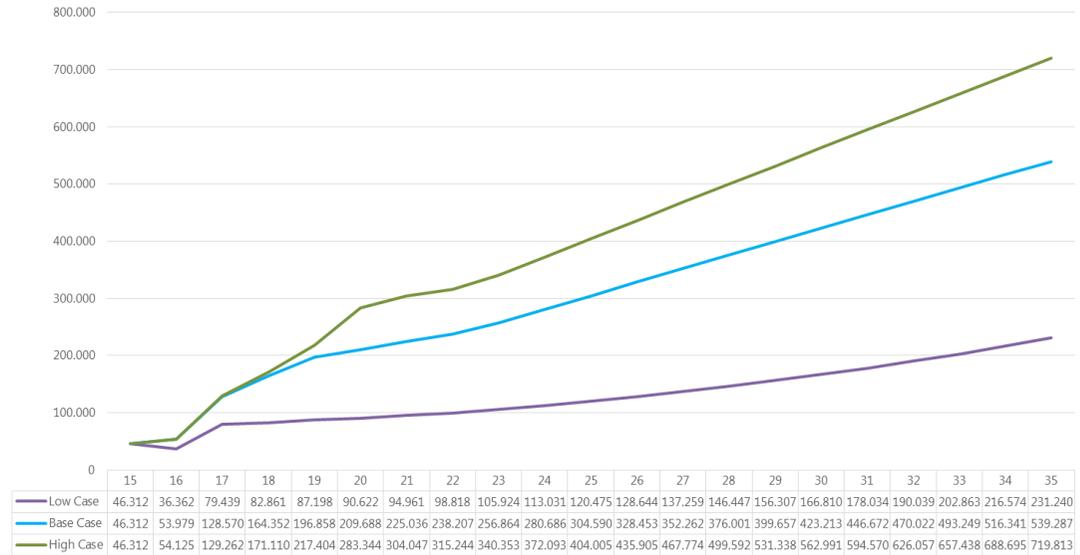
- definierten Destinationen
- beispielhaften Airlines
- verfügbarem Fluggerät
- definiertem Auslastungsfaktor
- geplanten Flugfrequenzen pro Woche

Auf diesen Eckwerten der Flugpläne wurden dann die Passagiere und Flugbewegungen sowie die anderen Verkehrsparameter mit dem jeweiligen BIP hochgerechnet.

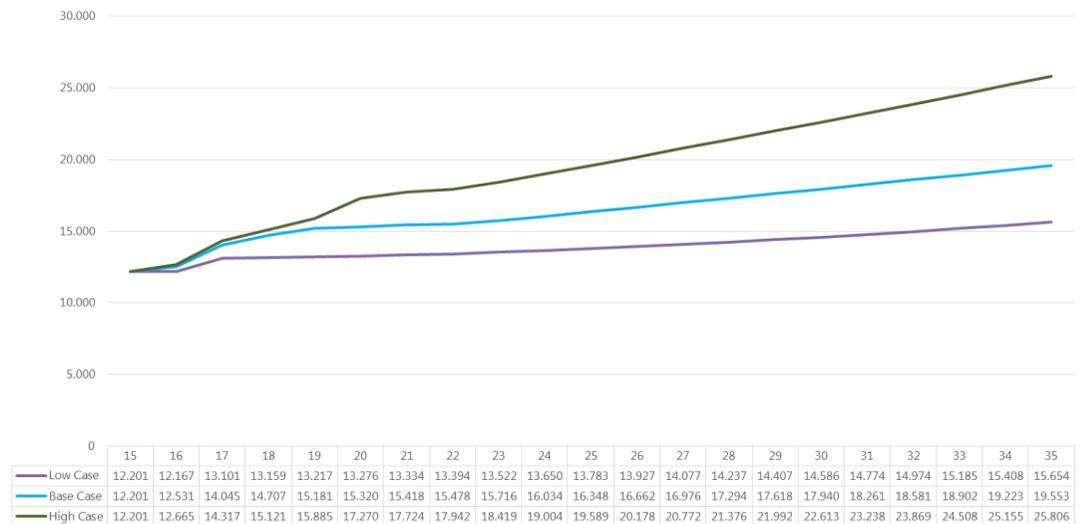
**Achtung:**

**Mit 50% mehr Flugbewegungen im Jahr 2035 als im Jahr 2014 schaffen wir insgesamt 10 mal mehr Passagiere!**

Passagiervergleich der verschiedenen Szenarien



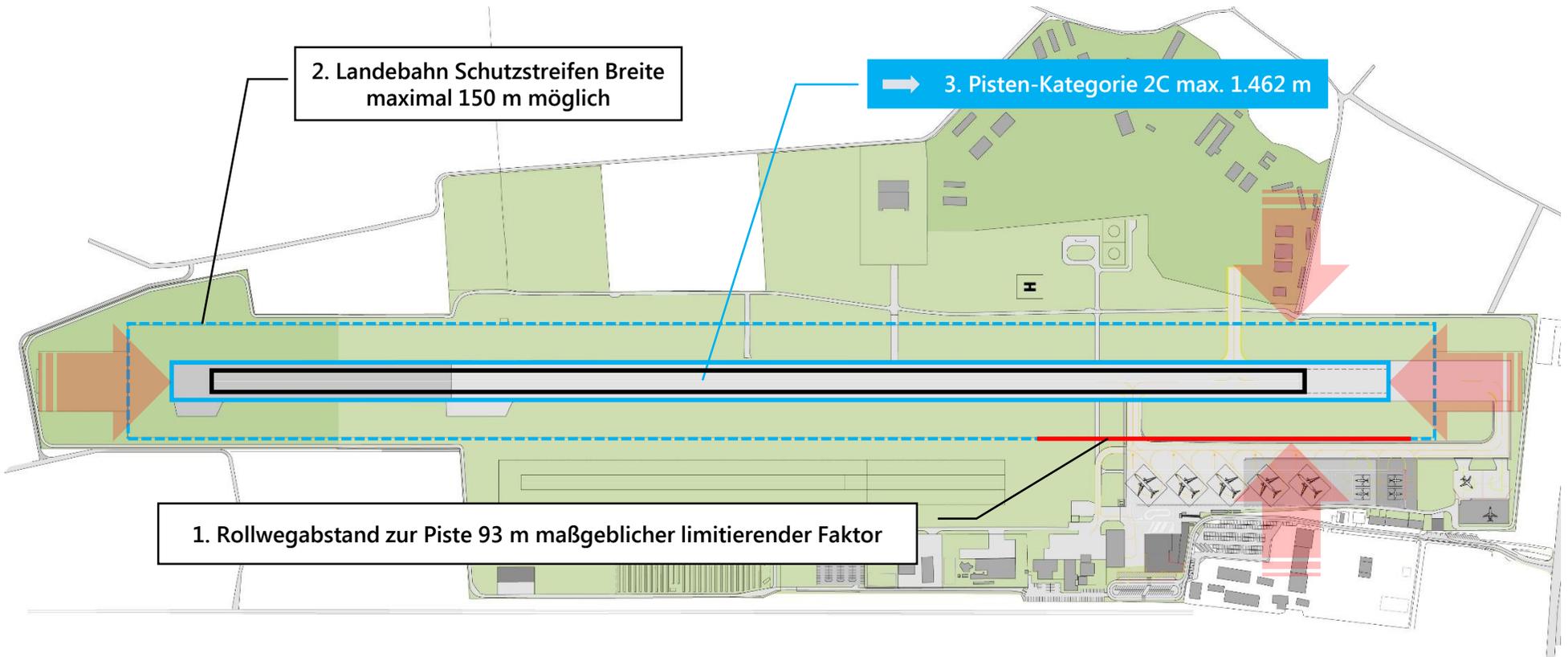
Flugbewegungsvergleich der verschiedenen Szenarien



# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 6. TECHNISCHES KONZEPT

### Limitierender Faktor - Rollwegabstand

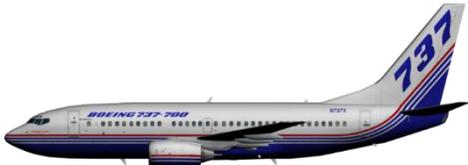


Da der Rollweg einen Abstand von 93 m zur Piste aufweist, und nicht verschoben werden kann ist laut ICAO nur eine maximale Streifenbreite (grün) von 150 m möglich. Die höchstmögliche Pistenkategorie in Bozen ist daher 2C. Eine Verlängerung der Start-/Landebahn auf mehr als 1.462 m ist nicht möglich.

Quelle: ICAO Annex 14 – 1.6. Aerodrome reference code

# 0. EXECUTIVE SUMMARY

## 6. TECHNISCHES KONZEPT



Flugzeugtyp:	<b>Boeing 737-700</b>
Länge:	32,18 m
Spannweite:	34,32 m
Passagiere:	149
Reichweite:	3.980 bis 7.630 km



Flugzeugtyp:	<b>Airbus A319</b>
Länge:	33,84 m
Spannweite:	34,10 m
Passagiere:	124 - 156
Reichweite:	3.350 bis 6.850 km



Flugzeugtyp:	<b>Dash 8Q-400</b>
Länge:	32,84 m
Spannweite:	28,42 m
Passagiere:	70 / 80 (Modell 402)
Max. Reichweite:	2.518 km

Die im ICAO Annex 14 definierte **Flughafen-kategorie 2C** (800 – 1.200 m Pisten-länge) bezieht sich auf eine Startbahn auf Meereshöhe und Standardtemperatur. Addiert man zu den max. 1.200 m die Faktoren für die Höhenlage sowie Temperatur erhält man die max. zulässige Pistenlänge der **Kategorie 2C** in Bozen von **1.462,6 m**.

Eine Verlängerung der Piste auf 1.462 m ermöglicht den hier gezeigten Flugzeugen ein sicheres operieren vom Flughafen Bozen.

Die größten Kategorie-C Flugzeuge sind die Airbus A321 und die Boeing B737-900, jeweils vom Hersteller auf max. 220 Passagieren zugelassen; allerdings ist mit unserer Landebahn keines von beiden einsetzbar. Die größten bei uns nach dem Ausbau je einsetzbaren Flieger werden die A319 mit max. 156 und die B737-700 mit max. 149 Passagieren sein.

# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 6. TECHNISCHES KONZEPT



### LIMITIERUNGEN DES ABD

- I. Piste wird primär durch das selektive Anflugverfahren limitiert, da der selbe Korridor von an- und abfliegenden Flugzeuge benutzt wird.
- II. Die Kapazität des Vorfeldes wird durch die existierende Graspiste für die General Aviation limitiert. Die Vorfelderweiterung kann daher nur nach Norden erfolgen.
- III. Das Terminal wird durch Parkplätze und Straße in seiner Erweiterung limitiert und kann eigentlich nur nach Süden durch Abriss der bestehenden Hangar erweitert werden.

#### ► Achtung:

**Obige Limitierungen kommen primär mittel- bis langfristig zum Tragen.**

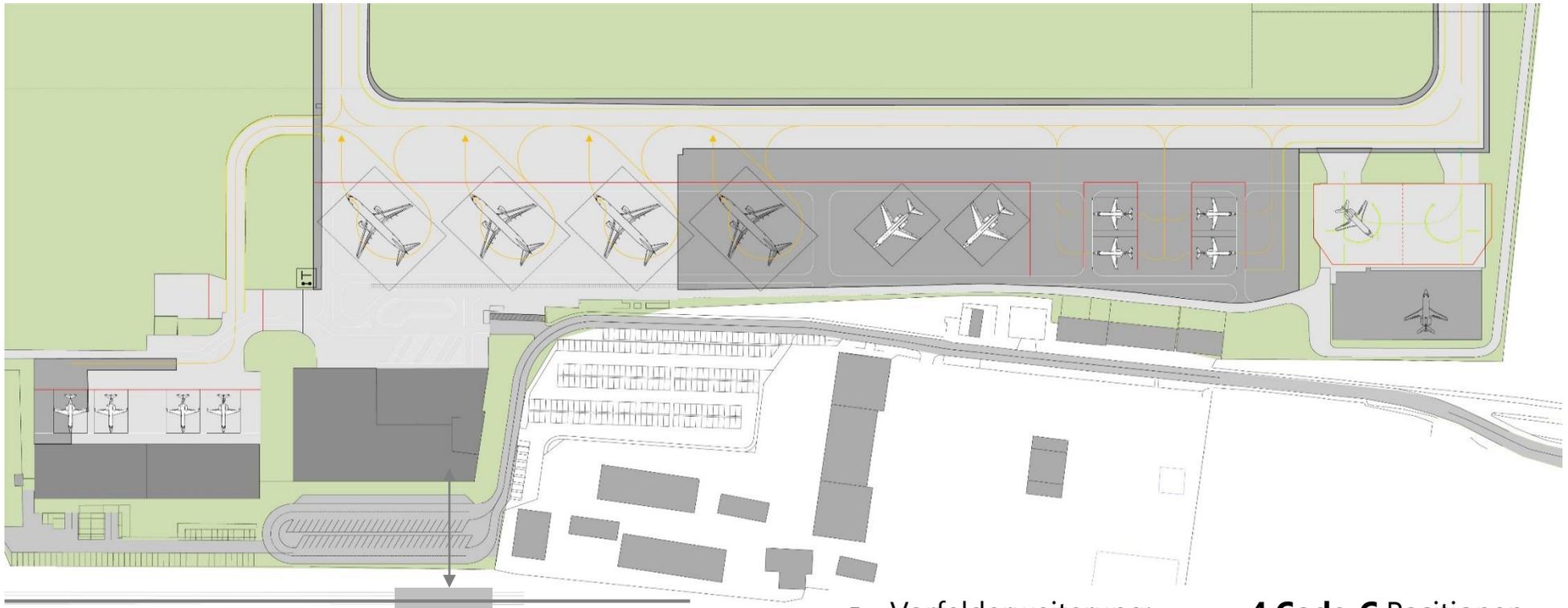




# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 6. TECHNISCHES KONZEPT

### VORFELDERWEITERUNG



- Vorfelderweiterung: **4 Code-C** Positionen  
**2 Code-B** Positionen  
**4 Code-A** Positionen
- Erweiterung Terminalgebäude
- Neubau Hangar
- Neue Vorfahrt
- Bahnstation

# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 6. TECHNISCHES KONZEPT

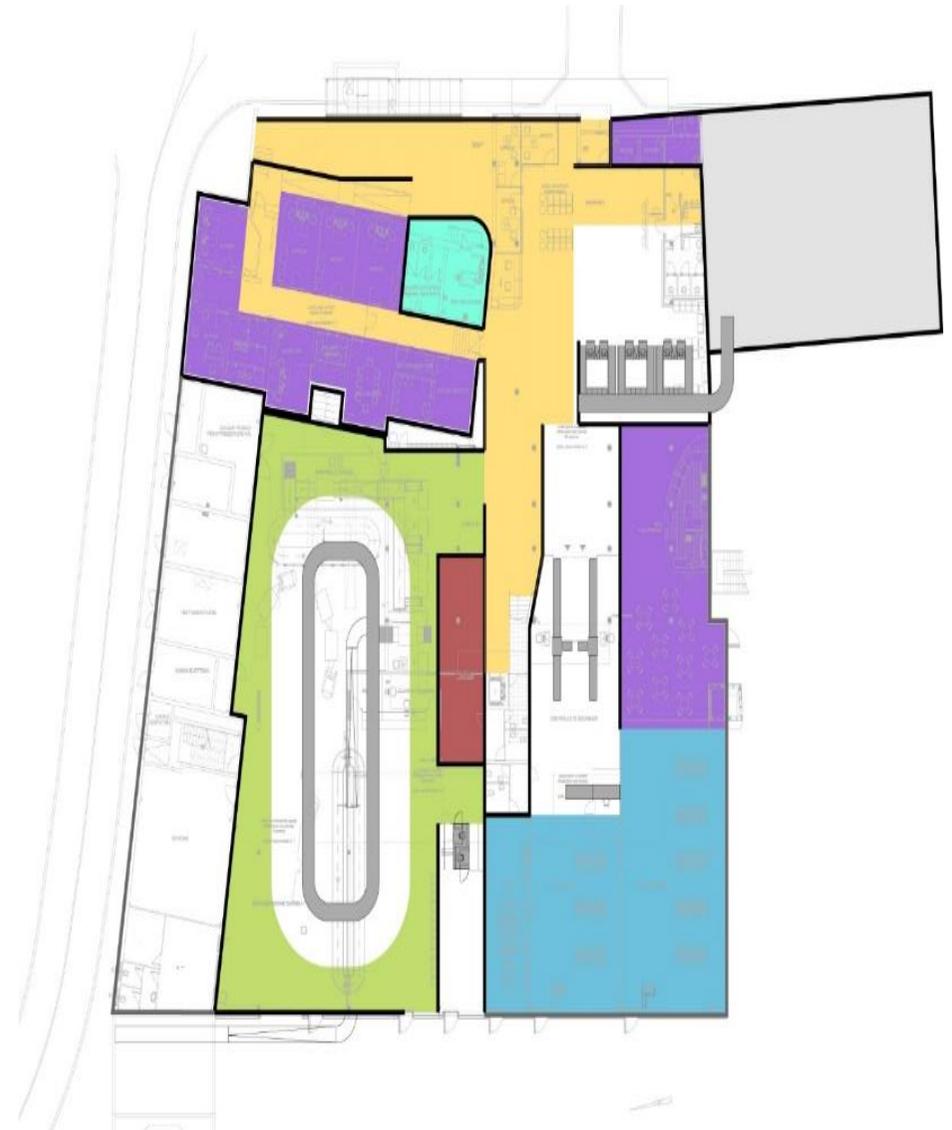


### TERMINALGEBÄUDE

#### Umbau und Erweiterung

- Entflechtung kreuzender Passagierströme durch Verlegung Check In
- Nutzung des terminalnahen Hangars als Gepäckzentrale
- Schaffung von kommerziellen Flächen
- Reorganisation und Erweiterung des Check In
- Reorganisation und Erweiterung der Security
- größeres Gepäckrückgabeband

- Ankunfts- und Abflugs Halle
- Gate Warteflächen
- Kommerzielle Flächen
- Behörden
- Gepäcksausgabehalle
- Gepäcksortierfläche



# 0 EXECUTIV SUMMARY

## 6. TECHNISCHES KONZEPT



**Investitionskosten ABD** (in Mio. EUR / nominal)

- Alle Investitionen werden vom ABD durchgeführt.
- Neben der Pistenverlängerung ist eine nennenswerte Investition erst etwa 2025 erforderlich.
- Dabei handelt es sich nämlich um den Umbau des existierenden Terminals, wobei das Grundgerüst bestehen bleibt und primär eine bessere Platzverwendung für die diversen operativen Funktionen sowie etwa 500 m2 kommerzielle Flächen geschaffen werden soll



	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
■ Sonstiges	0,20	0,06	0,09	0,08	0,13	0,04	0,04	0,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00
■ Sonstige Gebäude & Infrastruktur	0,57	0,13	0,56	0,23	1,59	0,00	0,00	1,69	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,17	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
■ Terminal Gebäude	0,33	0,46	1,05	0,48	0,00	0,68	0,74	0,00	0,38	4,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
■ Gebäude & Ausstattung Airside	7,65	0,42	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,69	0,00	0,00	0,00	0,00
■ Grundstücke	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN



### Annahmen

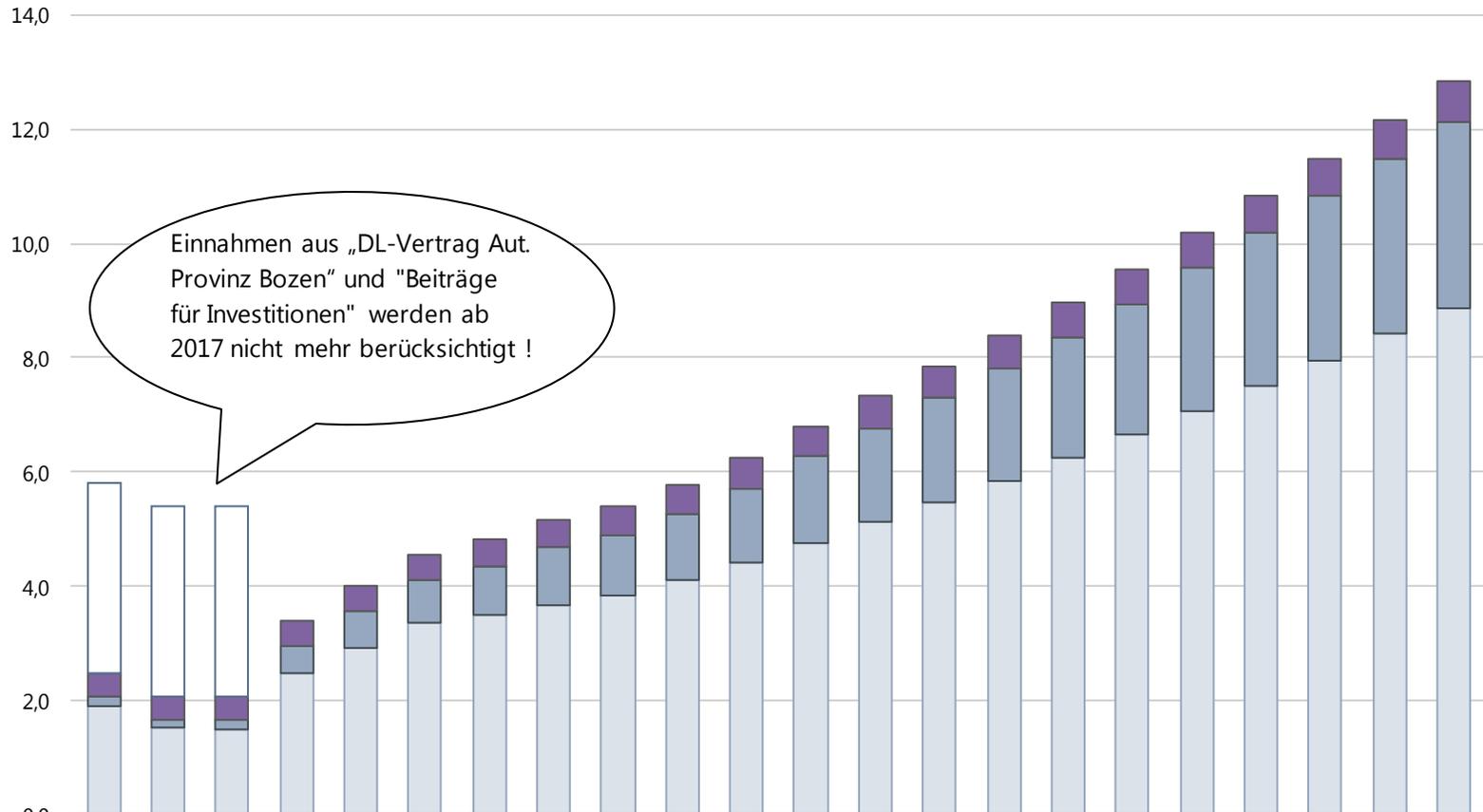
- ▶ Der Geschäftsplan wurde nur für den Base Case (BC) der Verkehrsprognose erstellt.
- ▶ Die Berechnungen erfolgen auf Basis der Ist-Daten 2012-2014 sowie den Flughafengebühren 2014. Reale Tarifierhöhungen wurden nicht berücksichtigt. Die Ist- und Planzahlen beruhen auf Werte aus der Buchhaltung und beinhalten daher keine Umsatzsteuer.
- ▶ Inflation: 0% in 2015, ansteigend auf 2% in 2019 und stabil über die restliche Periode.
- ▶ Es wird keine Fremdfinanzierung (Bankkredite) in Anspruch genommen.
- ▶ Einkommenssteuern wurden nicht ermittelt und die Mehrwertsteuer nicht berücksichtigt.
- ▶ Neue Geschäftsfelder wurden wie folgt berücksichtigt:
  - Autovermietung, Airline Catering, Lounge, Parkgebühren für PKW, Taxi Konzessionen – alle ab 2017
  - DFS ab 2017 mobil und ab 2025 mit eigenen Raum
  - neues Restaurant ab 2025.

# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN



**Gesamte Einnahmen** (in Mio. EUR)



Einnahmen aus „DL-Vertrag Aut. Provinz Bozen“ und "Beiträge für Investitionen" werden ab 2017 nicht mehr berücksichtigt !

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	
DL-Vertrag + Inv.Beiträge	3,35	3,35	3,35	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sonstige Umsätze	0,40	0,39	0,40	0,43	0,44	0,46	0,47	0,48	0,49	0,51	0,52	0,53	0,55	0,56	0,58	0,59	0,61	0,62	0,64	0,66	0,67	0,69	0,69
Non Aviation Umsätze	0,16	0,14	0,15	0,49	0,63	0,76	0,83	0,99	1,07	1,16	1,29	1,50	1,66	1,81	1,96	2,12	2,29	2,51	2,69	2,88	3,07	3,27	3,27
Aviation Umsätze	1,89	1,51	1,49	2,46	2,91	3,33	3,50	3,67	3,81	4,08	4,41	4,75	5,10	5,46	5,84	6,23	6,64	7,06	7,49	7,93	8,40	8,86	8,86

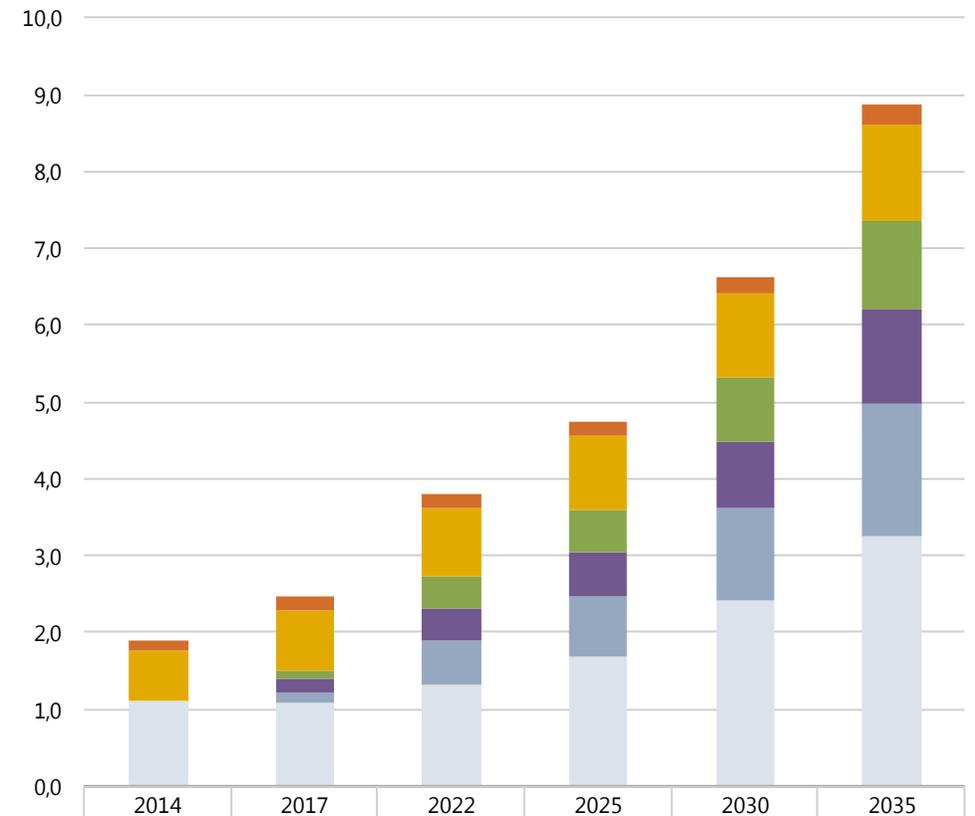
# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN



**Aviation Einnahmen nach Marktsegmenten (in Mio. EUR)**

- Regulierte und nicht regulierte Aviation Bereiche wurden auf Basis der Einnahmen- und Verkehrs-Daten 2014 ermittelt und entsprechend dem Verkehrsvolumen hochgerechnet.
- Tarifierhöhungen wurden bis auf Inflationssteigerungen nicht berücksichtigt.
- Die Aviation Umsätze steigen um 9,3% p.a., insbesondere getragen durch Fluggast- (+15,8% p.a.) und Sicherheitsentgelte (15,2% p.a.).
- Passagierbezogene Umsätze (Fluggast-, Sicherheitsentgelte) dominieren mit 41% (2035) der gesamten Aviation Umsätze vor Handling Umsätze mit 37%.
- Die neuen Marktsegmente tragen wesentlich zur Steigerung der Einnahmen bei.
- Business und General Aviation weisen nur geringe Steigerung i.H.v. 2,7% p.a. auf.



### Achtung:

**Die aktuellen ABD Aviation Tarife sind reguliert und sind etwa 100 – 300% niedriger als in Innsbruck!**

	2014	2017	2022	2025	2030	2035
General Aviation	0,14	0,17	0,19	0,20	0,23	0,26
Business Aviation	0,65	0,78	0,89	0,96	1,08	1,23
Outgoing Charter	0,00	0,13	0,42	0,55	0,84	1,16
Incoming Charter	0,00	0,18	0,44	0,58	0,87	1,22
Regional Airlines for Secondary HUBs	0,00	0,12	0,57	0,78	1,22	1,73
Feeder & Code-sharing PAX	1,10	1,09	1,31	1,68	2,41	3,26

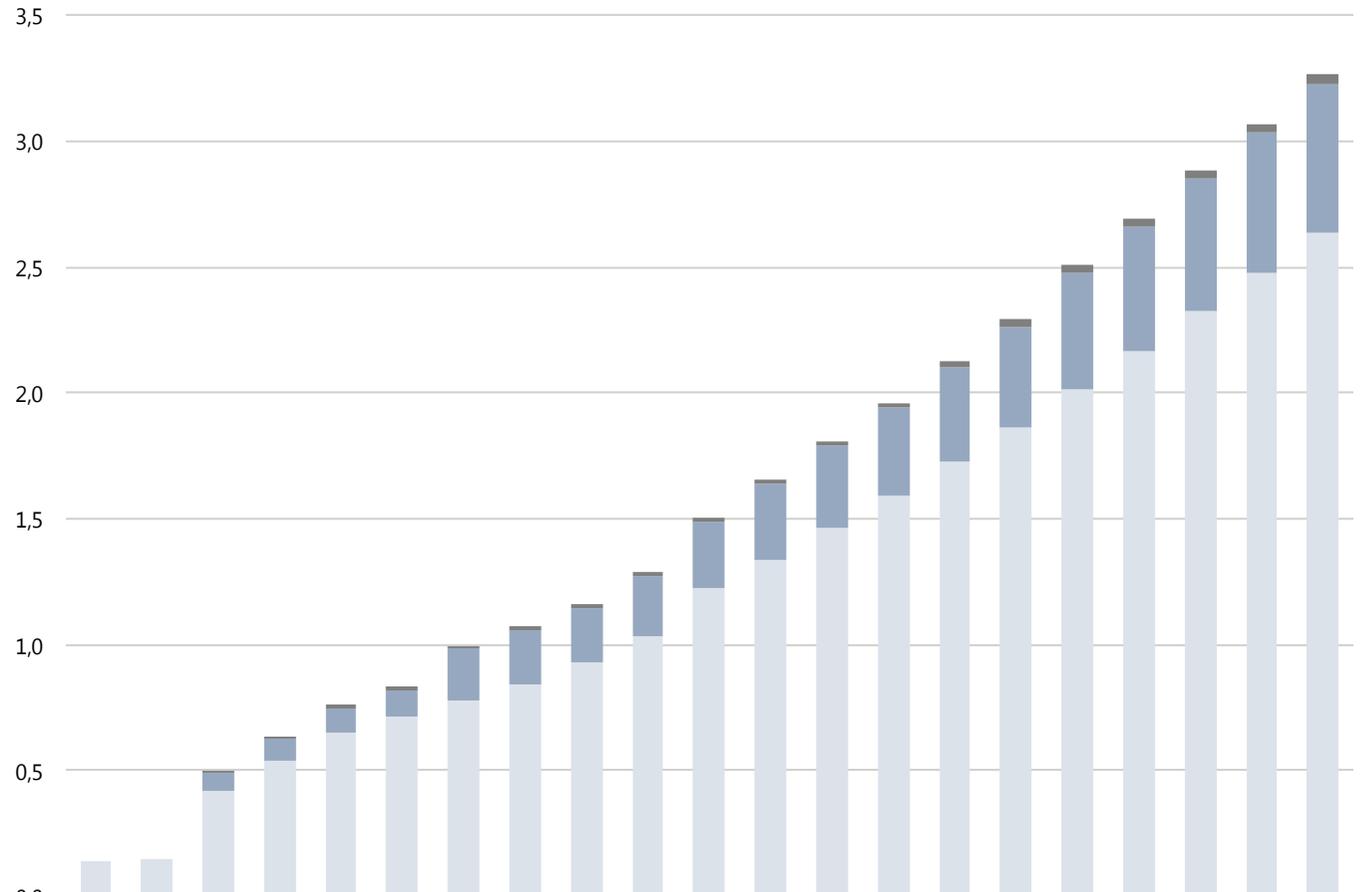
# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN



**Non Aviation Umsätze** (in Mio. EUR)

- Non Aviation Umsätze beinhalten diverse neue Geschäftsfelder und sind mit ca. 80% (2035) geprägt von den Einnahmen im Terminal.
- Non Aviation Umsätze steigen von 2,7% der gesamten betrieblichen Erträge in 2014 auf **25,5% in 2035**.



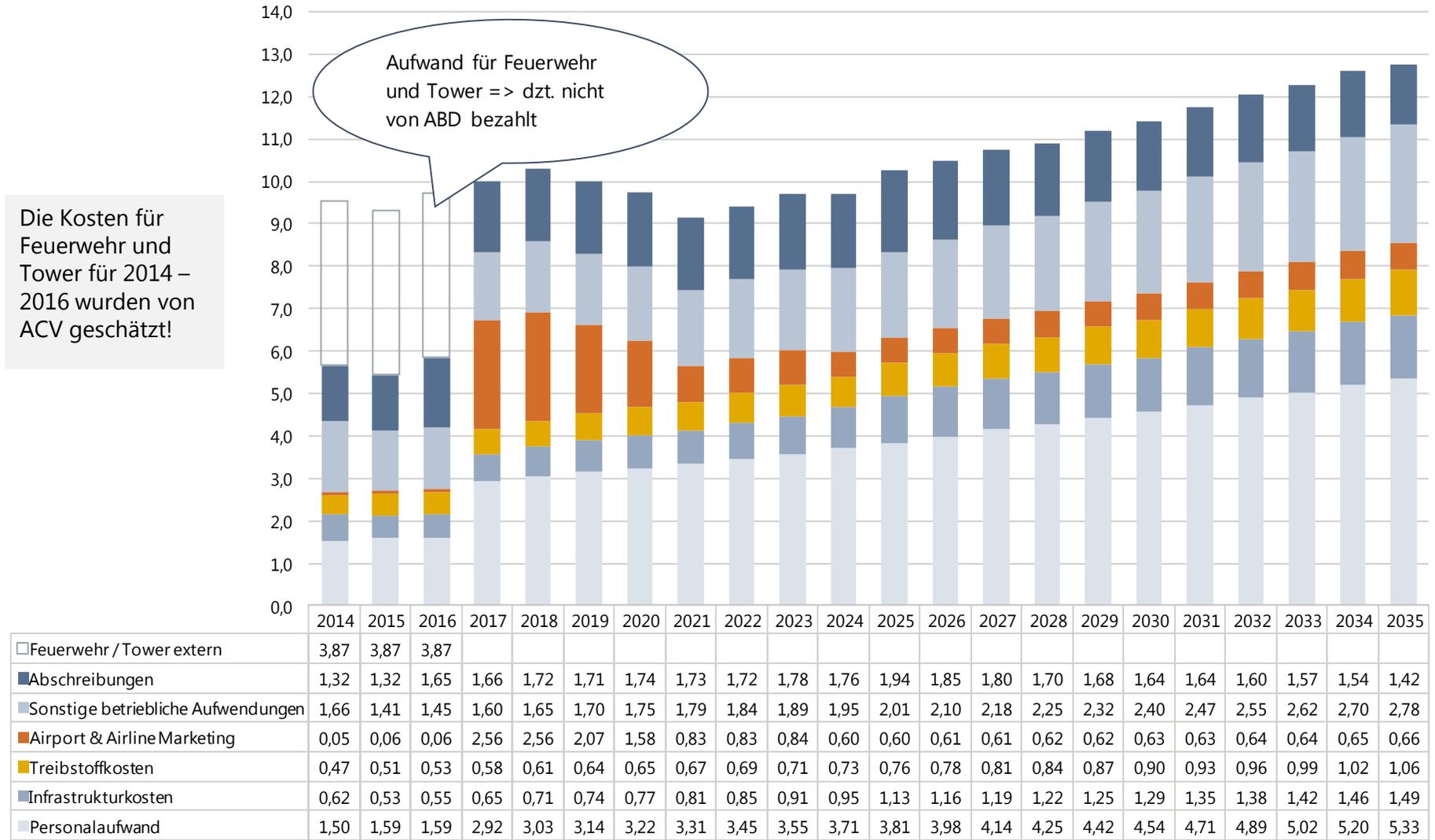
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	
Non Aviation Umsätze Airside	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04
Non Aviation Umsätze Landside	0,00	0,00	0,06	0,08	0,10	0,11	0,20	0,22	0,22	0,24	0,27	0,30	0,32	0,35	0,38	0,40	0,46	0,49	0,52	0,56	0,59	
Non Aviation Umsätze Terminal	0,14	0,15	0,42	0,54	0,65	0,71	0,78	0,84	0,93	1,03	1,22	1,34	1,46	1,59	1,73	1,86	2,02	2,17	2,33	2,48	2,64	

# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN



### Betriebliche Kosten (in Mio. EUR)



## 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN

## Betriebliche Kosten

- Die betrieblichen Kosten sind geprägt vom **Personalaufwand**, der von 35% der gesamten betrieblichen Kosten (ohne Abschreibungen) in 2014 auf 47% in 2035 ansteigt. Das Gehalt wurde auf Basis der Daten 2014 pro Mitarbeiter und einem künftig steigenden Mitarbeiteranteil mit eher niedrigeren Einkommen (Handlingbereich, etc.) sowie einer eher gleichbleibenden Anzahl von Führungskräften berechnet. Das Durchschnittsgehalt beträgt 2017/18 etwa € 43.500 p.a. im Vergleich zu etwa € 52.600 in 2015.
- Infrastrukturkosten** beinhalten Energie, Wasser und Kommunalabgaben und sind geprägt durch praktisch gleichbleibende Flächen (Terminal).
- Treibstoffkosten** wurden auf Basis der Jahre 2013-2014 mit einem Anteil von 72,9% der Einnahmen kalkuliert.
- Sonstige betriebliche Aufwendungen** beinhalten diverse Beratungs- und Prüfungskosten, Security-Kosten, Abgaben an ENAC und Staat, Versicherungen, Aufsichtsratsentgelte, usw. und weisen mit 30% (2035) der gesamten betrieblichen Kosten (ohne Abschreibungen) einen nicht unbeträchtlichen Anteil auf.

Betriebliche Kosten (in Mio. €)	2014	2017	2022	2025	2030	2035	2015-2035
Löhne und Gehälter	1,45	2,81	3,32	3,67	4,37	5,13	6,2%
Sonstige Personalaufwendungen	0,05	0,11	0,13	0,14	0,17	0,20	6,1%
<b>Personalaufwand</b>	<b>1,50</b>	<b>2,92</b>	<b>3,45</b>	<b>3,81</b>	<b>4,54</b>	<b>5,33</b>	<b>6,2%</b>
Instandhaltungen	0,22	0,19	0,24	0,34	0,36	0,40	5,6%
Energie, Wasser, Kommunales	0,20	0,20	0,27	0,37	0,41	0,46	4,3%
IT und Telekommunikation	0,03	0,04	0,05	0,06	0,07	0,08	7,4%
Reinigung	0,06	0,08	0,11	0,14	0,16	0,18	5,4%
Reinigung Flugzeuge	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	4,3%
Verbrauchsmaterialien	0,11	0,13	0,17	0,21	0,27	0,35	6,1%
<b>Infrastrukturkosten</b>	<b>0,62</b>	<b>0,65</b>	<b>0,85</b>	<b>1,13</b>	<b>1,29</b>	<b>1,49</b>	<b>5,3%</b>
Treibstoffkosten	0,47	0,58	0,69	0,76	0,90	1,06	3,8%
Airport & Airline Marketing	0,05	2,56	0,83	0,60	0,63	0,66	12,9%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1,66	1,60	1,84	2,01	2,40	2,78	3,4%
Abschreibungen	1,32	1,66	1,72	1,94	1,64	1,42	0,4%
<b>Betriebliche Kosten</b>	<b>5,64</b>	<b>9,97</b>	<b>9,38</b>	<b>10,26</b>	<b>11,38</b>	<b>12,74</b>	<b>4,4%</b>

- Marketingkosten**

Die Kosten für **Airline Marketing** wurden als „Eisbrecher-Investition“ geplant (in Mio. EURO):

2017	2018	2019	2020	2021
€ 2,5	€ 2,5	€ 2,0	€ 1,5	€ 0,75

Ab 2022 wurden fix pro Jahr € 500.000 angenommen.

Die **Airport Marketing Kosten** (PR, Werbung) wurden auf Basis der Werte 2013-2014 und ABD-Plan 2015 hochgerechnet und betragen zwischen € ca. 60.000 (2017) bis ca. € 150.000 (2035) p.a..

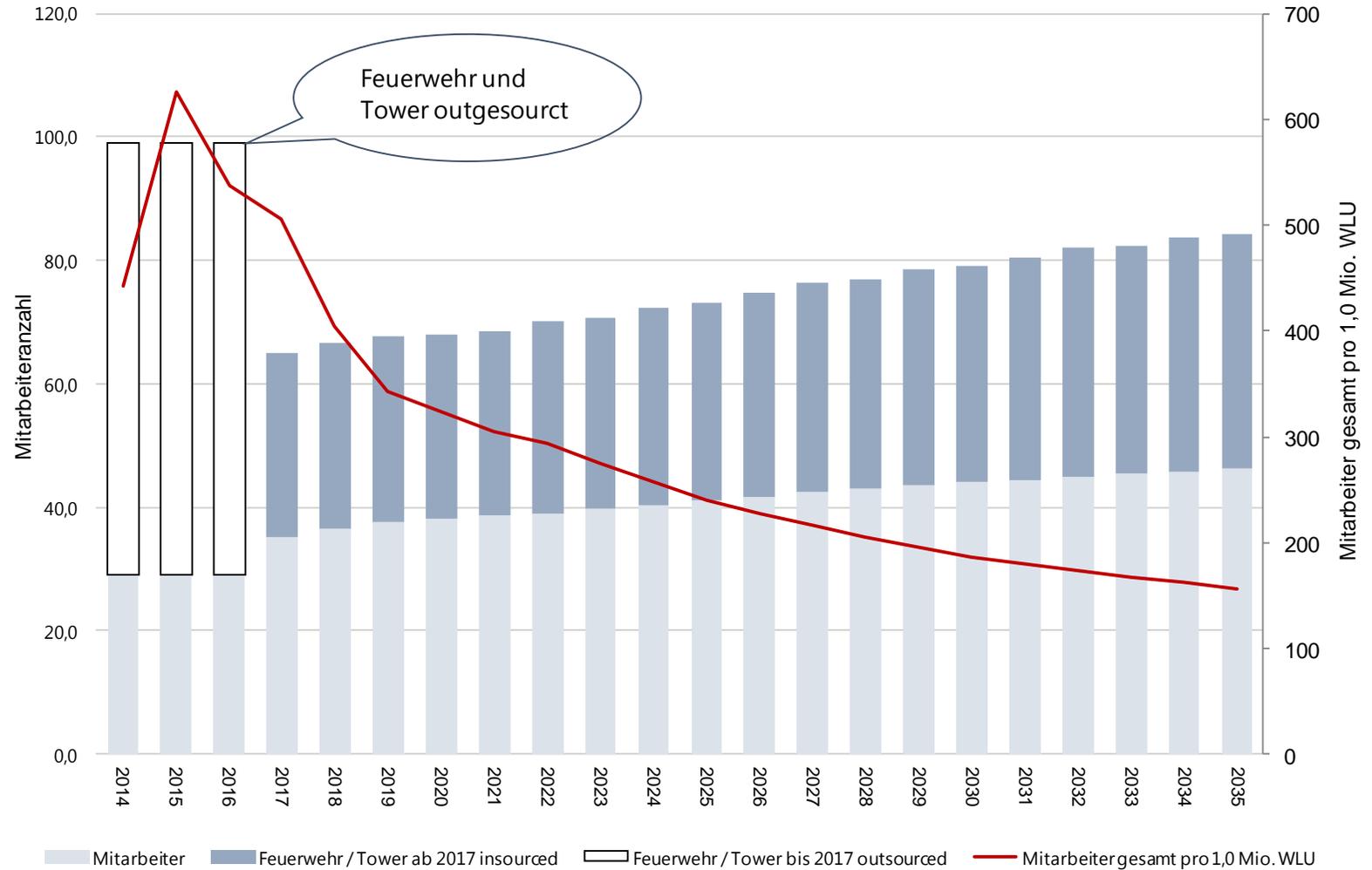
# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN



- Übernahme des Feuerwehr- und Tower-Personals durch ABD per 2017 berücksichtigt.
- Mitarbeiteranzahl gesamt (inkl. Feuerwehr / Tower) steigt entsprechend dem Verkehrsaufkommen von 29 (2014) auf 84 (2035).
- Die Berechnung erfolgte auf Basis der Kennzahl „Mitarbeiter pro 1,0 Mio. WLU’s“: 626 in 2015 auf 156 in 2035. Im Vergleich weist der FH Innsbruck bei knapp 1,0 Mio. Fluggästen und 162 Mitarbeitern einen Faktor von 175 auf, wobei hier z.B. auch Frachtpersonal enthalten ist.

**Mitarbeiter** und Mitarbeiter pro 1,0 Mio. WLU's

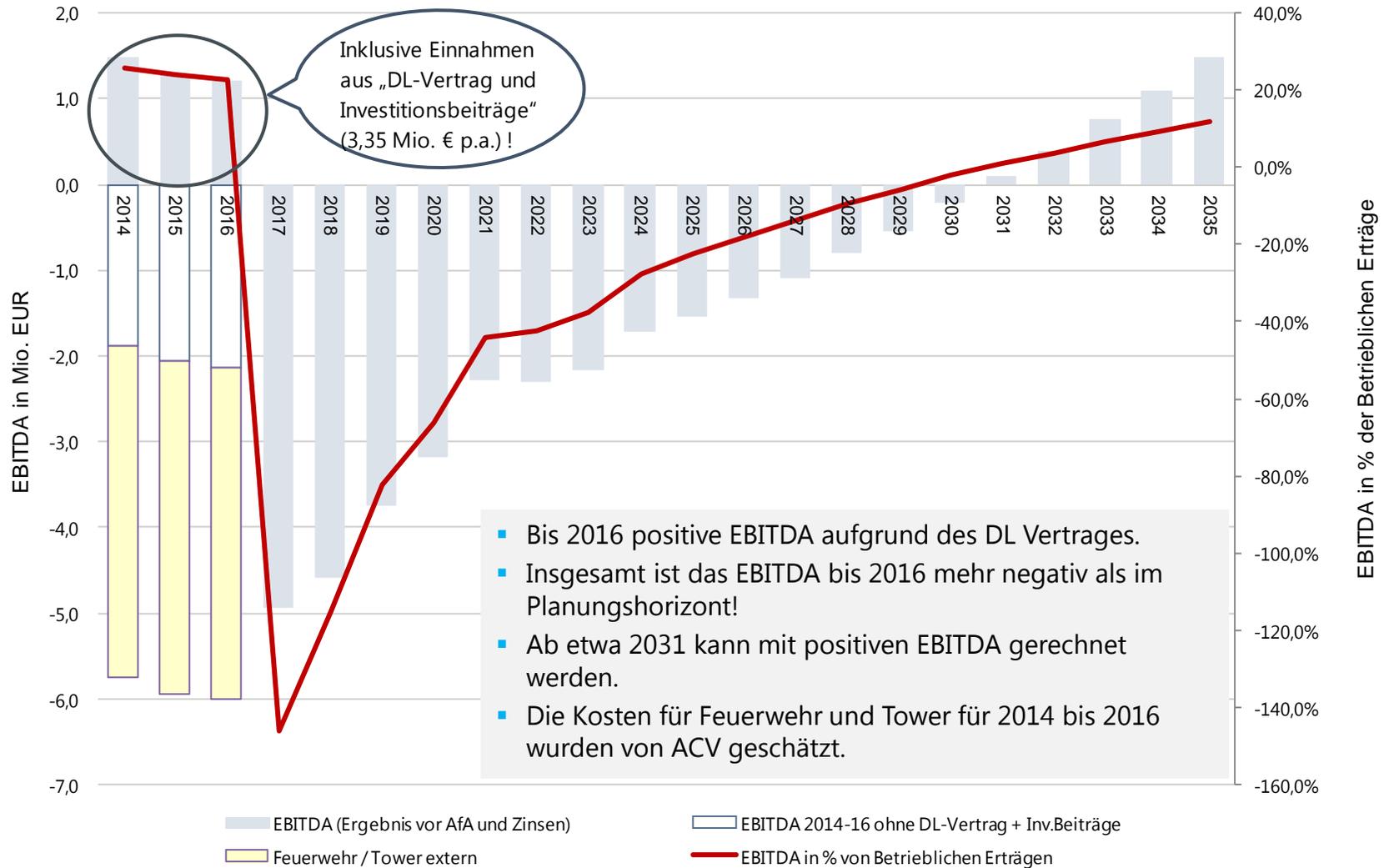


# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN – EBITDA Base Case



**EBITDA** in Mio. EUR und in % von Betrieblichen Erträgen

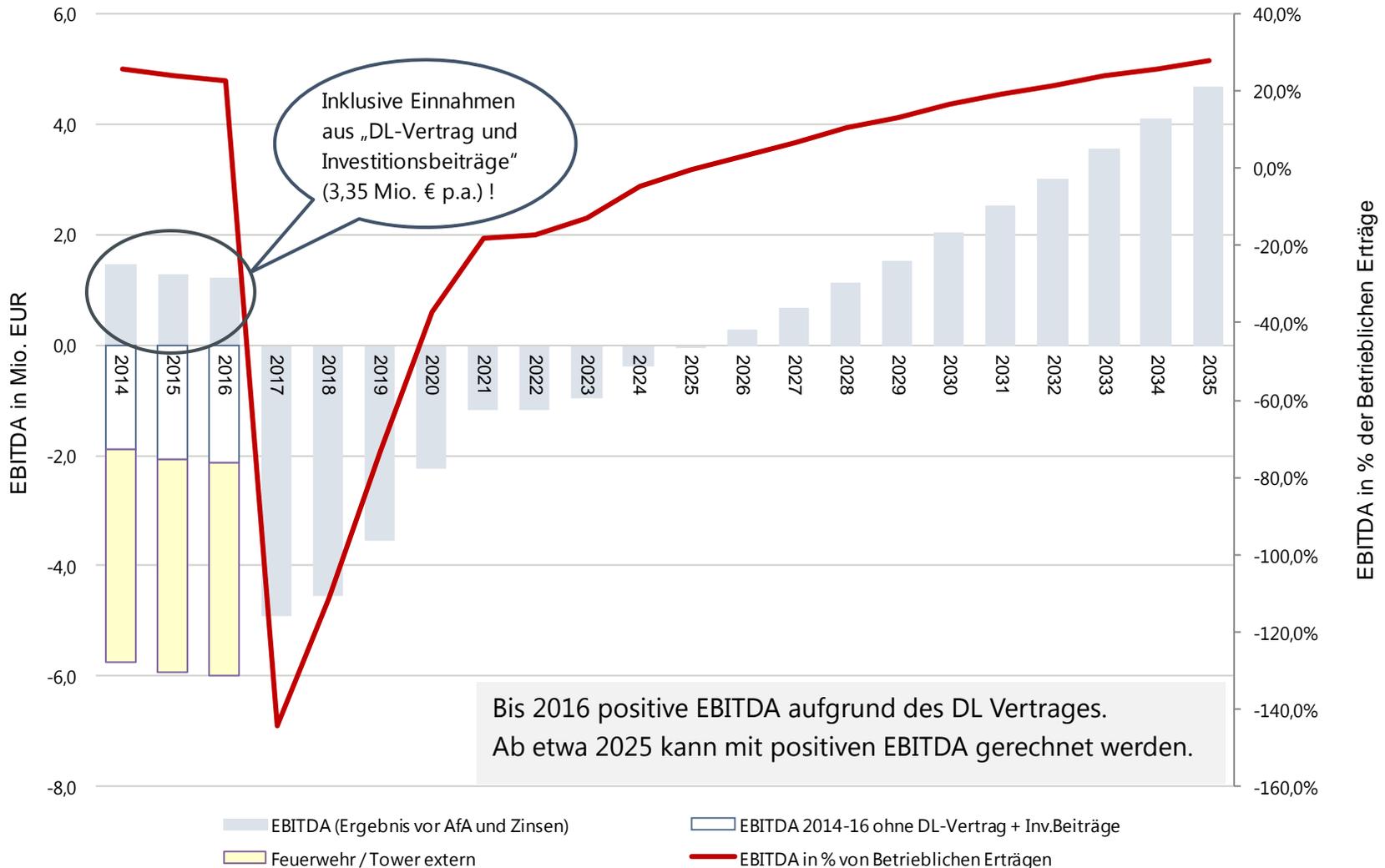


# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN - EBITDA High Case



**EBITDA** in Mio. EUR und in % von Betrieblichen Erträgen

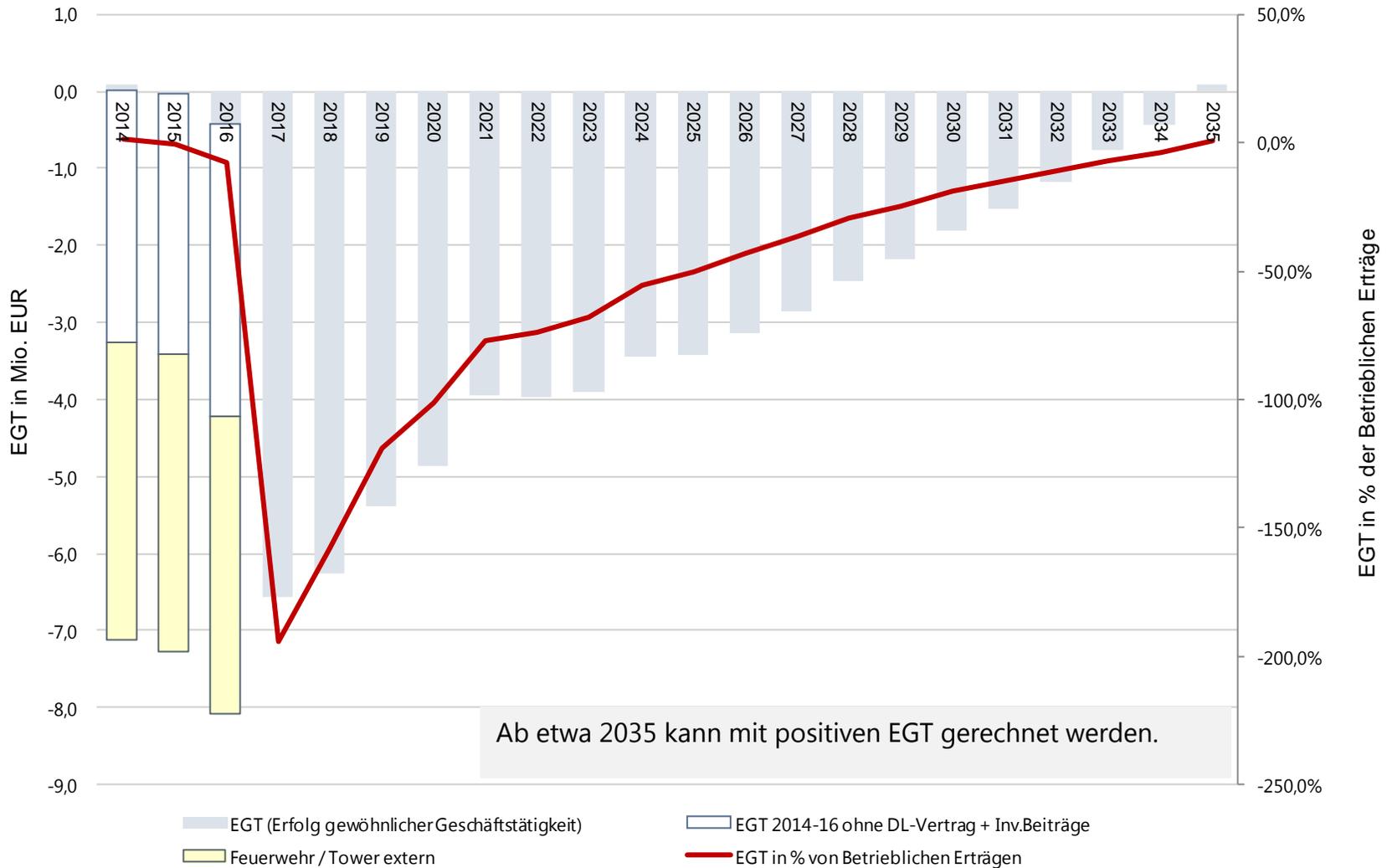


# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN - EGT Base Case



EGT in Mio. EUR und in % von Betrieblichen Erträgen

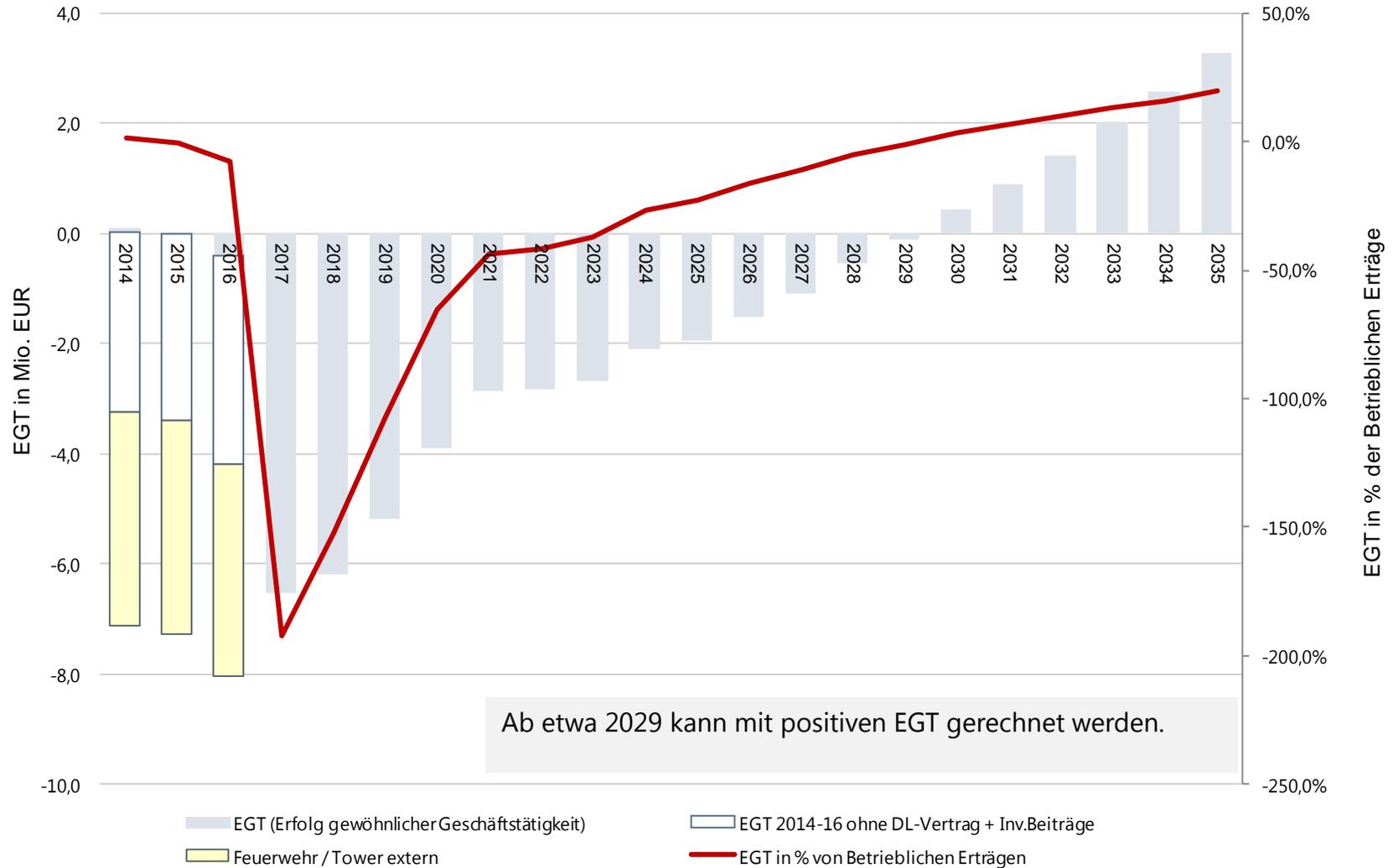


# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN - EGT High Case



EGT in Mio. EUR und in % von Betrieblichen Erträgen



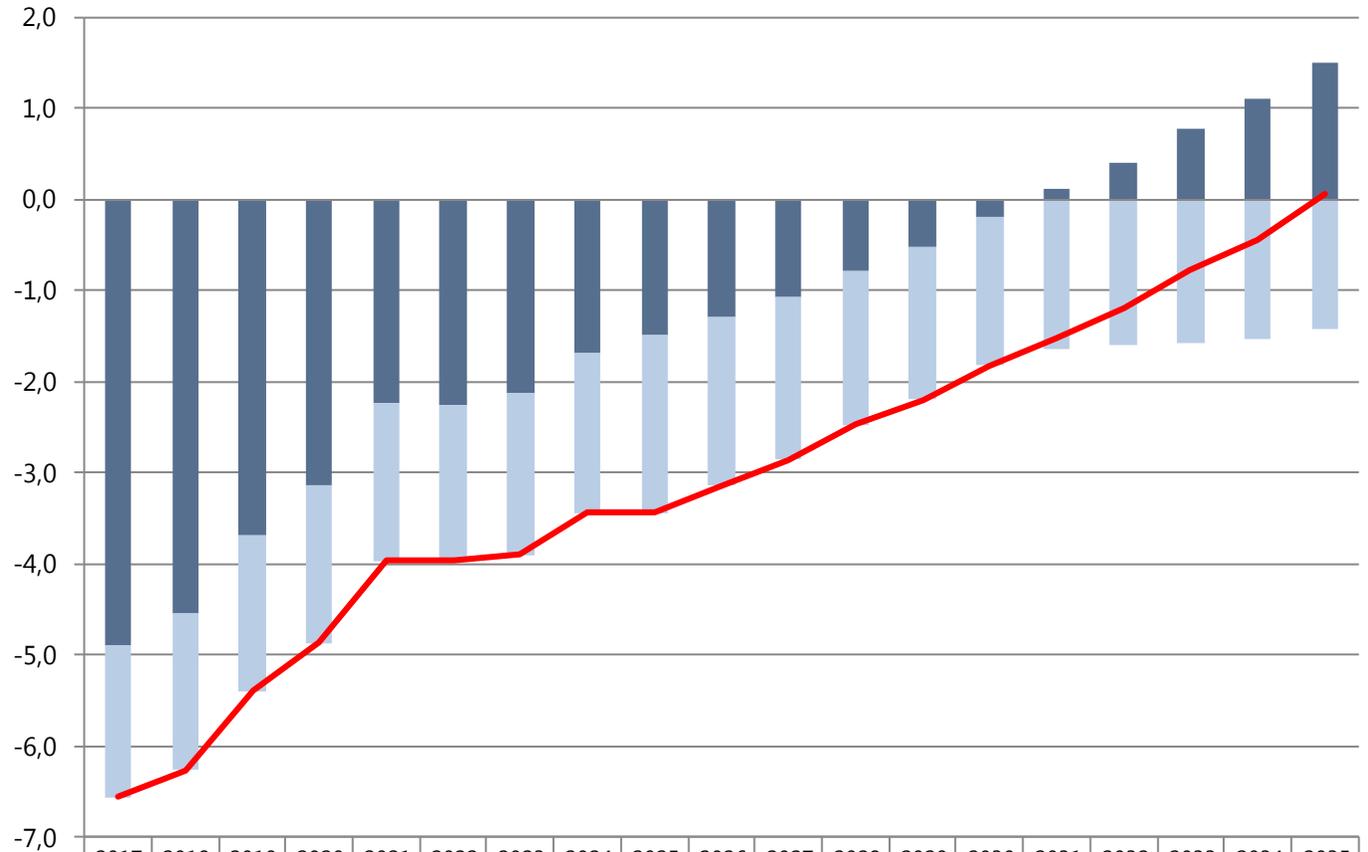
# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN – Base Case



**Fehlbetrag aus operativem Betrieb** in Mio. EUR

- Insgesamt ergibt sich eine Verlustabdeckung aus operativem Betrieb i.H.v. **€ 58 Mio.**
- Dieser Betrag wird seitens des Eigentümers beispielsweise in Form einer Kapitalerhöhung, eines Gesellschafterdarlehens oder eines „verlorenen“ Zuschusses eingebracht.
- Unter Berücksichtigung der Abschreibungen (€ 32) reduziert sich die Verlustabdeckung auf **€ 26 Mio.**
- Zusätzlich müssen noch die Investitionen finanziert werden.



Operativer Fehlbetrag aus Abschreibungen	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,8	-1,8	-1,9	-1,8	-1,8	-1,7	-1,7	-1,6	-1,6	-1,6	-1,6	-1,5	-1,4
Operativer Fehlbetrag ohne Abschreibungen	-4,9	-4,5	-3,7	-3,1	-2,2	-2,2	-2,1	-1,7	-1,5	-1,3	-1,1	-0,8	-0,5	-0,2	0,1	0,4	0,8	1,1	1,5
Operativer Fehlbetrag gesamt	-6,6	-6,3	-5,4	-4,9	-4,0	-4,0	-3,9	-3,4	-3,4	-3,1	-2,9	-2,5	-2,2	-1,8	-1,5	-1,2	-0,8	-0,4	0,1

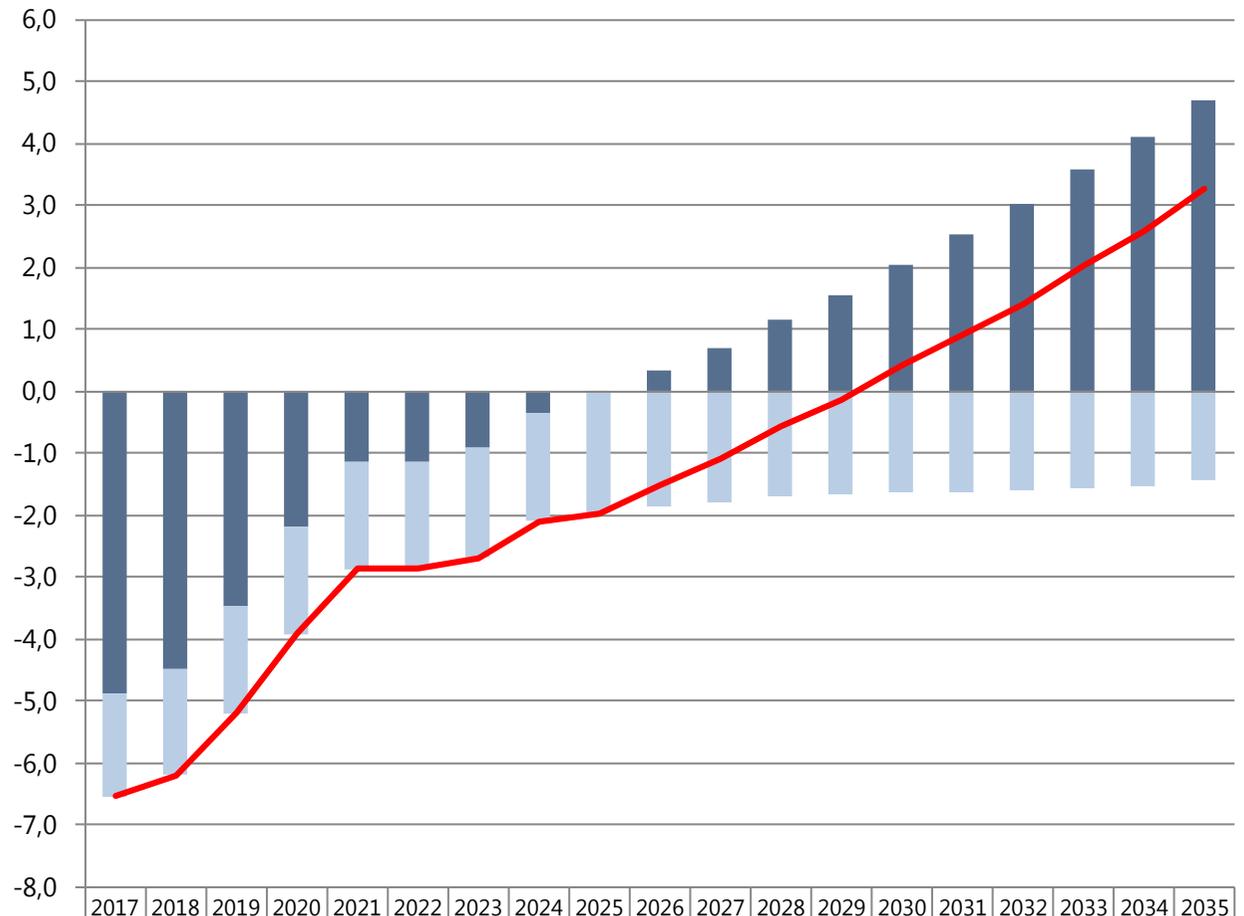


# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 7. BUSINESS PLAN – High Case

**Fehlbetrag aus operativem Betrieb** in Mio. EUR

- Insgesamt ergibt sich eine Verlustabdeckung aus operativem Betrieb i.H.v. **€ 27 Mio.**
- Dieser Betrag wird seitens des Eigentümers beispielsweise in Form einer Kapitalerhöhung, eines Gesellschafterdarlehens oder eines „verlorenen“ Zuschusses eingebracht.
- Unter Berücksichtigung der Abschreibungen (€ 32) reduziert sich die Verlustabdeckung über den gesamten Planungshorizont auf einen **Überschuss von € 5 Mio!**
- Zusätzlich müssen noch die Investitionen finanziert werden.



Operativer Fehlbetrag aus Abschreibungen	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,8	-1,8	-1,9	-1,8	-1,8	-1,7	-1,7	-1,6	-1,6	-1,6	-1,6	-1,5	-1,4
Operativer Fehlbetrag ohne Abschreibungen	-4,9	-4,5	-3,5	-2,2	-1,1	-1,1	-0,9	-0,3	0,0	0,3	0,7	1,1	1,6	2,1	2,5	3,0	3,6	4,1	4,7
Operativer Fehlbetrag gesamt	-6,5	-6,2	-5,2	-3,9	-2,9	-2,9	-2,7	-2,1	-2,0	-1,5	-1,1	-0,6	-0,1	0,4	0,9	1,4	2,0	2,6	3,3

# 0 EXECUTIVE SUMMARY

## 8. SCHLUSSFOLGERUNGEN

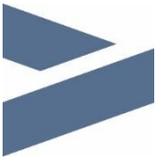


### SCHLUSSFOLGERUNGEN

- I. ABD braucht die Pistenverlängerung um die Sicherheit zu erhöhen und damit wettbewerbsfähiger zu werden.
- II. Unabhängig von allen wirtschaftlichen Überlegungen ist diese Investition ein MUSS, wenn Südtirol in den nächsten Jahren nicht Marktanteile bei den Kurzurlaubern verlieren möchte, weil diese einen funktionierenden Flughafen in der Region erwarten.
- III. Neben der Infrastruktur ist vor allem in das Marketing zu investieren! Auf Basis eines Marketingkonzeptes sind Fluglinien von einem kompetenten Marketingexperten gezielt (Sales Story und Verkaufsargumentation) anzusprechen: Zuerst kommerziell (Routen- und Potential-Diskussion) und dann technisch durch einen ABD Luftfahrtspezialisten, der mit der operativen Abteilung der Airlines das Anflugverfahren, Fluggerät, Schulung, etc. erläutert und Lösungen aufzeigt.
- IV. Darüber hinaus sind enge Kooperationen mit der SMG, Reiseveranstaltern und Airlines aufzubauen und zu entwickeln.
- V. Zumindest in den nächsten 3-5 Jahren ist auch ein intensives Lobbying mit der ENAC und ENAV zu pflegen, um einerseits das Anflugverfahren zu verbessern und andererseits bessere regulierte Tarife (Lande-, Passagier-, Handling-Tarif, etc.). Die ABD Tarife liegen im Schnitt wie Italienweit üblich 100-300% unter den Tarifen des Flughafens Innsbruck und generell deutlich unter dem EU-Durchschnitt.
- VI. Das Non-Aviation Geschäft ist unterentwickelt und soll gezielt ausgebaut werden.
- VII. Aufgrund der Vergangenheit des ABD wurde der Base Case sehr vorsichtig und konservativ angesetzt, sodass das Ergebnis nicht sehr attraktiv erscheint. Es gibt jedoch mehrere „Upsides“, die im Base Case nicht angenommen wurden (z.B. Tariferhöhungen, raschere Penetration von Destinationen, höher Auslastungsgrad der Flugzeuge, etc.) und die eine Tendenz Richtung High Case haben. Die Ergebnisse des High Case entsprechen insgesamt der normalen langfristigen Entwicklung von Regional-Flughäfen, die etwa 8 -12 Jahre benötigen bis positive Ergebnisse erwirtschaftet werden.**

BOZEN AIRPORT

# I MARKTBEURTEILUNG

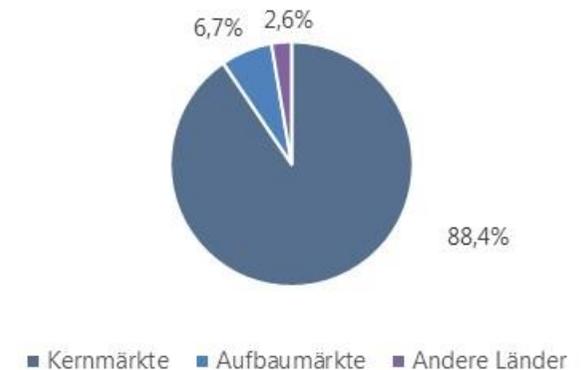


# I MARKTBEURTEILUNG TOURISMUS



- **Ankünfte und Nächtigungen;**
  - Südtirol empfing im Jahr 2014 knappe 6 Millionen Touristen
  - Knapp 28 Millionen Nächtigungen gab es 2014 in Südtirol
- **Verschiedene Touristenmärkte** wurden identifiziert:
  - Kernmärkte – **Deutschland, Italien, die Schweiz und Österreich** (deren Marktanteil bei 88,4% liegt)
  - Aufbaumärkte – **Niederlande, Belgien, Tschechien, Polen, Großbritannien und Russland** – in denen man ein gewisses Potenzial sieht (Anteil von 6,7%)
  - Andere Märkte (Marktanteil von 2,6%)
- **Reisemittel:** Touristen gelangen **vorzugsweise per PKW** nach Südtirol (84,5%). Nur britische Touristen bevorzugen das Flugzeug.

Marktanteil der Touristen nach Ursprungsregion



- ▶ Knapp 5,5 Millionen Touristen aus den Kernmärkten besuchten 2014 Südtirol  
→ Über 360.000 Touristen aus den Aufbaumärkten besuchten 2014 Südtirol (160.000 Touristen aus den anderen Märkten).
- ▶ 2014 gab es über 25 Millionen Nächtigungen von Touristen aus den Kernmärkten  
→ Im Jahr 2014 gab es über 1,9 Millionen Nächtigungen von Touristen aus den Aufbaumärkten (700.000 Nächtigungen von Touristen aus anderen Märkten).
- ▶ Ausgaben von Touristen aus Kernmärkten betragen im Winter durchschnittlich 116,75 Euro pro Person und Tag und im Sommer 144,75 Euro pro Person und Tag.  
→ Ausgaben von Touristen aus Kernmärkten betragen im Winter durchschnittlich 151,8 Euro pro Person und Tag und im Sommer 95,6 Euro pro Person und Tag (es liegen keine Angaben zu Ausgaben von Touristen anderer Märkte vor).

	Kernmärkte	Aufbaumärkte	Andere Länder
Ankünfte ('000)	5.457	364	167
Nächtigungen ('000)	25.146	1.901	702
Aufenthaltsdauer (Nächte)	5	5	4
Ausgaben pro Person und Tag (EUR)	122	98	NA

#### Reisemittel der Touristen 2012/2013

PKW	Bus	Bahn	Wohnmobil	Motorrad	Flugzeug
84,50%	2,40%	4,40%	3,10%	1,60%	4,00%

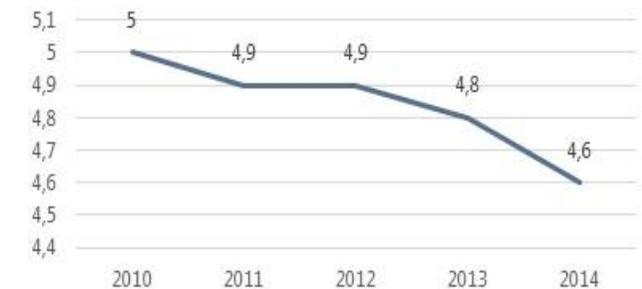
Quelle: MR Plan - Gästebefragung Allensbach 2007/2008, in Verbindung mit Angaben SMG bzw. Astat und Extrapolation

# I MARKTBEURTEILUNG TOURISMUS



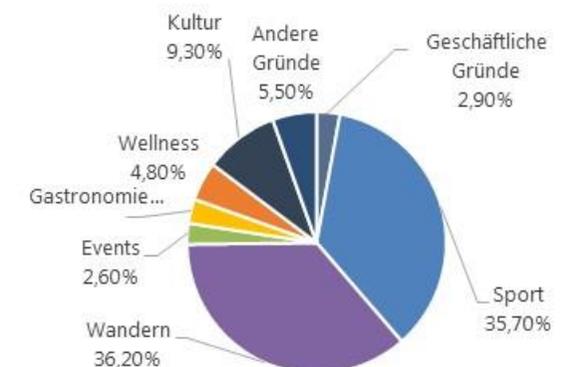
- **Aufenthaltsdauer:**
  - Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Touristen in Bozen beträgt im Jahr 2014 4,6 Nächte
  - Im Jahr 2010 waren es 5 Nächte
  - Die letzten vier Jahre ist die Aufenthaltsdauer von Touristen in Bozen um 2,1 Prozentpunkte zurückgegangen.
- **Saisonaler Marktanteil:**
  - In den Kernmärkten bevorzugt man Sommer- gegenüber Winterurlaub in Bozen (65%/35%),. Umgekehrt ist es in den Aufbau- (37%/63%) und anderen Märkten (42%/58%).
- **Gründe in Bozen zu urlauben:** Wandern (36,2%), Sport (35,7), Wellness (4,8%)

**Aufenthaltsdauer der Touristen in Südtirol  
(in Nächten)**



- ▶ **Aufenthaltsdauer:** Von 2010 bis 2014 gab es einen Nächtigungsrückgang während Ankünfte im selben Zeitraum stiegen  
→ **Eine klare Tendenz zum Kurzurlaub ist sichtbar**
- ▶ Südtirol als Sommerdestination wird von den Kernmärkten getrieben, während Besucher anderer Märkte es bevorzugen, im Winter in Südtirol zu urlauben.  
→ Gesamt gesehen ist **Südtirol eher eine Sommerdestination**, denn eine Winterdestination.
- ▶ Südtirol bietet sich für **Sporttourismus, kulturelle Reisen, Gastronomie, Geschäftsreisen**, sowie Eventtourismus an  
→ Vorallem kann Südtirol mit seiner **Landschaft und Natur** bei Touristen punkten
- ▶ Die Stadt Bozen profitiert von **steigenden Städtetourismus** (Shopping, Kultur, Messe Bozen, Kongresse, Universität, etc.) mit 285.000 Übernachtungen in 2014.

**Urlaubsgründe für Touristen in Südtirol**



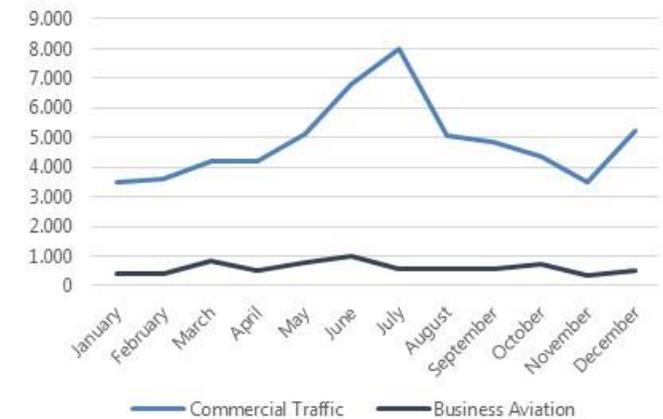
# I MARKTBEURTEILUNG

## LUFTFAHRT



- **General (GA) und Business Aviation (BA):**
  - Im Jahr 2014 nützten 11% der PAX den Flughafen Bozen für GA&BA
- **Kommerzielle Luftfahrt:**
  - Im Jahr 2014 verwendeten 89% der Passagiere den Flughafen Bozen für kommerzielle Luftfahrt.
  - Davon nützten 81% der Passagiere Bozen-Rom oder Rom-Bozen Flüge
  - Bozen Flughafen bietet Charterflüge nach Cagliari (Sardinien), Olbia (Sardinien), Lamezia Terme (Kalabrien) und Catania (Sizilien) an.
  - Linienflüge gibt es am Flughafen Bozen seit Juni 2015 nicht mehr.
- **Passagieraufkommen:** das Wachstum für das gesamte Passagieraufkommen von 2010 bis 2014 beträgt 1,3%

PAX pro Monat 2014



PAX	2010	2011	2012	2013	2014	AAGR 2010-2014
General und Business Aviation	7.787	9.255	8.500	7.824	7.204	
<i>Wachstum</i>		18,9%	-8,2%	-8,0%	-7,9%	-1,9%
PAX kommerzieller Luftverkehr	54.448	59.340	36.828	25.553	58.339	
<i>Wachstum</i>		9,0%	-37,9%	-30,6%	128,3%	1,7%
PAX Bozen-Rome und Rome-Bozen	49.446	52.287	31.303	21.134	53.327	
<i>Wachstum</i>		5,7%	-40,1%	-32,5%	152,3%	1,9%
PAX pro Jahr gesamt	62.235	68.595	45.328	33.377	65.543	
<i>Wachstum</i>		10,2%	-33,9%	-26,4%	96,4%	1,3%

Anmerkung: In 2013 ist das Passagiervolumen durch den Ausfall des Rom-Fluges stark reduziert. 2012 waren Romflüge für 10 Monate und 2013 für 6 Monate in Betrieb.

Quelle: Verkehrsdaten des ABD Airport

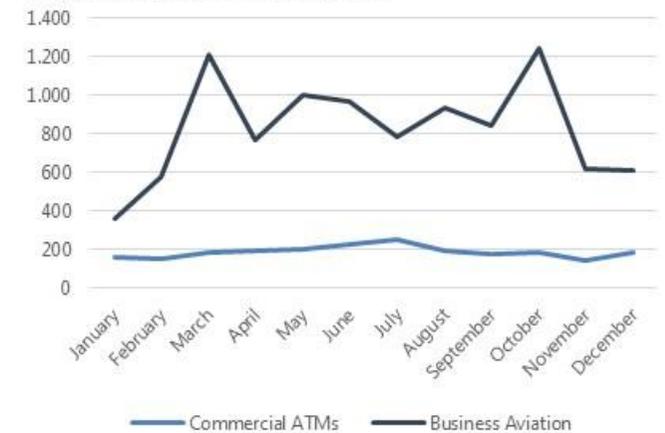
# I MARKTBEURTEILUNG

## LUFTFAHRT



- **General (GA) und Business Aviation (BA):**
  - GA und BA Bewegungen machten 2014 81% der gesamten Flugbewegungen am Flughafen Bozen aus
  - GA und BA Bewegungen gingen zwischen 2010 und 2014 um 1,8% zurück
- **Kommerzielle Luftfahrt:**
  - Kommerzielle Luftfahrt Bewegungen machten 2014 19% der gesamten Flugbewegungen am Flughafen Bozen aus
  - Kommerzielle Luftfahrt Bewegungen gingen zwischen 2010 und 2014 um 3,2% zurück
- **Passagieraufkommen:**
  - Gesamte Flugbewegungen gingen zwischen 2010 und 2014 um 2% zurück

Flugbewegungen pro Monat 2014

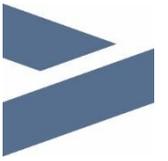


	2010	2011	2012	2013	2014	AAGR 2010-2014
Bewegungen kommerzielle Flüge	2.566	2.640	2.271	1.183	2.255	
<i>Wachstum</i>		2,9%	-14,0%	392,4%	-79,8%	-3,2%
GA und BA Bewegungen	10.670	12.481	10.048	10.044	9.932	
<i>Wachstum</i>		17,0%	-19,5%	0,0%	-1,1%	-1,8%
Bewegungen gesamt	13.236	15.121	12.319	11.227	12.187	
<i>Wachstum</i>		14,2%	-18,5%	72,3%	-42,6%	-2,0%

Quelle: Verkehrsdaten des ABD Airport

BOZEN AIRPORT

## II STRATEGIE



## II STRATEGIE

### SWOT ANALYSE



STÄRKEN (S)	SCHWÄCHEN (W)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktives Flughafenareal mit guter Anbindung</li> <li>• Expertise und Know-how für viele Bereiche vorhanden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtnähe und eingeschränktes Erweiterungspotential</li> <li>• Selektives Anflugverfahren</li> <li>• Zu kurze Piste für rentablen Charters tourismus</li> <li>• Zu wenig Marketingaktivitäten</li> <li>• Wenig Fluggesellschaften haben Interesse Bozen anzufliiegen</li> <li>• Zu viele Entscheidungsträger</li> <li>• Fehlendes Strategisches Entwicklungskonzept</li> </ul>
CHANCEN (O)	RISKEN (T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Südtirol als starke Tourismusdestination</li> <li>• Geplanter Pistenausbau</li> <li>• Ausbau der Marketingaktivitäten</li> <li>• Steigendes Segment der Kurzurlauber, daher Notwendigkeit des Flughafens</li> <li>• Verbesserung des Wirtschaftsstandortes und der Internationalisierung</li> <li>• UNESCO Weltnaturerbe</li> <li>• Aktive Unterstützung durch Stakeholder</li> <li>• Pläne für die Realisierung einer Zughaltestelle St. Jakob mit einer Fußgängerunterführung zwischen St. Jakob und dem Flughafen)</li> <li>• Volksbefragung als Chance um Akzeptanzprobleme bei Bevölkerung zu überwinden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablierte Wettbewerbs-Flughafen</li> <li>• Akzeptanzprobleme bei Bevölkerung</li> <li>• Alternative Verkehrsmittel gewinnen an Attraktivität (Bsp. Freccia Rossa Bozen-Rom-Bozen)</li> </ul>

#### ► **Schlussfolgerung:**

**ABD Airport ist ein „Yellowfield“ Flughafen, d.h. gewisse Infrastruktur ist vorhanden, aber nicht ausreichend, um interessante Passagiervolumen zu handeln und den Südtiroler Tourismus wettbewerbs-fähig zu machen.**

## II STRATEGIE HANDLUNGSBEDARF

### i. Ausbau der Infrastruktur

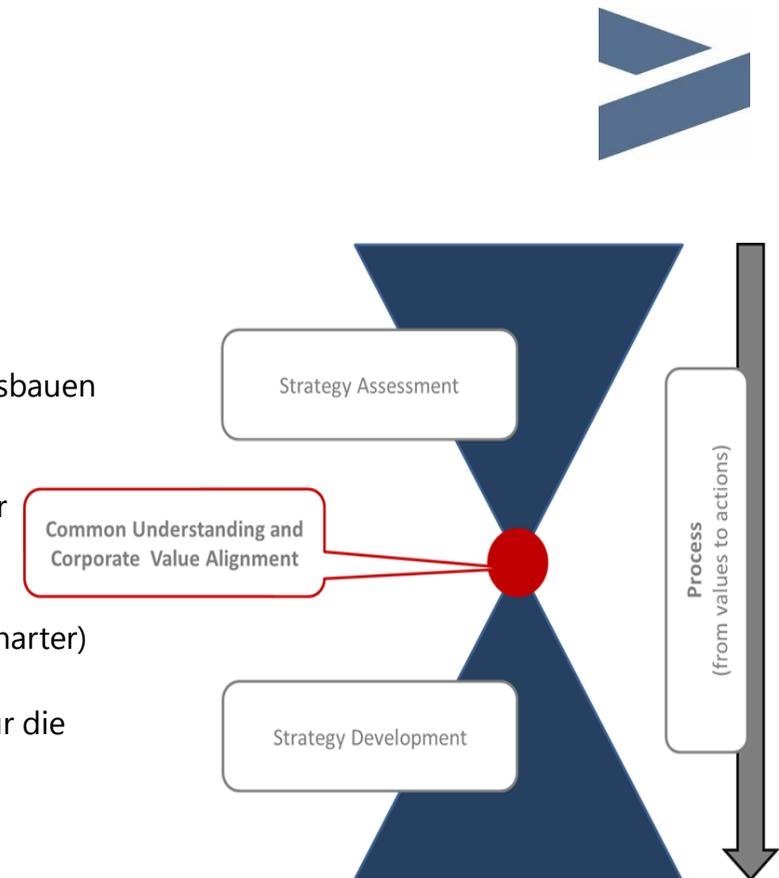
- Pistenverlängerung
- Verbesserung des Anflugverfahrens (Training, Information und Technologie)
- Bushaltestelle am Flughafen, Parkplätze für Charterbusse, PKW Parkplätze ausbauen

### ii. Intensivierung des Marketing

- Aufbau einer Marketingabteilung mit einem hauptberuflichen Marketingleiter (Tourismus- und Luftfahrtexperte)
- Zusammenarbeit mit Tourismusinstitutionen (z.B. SMG)
- Kooperation mit lokalen (ausgehenden) und internationalen (eingehenden Charter) Reiseveranstaltern
- Genehmigung eines gezielten Marketingkonzeptes samt Marketingbudget für die Akquisition der Fluggesellschaften
- Der kommerzielle Marketingspezialist soll (muss) seine Tätigkeiten mit dem technisch/ betrieblich Verantwortlichen abstimmen. Allenfalls muss auch ein erfahrener Experte hinzugezogen werden. Dies gilt vor allem für die Aktivitäten gegenüber neuen Airline-Kunden und bei Änderungen bei Verfahren oder Infrastruktur.

### iii. Zusätzliche Managementaufgaben

- Strategisches Entwicklungskonzept erstellen und genehmigen lassen
- Steuerung und Entscheidungsfindung straffen, um rasche Entscheide zu ermöglichen
- Wettbewerb annehmen und nicht durch Kooperationen kompensieren
- Neue Geschäftsbereiche erschließen (z.B. PKW Parkierung, Shops im Terminal, VIP, Lounges, Meetingräume, etc.)



#### ► Fokus

**muss primär auf  
Infrastruktur und  
Marketing liegen!**

## II STRATEGIE

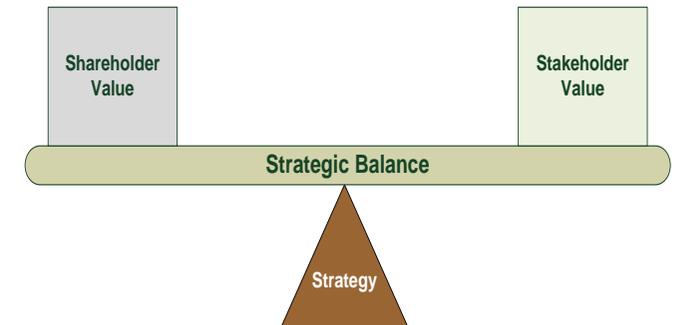
### VISION UND STRATEGISCHE ZIELE

#### VISION UND STRATEGISCHE POSITIONIERUNG

- I. ABD Airport ist ein Tourismusflughafen im Alpenraum, der die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität der Tourismusregion Südtirol verbessert.
- II. ABD Airport ist ein attraktiver Zugang zu Südtirol für nationale und internationale Urlauber und vor allem Kurzurlauber und Charterreisende.
- III. ABD Airport ist das Tor zur Welt für alle Geschäftsreisenden und die Bevölkerung aus Südtirol.
- IV. ABD Airport ist eine Visitenkarte der Region und steht für Sicherheit, Qualität und Sauberkeit.
- V. ABD Airport will Wachstum bei Touristen, in der Tourismuswirtschaft und bei den Beschäftigten in Südtirol unterstützen.
- VI. Alle Aktivitäten des ABD Airports orientieren sich an aktuellen Sicherheits- und Umweltstandards.

#### LANGFRISTIGE STRATEGISCHE ZIELE

- I. Rentabilität durch Passagierwachstum ist unsere oberste Priorität!
- II. Wir wollen einen Marktanteil von 5% der Touristen (d.s. ca. 300.000), die mit dem Flugzeug am Bozener Flughafen anreisen (entspricht etwa dem aktuellen Anteil in Innsbruck), erzielen..
- III. Wir wollen für die SüdtirolerInnen eine Verbindung zu vier Hubs in Europa aufbauen und damit alle drei Allianzen abdecken.
- IV. Wir wollen etwa 20% des Umsatzes mit neuen Geschäftsbereichen erschließen (z.B. PKW Parkierung, Shops im Terminal, VIP, Lounges, Meetingräume, etc.)

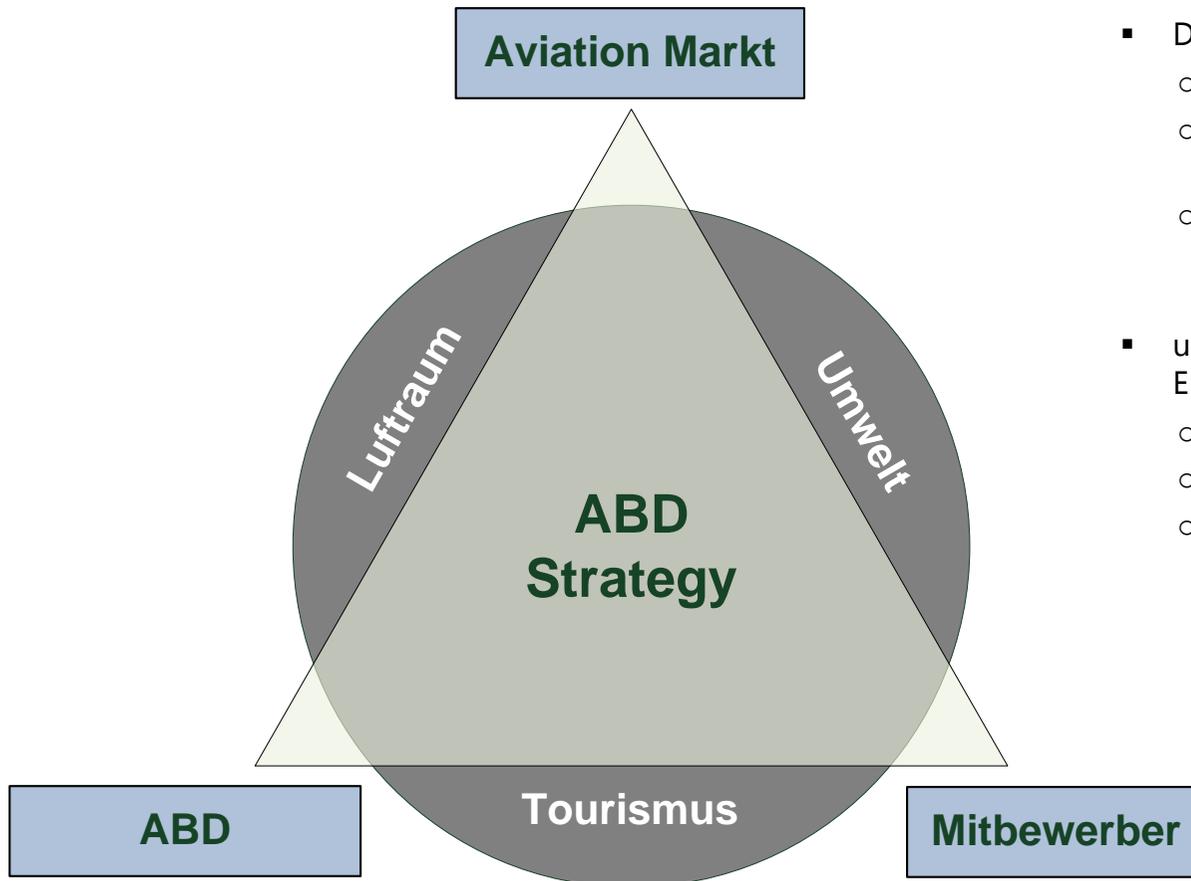


#### ► Magisches Zieldreieck



## II STRATEGIE

### ACV STRATEGIE PHILOSOPHIE



- Die ABD Strategie orientiert sich
  - an den Stärken und Schwächen des Flughafens
  - an den Trends und Anforderungen des Luftverkehrs
  - an den Stärken und Schwächen der Mitbewerber FH
  
- und wird auch primär beeinflusst durch die Entwicklungen und Anforderungen
  - des Tourismus
  - der Umwelt
  - des Luftraumes

## II STRATEGIE ABD STRATEGIE



### Aviation

1. Feeder & Code Share
2. Eingehender Charter
3. Ausgehender Charter
4. Regionale Carrier
5. Business Aviation
6. Home Carrier

### Technik

1. Pistenverlängerung
2. Verbesserung des Anflugverfahrens
3. Neuer Master Plan
4. Verbesserung der Anbindung

### Organisation

1. Marketing Abteilung
2. Marketing Kooperationen mit SMG, Reiseveranstaltern und Airlines
3. Non-aviation Einnahmen erschließen

## II STRATEGIE

### ABD AVIATION STRATEGIE



#### (1) FEEDER & CODE-SHARE FLÜGE

##### 1.1. Marktdefinition

Feeder-Flüge sind Flüge in große Hubs, die (normalerweise) in das internationale Netzwerk des dortigen Home-Carriers „feeden“

##### 1.2. Zielsetzung

- i. ABD will für die SüdtirolerInnen Verbindungen in große Hubs anbieten und damit Anschluss an weltweite Flugverbindungen ermöglichen.
- ii. Bevorzugt werden Hubs, die auch ein gewisses outgoing Potential für Bozen haben (z.B. Wien mit Russen, London, etc.).
- iii. Zusätzlich soll Anschluss an alle drei großen Airline-Allianzen geboten werden.

##### 1.3. Strategische Initiativen

1. Priorität: Zumindest 2-3-mal täglich Flug nach Rom.
2. Priorität: Flug nach Wien zuerst 3-mal wöchentlich und nach 5 Jahren 1-mal täglich..
3. Priorität: Flug nach London zunächst 3-mal die Woche und nach 5 Jahren täglich.
4. Priorität: Flug nach Amsterdam oder Paris Orly zunächst 3-mal die Woche und nach 2-3 Jahren täglich.

##### 1.4. Ressourcenbedarf

- Gezieltes Airline-Marketing mit Unterstützung einheimischer und internationaler Reiseveranstalter, die Kontingente auf diesen Flügen kaufen sollen.
- Attraktives Incentive-Paket von ABD inklusive entsprechender Diskontpolitik.
- Support bei der ENAV zur Genehmigung des Anflugverfahrens nach den Vorstellungen der jeweiligen Airline.

## II STRATEGIE

### ABD AVIATION STRATEGIE



#### (2) INCOMING CHARTER

##### 2.1. Marktdefinition

Incoming Charter sind Flüge aus den touristischen Zielmärkten Großbritannien, Skandinavien, Nord-Deutschland und Russland. Je nach Zielmarkt haben die Flüge einen Schwerpunkt in der Sommer- oder Wintersaison oder in beiden.

##### 2.2. Zielsetzung

- i. ABD will für die Touristen aus den oben genannten Hauptzielmärkten Charter Flüge von zumindest 4 Destinationen anbieten.
- ii. Bevorzugt werden Zielmärkte, die traditionell Charter-Flüge in die Alpen anbieten, wie Großbritannien, Skandinavien und Russland.
- iii. Zusätzlich sollen diese Märkte in jene Destinationen, die auch outgoing Potential aus Bozen haben, durch Linienflüge mit Regional Carriern abgedeckt werden.

##### 2.3. Strategische Initiativen

1. Priorität: Kooperation mit outgoing Tour-Operatoren in Großbritannien, Skandinavien und Russland.
2. Priorität: Kooperation mit Reiseveranstaltern in Nord-Deutschland, Niederlande, Polen und Tschechien.
3. Priorität: Tour-Operator, die eine eigene Flotte haben, haben höhere Priorität in der Akquisition.
4. Für Großbritannien, Skandinavien, Nord-Deutschland und Niederlande werden Ganz-Jahres-Charter (ca. 40 Wochen) forciert, wogegen für Russland, Polen und Tschechien nur Winter-Charter in Frage kommen.

##### 2.4. Ressourcenbedarf

- Gezieltes Tour-Operator Marketing mit Unterstützung einheimischer Tourismusorganisationen, die Südtirol und die Destination Bozen gemeinsam mit ABD bewerben und vermarkten.
- Attraktives Incentive-Paket von ABD inklusive entsprechender Diskontpolitik.
- Support bei der ENAV zur Genehmigung des Anflugverfahrens nach den Vorstellungen der jeweiligen Airline.

## II STRATEGIE

### ABD AVIATION STRATEGIE



#### (3) OUTGOING CHARTER

##### 3.1. Marktdefinition

Outgoing Charter sind Flüge, die von einheimischen Reiseveranstaltern angeboten werden für den Urlaub von Südtirolerinnen in europäischen Urlaubs-Destinationen, sofern diese mit dem zugelassenen Fluggerät am ABD Airport wirtschaftlich angefliegen werden können

##### 3.2. Zielsetzung

- i. ABD will für die Südtirolerinnen Verbindungen in die interessantesten europäischen Urlaubsdestinationen anbieten.
- ii. Bevorzugt werden Direktflüge für starke Destinationen, die genügend Nachfrage erwarten lassen.
- iii. Mit den Südtiroler Reiseveranstaltern sind Verhandlungen über die ökonomischen Grenzen ausgewählter Flugzeuge und Destinationen zu führen.

##### 3.3. Strategische Initiativen

1. Priorität: Kooperation mit outgoing Tour-Operatoren in Südtirol.
2. Priorität: Argumentation der Wettbewerbsvorteile von ABD gegenüber Innsbruck und Verona für die Urlauber (Zeit- und Kostenersparnis).

##### 3.4. Ressourcenbedarf

- Gezieltes Tour-Operator-Marketing mit der Argumentation der ABD Wettbewerbsvorteile.
- Attraktives Incentive-Paket von ABD inklusive entsprechender Diskontpolitik.
- Support bei der ENAV zur Genehmigung des Anflugverfahrens nach den Vorstellungen der jeweiligen Airline.

## II STRATEGIE

### ABD AVIATION STRATEGIE



#### (4) REGIONAL CARRIER

##### 4.1. Marktdefinition

Dieser Markt umfasst die Linien-Flüge von sogenannten Regional Carriern. Das sind Airlines mit kleineren Flugzeugen (Kat B und C), die sich primär auf Sekundärflughäfen und Geschäftsreisende konzentrieren.

##### 4.2. Zielsetzung

- i. ABD will für die einheimischen und internationalen Passagiere interessante Verbindungen zu Regional-Flughäfen anbieten.
- ii. Bevorzugt werden Destinationen, die sowohl ein Potential für Quell-Aufkommen als auch ein Ziel-Aufkommen haben.

##### 4.3. Strategische Initiativen

1. Priorität: Marketingkonzept mit Definition potentieller Ziel-Destinationen.
2. Priorität: direkte Kontaktierung von geeigneten und potentiell interessierten Airlines oder Kontaktaufnahme anlässlich von Routes-Konferenzen.
3. Priorität: Im Marketing wird auch eine allfällige Kannibalisierung zwischen Charter und Regional-Flügen berücksichtigt.

##### 4.4. Ressourcenbedarf

- Gezieltes Airline-Marketing mit Unterstützung lokaler Tourismusorganisationen, sowie einheimischer und internationaler Reiseveranstalter, die Kontingente auf diesen Flügen kaufen können.
- Attraktives Incentive-Paket von ABD inklusive entsprechender Diskontpolitik.
- Support bei der ENAV zur Genehmigung des Anflugverfahrens nach den Vorstellungen der jeweiligen Airline.

## II STRATEGIE

### ABD AVIATION STRATEGIE



#### (5) BUSINESS AVIATION

##### 5.1. Marktdefinition

Business Aviation umfasst einerseits die sogenannte General Aviation (z.B. Sportflüge, Schulungsflüge, etc.) und andererseits die eigentliche Business Aviation, d.h. Firmen-Flugzeuge oder größere Privatflugzeuge, die ein sehr interessantes Geschäftspotential darstellen, weil sie auch tanken, meist länger parken, sowie allfällige Reinigungs- und Wartungsarbeiten durchführen lassen.

##### 5.2. Zielsetzung

- i. ABD will für die Business Aviation eine attraktive Destination sein.
- ii. Dabei sollen zusätzliche Einnahmen erschlossen werden, wie z.B. durch Stop-over-Programme für Piloten, Limousinen-Service, etc.

##### 5.3. Strategische Initiativen

1. Priorität: Positionierung von ABD in internationalen Netzwerken der Business Aviation.
2. Priorität: Erarbeiten von Zusatz-Dienstleistungen für das Flugzeug, den Piloten und/oder den Passagier.

##### 5.4. Ressourcenbedarf

- Gezieltes Marketing bei Eigentümern, Pool-Betreibern und Pächtern (FBO).
- Attraktives Incentive-Paket von ABD inklusive entsprechender Diskontpolitik.

## II STRATEGIE

### ABD AVIATION STRATEGIE



#### (6) HOME CARRIER

##### 6.1. Marktdefinition

Ein Home Carrier ist eine Fluggesellschaft, die ihren Flottenstandort auf dem ABD Airport hat. Dies hat nicht nur ein attraktiveres Flugnetz sondern auch verschiedene Zusatzeinnahmen für den Flughafen zur Folge.

##### 6.2. Zielsetzung

- i. ABD wird versuchen Unterstützung vom Eigentümer zu erhalten, um potentielle Investoren zur Gründung eines Home Carriers zu motivieren.
- ii. Zusätzlich wird man ausgewählte Fluggesellschaften ansprechen, mehrere Flugzeuge am ABD Airport zu stationieren.

##### 6.3. Strategische Initiativen

1. Priorität: Erarbeitung eines Home Carrier Konzeptes inklusive spezieller Vorteile, die ABD gewährt.
2. Priorität: Klärung der Unterstützung durch den ABD Eigentümer (z.B. Steuervorteile, Zuschüsse, günstige Kredite, etc.)
3. Priorität: Kontaktaufnahme mit ausgewählten Geschäftsleuten für die Beteiligung an der Home Carrier Gesellschaft.

##### 6.4. Ressourcenbedarf

- Gezieltes Lobbying im öffentlichen und kommerziellen Bereich.
- Attraktives Incentive-Paket von ABD inklusive entsprechender Diskontpolitik.
- Support bei der ENAV zur Genehmigung des Anflugverfahrens nach den Vorstellungen des zukünftigen Home Carriers.

**Achtung: In der Verkehrsprognose wird die Home Carrier Strategie nicht berücksichtigt. Sollte ein Home Carrier gefunden werden, gehen wir davon aus, dass dieser gewisse Flüge und Destinationen, die wir in der Verkehrsprognose mit anderen Fluggesellschaften angenommen haben, durchführt. Zusätzliche, sehr wahrscheinliche Flüge würden wir dann als upside betrachten.**

## II STRATEGIE

### ABD TECHNIK STRATEGIE



#### (1) PISTENVERLÄNGERUNG

##### 1.1. Ausgangslage

ABD ist derzeit für kommerzielle Flüge nicht attraktiv und wettbewerbsfähig, weil

- die Piste zu kurz ist und
- die erforderlichen Sicherheitsbereiche nicht ausreichen

##### 1.2. Zielsetzung

- ABD will unter Berücksichtigung der topografischen und technischen Rahmenbedingungen ein attraktiver Alpenflughafen sein.
- Die Piste ist daher maximal zu verlängern.
- Die erforderlichen Sicherheitsbereiche sind zu schaffen, damit maximal mögliche Sicherheit gewährleistet ist.
- Das Vorfeld mit den Flugzeugabstellplätzen ist zu erweitern (1-2 Positionen)

##### 1.3. Strategische Initiativen

- Priorität 1: Vorbereitung der Volksbefragung ist professionell vorzubereiten, um ein akzeptables Ergebnis zu erzielen.
- Priorität 2: Nach positiver Volksbefragung zügig den Bau der Piste vorantreiben.

##### 1.4. Ressourcenbedarf

- ABD Budget für Öffentlichkeitsarbeit erstellen
- Finanzbedarf für den Pistenausbau bereitstellen.

## II STRATEGIE

### ABD TECHNIK STRATEGIE



## (2) VERBESSERUNG DES ANFLUGVERFAHRENS

### 2.1. Ausgangslage

ABD ist derzeit für kommerzielle Flüge nicht attraktiv und wettbewerbsfähig, weil

- Anflugverfahren selektiv sind, was umfassende Schulung der Piloten erfordert, und
- erforderliche Einschulung der Piloten, den ABD Airport für viele Fluggesellschaften unattraktiv macht.

### 2.2. Zielsetzung

- ABD will unter Berücksichtigung der topografischen und technischen Rahmenbedingungen ein attraktiver Alpenflughafen sein.
- Das Anflugverfahren ist zu vereinfachen und durch Lobbying von der ENAV zu genehmigen.
- Das langfristige Ziel ist die Verbesserung der aktuellen Anflugkapazität durch verbesserte Anflugverfahren

### 2.3. Strategische Initiativen

- Priorität 1: Vereinfachtes Anflugverfahren erarbeiten, mit ENAV diskutieren und approbieren.
- Priorität 2: Schulungskonzept für Piloten erstellen und mit Airlines diskutieren

### 2.4. Ressourcenbedarf

- Schulungsprogramm für Piloten sponsern.

## II STRATEGIE

### ABD TECHNIK STRATEGIE



### (3) NEUER MASTER PLAN

#### 3.1. Ausgangslage

- ABD ist derzeit in einer umfassenden Veränderungsphase, um für kommerzielle Flüge zukünftig attraktiver und wettbewerbsfähiger zu werden. Durch den geplanten Pistenausbau sind zukünftig ganz andere Passagiervolumen möglich. Um die Kapazitäten dem Marktbedarf entsprechend auszubauen, soll ein neuer Master Plan für die nächsten 20 Jahre erstellt werden.

#### 3.2. Zielsetzung

- Der neue Master Plan soll auf Basis des Marktbedarfes Flächenreservierungen und –zuordnungen vornehmen, um die langfristige Entwicklung des ABD nicht einzuschränken bzw. mit zusätzlichen Kosten zu belasten.
- Der Master Plan soll auch eine Schätzung der langfristigen Ausbaukosten des Flughafens darstellen.

#### 3.3. Strategische Initiativen

- Tender für die Beauftragung eines Spezialunternehmens mit der Erstellung des Master Plans 2016-2035.
- Briefing des ausgewählten Spezialisten in Form eines Kick-off Meetings inklusive einer detaillierten Flughafenbesichtigung.
- Steuerung des Projektes durch ein internes Master Plan Team.
- Nach 4-6 Monaten: Präsentation des Master Plans im Verwaltungsrat.

#### 3.4. Ressourcenbedarf

- Budget für die Kosten des externen Beraters bereitstellen.

## II STRATEGIE

### ABD TECHNIK STRATEGIE



#### (4) VERBESSERUNG DER ANBINDUNG

##### 4.1. Ausgangslage

- Durch den geplanten Pistenausbau sind zukünftig ganz andere Passagiervolumen möglich. Dies bedeutet auch, dass mehr Passagiere, als in der Vergangenheit landseitig Zugang zum ABD Airport haben werden.

##### 4.2. Zielsetzung

- ABD will durch attraktive Busverbindung und einer Bushaltestelle am Flughafen eine Verbesserung beim Massentransport schaffen.
- Ebenfalls sind attraktive (in der Nähe des Terminals) Parkplätze für Charterbusse bereitzustellen.
- ABD will die PKW Parkplätze für Passagiere und Mietautos marktgerecht entwickeln.

##### 4.3. Strategische Initiativen

- Bei der Erstellung des neuen Master Planes kommt der landseitigen/straßenseitigen Anbindung große Bedeutung zu.
- Erstellung eines Projektplanes für die erforderlichen Anbindungsmaßnahmen.

##### 4.4. Ressourcenbedarf

- Budget für die Anbindungsmaßnahmen ist zu erstellen..

## II STRATEGIE

### ABD ORGANISATION STRATEGIE



#### (1) MARKETING ABTEILUNG AUFBAUEN

##### 1.1. Ausgangslage

- Bis anhin hat es keine eigene Marketingabteilung gegeben und der Generaldirektor hat diese Agenden „nebenbei“ mitgemacht. Es steht jedoch außer Zweifel, dass Marketing ein Hauptfaktor für die zukünftige Entwicklung des ABD Airports ist.

##### 1.2. Zielsetzung

- ABD will eine Marketingabteilung aufbauen, um professionelle Marktpräsenz und Kundenbetreuung sicherzustellen.
- Der Marketingleiter soll ein Marketingspezialist mit mehrjähriger Erfahrung im Flugverkehr oder Tourismus sein.
- Mittelfristig wird die Marketingabteilung um 1-2 Mitarbeiter aufgestockt, um im Hause ausreichende Kapazität für Marktplanung, Budgeterstellung, Marktforschung, Kundenkontakt, PR und Werbung zu haben.

##### 1.3. Strategische Initiativen

- Priorität 1: Suche eines qualifizierten Marketingleiters, der an den Generaldirektor und an den Präsidenten direkt berichtet.
- Priorität 2: Erstellung eines mittelfristigen (2-3 Jahre) Marketingplanes, aus dem sich konkrete kurzfristige Aktivitäten ableiten lassen.
- Priorität 3: Durchführung von Airline-Befragungen mit dem Ziel interessierte Fluglinien zu identifizieren und allfällige Interessensbekundung zu erhalten (z.B. Expression of Interest – EOI).
- Priorität 4: Akquisition von Fluglinien wird zunächst durch den Marketingleiter selbst durch Direktansprache der Marketing- und Routenmanager der Fluggesellschaften erfolgen. Im zweiten Schritt wird ein interner oder externer technisch/betrieblicher Experte eingebunden, der mit der Operation-Abteilung der Fluglinien die Lösung für das ideale Anflugverfahren erarbeitet.
- Priorität 5: Zur Umsetzung der Strategie wird ABD Initiativen nach innen und außen setzen und damit einerseits den internen Kommunikations- und Entscheidungsprozess beschleunigen und andererseits gezielte Öffentlichkeitsarbeit zur Imageverbesserung betreiben.

##### 1.4. Ressourcenbedarf

- Budget für Marketingleiter und die beabsichtigten Marketingaktivitäten ist zu erstellen.

## II STRATEGIE

### ABD ORGANISATION STRATEGIE



#### (2) MARKETING KOOPERATIONEN MIT SMG, REISEVERANSTALTERN UND AIRLINES

##### 4.1. Ausgangslage

- In einem starken Tourismusland wie Südtirol gibt es viele Institutionen und Unternehmen, die ein wesentlicher Bestandteil der Tourismuswirtschaft sind und daher eigenständige Marketingaktivitäten entwickeln und betreiben.

##### 4.2. Zielsetzung

- ABD will mit Schlüsselpartnern in der Tourismuswirtschaft kooperieren, um gemeinsam stärker auf den Zielmärkten und bei Zielgruppen auftreten zu können.
- Ziel der ABD ist es, durch die Kooperation die knappen Marketingmittel effizienter einsetzen zu können und starke Synergien zu schaffen.
- ABD kann die Kooperation einerseits in Form einer Koordination der Marketingziele und –Aktivitäten wahrnehmen und andererseits bis zum gemeinsamen Auftritt am Markt, bei Messen und bei der Kontaktaufnahme mit Kunden entwickeln.

##### 4.3. Strategische Initiativen

- 1. Priorität: Auswahl und Bewertung (Ranking) potentieller Kooperationspartner.
- 2. Priorität: Entwurf eines Kooperationsmodells pro potentielltem Kooperationspartner.
- 3. Priorität: Bilaterale Verhandlung mit jedem ausgewählten Kooperationspartner.
- 4. Priorität: Bei Einigung mit einem Kooperationspartner: Festlegen des Umsetzungsprogrammes mit Zielen, Terminen, Verantwortlichen und Budgets.

##### 4.4. Ressourcenbedarf

- Zusammenfassung aller Kooperationen von ABD in einem gesamten Kooperations-Marketing-Budget.

## II STRATEGIE

### ABD ORGANISATION STRATEGIE



#### (3) NON-AVIATION EINNAHMEN ERSCHLIEßEN

##### 5.1. Ausgangslage

- Aktuell sind die Non-Aviation Umsätze des ABD sehr bescheiden. Es ist wünschenswert zukünftig von der steigenden Passagierzahl bei attraktiven Angeboten mehr Non-Aviation Einnahmen zu erzielen.

##### 5.2. Zielsetzung

- ABD will zusätzliche Einnahmen erzielen aus Geschäftstätigkeiten, wie beispielsweise
  - a. Shops im Terminal
  - b. DFS auf der Luftseite des Terminals
  - c. Mehr Mietwagenfirmen
  - d. Gebühren für Parkplätze
  - e. Konzessionen von Taxi-Unternehmen
  - f. VIP Lounge für Business Aviation und Vielflieger
- Solche und ähnliche Geschäfte sollen geprüft und allfällig umgesetzt werden. Es muss damit gerechnet werden, dass solche Maßnahmen nicht die Zustimmung aller finden, aber letztlich ist das Verursacher- bzw. Nutzerprinzip fairer, als das allgemeine Steuerprinzip.
- ABD möchte langfristig einen Anteil von 20% der Non-Aviation Einnahmen an den Gesamteinnahmen erzielen. Dies entspricht den internationalen Benchmarks für die ABD Airportgröße.

##### 5.3. Strategische Initiativen

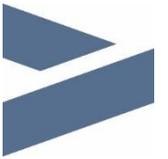
- 1. Priorität: Erarbeitung eines kurzfristigen und mittelfristigen Konzeptes für mehr Non-Aviation Umsatz.
- 2. Priorität: Stufenweise Umsetzung bzw. Einführung von Non-Aviation Aktivitäten.

##### 5.4. Ressourcenbedarf

- Budget für die Entwicklung von Non-Aviation-Aktivitäten ist zu erstellen..

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Base Case



### **Achtung:**

- Bei allen in der Strategie oder Verkehrsprognose namentlich genannten Fluglinien handelt es sich um technisch (Fluggerät) und strategisch (Geschäftsmodell) mögliche (beispielhafte) Fluggesellschaften, die den ABD Airport anfliegen könnten.
- ACV empfiehlt unbedingt eine Airline-Befragung durchzuführen, um die Verkehrsprognose auf aktuelle Marktbedürfnisse aufzubauen.

# III VERKEHRSPROGNOSE

## IDENTIFIZIERTE MARKTSEGMENTE

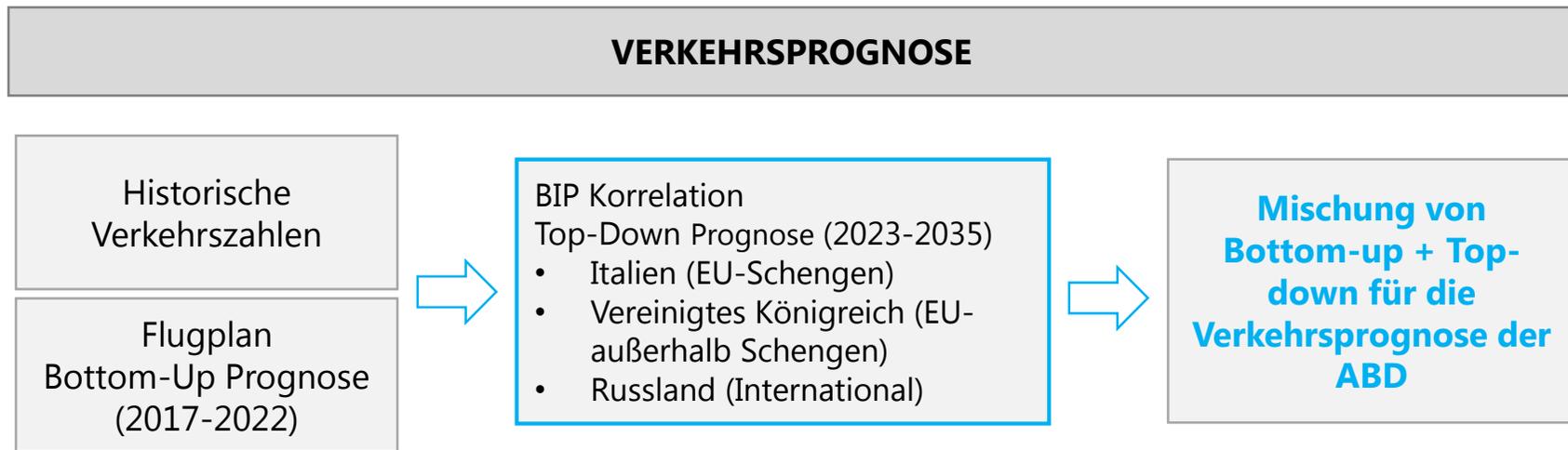


- Die treibende Kraft für die Entwicklung des Luftverkehrs sind Passagiere. Passagierzahlen basieren auf Annahmen pro Marktsegment

ABD AIRPORT - MARKTSEGMENTE				
	1. FEEDER & CODE-SHARING	2. REGIONALE FLUGLINIEN FÜR SEKUNDÄR-HUBS	3. INCOMING CHARTER	4. OUTGOING CHARTER
<b>CHANCEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gezieltes Airline-Marketing mit Unterstützung lokaler Tourismusorganisationen, sowie einheimischer und internationaler Reiseveranstalter, die Kontingente auf diesen Flügen kaufen können</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gezieltes Airline-Marketing mit Unterstützung lokaler Tourismusorganisationen, sowie einheimischer und internationaler Reiseveranstalter, die Kontingente auf diesen Flügen kaufen können.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tourismus nimmt zu</li> <li>Kooperation mit ausländischen Reiseveranstaltern, Agenturen, Fluglinien, um Charterverkehr zu fördern; z.B. durch Incentive-Pakete</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kooperation mit nationalen Reiseveranstaltern, Agenturen, Fluglinien, um ausgehenden Charterverkehr zu fördern; z.B. durch Incentive-Pakete</li> </ul>
<b>RISKEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erfolgreiche Verhandlungen mit Reiseveranstaltern.</li> <li>Mangelnde Unterstützung von lokalen Behörden, ENAV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erfolgreiche Verhandlungen mit Regionalfluglinien, Flugveranstaltern, ...</li> <li>Mangelnde Unterstützung von lokalen Behörden, ENAV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erfolgreiche Verhandlungen mit Reiseveranstaltern, Fluglinien,... die die Südtiroler Region bewerben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erfolgreiche Verhandlungen mit Reiseveranstaltern, Fluggesellschaften</li> </ul>

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Methodologie



### Wesentliche Treibende Kräfte:

- **Feeder-Flüge** in große Europäische Hubs.
- **Incoming Charter Flüge** aus den touristischen Quellenmärkten Großbritannien, Skandinavien, Nord-Deutschland und Russland.
- **Outgoing Charter Flüge** in europäischen Urlaubs-Destinationen.
- **Linien-Flüge in Sekundärflughäfen**, die sich auf Geschäftsreisende konzentrieren.

### Schlüsselfaktoren für die Verkehrsprognose:

- Destinationen
- Flugzeuge im Einsatz
- Anzahl der Flüge pro Woche
- Monate im Betrieb pro Jahr
- Auslastung, etc.,
- Differenzierte Wachstumsraten für jedes Marktsegment

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Flugplan (Bottom-up Prognose)



### 1. Feeder & Code Sharing

Vorgeschlagene Ziele und vorgesehene Airlines

- Rom – Alitalia Cityliner
- Wien – Austrian Airlines

**Es wird angenommen, dass nach 2022 der Feeder-Verkehr zwei zusätzliche HUB Destinationen (Amsterdam und London) beinhalten wird.**

### 2. Regionale Fluglinien und Sekundärhubs

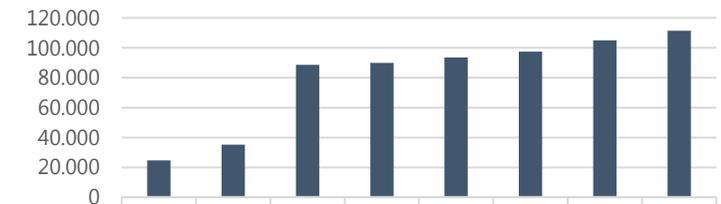
Vorgeschlagene Ziele und vorgesehene Airlines

- Warschau – EuroLOT
- Berlin – Air Berlin
- Hamburg – Air Berlin
- Düsseldorf – Air Berlin
- Paris – City Jet

#### Achtung:

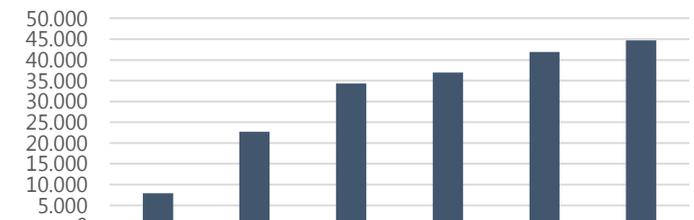
Die angeführten Destinationen und Fluglinien sind „Platzhalter“ für die Erstellung des Flugplanes. Wir empfehlen eine periodische Überarbeitung je nach vorhandenen Marktinformationen.

### 1. Feeder & Code-Sharing



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
International PAX	0	0	0	0	0	0	0	0
EU Non Schengen PAX	0	0	0	0	0	0	0	0
EU Schengen PAX	24.640	35.235	88.733	89.918	93.667	97.510	105.102	111.509
TOTAL PAX Feeder & Code Sharing	24.640	35.235	88.733	89.918	93.667	97.510	105.102	111.509

### 2. Regionale Fluglinien



	2017	2018	2019	2020	2021	2022
International PAX	0	0	0	0	0	0
EU Non Schengen PAX	0	0	0	0	0	0
EU Schengen PAX	7.904	22.709	34.286	36.970	41.881	44.720
TOTAL PAX Regional Airlines	7.904	22.709	34.286	36.970	41.881	44.720

**Der detaillierte Flugplan ist in Anhang 1 einsehbar.**

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Flugplan (Bottom-up Prognose)



### 3. Incoming Charter

Vorgeschlagene Ziele und vorgesehene Airlines

- Billund, Dänemark – Cimber Air
- London – Flybe
- Moskau – S7
- Stockholm – Cimber Air

### 4. Outgoing Charter

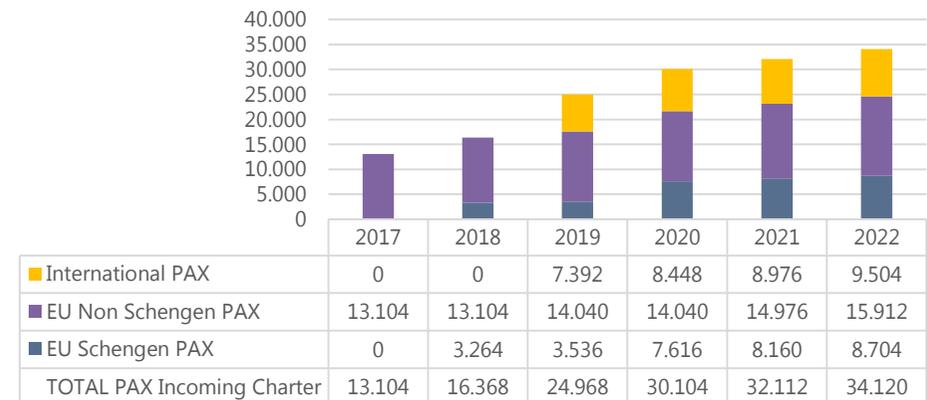
Vorgeschlagene Ziele und vorgesehene Airlines

- Ibiza – Meridiana
- Mallorca – Meridiana
- Kreta – Aegean Airlines
- Cagliari – Austrian Airlines
- Olbia – Austrian Airlines
- Catania – Austrian Airlines
- Lamezia Terme – Austrian Airlines
- Dubrovnik - Croatia Airlines

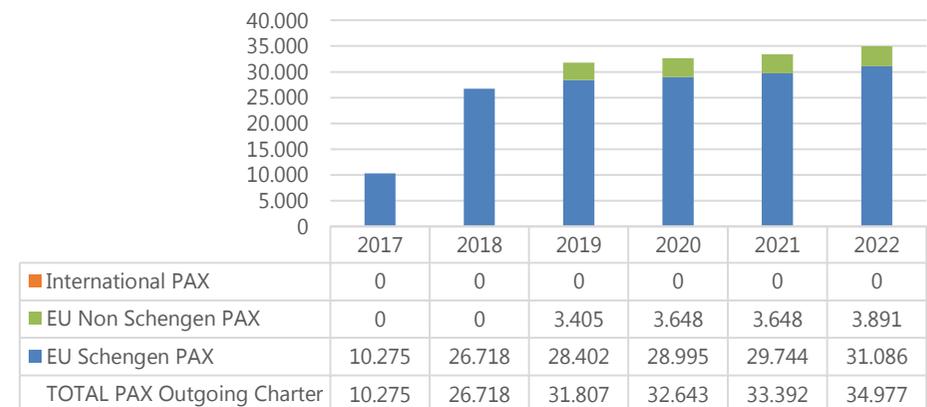
#### Achtung:

Die angeführten Destinationen und Fluglinien sind „Platzhalter“ für die Erstellung des Flugplanes. Wir empfehlen eine periodische Überarbeitung je nach vorhandenen Marktinformationen.

### 3. Eingehender Charter



### 4. Ausgehender Charter

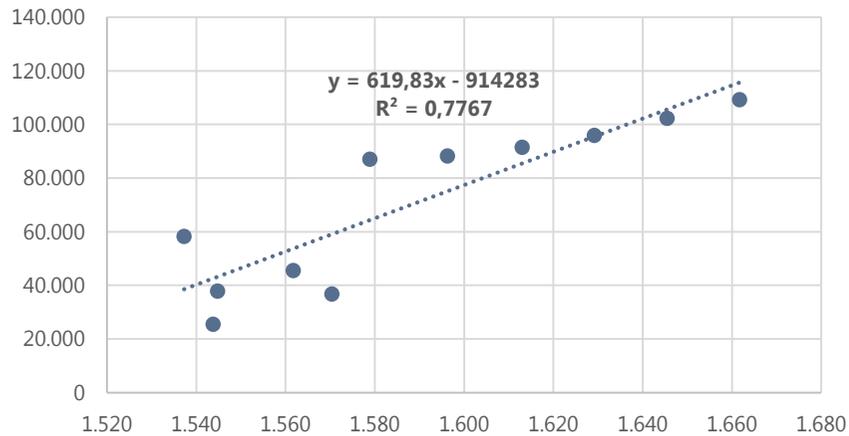


# III VERKEHRSPROGNOSE

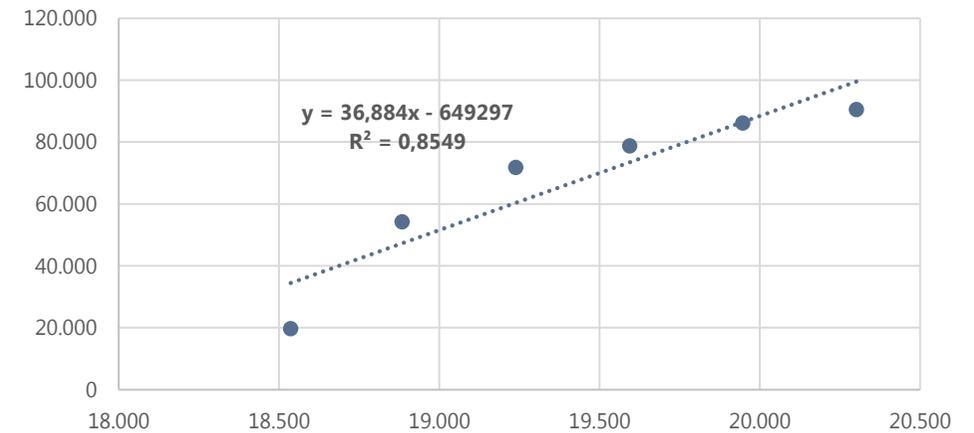
## GDP Korrelation (Top-Down Prognose)



Relation Italischer BIP / PAX Italienisch



Relation EU BIP / PAX EU Schengen



### ITALIENISCHER PASSAGIER VERKEHR

- ▶ ACV hat die Elastizität vom Wachstum der Italienischer-Passagier-Zahlen am ABD und das BIP Italiens im Zeitraum 2012-2022 evaluiert, und verwendete die daraus resultierenden Faktoren, kombiniert mit einer Prognose für das **Italienische BIP**, um den künftigen Italienischer-Verkehr in Bozen zu ermitteln.

### SCHENGEN EU PASSAGIER VERKEHR

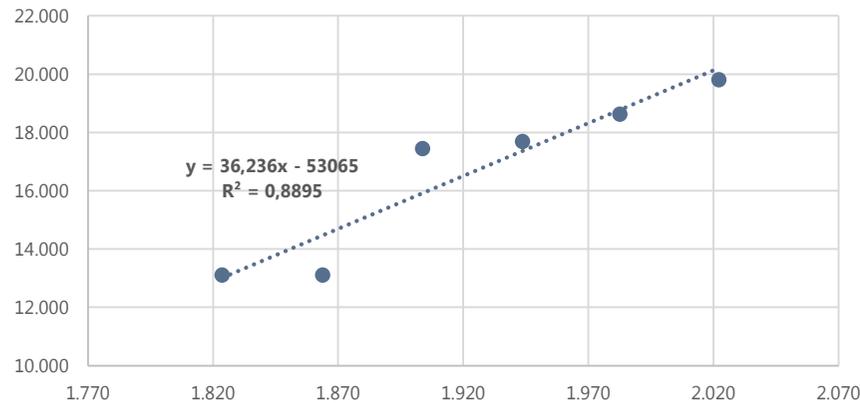
- ▶ ACV hat die Elastizität vom Wachstum der Schengen-Passagiere am ABD und das BIP der EU im Zeitraum 2017-2022 evaluiert, und verwendete die daraus resultierenden Faktoren, kombiniert mit einer Prognose für das **EU BIP**, um den künftigen EU-Schengen-Verkehr in Bozen zu ermitteln.

# III VERKEHRSPROGNOSE

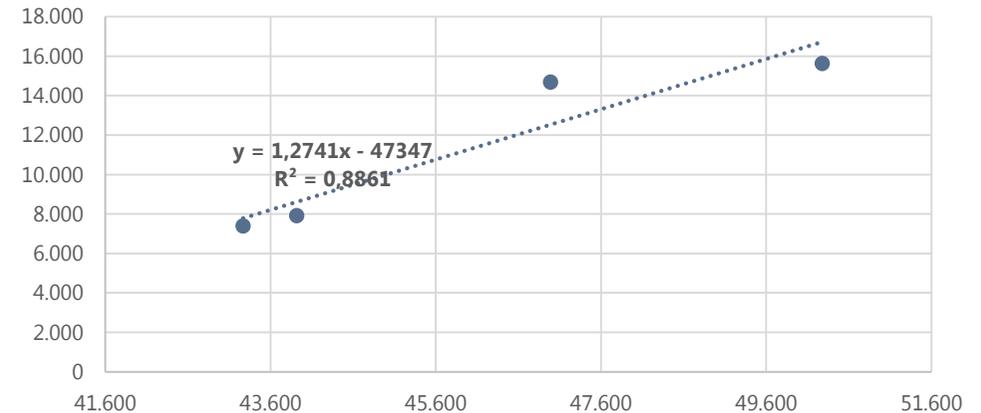
## GDP Korrelation (Top-Down Prognose)



Relation Vereinigtes Königreich BIP / PAX Nicht-Schengen EU



Relation Russisches BIP / Internationale PAX



### NICHT-SCHENGEN EU PASSAGIER VERKEHR

- ▶ ACV hat die Elastizität vom Wachstum der Nicht-Schengen-Passagier-Zahlen am ABD und das BIP des stärksten Nicht-Schengen-Marktes (Großbritannien) im Zeitraum 2017-2022 evaluiert, und verwendete die daraus resultierenden Faktoren, kombiniert mit einer Prognose für das **Britische BIP**, um den künftigen EU-Nicht-Schengen-Verkehr in Bozen zu ermitteln.

### INTERNATIONALER PASSAGIER VERKEHR

- ▶ ACV hat die Elastizität vom Wachstum der internationalen Passagiere am ABD und das BIP des stärksten internationalen Marktes (Russland) im Zeitraum 2019-2022 evaluiert, und verwendete die daraus resultierenden Faktoren, kombiniert mit einer Prognose für das **Russische BIP**, um den künftigen internationalen Verkehr in Bozen zu ermitteln.

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach Marktanteilen Base Case Szenario- Passagieverkehr



### PAX Wachstumsraten gesamt:

- 2017-22: 13,1%
- 2022-35: 6,4%
- 2017-35: 8,3%

### Marktanteil EU Schengen:

- 83,2% (2017)
- 86,3% (2035)

### Marktanteil EU Nicht-Schengen:

- 10,2% (2017)
- 7,5% (2035)

### Marktanteil internationale PAX:

- 0% (2017)
- 4,2% (2035)

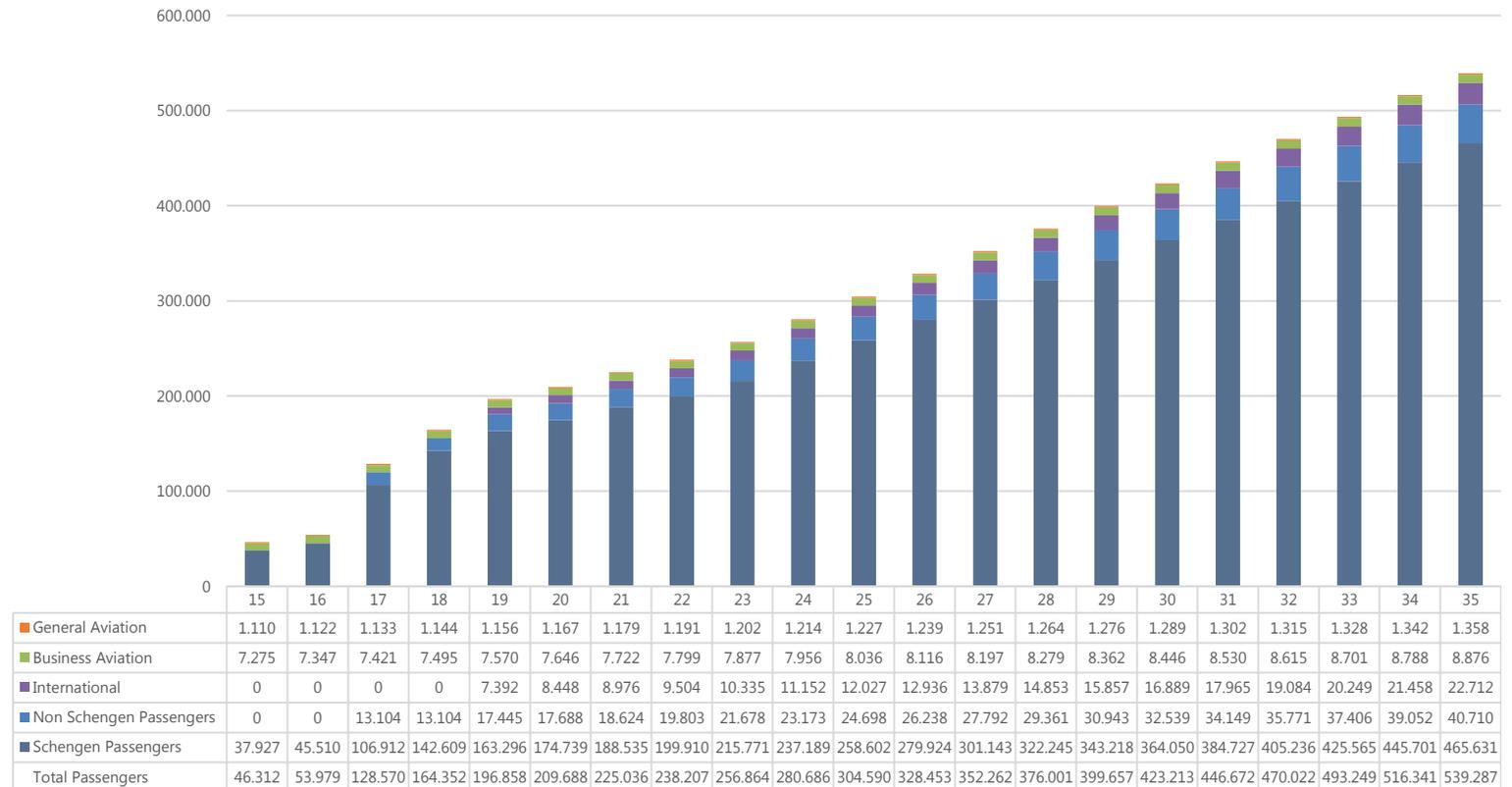
### Marktanteil von BA:

- 5,8% (2017)
- 1,6% (2035)

### Marktanteil von GA:

- 0,9% (2017)
- 0,3% (2035)

### Passagierverkehr



# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach strategischen Marktsegmenten Base Case Szenario- Passagieverkehr



### PAX Wachstumsraten gesamt :

- 2017-22: 13,1%
- 2022-35: 6,4%
- 2017-35: 8,3%

### 1. Feeder Verkehr Wachstumsraten :

- 2017-35: 5,8%

### 2. Regionale Fluglinien Wachstumsraten:

- 2017-35: 16,0%

### 3. Incoming Charter: Wachstumsraten:

2017-35: 10,4%

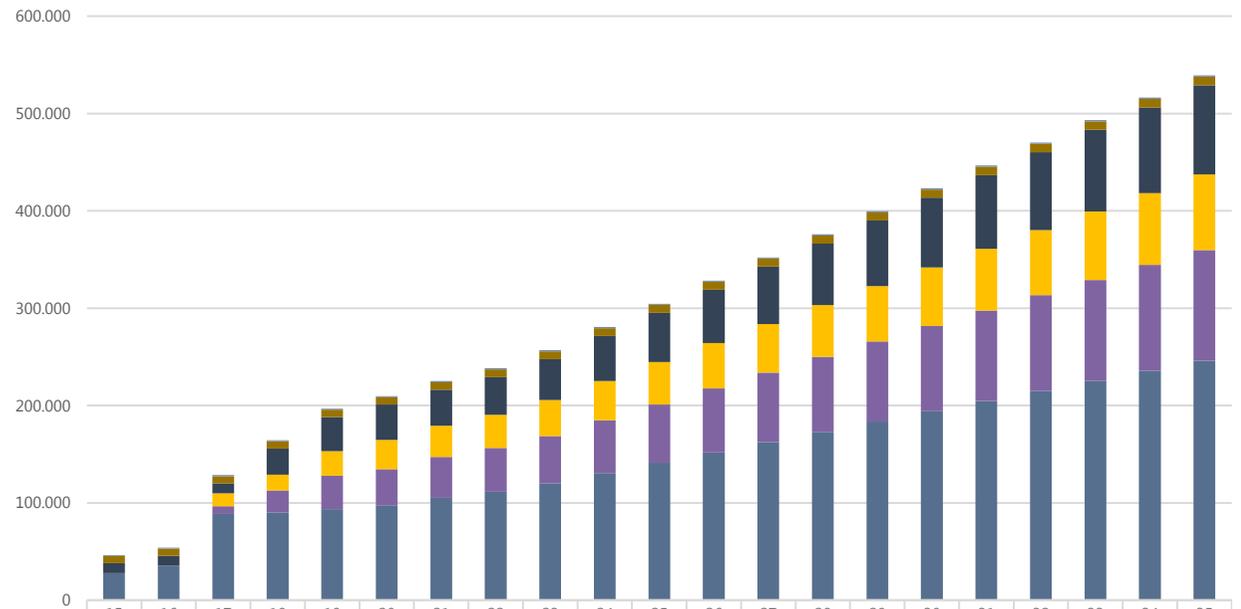
### 4. Outgoing Charter: Wachstumsraten:

- 2017-35: 12,9%

### 5. BA Wachstumsraten:

- 2017-35: 1,0%

### Passagierverkehr



	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
6. GA Passengers	1.110	1.122	1.133	1.144	1.156	1.167	1.179	1.191	1.202	1.214	1.227	1.239	1.251	1.264	1.276	1.289	1.302	1.315	1.328	1.342	1.358
5. BA Passengers	7.275	7.347	7.421	7.495	7.570	7.646	7.722	7.799	7.877	7.956	8.036	8.116	8.197	8.279	8.362	8.446	8.530	8.615	8.701	8.788	8.876
4. Outgoing Charter PAX	10.275	10.275	10.275	26.718	35.212	36.291	37.040	38.868	42.094	46.348	50.610	54.854	59.078	63.279	67.454	71.600	75.713	79.792	83.834	87.834	91.791
3. Incoming Charter PAX	0	0	13.104	16.368	24.968	30.104	32.112	34.120	37.215	40.338	43.544	46.790	50.072	53.387	56.733	60.106	63.520	66.975	70.470	74.003	77.574
2. Regional Airlines for Secondary HUBs PAX	0	0	7.904	22.709	34.286	36.970	41.881	44.720	48.611	54.284	59.971	65.618	71.221	76.775	82.273	87.711	93.083	98.384	103.61	108.75	113.81
1. Feeder & Code-sharing PAX	27.652	35.235	88.733	89.918	93.667	97.510	105.10	111.50	119.86	130.54	141.20	151.83	162.44	173.01	183.55	194.06	204.52	214.93	225.30	235.62	245.87
Total Passengers	46.312	53.979	128.57	164.35	196.85	209.68	225.03	238.20	256.86	280.68	304.59	328.45	352.26	376.00	399.65	423.21	446.67	470.02	493.24	516.34	539.28

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach Regionen und BA+GA Base Case Szenario – Passagieverkehr - Flugbewegungen



Flugbewegungen (ATM)  
Wachstumsraten gesamt:

- 2017-35: 1,9%

**PAX/ATM:**

EU-Schengen:

- 49 (2017)
- 76 (2035)

EU Nicht-Schengen:

- 63 (2017)
- 80 (2035)

International:

- 92 (2019)
- 141 (2035)

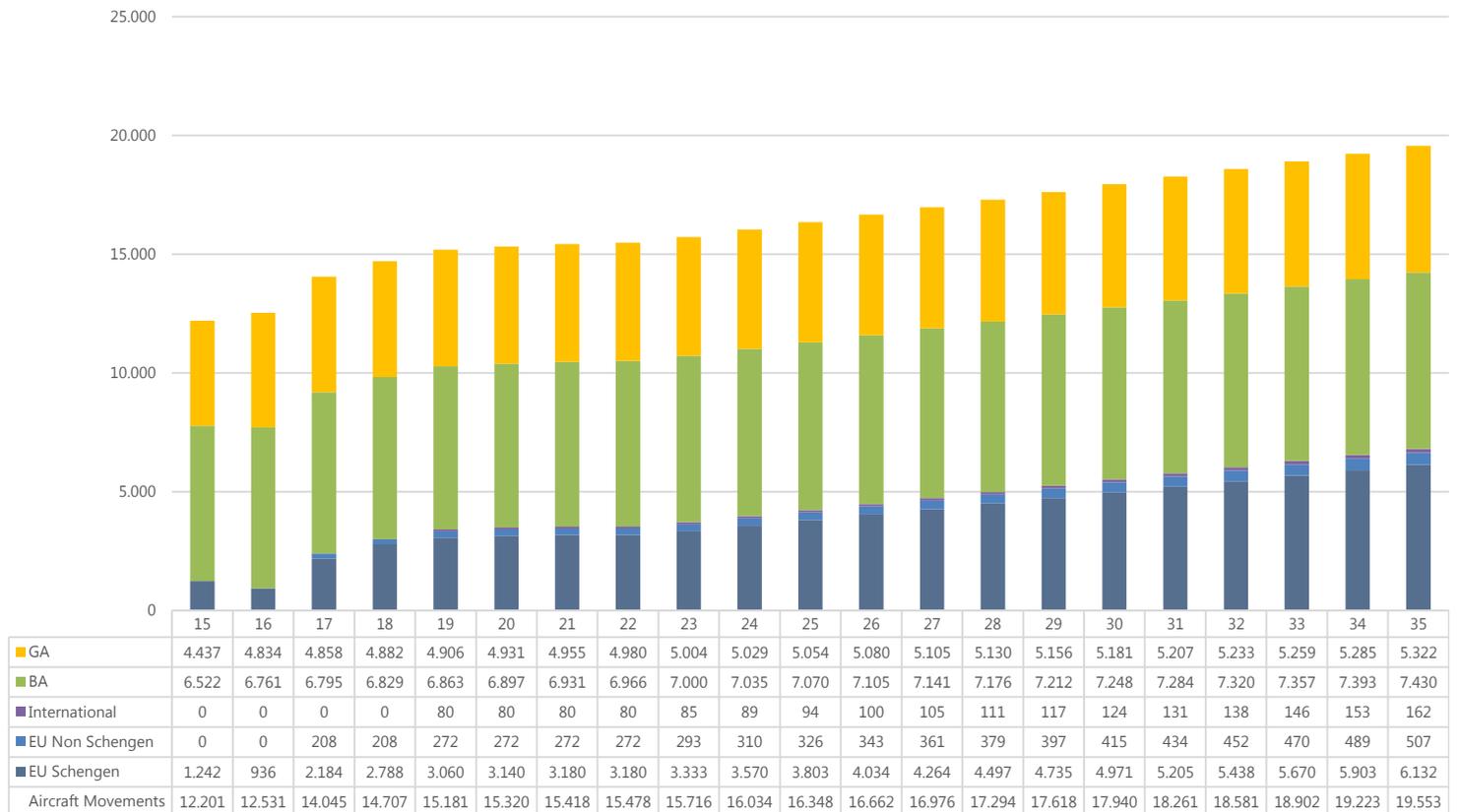
Business Aviation:

- 1,1 (2017)
- 1,2 (2035)

General Aviation:

- 0,2 (2017)
- 0,3 (2035)

Flugbewegungen



	17	18	19	20	21	22	25	30	35
PAX per ATM	50	52	55	58	61	65	70	75	78

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach strategischen Marktsegmenten Base Case Szenario- Passagieverkehr – Flugbewegungen



Flugbewegungen (ATM)  
Wachstumsraten:

Flugbewegungen

1. Feeder Traffic growth rates:

- 3,1% (2017-2035)

2. Regional Airlines growth rates:

- 12,9% (2017-2035)

3. Incoming Charter growth rates:

- 8,6% (2017-2035)

4. Outgoing Charter growth rates:

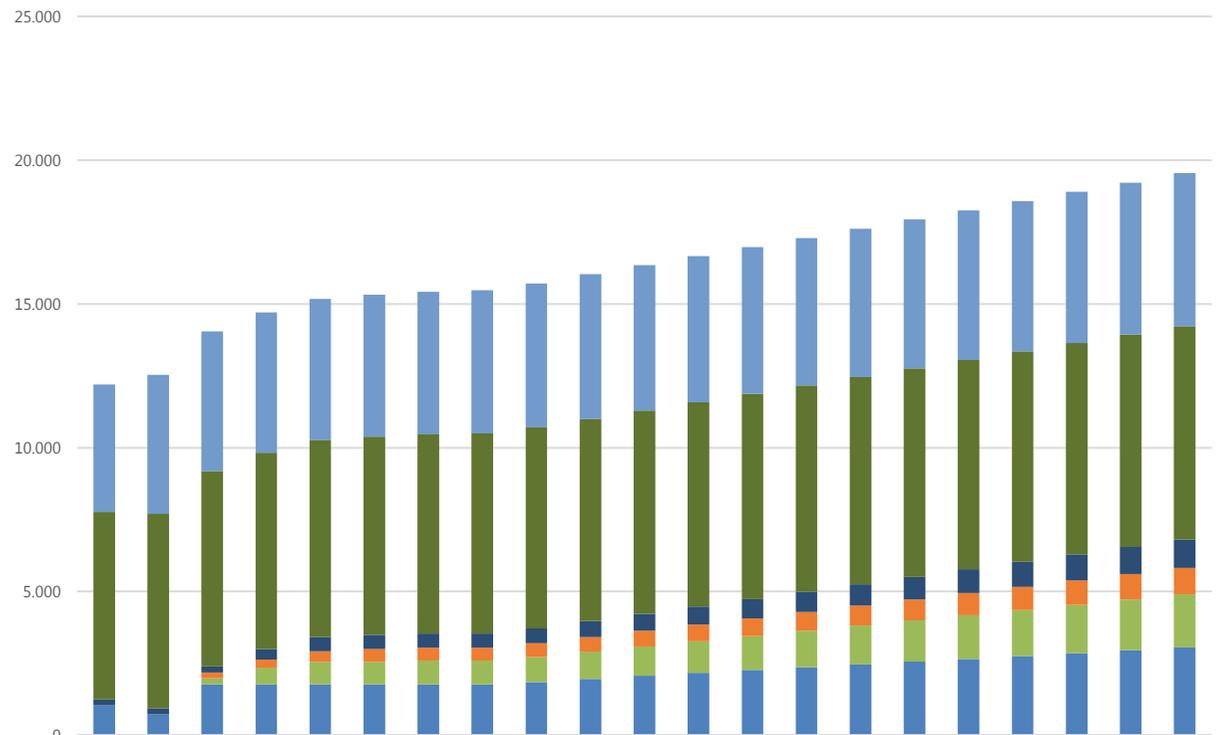
- 9,0% (2017-2035)

5. Business Aviation:

- 0,5% (2017-2035)

6. General Aviation:

- 0,5% (2017-2035)



	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
6. General Aviation	4.437	4.834	4.858	4.882	4.906	4.931	4.955	4.980	5.004	5.029	5.054	5.080	5.105	5.130	5.156	5.181	5.207	5.233	5.259	5.285	5.322
5. Business Aviation A/c Movements	6.522	6.761	6.795	6.829	6.863	6.897	6.931	6.966	7.000	7.035	7.070	7.105	7.141	7.176	7.212	7.248	7.284	7.320	7.357	7.393	7.430
4. Outgoing Charter	208	208	208	364	492	492	492	492	517	553	589	626	664	703	745	786	826	865	904	942	979
3. Aircraft Movements Incoming Charter	0	0	208	288	368	448	448	448	479	512	546	581	616	653	692	730	769	808	846	885	924
2. Regional Airlines for Secondary HUBs	0	0	208	576	784	784	824	824	870	947	1.025	1.103	1.183	1.266	1.352	1.438	1.522	1.604	1.686	1.766	1.845
1. Aircraft Movements Feeder & Code-Sharing	1.034	728	1.768	1.768	1.768	1.768	1.768	1.768	1.846	1.957	2.064	2.167	2.267	2.365	2.461	2.557	2.653	2.751	2.850	2.952	3.053
Aircraft Movements	12.201	12.531	14.045	14.707	15.181	15.320	15.418	15.478	15.716	16.034	16.348	16.662	16.976	17.294	17.618	17.940	18.261	18.581	18.902	19.223	19.553

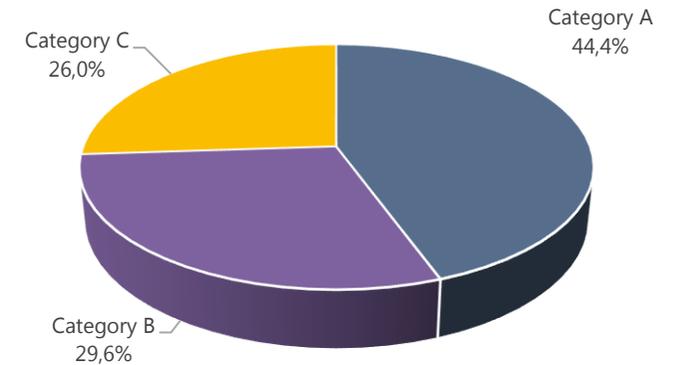
## Verkehrsprognose des Flughafens Bozen Base Case Szenario – Flottenmix (exkl. GA)



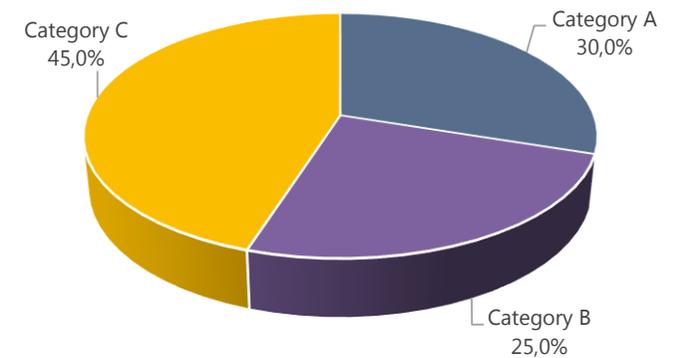
ACV nahm an, dass der Marktanteil von:

- Code A Flieger (e.g. Beechcraft C99) graduell niedriger wird.
- Code B Flieger (e.g. CRJ900) und Code C (A319) graduell größer wird.
- Code D-, Code E- und Code F Flieger können aus technischen Gründen nicht verwendet werden.

**Flottenmix 2017**



**Flottenmix 2035**



## III VERKEHRSPROGNOSE

**Verkehrsprognose des Flughafen Bozen  
Base Case Szenario – Spitzenstunde (PH)**

- Um zukünftige Anforderungen für die Flughafenanlage zu identifizieren, muss ein Zeitraster für die Aktivität des Spitzentags ("design day activity schedule") erstellt werden, um Flughafenbewegungen und Passagierverkehrverteilung, während der Spitzenstunde des Spitzentags des Spitzenmonats zu ermitteln.
- Die Prognose für Verkehr in der Spitzenstunde für den Flughafen Bozen wurde anhand der Flugplankalkulation (2017-2022) angefertigt.
- Wir nehmen nicht an, dass Business Aviation Verkehr während der Spitzenstunden des kommerziellen Verkehrs stattfinden wird.
- Die Prognose zum Flottenmix in der Spitzenstunde für den Flughafen Bozen wird dem jährlichen Flottenmix mit Ausnahme der Business Aviation entsprechen.

	PAX AM SPITZENTAG	PAX GESAMT	%
2017	934	120.016	0,69%
2022	1.518	229.217	0,69%
2035	3.504	529.053	0,69%
	PAX GESAMT / PH	PAX GESAMT ATMs/ PH	
2017	86	2	
2022	139	2	
2035	321	4	

	Schengen PAX / PH	Non-Schengen PAX PH		Schengen ATMs/ PH	Non-Schengen ATMs/ PH
2017	55	86	2017	1	2
2022	102	127	2022	2	2
2035	238	275	2035	3	3

	Kat. A	Kat. B	Kat. C	Kat. D	Kat. E	Kat. F
2017	0	0	2	0	0	0
2022	0	0	2	0	0	0
2035	0	0	4	0	0	0

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen

### Base Case Szenario – Sekundärparameter – Beschäftigte



#### Am Flughafen befindliche Angestellte

##### Flughafenbetreiber

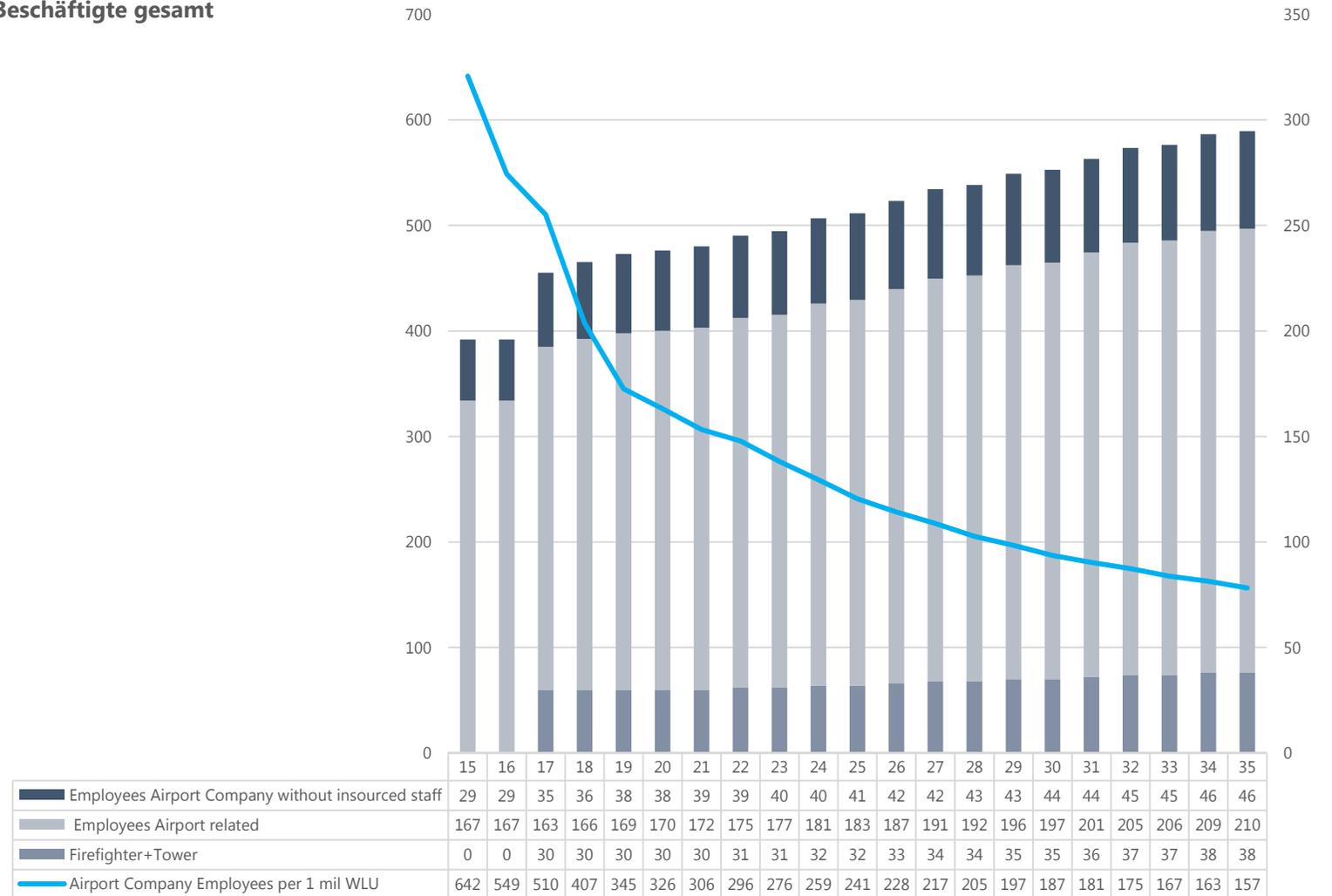
- 2015: 28 Angestellte
- Hochgerechnet mit der Benchmark "Angestellte / 1 M. Work Load-Einheiten," auf Basis von ACV Erfahrung

#### Andere Unternehmen, die am Flughafen angesiedelt sind :

- 2015: 167 Angestellte
- ACV Annahme auf ACV Erfahrung basierend

▶ ACV schlägt vor, Flughafenfeuerwehr- und Tower Angestellte wieder einzugliedern (insourced staff)

Beschäftigte gesamt



# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen

### Base Case Szenario – Sekundärparameter – Besucher, Meeters & Greeters

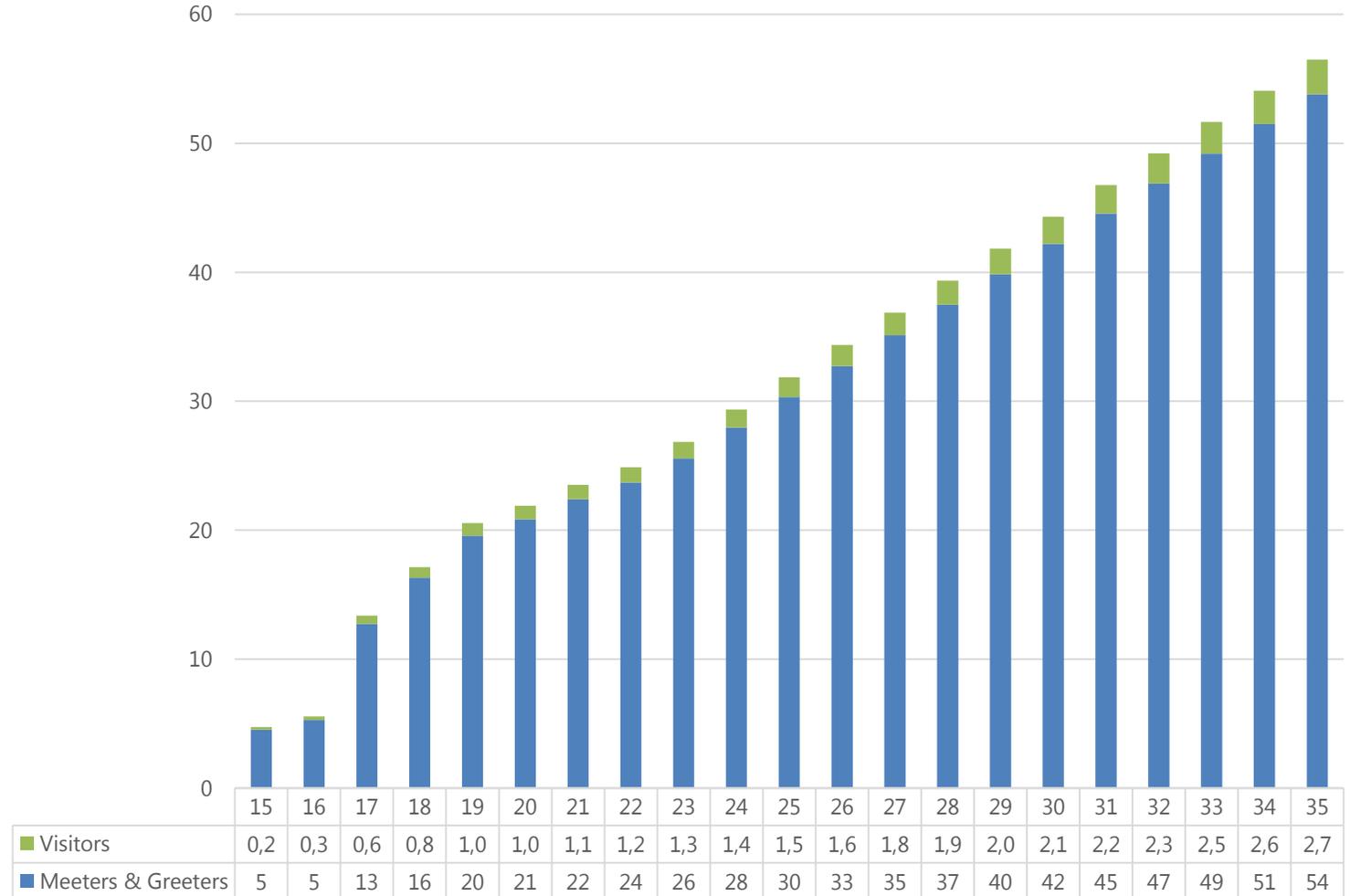


#### Meeters & Greeters und Besucher

Besucher, Meeters & Greeters (in 1.000)

ACV Annahme:

- Anzahl an Meeters & Greeters pro 1 Ausgangs- und Endpunkt Passagier (terminating /originating PAX): 0,1
- Anzahl an Besuchern pro 1.000 WLU: 5,0



# VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen

### Base Case Szenario – Sekundärparameter – Landseitige Verkehrssegmente



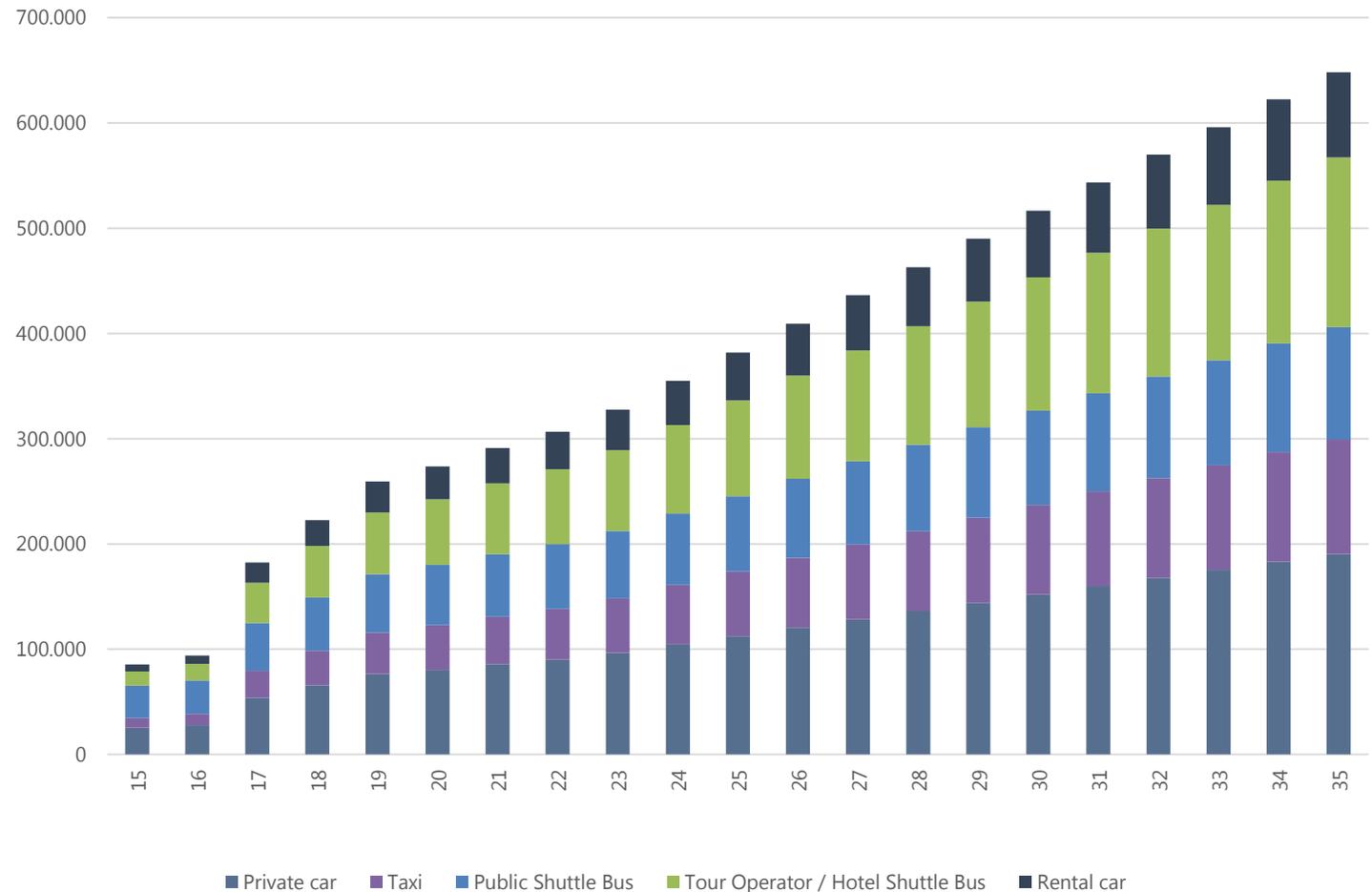
#### Landseitiges Verkehrssegment (Modal Split)

Zeigt Verkehrsmittel, die zum und vom Flughafen genutzt werden

ACV Annahmen:

- Unterschiedlicher Modal Split für Passagiere, Meeters & Greeters, Besucher und Angestellte
- Überwiegende Verwendung von privaten Autos, Reiseveranstalter Shuttle-Bussen oder öffentlichen Bussen

Verkehrssegmente



# VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen

### Base Case Szenario – Sekundärparameter – Parkplätze für PKW

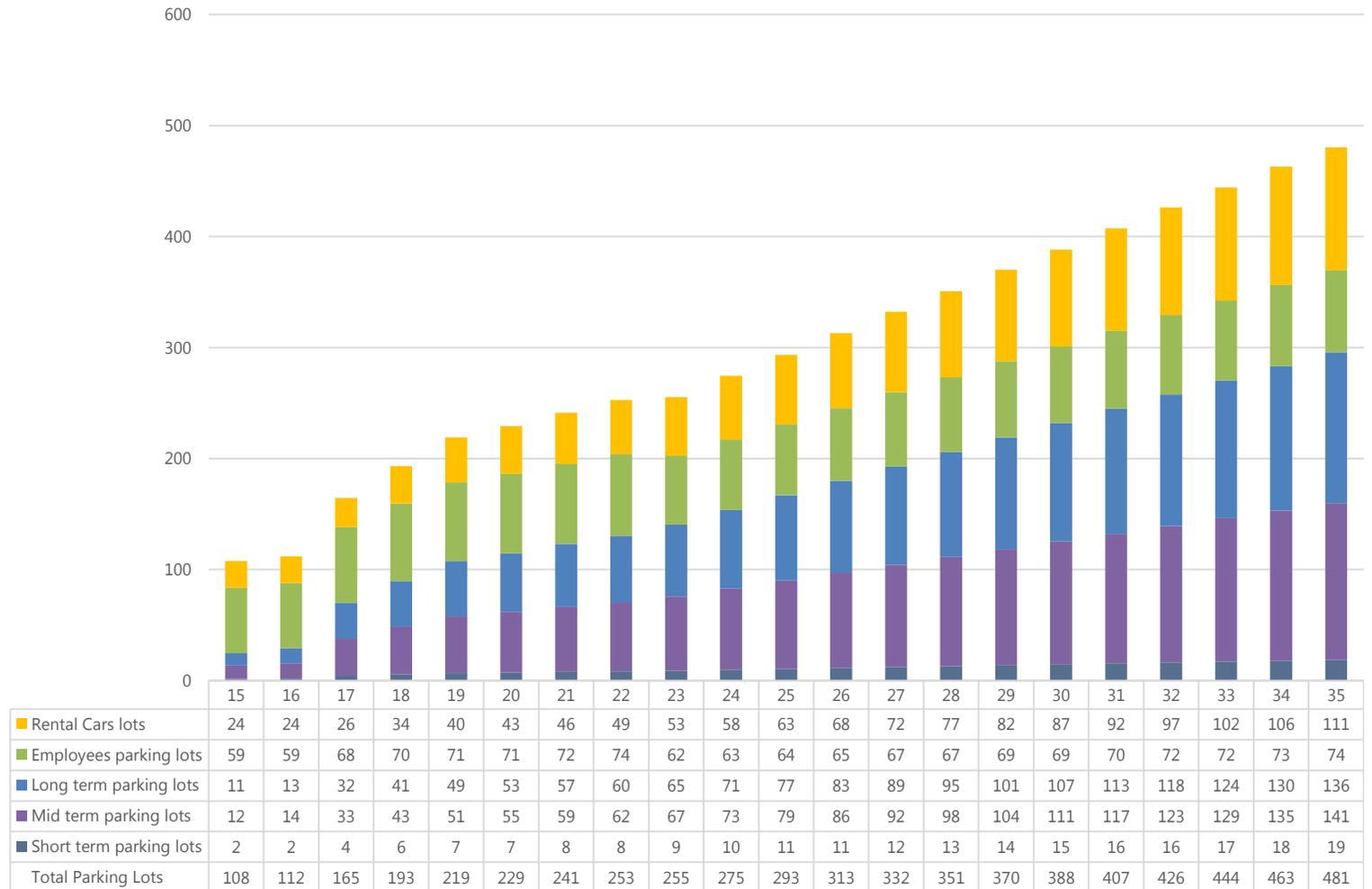


#### Parkplätze für PKW:

ACV Annahme:

- 1 Person pro Auto

Parkplätze für PKW



▶ Aktuelle Anzahl an Parkplätzen ist ausreichend für die nächsten 10 Jahre.

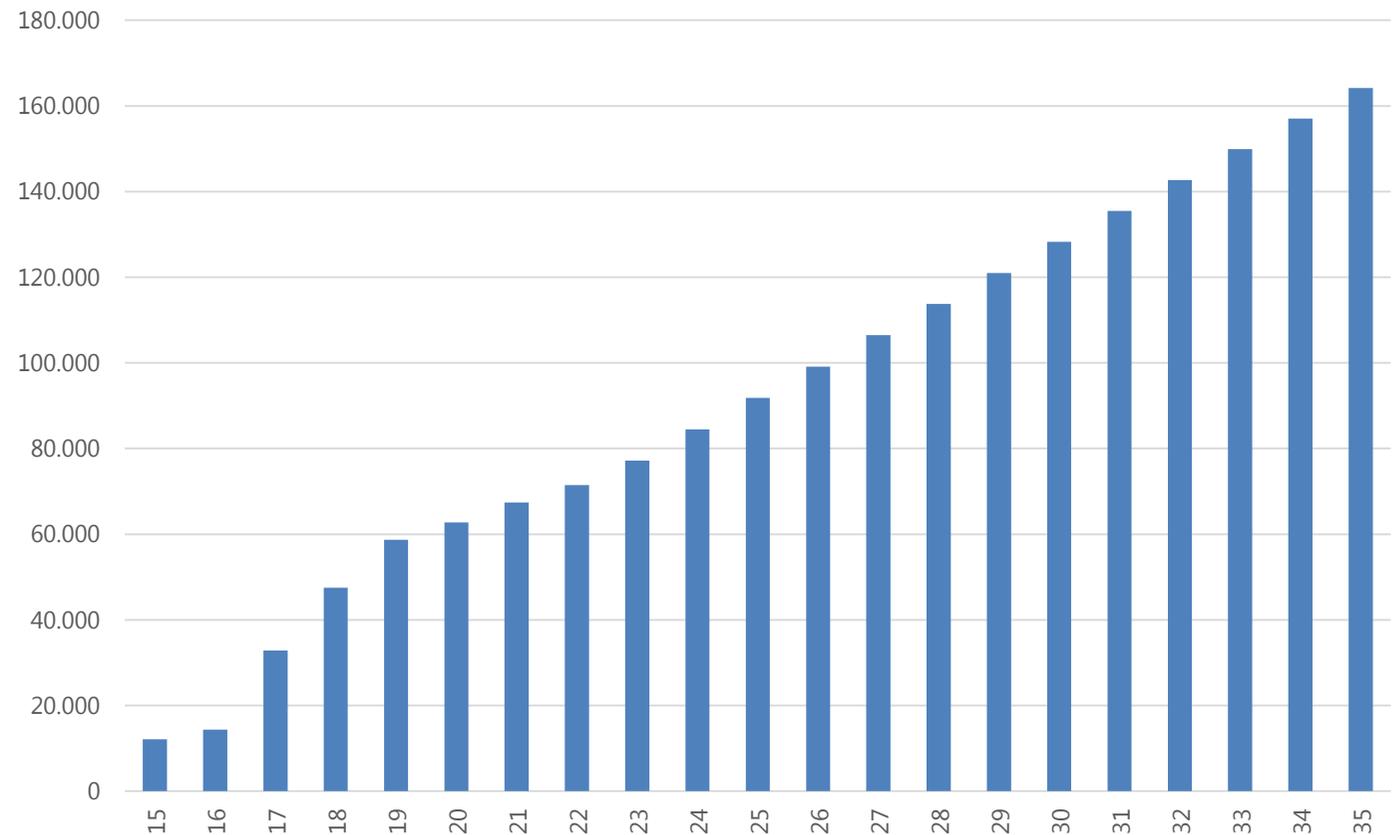


### Mahlzeiten im Flugzeug

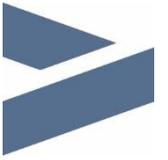
ACV Annahme, basierend auf dem Marktanteil der Gesamtzahl abfliegender Passagiere:

- EU-Schengen: 30%
- EU Non-Schengen: 30%
- International: 50%
- BA: 10%

Mahlzeiten im Flugzeug



III | VERKEHRSPROGNOSE  
**Low Case & High Case**



# III VERKEHRSPROGNOSE

## Flugplan (Bottom-up Prognose)

### Low Case (LC) Szenario



#### LOW CASE

##### 1. Feeder & Code Sharing

- Rom – Alitalia Cityliner
- Wien – Austrian Airlines

##### 2. Regionale Fluglinien und Sekundärhubs

- Berlin – Air Berlin

##### 3. Eingehender Charter

- London – Flybe

##### 4. Ausgehender Charter

- Cagliari – Austrian Airlines
- Olbia – Austrian Airlines
- Catania – Austrian Airlines
- Lamezia Terme – Austrian Airlines

#### Achtung:

Die angeführten Destinationen und Fluglinien sind „Platzhalter“ für die Erstellung des Flugplanes. Wir empfehlen eine periodische Überarbeitung je nach vorhandenen Marktinformationen.

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach Marktanteilen Low Case Szenario– Passagieverkehr



### PAX Wachstumsraten gesamt: Passagierverkehr

- 2017-22: 4,5%
- 2022-35: 6,7%
- 2017-35: 6,1%

### Marktanteil EU Schengen:

- 81,6% (2017)
- 89,0% (2035)

### Marktanteil EU Nicht-Schengen:

- 7,6% (2017)
- 6,5% (2035)

### Marktanteil internationale PAX:

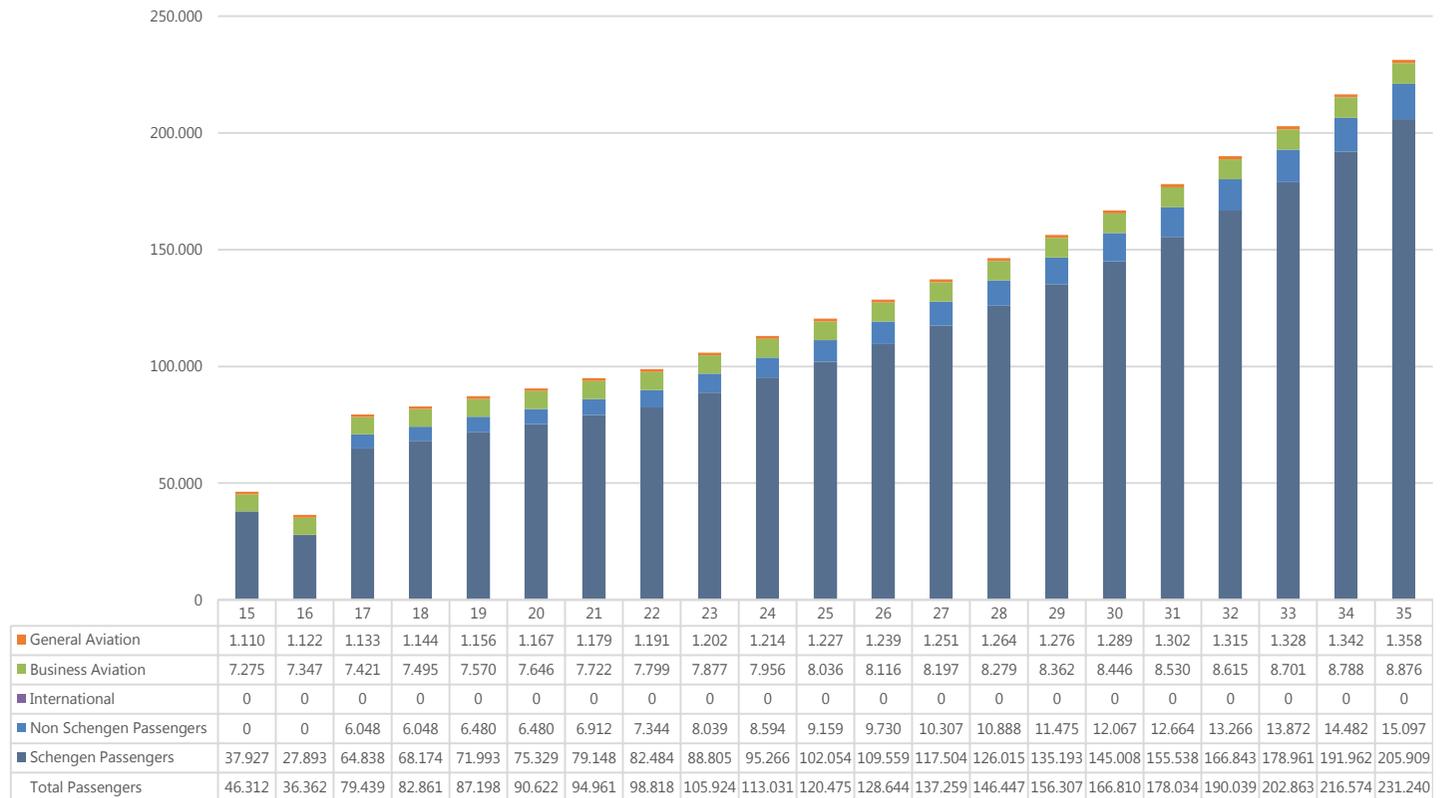
- 0% (2017)
- 0% (2035)

### Marktanteil von BA:

- 9,3% (2017)
- 3,8% (2035)

### Marktanteil von GA:

- 1,4% (2017)
- 30,6% (2035)





# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach strategischen Marktsegmenten Low Case Szenario– Passagieverkehr

### PAX Wachstumsraten gesamt :

- 2017-22: 4,5%
- 2022-35: 6,7%
- 2017-35: 6,1%

### 1. Feeder Verkehr Wachstumsraten :

- 2017-35: 6,5%

### 2. Regionale Fluglinien Wachstumsraten:

- 2017-35: 7,6%

### 3. Incoming Charter: Wachstumsraten: 2017-35: 5,2%

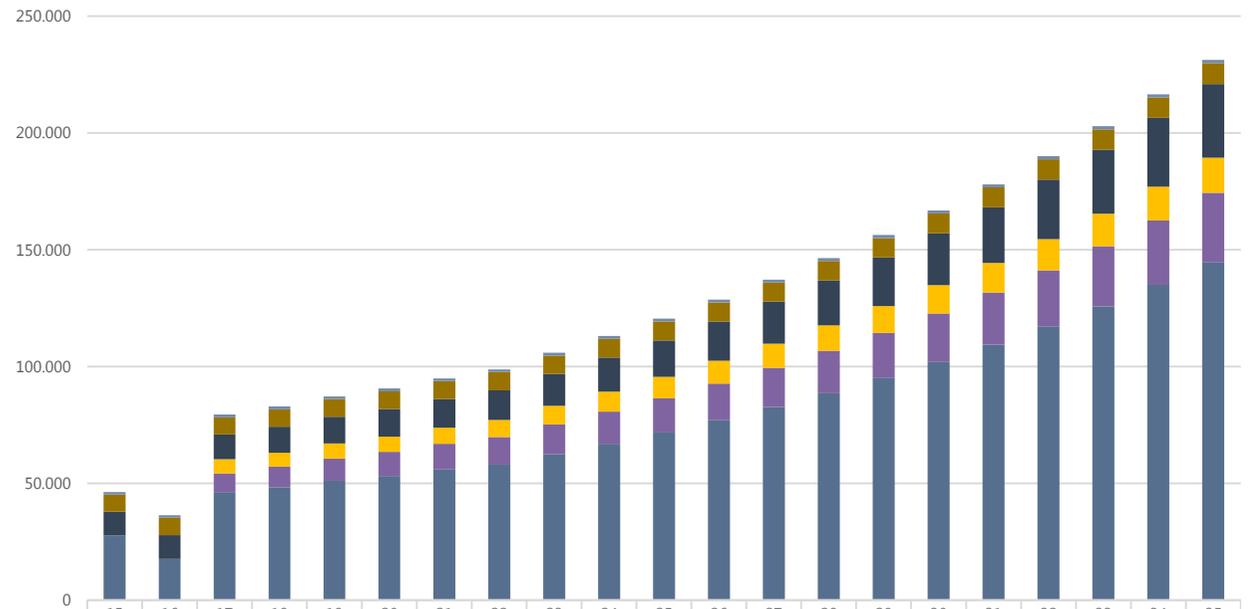
### 4. Outgoing Charter: Wachstumsraten:

- 2017-35: 6,3%

### 5. BA Wachstumsraten:

- 2017-35: 1,0%

### Passagierverkehr



	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
6. GA Passengers	1.110	1.122	1.133	1.144	1.156	1.167	1.179	1.191	1.202	1.214	1.227	1.239	1.251	1.264	1.276	1.289	1.302	1.315	1.328	1.342	1.358
5. BA Passengers	7.275	7.347	7.421	7.495	7.570	7.646	7.722	7.799	7.877	7.956	8.036	8.116	8.197	8.279	8.362	8.446	8.530	8.615	8.701	8.788	8.876
4. Outgoing Charter PAX	10.275	10.275	10.591	11.066	11.382	11.856	12.172	12.646	13.615	14.606	15.647	16.797	18.016	19.320	20.728	22.232	23.847	25.580	27.438	29.431	31.570
3. Incoming Charter PAX	0	0	6.048	6.048	6.480	6.480	6.912	7.344	8.039	8.594	9.159	9.730	10.307	10.888	11.475	12.067	12.664	13.266	13.872	14.482	15.097
2. Regional Airlines for Secondary HUBs PAX	0	0	7.904	8.694	9.485	10.275	11.066	11.856	12.764	13.693	14.669	15.748	16.890	18.113	19.432	20.843	22.356	23.981	25.723	27.592	29.597
1 Feeder & Code-sharing PAX	27.652	17.618	46.342	48.414	51.126	53.198	55.910	57.982	62.425	66.967	71.738	77.014	82.599	88.582	95.033	101.93	109.33	117.28	125.80	134.93	144.74
Total Passengers	46.312	36.362	79.439	82.861	87.198	90.622	94.961	98.818	105.92	113.03	120.47	128.64	137.25	146.44	156.30	166.81	178.03	190.03	202.86	216.57	231.24

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach Regionen und BA+GA Low Case Szenario - Flugbewegungen



Flugbewegungen (ATM)  
Wachstumsraten gesamt:

- 2017-35: 1,0%

**PAX/ATM:**

EU-Schengen:

- 48 (2017)
- 76 (2035)

EU Nicht-Schengen:

- 63 (2017)
- 83 (2035)

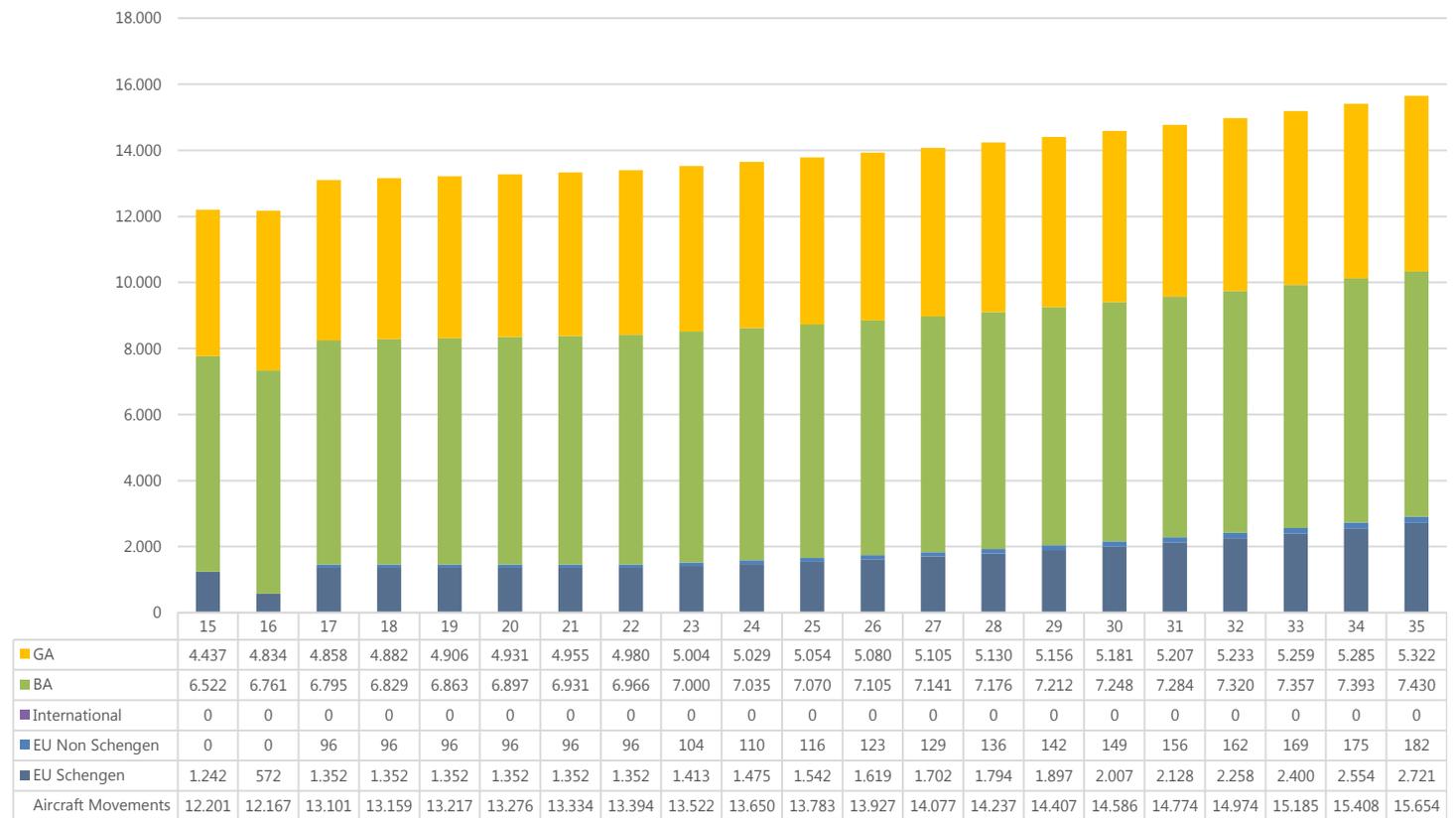
Business Aviation:

- 1,1 (2017)
- 1,2 (2035)

General Aviation:

- 0,2 (2017)
- 0,3 (2035)

Flugbewegungen



	17	18	19	20	21	22	25	30	35
PAX pro ATM	49	51	54	56	59	62	67	73	76

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach strategischen Marktsegmenten Low Case Szenario – Flugbewegungen



### Flugbewegungen (ATM) Wachstumsraten:

#### 1. Wachstumsraten Feeder Verkehr:

- 3,8% (2017-2035)

#### 2. Wachstumsraten Regionale Airlines:

- 4,5% (2017-2035)

#### 3. Wachstumsraten eingehender Charter:

- 3,6% (2017-2035)

#### 4. Wachstumsraten ausgehender Charter:

- 4,3% (2017-2035)

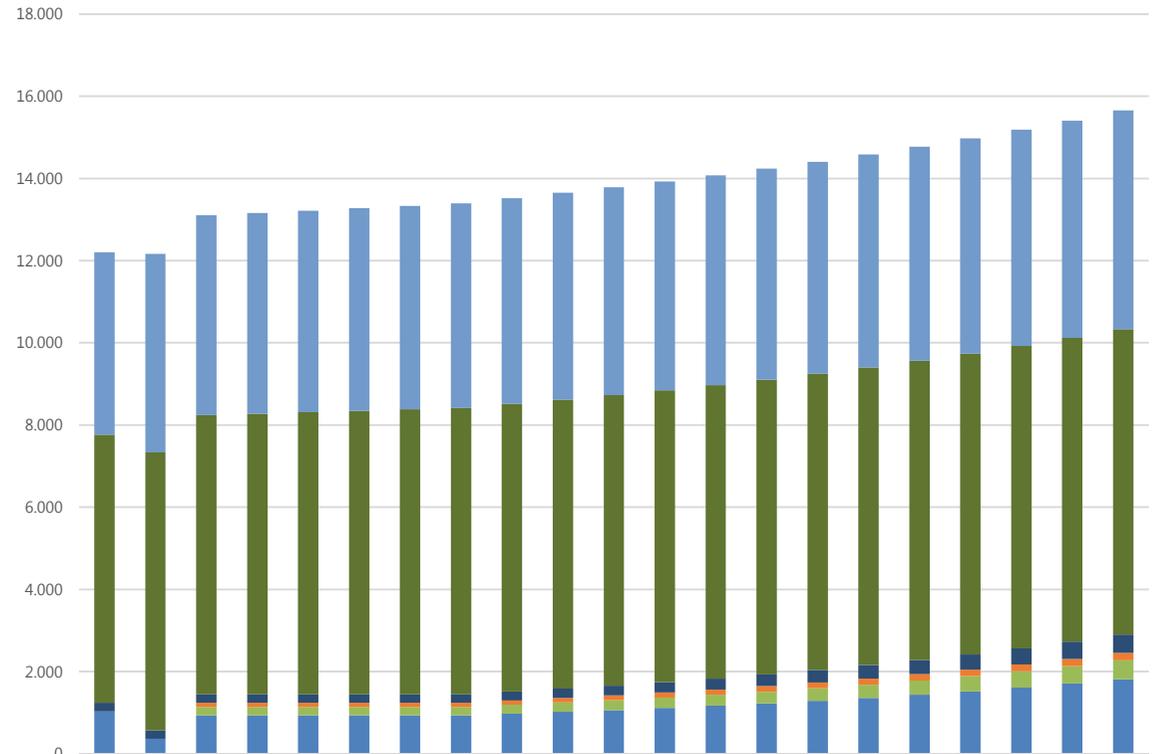
#### 5. Business Aviation:

- 0,5% (2017-2035)

#### 6. General Aviation:

- 0,5% (2017-2035)

### Flugbewegungen



	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
6. General Aviation	4.437	4.834	4.858	4.882	4.906	4.931	4.955	4.980	5.004	5.029	5.054	5.080	5.105	5.130	5.156	5.181	5.207	5.233	5.259	5.285	5.322
5. Business Aviation A/c Movements	6.522	6.761	6.795	6.829	6.863	6.897	6.931	6.966	7.000	7.035	7.070	7.105	7.141	7.176	7.212	7.248	7.284	7.320	7.357	7.393	7.430
4. Outgoing Charter	208	208	208	208	208	208	208	208	217	227	238	252	266	283	302	322	344	367	392	418	446
3. Aircraft Movements Incoming Charter	0	0	96	96	96	96	96	96	104	110	116	123	129	136	142	149	156	162	169	175	182
2. Regional Airlines for Secondary HUBs	0	0	208	208	208	208	208	208	217	227	239	252	267	284	304	325	348	372	399	427	457
1. Aircraft Movements Feeder & Code-Sharing	1.034	364	936	936	936	936	936	936	978	1.021	1.065	1.115	1.169	1.227	1.291	1.360	1.436	1.519	1.610	1.710	1.817
Aircraft Movements	12.201	12.167	13.101	13.159	13.217	13.276	13.334	13.394	13.522	13.650	13.783	13.927	14.077	14.237	14.407	14.586	14.774	14.974	15.185	15.408	15.654

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Flugplan (Bottom-up Prognose)

### High Case (HC) Szenario



#### HIGH CASE

##### 1. Feeder & Code Sharing

- Rom – Alitalia Cityliner
- Wien – Austrian Airlines
- Amsterdam – KLM Cityhopper
- London - Flybe

##### 2. Regionale Fluglinien und Sekundärhubs

- Warschau – Eurolot
- Madrid – Air Nostrum
- Berlin – Air Berlin
- Hamburg – Air Berlin
- Düsseldorf – Air Berlin
- Paris – City Jet
- Oslo – Cimber Air

##### 3. Incoming Charter

- Copenhagen Billund – Cimber Air
- Moskau – S7
- Stockholm – Cimber Air
- Kiev – Ukraine International Airlines

##### 4. Outgoing Charter

- Ibiza – Meridiana
- Mallorca – Meridiana
- Kreta – Aegean Airlines
- Cyprus - Meridiana
- Cagliari – Austrian Airlines
- Olbia – Austrian Airlines
- Catania – Austrian Airlines
- Lamezia Terme – Austrian Airlines
- Dubrovnik - Croatia Airlines
- Zagreb – Croatia Airlines

#### Achtung:

Die angeführten Destinationen und Fluglinien sind „Platzhalter“ für die Erstellung des Flugplanes. Wir empfehlen eine periodische Überarbeitung je nach vorhandenen Marktinformationen.

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach Marktanteilen High Case Szenario – Passagieverkehr



### PAX Wachstumsraten gesamt: Passagierverkehr

- 2017-22: 19,5%
- 2022-35: 6,4%
- 2017-35: 10,0%

### Marktanteil EU Schengen:

- 83,0% (2017)
- 83,1% (2035)

### Marktanteil EU Nicht-Schengen:

- 10,1% (2017)
- 7,8% (2035)

### Marktanteil internationale PAX:

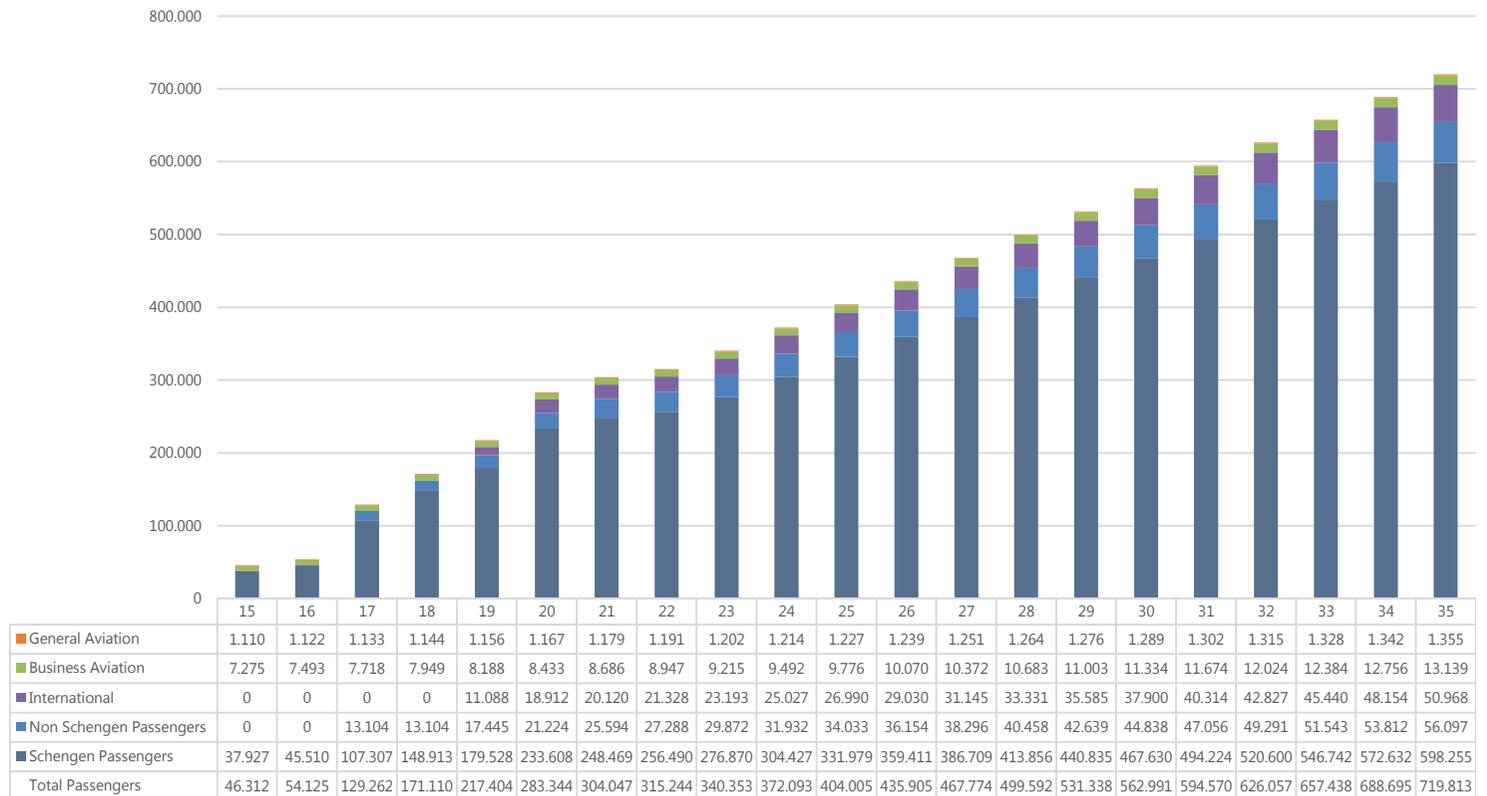
- 0% (2017)
- 7,1% (2035)

### Marktanteil von BA:

- 6,0% (2017)
- 1,8% (2035)

### Marktanteil von GA:

- 0,9% (2017)
- 0,2% (2035)





# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach strategischen Marktsegmenten High Case Szenario – Passagieverkehr

### PAX Wachstumsraten gesamt :

- 2017-22: 19,5%
- 2022-35: 6,4%
- 2017-35: 10,0%

### 1. Feeder Verkehr Wachstumsraten :

- 2017-35: 7,4%

### 2. Regionale Fluglinien Wachstumsraten:

- 2017-35: 17,4%

### 3. Incoming Charter: Wachstumsraten: 2018-35: 20,2%

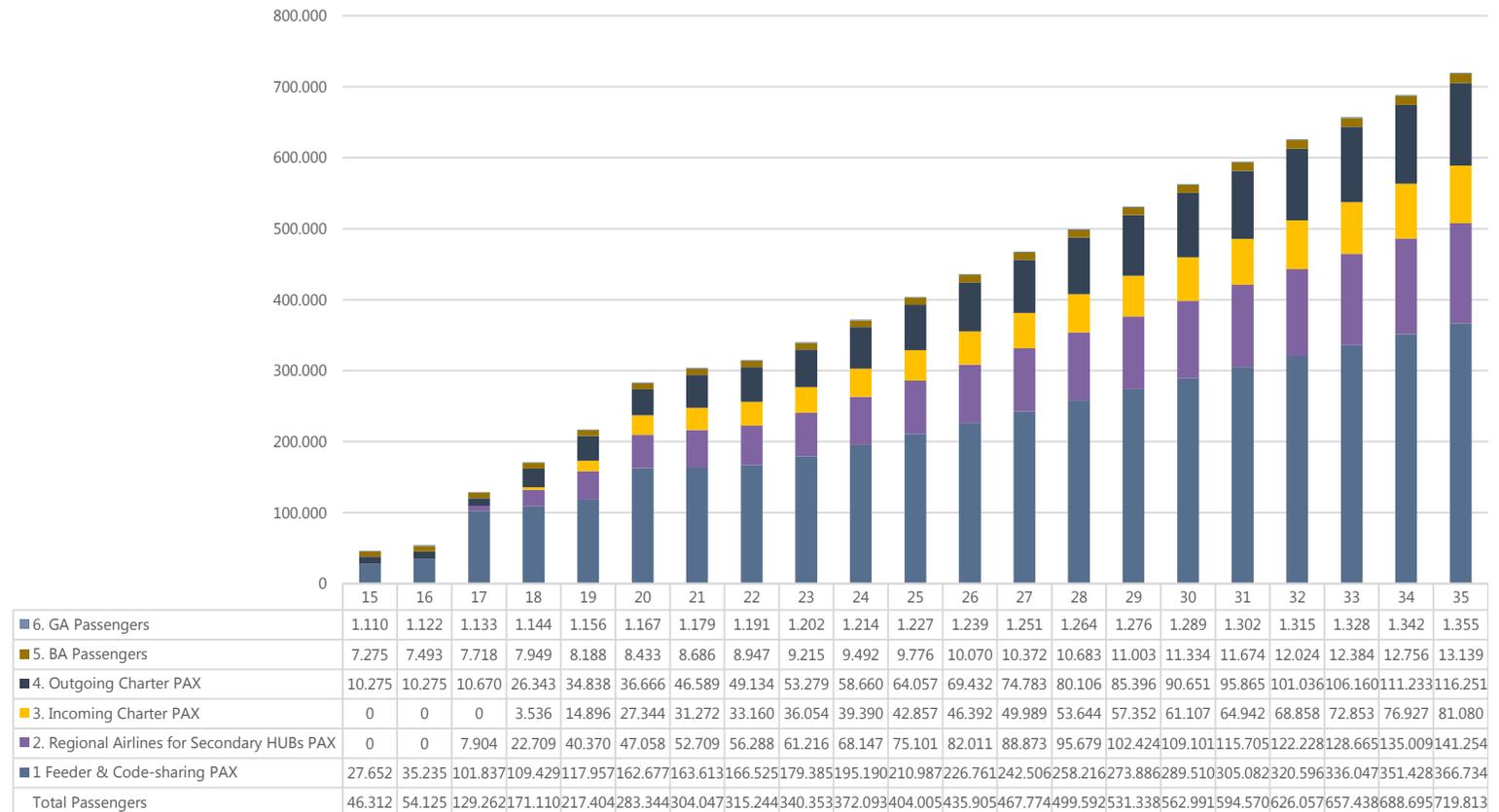
### 4. Outgoing Charter: Wachstumsraten:

- 2017-35: 14,2%

### 5. BA Wachstumsraten:

- 2017-35: 3,0%

### Passagierverkehr



# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach Regionen und BA+GA High Case Szenario – Flugbewegungen



Flugbewegungen (ATM)  
Wachstumsraten gesamt:

- 2017-35: 3,3%

**PAX/ATM:**

EU-Schengen:

- 49 (2017)
- 72 (2035)

EU Nicht-Schengen:

- 63 (2017)
- 70 (2035)

International:

- 92 (2019)
- 126 (2035)

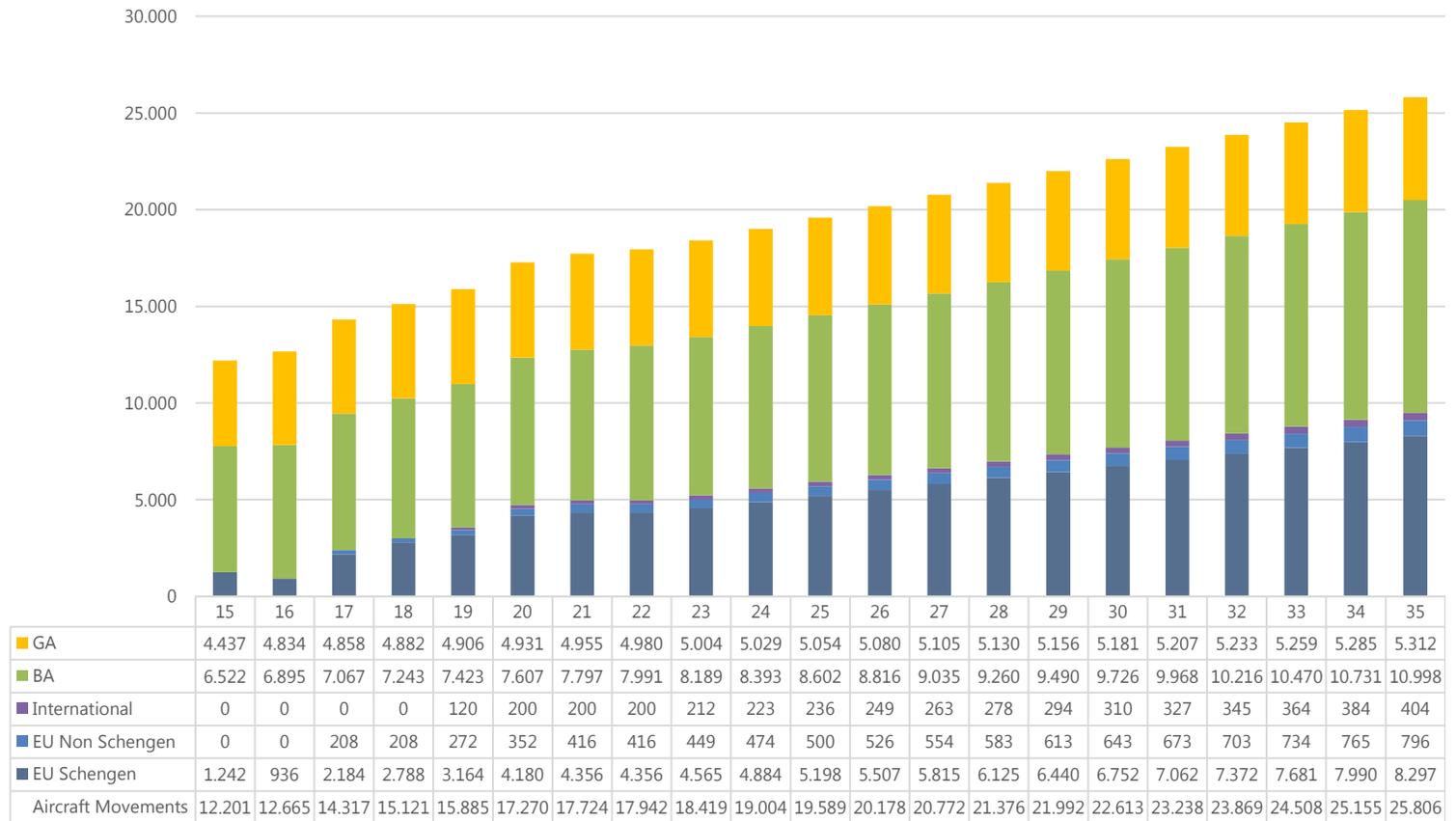
Business Aviation:

- 1,1 (2017)
- 1,2 (2035)

General Aviation:

- 0,2 (2017)
- 0,3 (2035)

Flugbewegungen



	17	18	19	20	21	22	25	30	35
PAX pro ATM	51	54	57	60	63	67	73	78	82

# III VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach strategischen Marktsegmenten High Case Szenario – Flugbewegungen



Flugbewegungen (ATM)  
Wachstumsraten:

1. Feeder  
Verkehrswachstumsraten:  
▪ 5,4% (2017-2035)

2. Regional Airlines  
Wachstumsraten:  
▪ 14,1% (2017-2035)

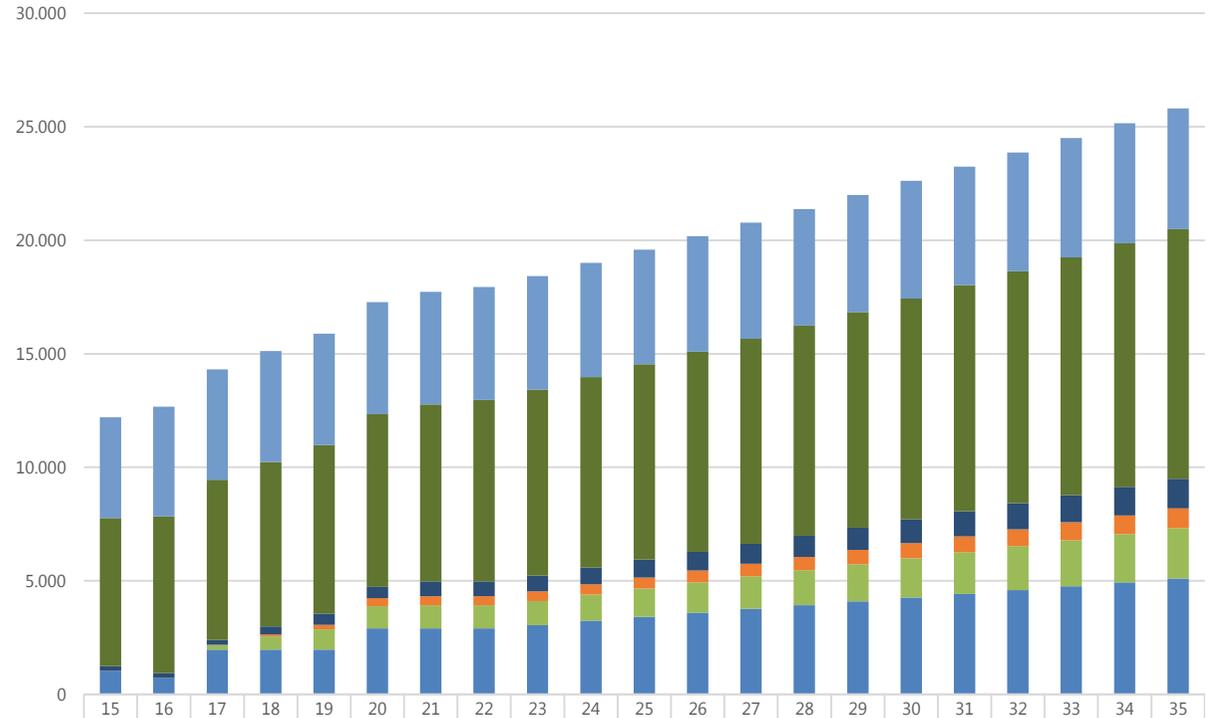
3. Eingehende Charter  
Wachstumsraten:  
▪ 15,0% (2018-2035)

4. Ausgehende Charter  
Wachstumsraten:  
▪ 10,7% (2017-2035)

5. Business Aviation:  
▪ 2,5% (2017-2035)

6. General Aviation:  
▪ 0,5% (2017-2035)

Flugbewegungen



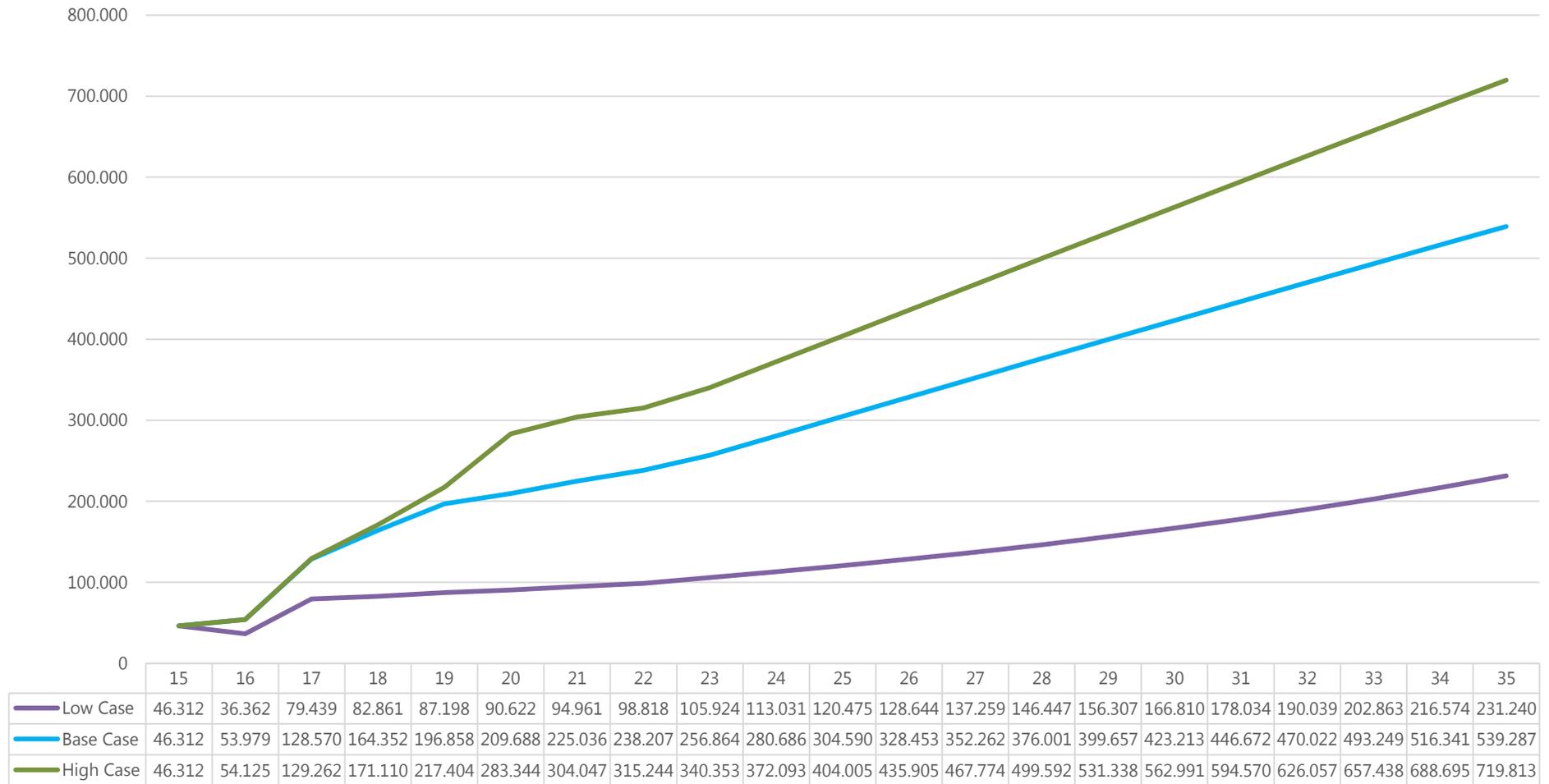
	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
6. General Aviation	4.437	4.834	4.858	4.882	4.906	4.931	4.955	4.980	5.004	5.029	5.054	5.080	5.105	5.130	5.156	5.181	5.207	5.233	5.259	5.285	5.312
5. Business Aviation A/c Movements	6.522	6.895	7.067	7.243	7.423	7.607	7.797	7.991	8.189	8.393	8.602	8.816	9.035	9.260	9.490	9.726	9.968	10.216	10.470	10.731	10.998
4. Outgoing Charter	208	208	208	364	492	492	652	652	686	734	782	831	882	934	990	1.044	1.098	1.150	1.202	1.253	1.302
3. Aircraft Movements Incoming Charter	0	0	0	80	200	360	400	400	423	453	485	517	552	588	626	664	703	743	783	824	865
2. Regional Airlines for Secondary HUBs	0	0	208	576	888	968	1.008	1.008	1.064	1.155	1.246	1.339	1.433	1.532	1.634	1.736	1.836	1.935	2.032	2.128	2.222
1. Aircraft Movements Feeder & Code-Sharing	1.034	728	1.976	1.976	1.976	2.912	2.912	2.912	3.052	3.239	3.420	3.595	3.765	3.932	4.096	4.260	4.425	4.592	4.761	4.935	5.108
Aircraft Movements	12.201	12.665	14.317	15.121	15.885	17.270	17.724	17.942	18.419	19.004	19.589	20.178	20.772	21.376	21.992	22.613	23.238	23.869	24.508	25.155	25.806

# VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafen Bozen nach strategischen Marktsegmenten Vergleich der verschiedenen Szenarien - Passagieverkehr



Passagiervergleich der verschiedenen Szenarien

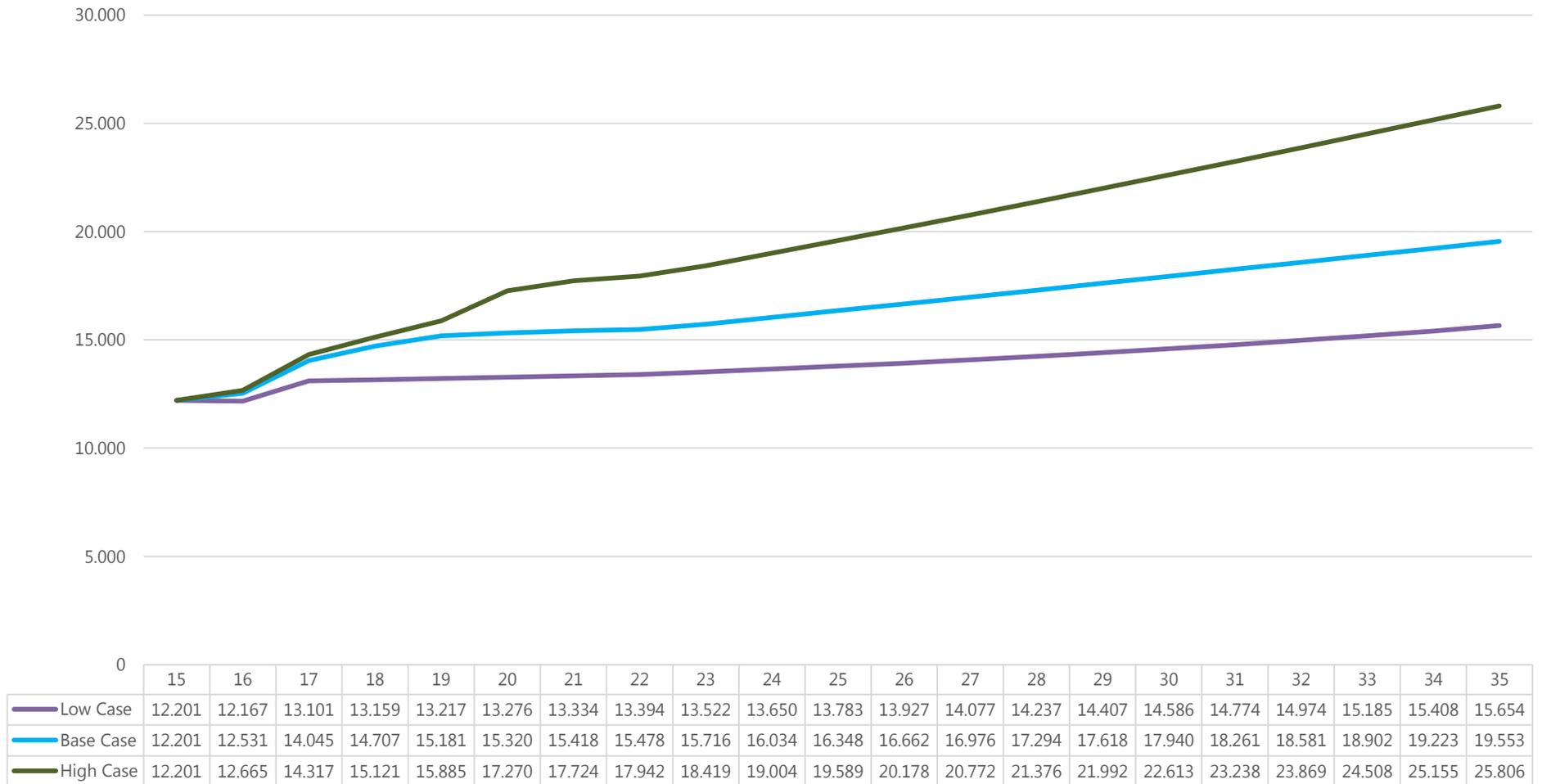


# VERKEHRSPROGNOSE

## Verkehrsprognose des Flughafens Bozen nach strategischen Marktsegmenten Vergleich der verschiedenen Szenarien - Flugbewegungen

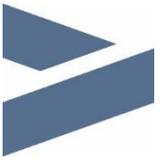


Flugbewegungsvergleich der verschiedenen Szenarien



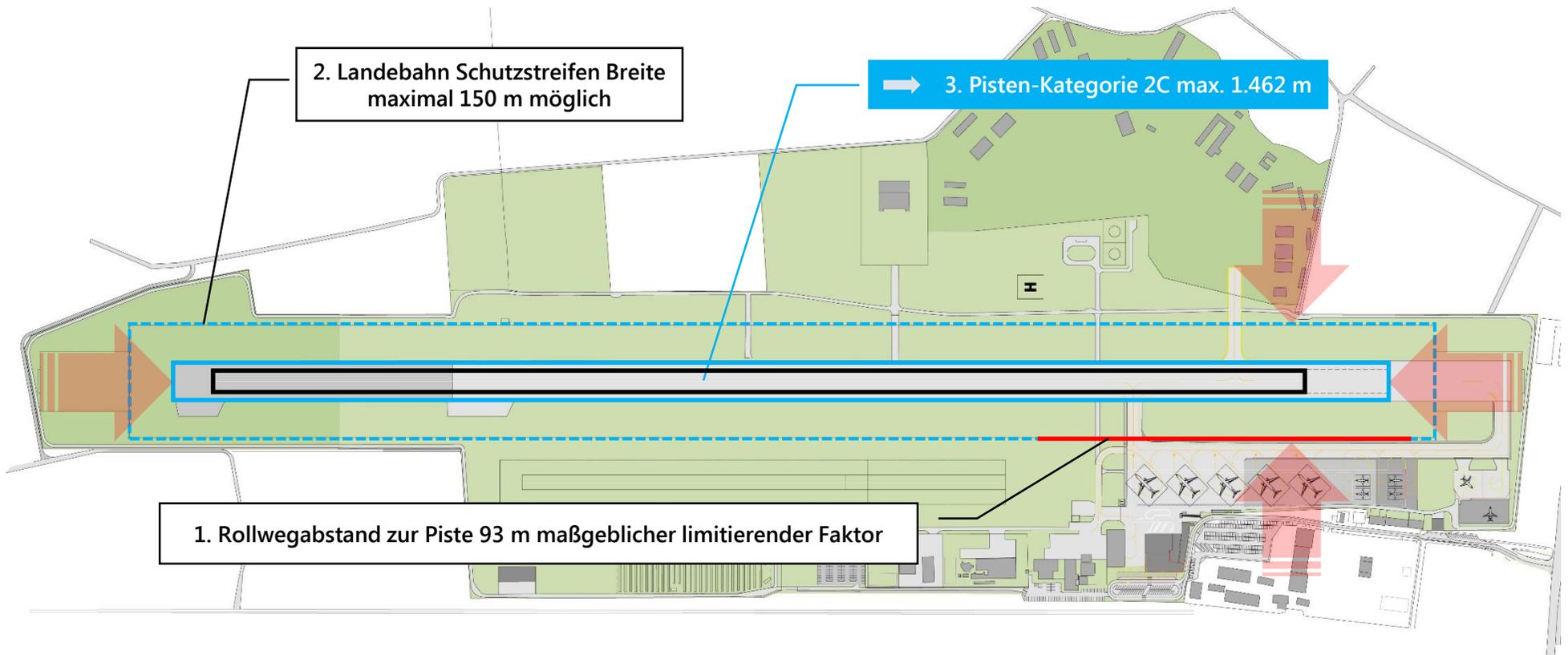
BOZEN AIRPORT

# IV TECHNISCHE BEWERTUNG



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

## Limitierender Faktor - Rollwegabstand

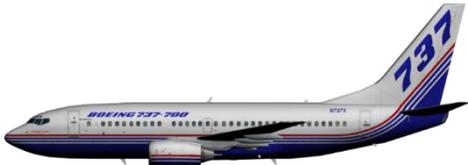


Neben dem Rollwegabstand sind auch die Hindernisfreiflächen (wie z.B. Anflugflächen und Übergangsfläche) gemäß ICAO Annex 14 limitierende Faktoren für eine höhere Kategorie.

Eine höhere Pistenkategorie würde die Verlegung der Abstellpositionen und eines Großteils der Gebäude erfordern. Zusätzlich würden sich auch die Kriterien für die Hindernisfreiheit im Bereich der Übergangsfläche (seitlich an den Sicherheitsstreifen entlang der Piste anschließende Schrägfläche) und bei den An- und Abflugflächen (sowohl in Richtung Stadt als auch Richtung Süden) wesentlich (limitierender) verändern.

## VI. TECHNISCHE BEWERTUNG

### Beispiele für Kategorie 2C Flugzeuge



Flugzeugtyp:	<b>Boeing 737-700</b>
Länge:	32,18 m
Spannweite:	34,32 m
Passagiere:	149
Reichweite:	3.980 bis 7.630 km



Flugzeugtyp:	<b>Airbus A319</b>
Länge:	33,84 m
Spannweite:	34,10 m
Passagiere:	124 - 156
Reichweite:	3.350 bis 6.850 km



Flugzeugtyp:	<b>Dash 8Q-400</b>
Länge:	32,84 m
Spannweite:	28,42 m
Passagiere:	70 / 80 (Modell 402)
Max. Reichweite:	2.518 km

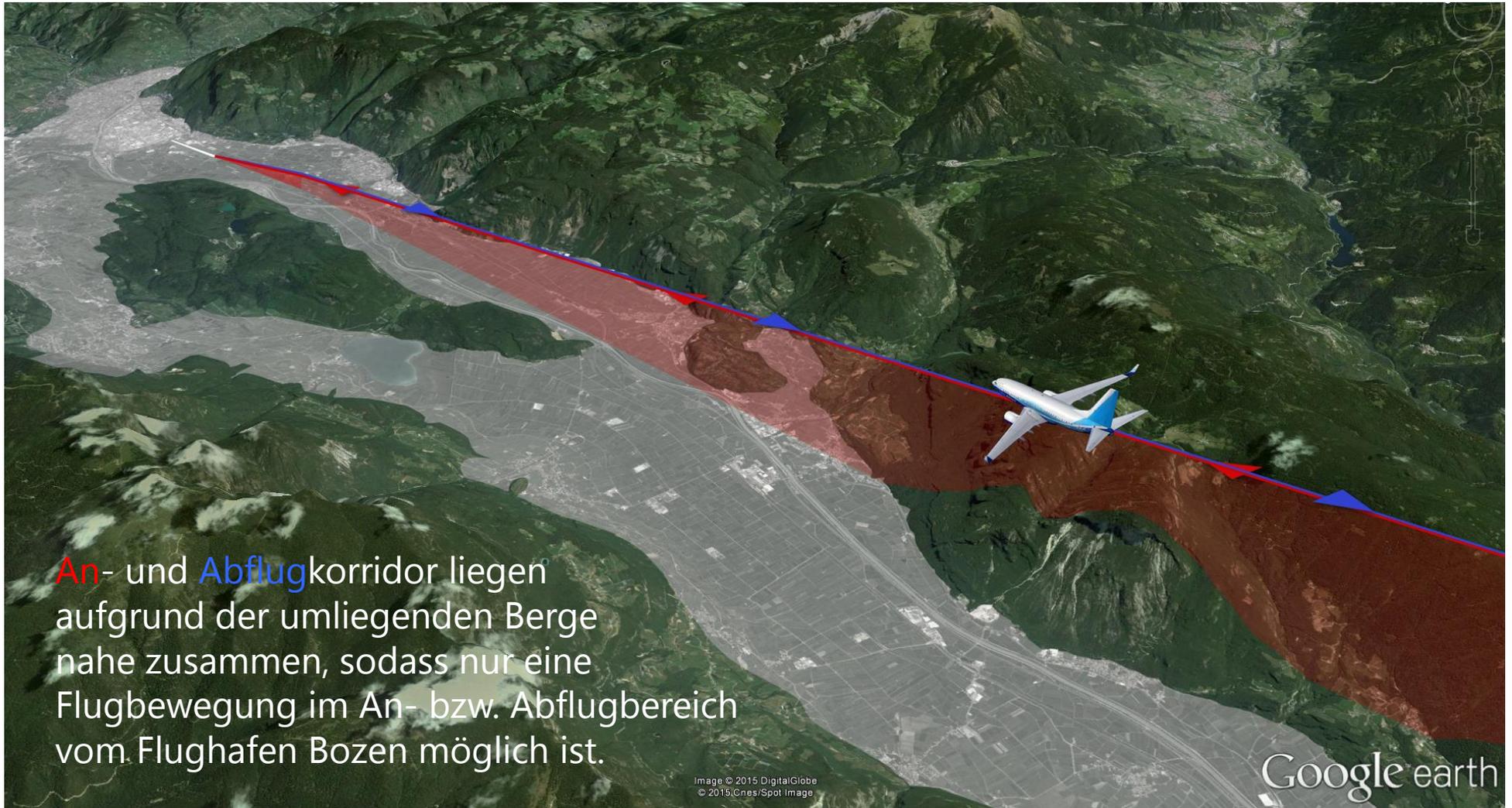
Die im ICAO Annex 14 definierte **Flughafen-kategorie 2C** (800 – 1.200 m Pisten-länge) bezieht sich auf eine Startbahn auf Meereshöhe und Standardtemperatur. Addiert man zu den max. 1.200 m die Faktoren für die Höhenlage sowie Temperatur erhält man die max. zulässige Pistenlänge der **Kategorie 2C** in Bozen von **1.462,6 m**.

Eine Verlängerung der Piste auf 1.462 m ermöglicht den hier gezeigten Flugzeugen ein sicheres operieren vom Flughafen Bozen.

Die größten Kategorie-C Flugzeuge sind die Airbus A321 und die Boeing B737-900, jeweils vom Hersteller auf max. 220 Passagieren zugelassen; allerdings ist mit unserer Landebahn keines von beiden einsetzbar. Die größten bei uns nach dem Ausbau je einsetzbaren Flieger werden die A319 mit max. 156 und die B737-700 mit max. 149 Passagieren sein.

# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

## Limitierender Faktor - Anflug / Abflug Korridor



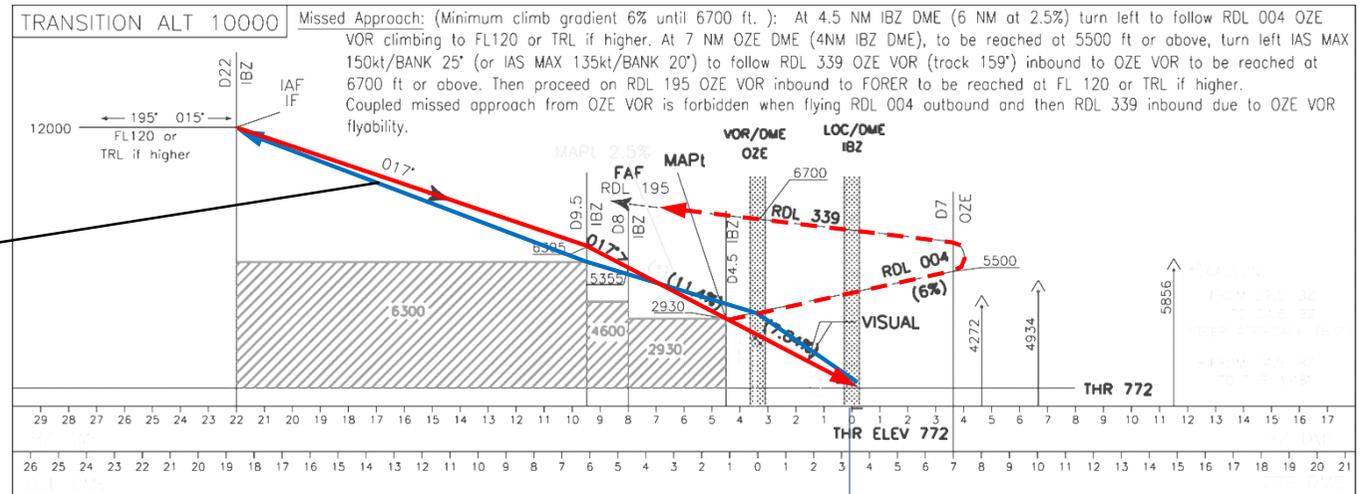
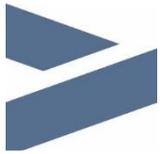
An- und Abflugkorridor liegen aufgrund der umliegenden Berge nahe zusammen, sodass nur eine Flugbewegung im An- bzw. Abflugbereich vom Flughafen Bozen möglich ist.

Image © 2015 DigitalGlobe  
© 2015 Cnes/Spot Image

Google earth

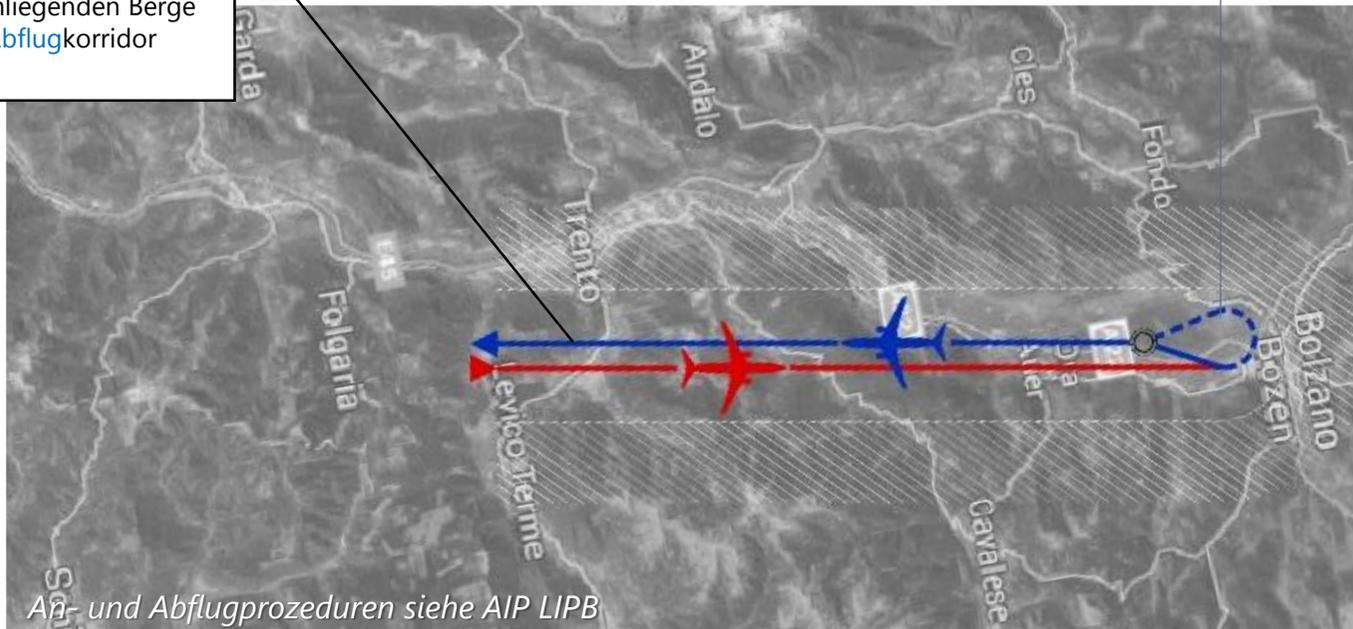
# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

## Limitierender Faktor - Anflug / Abflug Prozedur



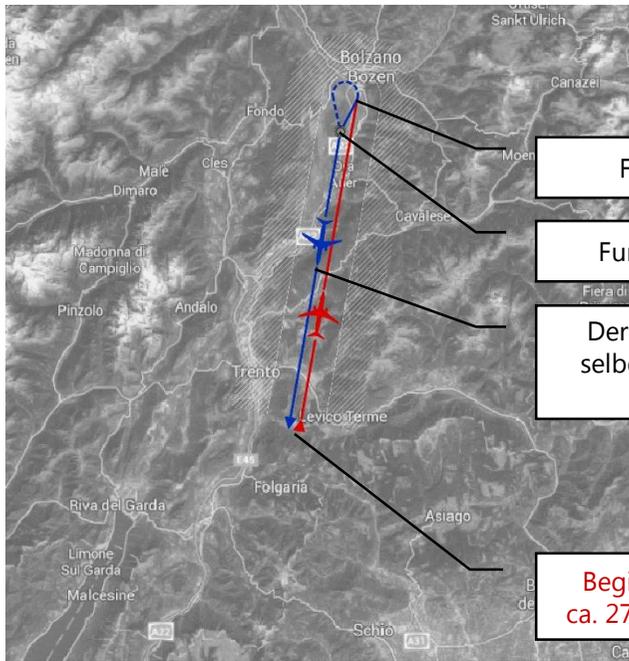
An- und Abflugkorridor liegen zu nahe zusammen um parallel mehr als eine Flugbewegung in diesem Bereich zu ermöglichen.

Aufgrund der umliegenden Berge liegen An- und Abflugkorridor nahe zusammen.



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

## Limitierender Faktor - Anflug / Abflug Prozedur



Flughafen Bozen

Funkfeuer VOR-OZE

Der **Abflug** verläuft im selben Korridor wie der **Anflug**

Beginn des Landeanfluges ca. 27 NM südlich von Bozen

### Dauer einer Flugbewegung

- Anflug und Landung: 12 Min.
- Abrollen zur Position: 4 Min.
- Hinausrollen, Line-Up, Startlauf: 4 Min.
- Abflug: 12 Min.

1 Anflug + 1 Abflug	ca. 32 Min.
2 Anflüge + 1 Abflug	35 Min.
2 Anflüge + 2 Abflüge	38 Min.
1 Anflug + 1 Abflug =	< 4 MVT/h
2 Anflüge + 2 Abflüge =	5 MVT/h
Unter besten Bedingungen	max. 8 MVT/h

(2 Anflüge bzw. 2 Abflüge hintereinander / Hintereinander erfolgende An- bzw. Abflüge werden mit 3 Min. Abstand angenommen.)

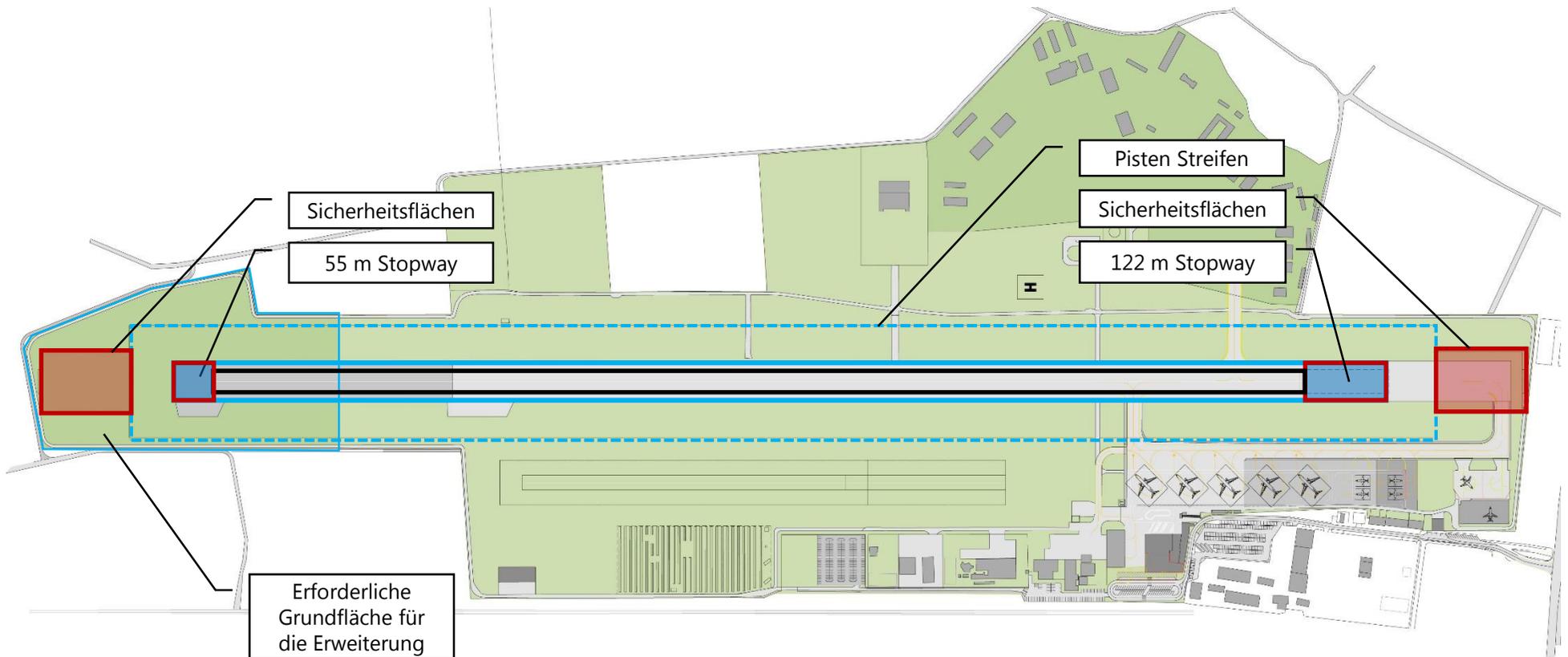
Ein Rollweg für **Abfliegende** und **Ankommende** Flugzeuge



Abfliegende Flugzeuge müssen hinter dieser Linie warten wenn sich ein weiterer Flugzeug im **Landeanflug** befindet.

# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

## Erhöhung der Sicherheit

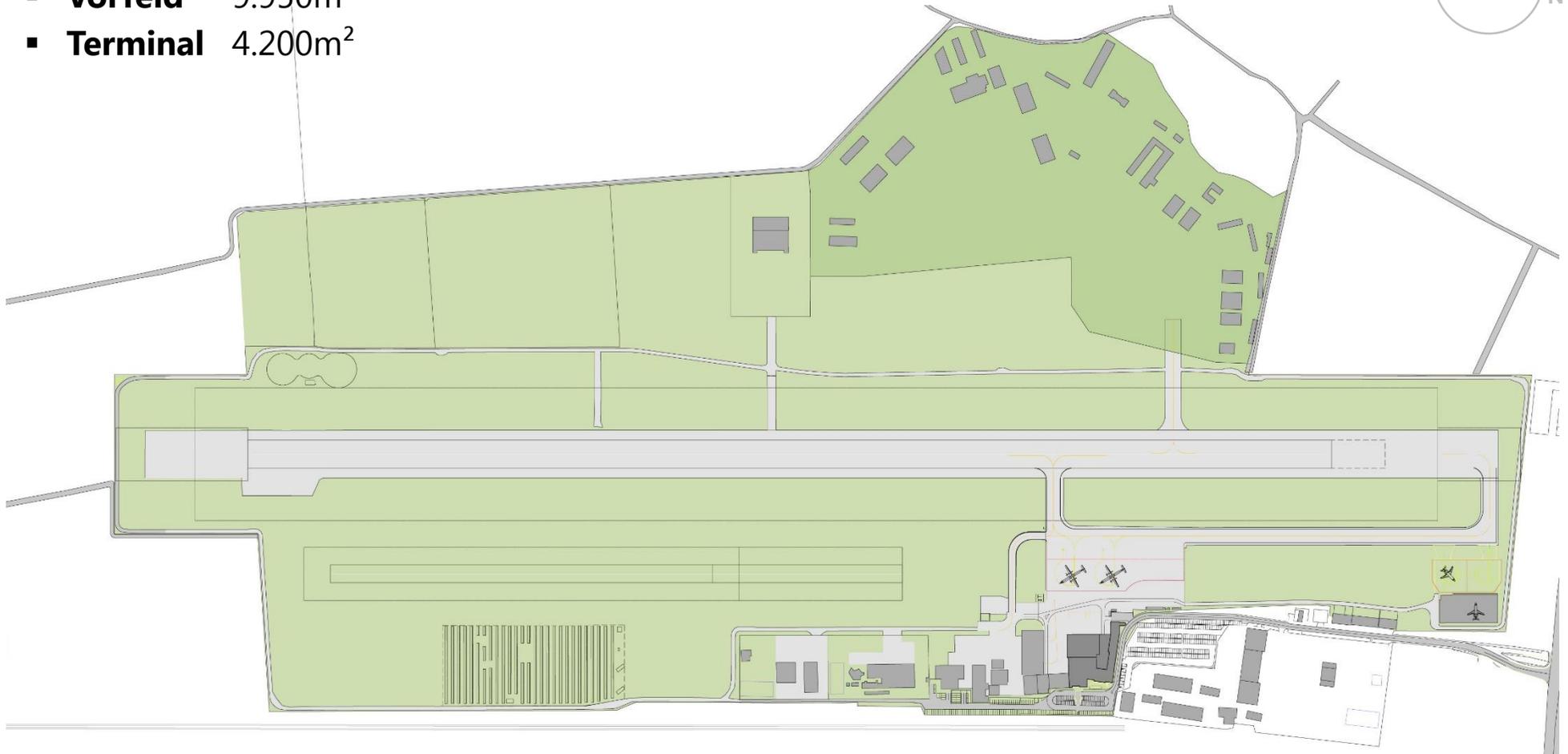
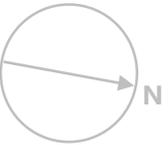


Die Verlängerung der Start-/Landebahn um 168 m auf eine Gesamtlänge von 1.462 m ergibt eine erhebliche Steigerung der Sicherheitsflächen hinter den Pistenenden. RESA Flächen (Runway End Safety Area) werden von derzeit 90 x 60 m auf 120 x 90 m erweitert.

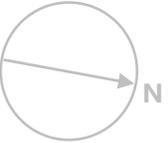
# IV TECHNISCHE BEWERTUNG BESTAND



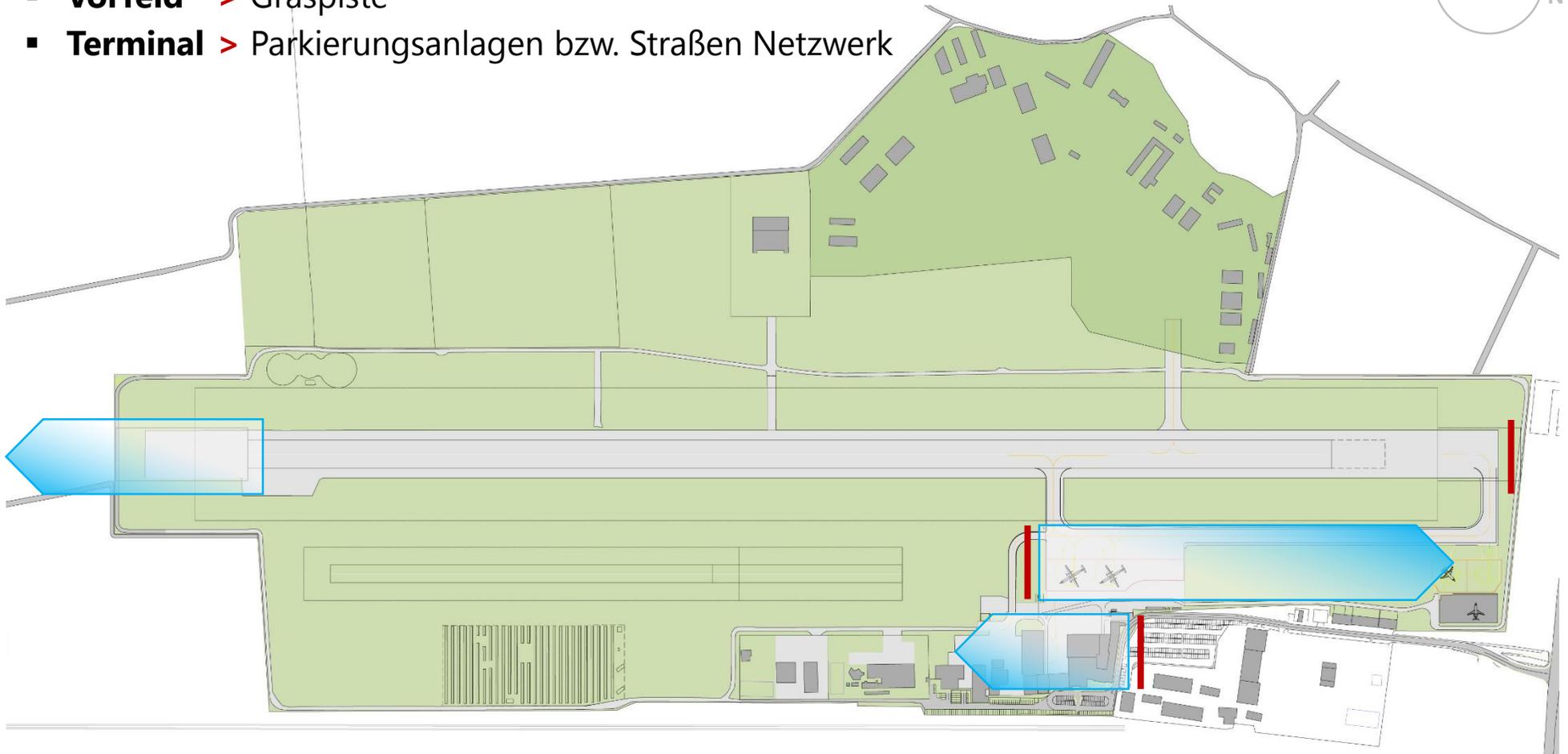
- **Piste** 1.294m
- **Vorfeld** 9.950m<sup>2</sup>
- **Terminal** 4.200m<sup>2</sup>



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG ENTWICKLUNG – FLUGHAFEN Limitierungen



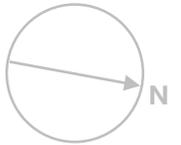
- **Piste** > Luftseite
- **Vorfeld** > Graspiste
- **Terminal** > Parkieranlagen bzw. Straßen Netzwerk



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

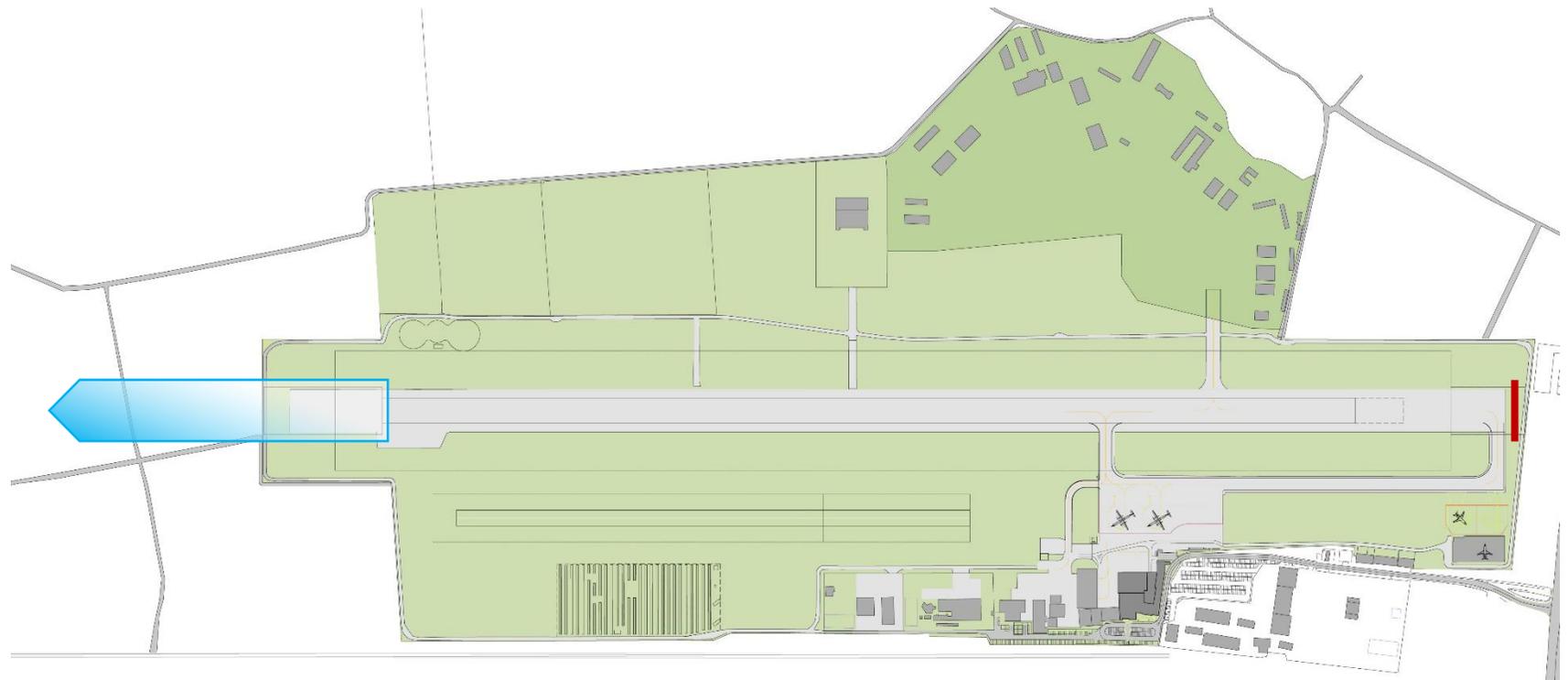
## ENTWICKLUNG – FLUGHAFEN

### Limitierungen



#### RWY Verlängerung

- Aufgrund limitierten Seitenabstände zur RWY ist die Kategorie 2 C die höchstmögliche RWY Kategorie
- Die Piste sollte auf die maximale Länge für Kategorie 2-C nach Süden erweitert werden



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

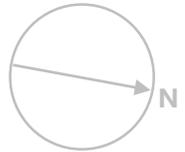
## ENTWICKLUNG – FLUGHAFEN

### Limitierungen



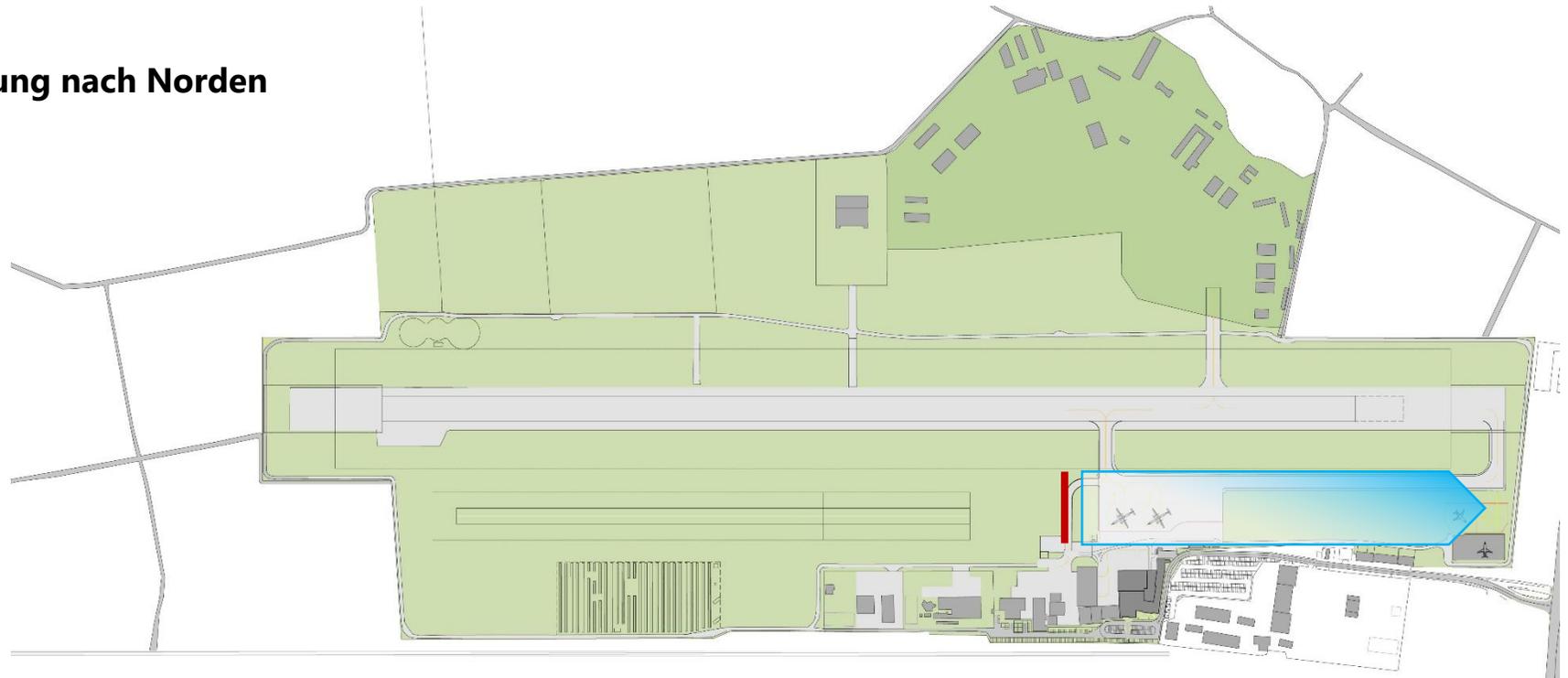
#### Vorfeld Erweiterung

- Betrieb der Graspiste ermöglicht eine Erweiterung des Vorfeldes nur nach Norden
- Da GA weiterhin eine wichtige Rolle in der Strategie von ABD haben wird, wird die Graspiste weiterhin betrieben

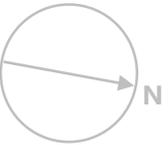


#### Conclusio

- ▶ Erweiterung nach Norden



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG ENTWICKLUNG – FLUGHAFEN Limitierungen

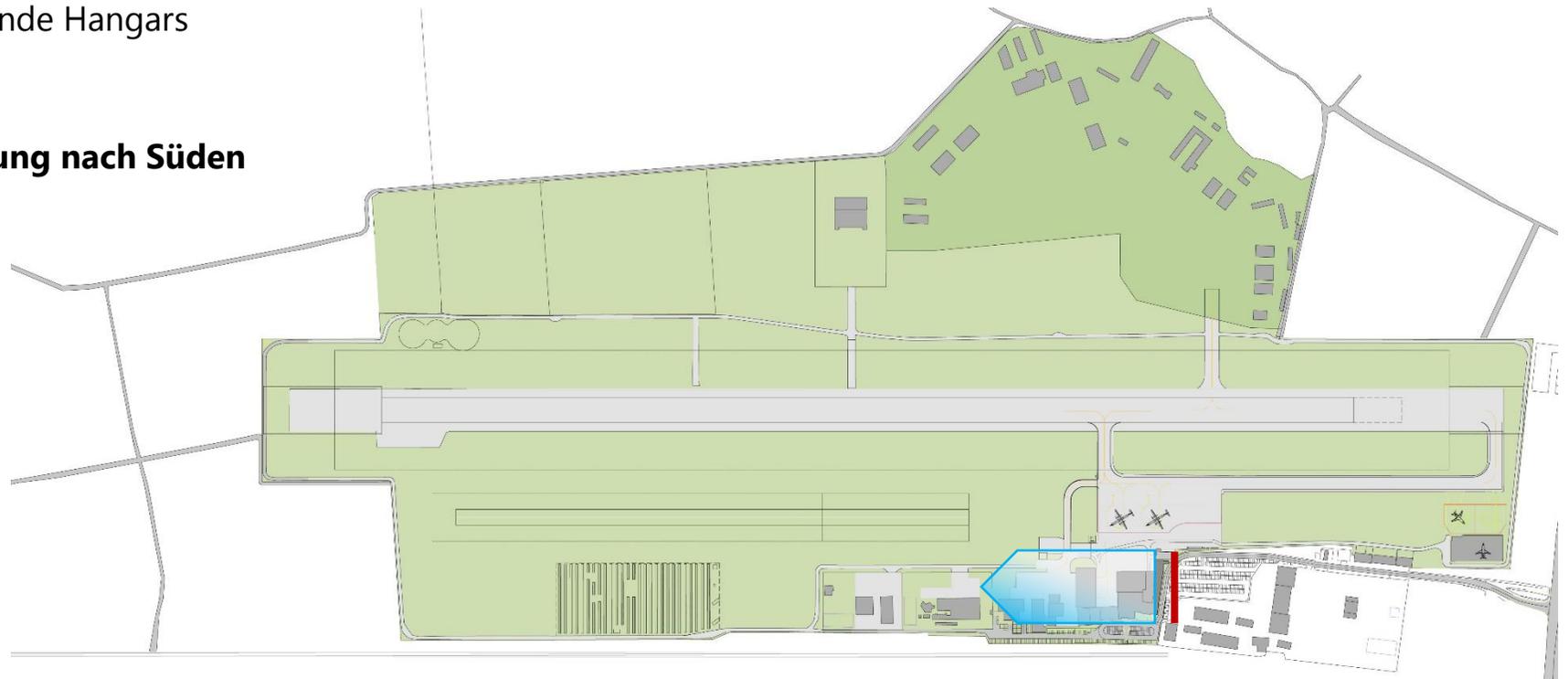


## Terminal Erweiterung

- **Lage von Norden**
  - Parkieranlagen
  - Zufahrtsstraße
  - Bestehende Gebäude
- **Lage von Süden**
  - Bestehende Hangars

## Conclusio

- ▶ **Erweiterung nach Süden**



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG BESTAND - TERMINAL



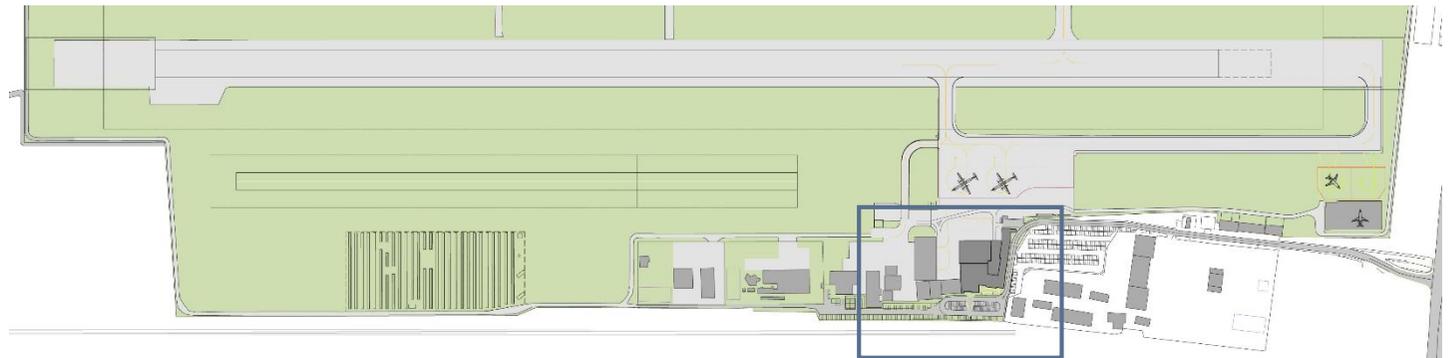
Terminal Erweiterung  
**2012**

Terminal Erweiterung  
**1999**

Historisches Terminalgebäude  
**1950**

Hangar  
**1999**

Eisenbahn



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG ENTWICKLUNG – **ULTIMATE VISION**



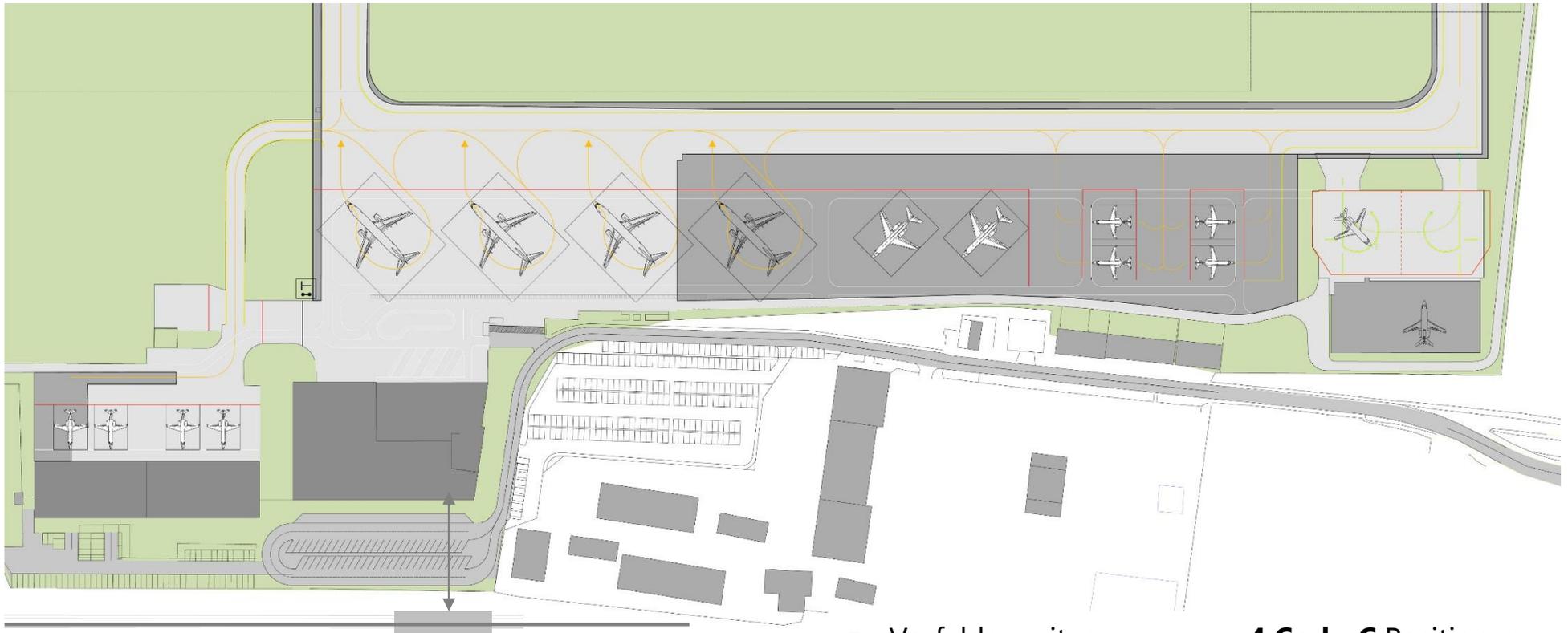
- „Ultimate Vision“
- 6 – 8 Movements / h
- Ca. Verdopplung des ermittelten Bedarfs am Ende des Betrachtungszeitraums



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

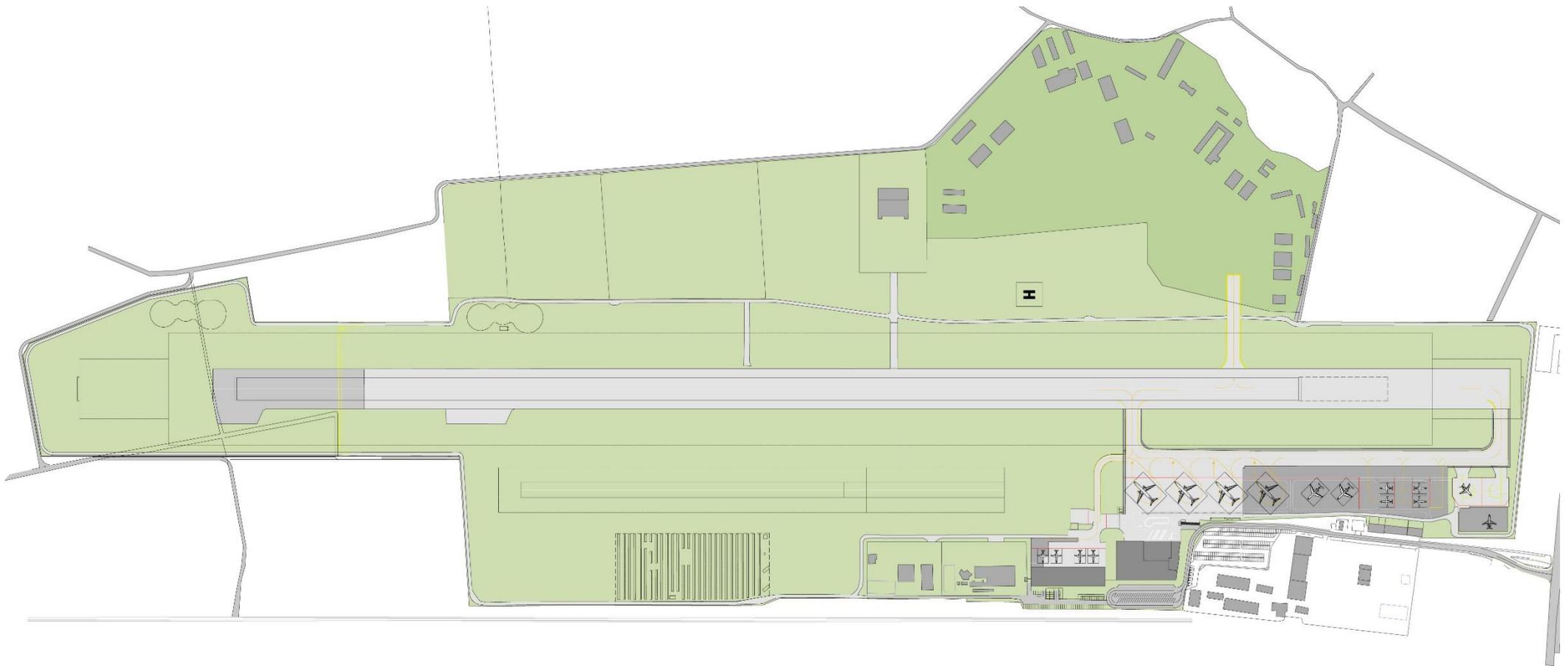
## ENTWICKLUNG – **ULTIMATE VISION**

### Vorfeld



- Vorfelderweiterung:
  - 4 Code-C** Positionen
  - 2 Code-B** Positionen
  - 4 Code-A** Positionen
- Erweiterung Terminalgebäude
- Neubau Hangar
- Neue Vorfahrt
- Bahnstation

# IV TECHNISCHE BEWERTUNG ENTWICKLUNG – **ULTIMATE VISION** Gesamtplan

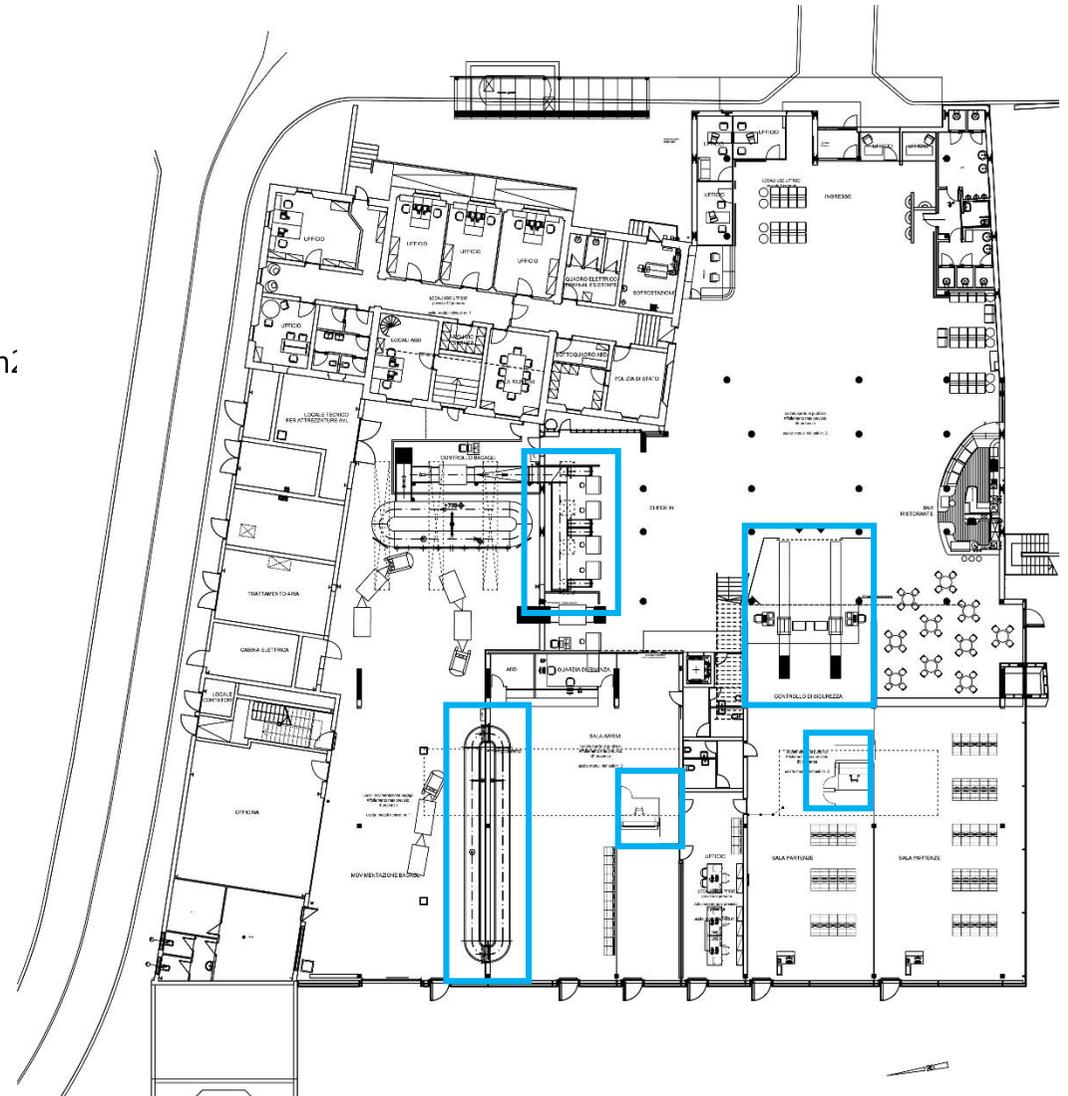


# IV TECHNISCHE BEWERTUNG FRAGESTELLUNGEN - MASTERPLAN Terminalgebäude – Bestandsanalyse



## BESTAND

<b>Check-In Schalter:</b>	<b>4</b>
Großgepäckschalter:	1
Check-In Anstellfläche:	ca. 100 m <sup>2</sup>
<b>Sicherheitskontrollen:</b>	<b>2</b>
Siko-Anstellfläche:	ca. 92 - 107 m <sup>2</sup>
<b>Gate-Warteraum Schengen:</b>	<b>94 m<sup>2</sup></b>
<b>Gate-Warteraum Non-Schengen:</b>	<b>186 m<sup>2</sup></b>
<b>Passkontrolle Abflug:</b>	<b>1</b>
Anstellfläche Passkontrolle Abflug:	22 m <sup>2</sup>
<b>Passkontrolle Ankunft:</b>	<b>1</b>
Anstellfläche Passkontrolle Ankunft:	25 m <sup>2</sup>
<b>Gepäckausgabeband:</b>	<b>15 lfm</b>
Anstellfläche Gepäckausgabe:	53 m <sup>2</sup>



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

## BEDARFSABSCHÄTZUNG

### Terminalgebäude



#### Conclusio:

- Unter Berücksichtigung einiger kleiner Veränderungen erscheint ein **Betrieb des Terminals bis etwa 2025 möglich.**
- Ohne Ausbau kommt es danach zu einem signifikanten **Abfall des Servicelevels.**
- Berechnung nach **IATA ADRM (10th Edition)**

	existing (approx.)	2015	2020	2025	2030	2035
<b>Design Parameter</b>						
MAP		0,04	0,21	0,30	0,42	0,59
PAX in Peak Hour		38	110	155	219	308
<b>Departure Hall</b>						
Area of the Departure Hall	113 m <sup>2</sup>	23	67	95	134	188
<b>Traditional Check In</b>						
Total Number of Check In Desks	4	3	4	4	5	6
Queuing Area (incl. Circulation)	97 m <sup>2</sup>	33	54	63	83	108
<b>Security Screening</b>						
Total Number of Security Control Desks	2	2	2	2	2	2
Queuing Area (incl. Circulation)	92 m <sup>2</sup>	26	32	37	43	51
<b>Emigration</b>						
Total Number of Departure Control Desks	1	0	2	3	3	3
Queuing Area (incl. Circulation)	22 m <sup>2</sup>	0	27	40	45	51
<b>Boarding Gate Holding Area</b>						
Area of Gate Lounges (open Gate)	280 m <sup>2</sup>	47	137	194	274	385
<b>Immigration</b>						
Total Number of Arrival Control Desks	1	0	2	3	3	4
Queuing Area (incl. Circulation)	22 m <sup>2</sup>	0	30	44	51	66
<b>Baggage Claim</b>						
Number of Narrow Body Baggage Claim Units	1	1	1	1	1	1
Carousel frontage (Narrow Body)	16 m	9	25	36	50	71
<b>Arrival Hall</b>						
Area of the Arrival Hall	38 m <sup>2</sup>	6	17	24	34	48

# IV TECHNISCHE BEWERTUNG TERMINALGEBÄUDE

## Kritische Punkte



### GENERELL

- Signifikanter Abfall des Servicelevels ab etwa 2025 ohne geeignete Erweiterungen der Prozesseinheiten

### PASSAGIERFLÜSSE

- Kreuzung der abfliegenden und ankommenden Passagierflüsse

### RETAIL

- nicht ausreichend vorhandene Kommerzielle- bzw. Verkaufsflächen
- Kein Duty Free Shop

### ERWEITERUNG DER PROZESSEINHEITEN

- Das bestehende Layout bietet keine bzw. nur limitierte Möglichkeiten zur Erweiterung der **Prozesseinheiten**:
  - Länge des Gepäckrückgabebandes
  - Anzahl der Check-in Schalter
  - Anstellfläche beim Check-in
  - Anzahl der Sicherheitskontrolleneinheiten (limitiert, durch Verlust von Retail Flächen)



# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

## ENTWICKLUNGSOPTION – MITTELFRISTIGE MAßNAHMEN

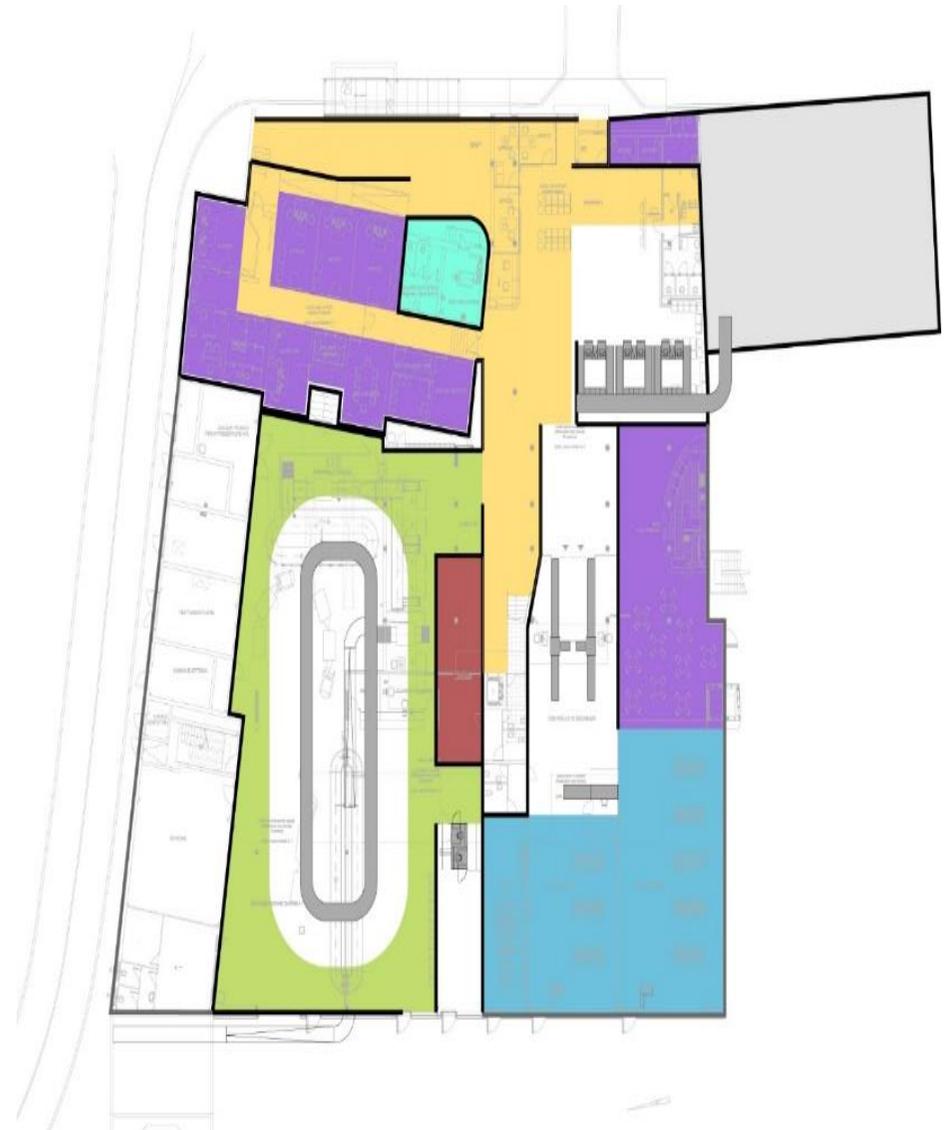
### Terminalgebäude



#### Umbau und Erweiterung

- Entflechtung kreuzender Passagierströme durch Verlegung Check In
- Nutzung des terminalnahen Hangars als Gepäckzentrale
- Schaffung von kommerziellen Flächen
- Reorganisation und Erweiterung des Check In
- Reorganisation und Erweiterung der Security
- größeres Gepäckrückgabeband

- Ankunfts- und Abflugs Halle
- Gate Warteflächen
- Kommerzielle Flächen
- Behörden
- Gepäcksausgabehalle
- Gepäcksortierfläche

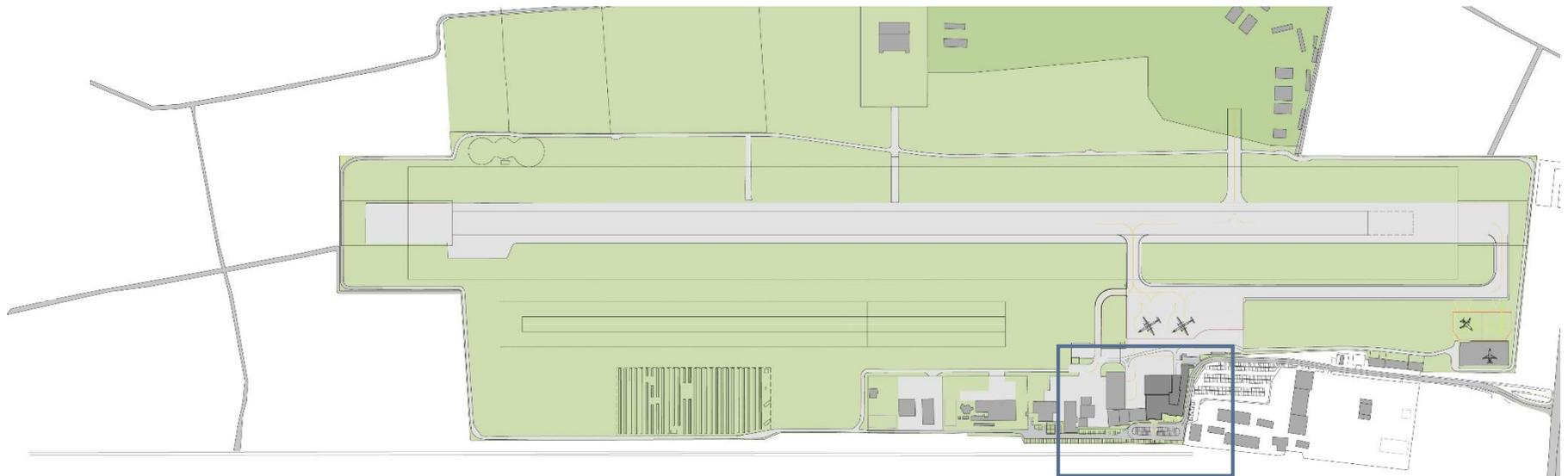


# IV TECHNISCHE BEWERTUNG

## ENTWICKLUNG - TERMINAL - ULTIMATE VISION

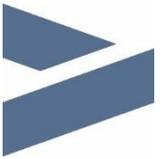


- „Ultimate Vision“
  - 6 – 8 Movements / h
  - Ca. Verdopplung des ermittelten Bedarfs am Ende des Betrachtungszeitraums
- ▶ Es ist entscheidend auch bei kurz- bzw. mittelfristigen Umbau- oder Erweiterungsmaßnahmen die Funktionalität für den steigenden Paxbedarf zugewährleisten, entsprechend sind Layout der Primärfunktionen und Prozesse zu überdenken



BOZEN AIRPORT

# V | GESCHÄFTSPLAN



# V GESCHÄFTSPLAN

## Investitionskosten



**Investitionskosten ABD** (in Mio. EUR / nominal)

- Alle Investitionen werden vom ABD durchgeführt.
- Neben der Pistenverlängerung ist eine nennenswerte Investition erst etwa 2025 erforderlich.
- Dabei handelt es sich nämlich um den Umbau des existierenden Terminals, wobei das Grundgerüst bestehen bleibt und primär eine bessere Platzverwendung für die diversen operativen Funktionen sowie etwa 500 m<sup>2</sup> kommerzielle Flächen geschaffen werden soll



	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Sonstiges	0,20	0,06	0,09	0,08	0,13	0,04	0,04	0,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00
Sonstige Gebäude & Infrastruktur	0,57	0,13	0,56	0,23	1,59	0,00	0,00	1,69	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,17	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Terminal Gebäude	0,33	0,46	1,05	0,48	0,00	0,68	0,74	0,00	0,38	4,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gebäude & Ausstattung Airside	7,65	0,42	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,69	0,00	0,00	0,00	0,00
Grundstücke	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

# V GESCHÄFTSPLAN

## Annahmen



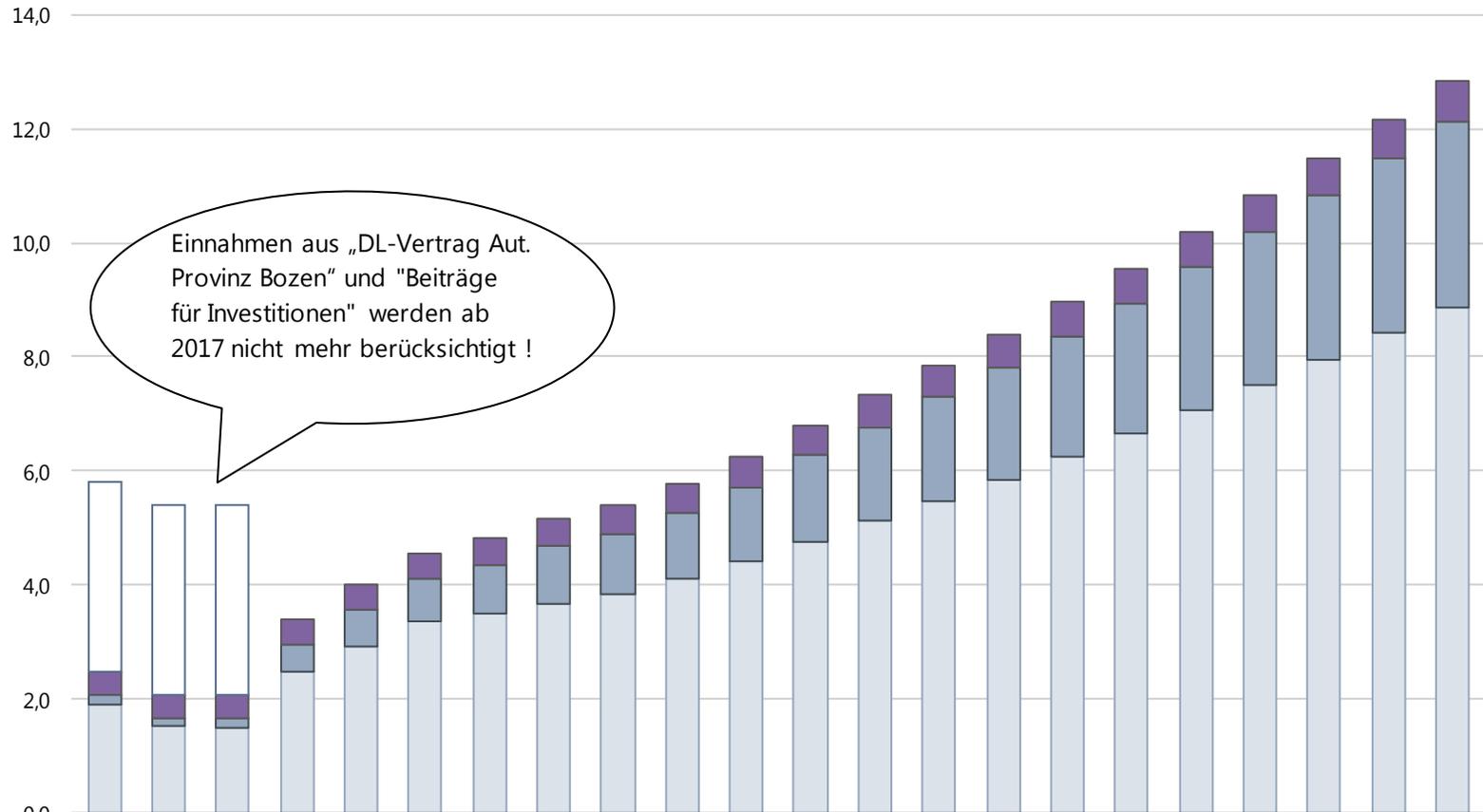
- ▶ Der Geschäftsplan wurde nur für den Base Case (BC) der Verkehrsprognose erstellt.
- ▶ Die Berechnungen erfolgen auf Basis der Ist-Daten 2012-2014 sowie den Flughafenengebühren 2014. Reale Tarifierhöhungen wurden nicht berücksichtigt. Die Ist- und Planzahlen beruhen auf Werte aus der Buchhaltung und beinhalten daher keine Umsatzsteuer.
- ▶ Inflation: 0% in 2015, ansteigend auf 2% in 2019 und stabil über die restliche Periode.
- ▶ Es wird keine Fremdfinanzierung (Bankkredite) in Anspruch genommen.
- ▶ Einkommenssteuern wurden nicht ermittelt und die Mehrwertsteuer nicht berücksichtigt.
- ▶ Neue Geschäftsfelder wurden wie folgt berücksichtigt:
  - Autovermietung, Airline Catering, Lounge, Parkgebühren für PKW, Taxi Konzessionen – alle ab 2017
  - DFS ab 2017 mobil und ab 2025 mit eigenen Raum
  - neues Restaurant ab 2025.

# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Einnahmen - Gesamt



**Gesamte Einnahmen** (in Mio. EUR)



Einnahmen aus „DL-Vertrag Aut. Provinz Bozen“ und "Beiträge für Investitionen" werden ab 2017 nicht mehr berücksichtigt !

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	
DL-Vertrag + Inv.Beiträge	3,35	3,35	3,35	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sonstige Umsätze	0,40	0,39	0,40	0,43	0,44	0,46	0,47	0,48	0,49	0,51	0,52	0,53	0,55	0,56	0,58	0,59	0,61	0,62	0,64	0,66	0,67	0,69	0,69
Non Aviation Umsätze	0,16	0,14	0,15	0,49	0,63	0,76	0,83	0,99	1,07	1,16	1,29	1,50	1,66	1,81	1,96	2,12	2,29	2,51	2,69	2,88	3,07	3,27	3,27
Aviation Umsätze	1,89	1,51	1,49	2,46	2,91	3,33	3,50	3,67	3,81	4,08	4,41	4,75	5,10	5,46	5,84	6,23	6,64	7,06	7,49	7,93	8,40	8,86	8,86

# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Einnahmen - Gesamt



- Die Betrieblichen Erträge steigen um 4,4% p.a. (2015-2035). Basierend auf 2017 ergibt sich ein **Wachstum von 7,7%** zwischen 2017-2035.
- Aviation-Umsätzen aus Flugzeuglandungen und Handling (Flugbewegungen steigen um 2,4% p.a.) und diversen Non-Aviation-Geschäften (Photovoltaik, Büroflächen, Hangar, etc.) ohne Steigerungsraten verhindern eine höhere Wachstumsrate.
- Non Aviation Umsätze steigen um 17% p.a. und damit von 2,7% (2014) auf 25,5% (2035) der gesamten Betrieblichen Erträge.
- Beim Treibstoffverkauf wurde berücksichtigt, dass bei Verkehrsflugzeugen mit ca. 100 Sitzen aufgrund der Landeleistungsdaten nur beschränkt Treibstoff mitgeführt werden kann. Daher wird es in den meisten Fällen zu einer Betankung kommen.
- „DL-Vertrag Aut. Provinz Bozen“ und „Beiträge für Investitionen“ werden ab 2017 nicht mehr berücksichtigt um den gesamten operativen Fehlbetrag neu zu ermitteln.

Planungszeitraum	2014	2017	2022	2025	2030	2035	2015-2035
Passagieraufkommen (in Mio. )	0,07	0,13	0,24	0,30	0,42	0,54	13,1%
MTOW (in 1.000)	86	102	123	139	162	189	5,0%
Flugbewegungen (in 1.000)	12,2	14,0	15,5	16,3	17,9	19,6	2,4%
Betriebliche Erträge (in Mio. €)	2014	2017	2022	2025	2030	2035	2015-2035
Landeentgelt	0,13	0,15	0,19	0,23	0,28	0,35	5,5%
Parkentgelt	0,02	0,03	0,03	0,04	0,05	0,06	6,2%
Fluggastentgelt	0,18	0,39	0,81	1,09	1,67	2,34	15,8%
Sicherheitsentgelt	0,11	0,23	0,46	0,62	0,95	1,33	15,2%
Regulierte Aviation Umsätze	0,44	0,79	1,49	1,98	2,95	4,09	13,2%
Handling Umsätze	0,78	0,87	1,38	1,73	2,46	3,32	10,3%
Treibstoffumsätze	0,67	0,79	0,94	1,04	1,23	1,45	3,8%
Nicht regulierte Aviation Umsätze	1,45	1,66	2,32	2,77	3,69	4,78	7,3%
<b>Aviation Umsätze</b>	<b>1,89</b>	<b>2,46</b>	<b>3,81</b>	<b>4,75</b>	<b>6,64</b>	<b>8,86</b>	<b>9,3%</b>
Non Aviation Umsätze Terminal	0,16	0,42	0,84	1,22	1,86	2,64	15,9%
Non Aviation Umsätze Airside	0,00	0,00	0,01	0,02	0,03	0,04	6,5%
Non Aviation Umsätze Landside	0,00	0,06	0,22	0,27	0,40	0,59	8,9%
<b>Non Aviation Umsätze</b>	<b>0,16</b>	<b>0,49</b>	<b>1,07</b>	<b>1,50</b>	<b>2,29</b>	<b>3,27</b>	<b>17,1%</b>
Sonstige Umsätze	0,40	0,43	0,49	0,53	0,61	0,69	2,8%
DL-Vertrag + Inv.Beiträge	3,35	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>Sonstige Umsätze</b>	<b>3,75</b>	<b>0,43</b>	<b>0,49</b>	<b>0,53</b>	<b>0,61</b>	<b>0,69</b>	<b>-8,1%</b>
<b>Betriebliche Erträge</b>	<b>5,80</b>	<b>3,38</b>	<b>5,38</b>	<b>6,79</b>	<b>9,54</b>	<b>12,82</b>	<b>4,4%</b>

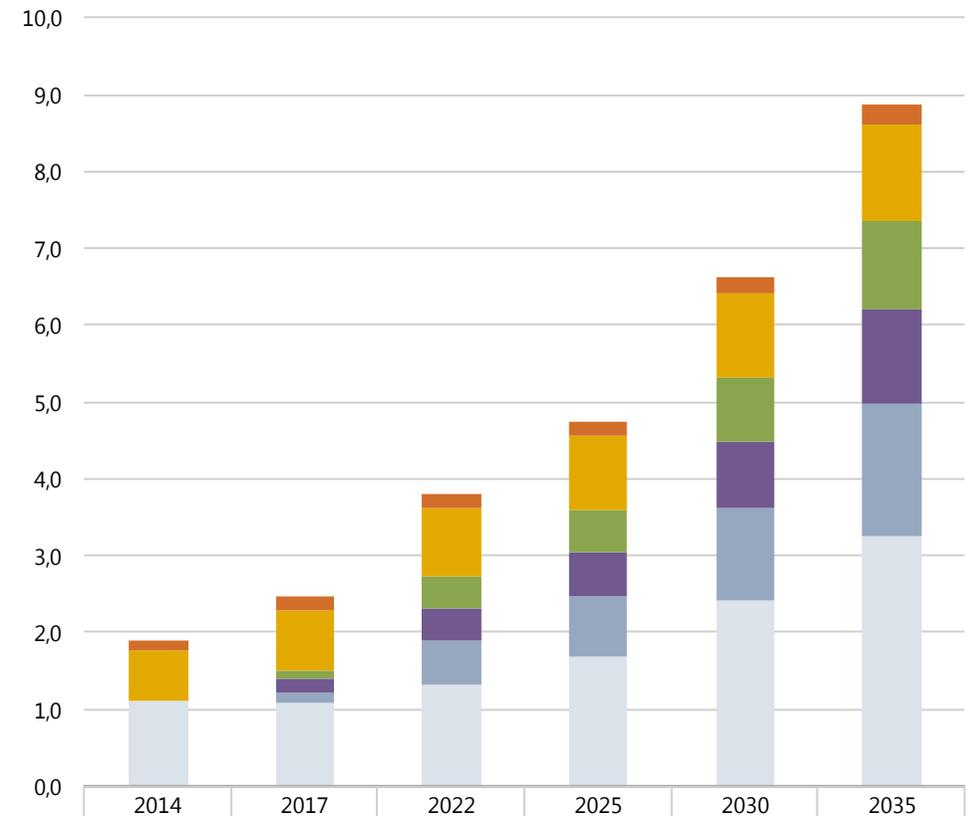
# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Einnahmen - Aviation



Aviation Einnahmen nach Marktsegmenten (in Mio. EUR)

- Regulierte und nicht regulierte Aviation Bereiche wurden auf Basis der Einnahmen- und Verkehrs-Daten 2014 ermittelt und entsprechend dem Verkehrsvolumen hochgerechnet.
- Tarifierhöhungen wurden bis auf Inflationssteigerungen nicht berücksichtigt.
- Die Aviation Umsätze steigen um 9,3% p.a., insbesondere getragen durch Fluggast- (+15,8% p.a.) und Sicherheitsentgelte (15,2% p.a.).
- Passagierbezogene Umsätze (Fluggast-, Sicherheitsentgelte) dominieren mit 41% (2035) der gesamten Aviation Umsätze vor Handling Umsätze mit 37%.
- Die neuen Marktsegmente tragen wesentlich zur Steigerung der Einnahmen bei.
- Business und General Aviation weisen nur geringe Steigerung i.H.v. 2,7% p.a. auf.



### Achtung:

Die aktuellen ABD Aviation Tarife sind reguliert und sind etwa 100 – 300% niedriger als in Innsbruck!

	2014	2017	2022	2025	2030	2035
General Aviation	0,14	0,17	0,19	0,20	0,23	0,26
Business Aviation	0,65	0,78	0,89	0,96	1,08	1,23
Outgoing Charter	0,00	0,13	0,42	0,55	0,84	1,16
Incoming Charter	0,00	0,18	0,44	0,58	0,87	1,22
Regional Airlines for Secondary HUBs	0,00	0,12	0,57	0,78	1,22	1,73
Feeder & Code-sharing PAX	1,10	1,09	1,31	1,68	2,41	3,26

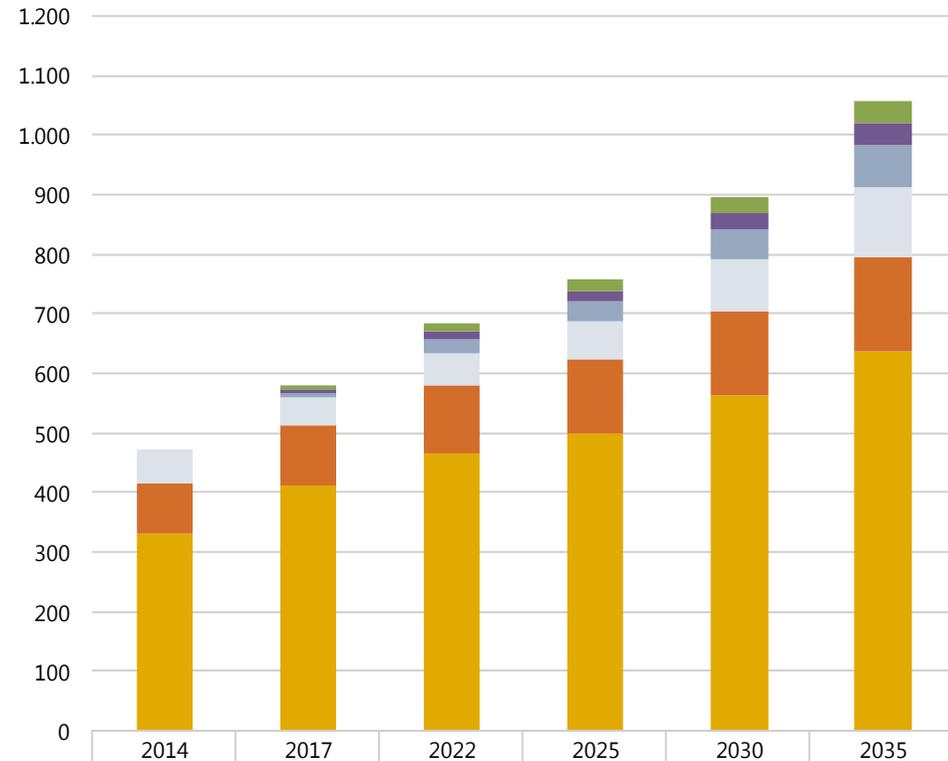
# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Einnahmen - Aviation



**Treibstoff-Verkauf nach Marktsegmenten** (in Tonnen)

- Die Berechnung der Treibstoff-Verkaufsmenge erfolgt auf Basis der Daten 2014 für die Bereiche Kommerzielle Flüge (AUA, Darwin Airline) und Business/General Aviation und einer entsprechender Hochrechnung basierend auf die Verkehrsentwicklung je Marktsegment.
- Business/General Aviation dominieren mit 88% (2014) bzw. 75% (2035) das Treibstoffgeschäft.



Segment	2014	2017	2022	2025	2030	2035
Outgoing Charter	0	6	15	19	28	38
Incoming Charter	0	6	14	17	26	36
Regional Airlines for Secondary HUBs	0	6	25	33	51	72
Feeder & Code-sharing PAX	59	49	53	66	90	119
General Aviation	83	103	115	124	140	159
Business Aviation	331	409	463	498	563	636

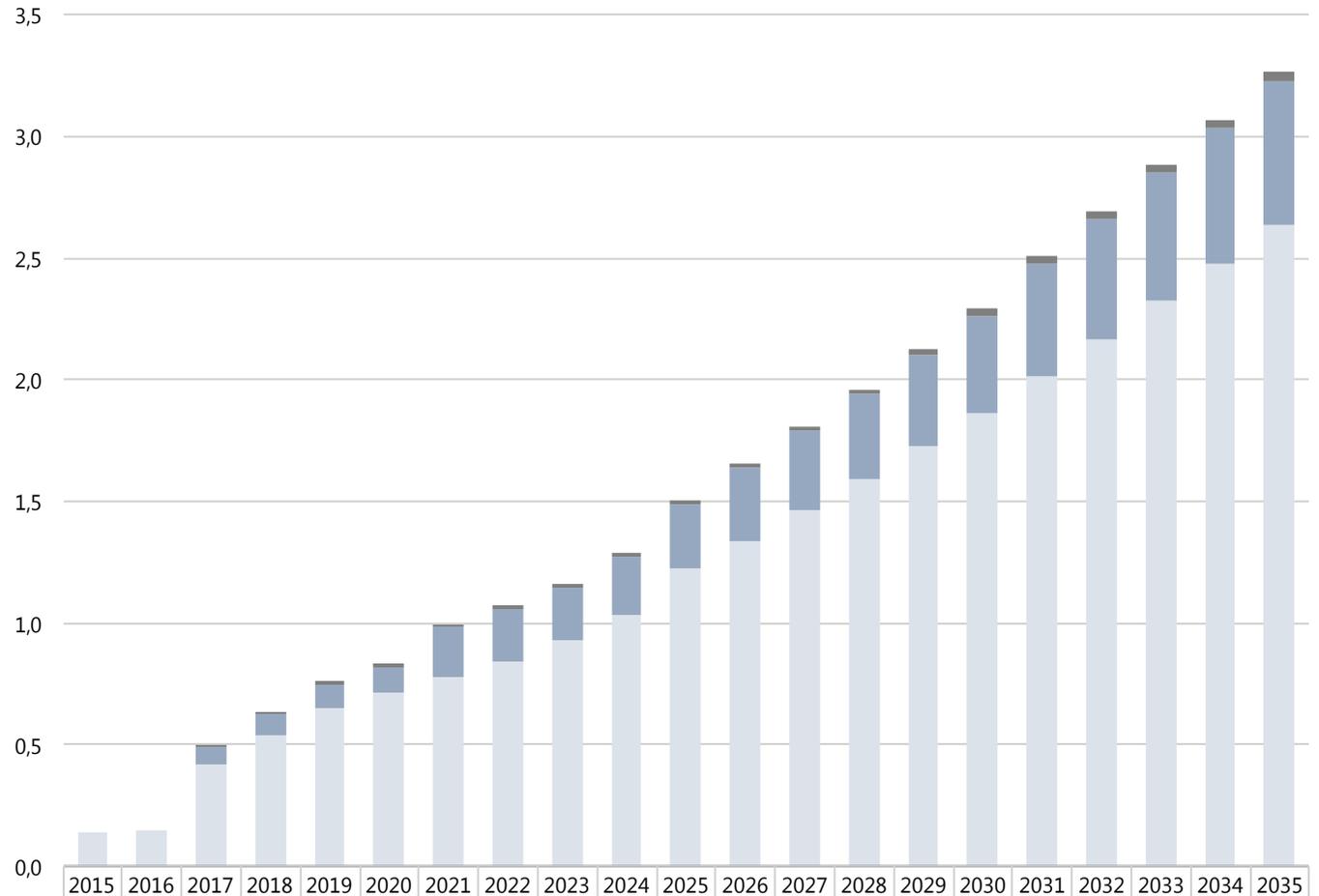
# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Einnahmen – Non Aviation



**Non Aviation Umsätze** (in Mio. EUR)

- Non Aviation Umsätze beinhalten diverse neue Geschäftsfelder und sind mit ca. 80% (2035) geprägt von den Einnahmen im Terminal.
- Non Aviation Umsätze steigen von 2,7% der gesamten betrieblichen Erträge in 2014 auf **25,5% in 2035**.



■ Non Aviation Umsätze Airside	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04
■ Non Aviation Umsätze Landside	0,00	0,00	0,06	0,08	0,10	0,11	0,20	0,22	0,22	0,24	0,27	0,30	0,32	0,35	0,38	0,40	0,46	0,49	0,52	0,56	0,59
■ Non Aviation Umsätze Terminal	0,14	0,15	0,42	0,54	0,65	0,71	0,78	0,84	0,93	1,03	1,22	1,34	1,46	1,59	1,73	1,86	2,02	2,17	2,33	2,48	2,64

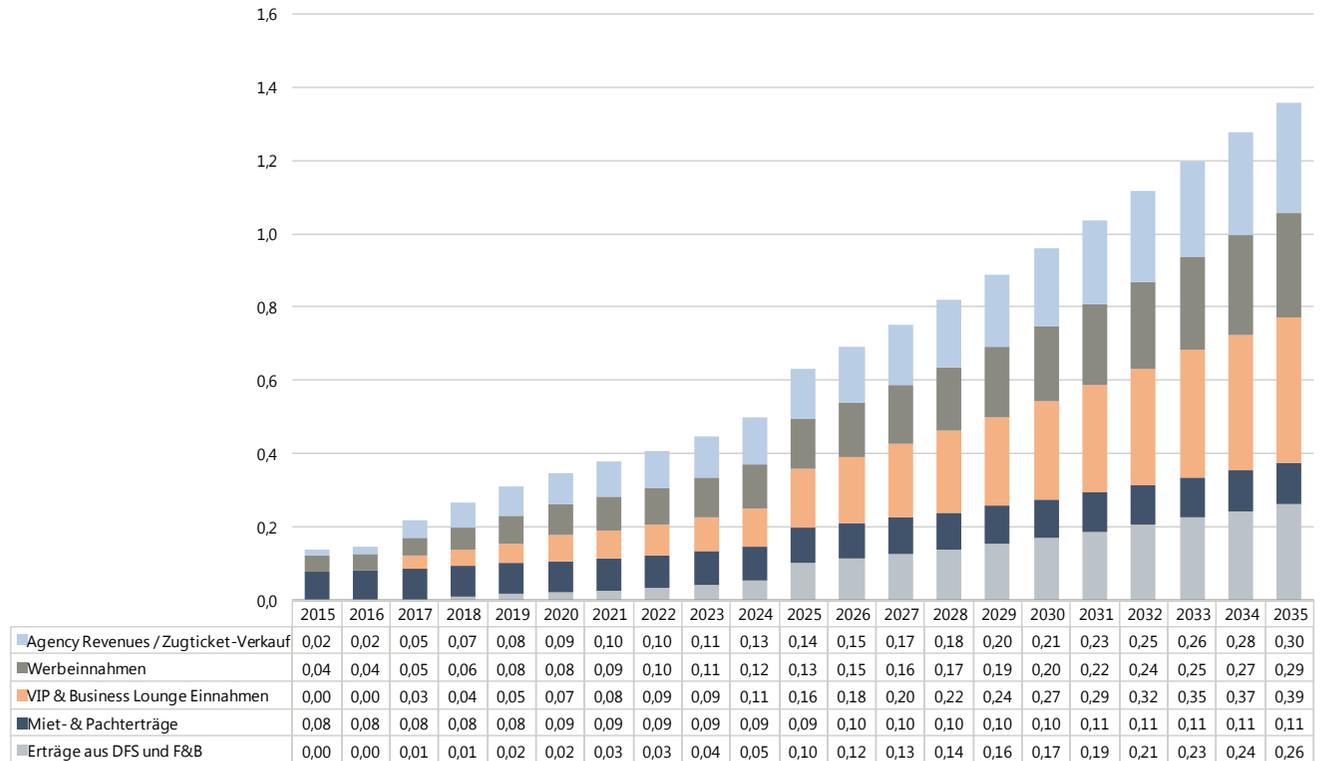
# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Einnahmen – Non Aviation Terminal



- Die Retail-Flächen im Terminal steigen in 2025 auf insgesamt 500 sqm und damit auf 11,9% der gesamten Terminalfläche.
- Die Berechnung je Geschäft erfolgte auf Basis der Daten 2014 (Einnahmen, adäquate Treiber wie PAX und sqm) und einer Hochrechnung basierend auf die Entwicklung der Verkehrsvolumina.
- Retailbereiche wie DFS und Restaurant werden in Form von Concession-Verträgen berechnet.
- Terminal-Einnahmen steigen um 12,1% und damit deutlich über den gesamten betrieblichen Erträgen.

Non Aviation Umsätze Terminal (in Mio. EUR)



Terminal Retail Flächen (sqm)	2017	2022	2025	2030	2035
Shops & DFS	0	0	100	100	100
F&B	160	160	250	250	250
Büros	50	50	50	50	50
Lounges and VIP Flächen	80	80	100	100	100
<b>Terminal Retail Flächen</b>	<b>290</b>	<b>290</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>
<b>Terminal Gesamt Fläche</b>	<b>4.200</b>	<b>4.200</b>	<b>4.200</b>	<b>4.200</b>	<b>4.200</b>
Retail Flächen per Gesamtflächen (%)	6,9%	6,9%	11,9%	11,9%	11,9%

Betriebliche Erträge (in Mio. €)	2014	2017	2022	2025	2030	2035	2015-2035
Erträge aus DFS und F&B	0,00	0,01	0,03	0,10	0,17	0,26	24,0%
Miet- & Pachterträge	0,09	0,08	0,09	0,09	0,10	0,11	2,1%
Werbeinnahmen	0,04	0,05	0,10	0,13	0,20	0,29	9,9%
VIP & Business Lounge Einnahmen	0,00	0,03	0,09	0,16	0,27	0,39	8,9%
Agency Revenues / Zugticket-Verkauf	0,02	0,05	0,10	0,14	0,21	0,30	15,7%
<b>Non Aviation Umsätze Terminal</b>	<b>0,16</b>	<b>0,22</b>	<b>0,41</b>	<b>0,63</b>	<b>0,96</b>	<b>1,36</b>	<b>12,1%</b>

# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Einnahmen – Non Aviation Air- und Landside



- Diese Geschäfte werden in 2017 begonnen.
- Preissteigerungen nur auf Basis der Inflation.
- Einnahmen aus Autovermietung profitieren aus dem starken Anstieg der Passagiere und dominieren mit einem Anteil von 39% in 2035 die Umsätze aus Non Aviation Air- und Landside.
- Parkeinnahmen sind ab 2017 vorgesehen, zunächst mit einem eingeschränktem Angebot und eher niedrigem Preislevel. Ab 2021 werden alle Parkplätze zu vollen Preisen kalkuliert. Damit weisen diese Einnahmen mit 9,7% p.a. die höchsten Steigerungsraten auf.

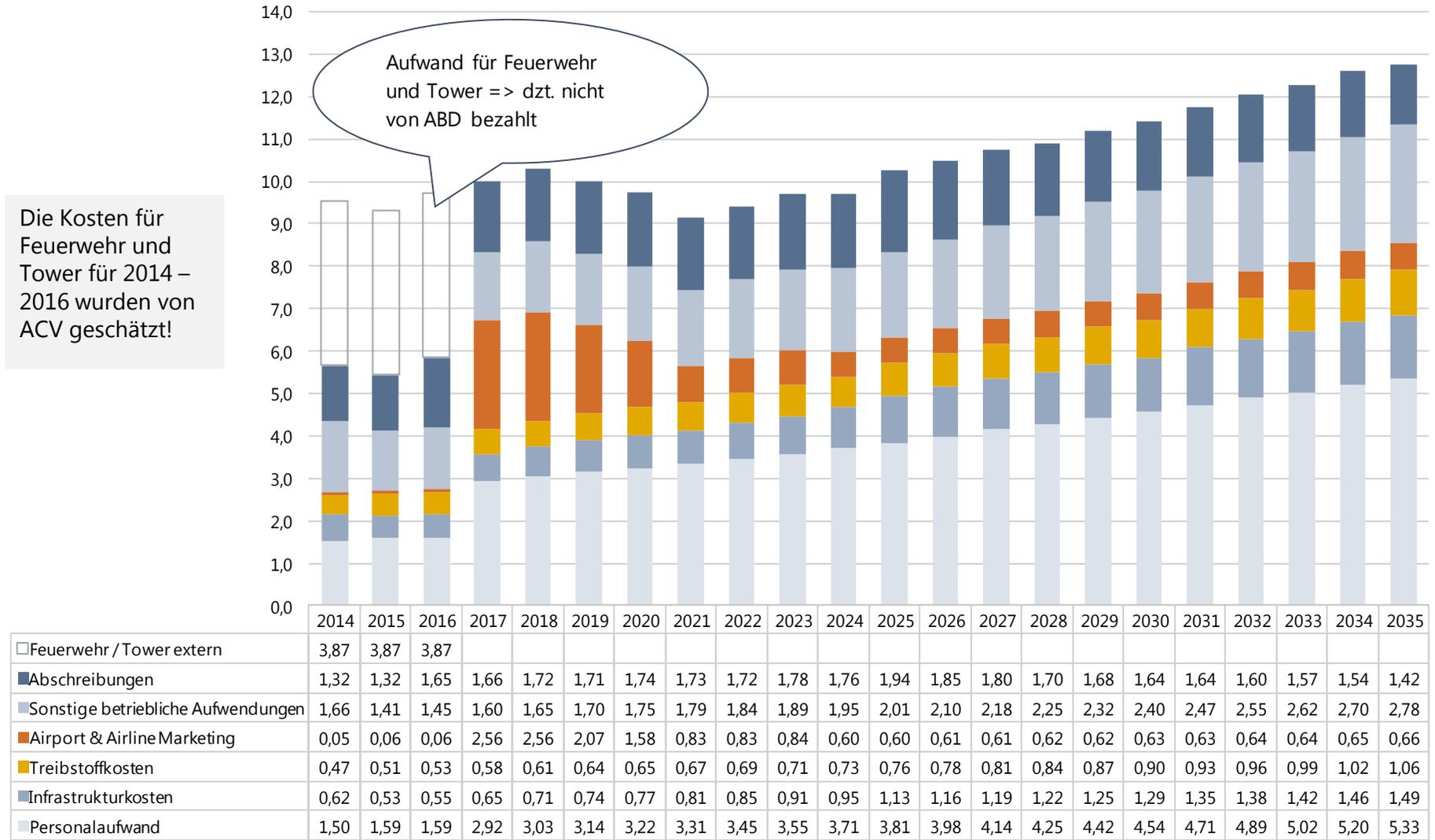
Betriebliche Erträge (in Mio. €)	2014	2017	2022	2025	2030	2035	2015-2035
Airline Catering Einnahmen	0,00	0,00	0,01	0,02	0,03	0,04	6,5%
Parkplatzeinnahmen	0,00	0,05	0,18	0,21	0,32	0,47	9,7%
Autovermietungseinnahmen	0,00	0,20	0,43	0,59	0,90	1,28	6,5%
Taxi-Konzessionseinnahmen	0,00	0,02	0,04	0,05	0,08	0,12	6,4%
<b>Non Aviation Umsätze Air- &amp; Landside</b>	<b>0,00</b>	<b>0,27</b>	<b>0,66</b>	<b>0,87</b>	<b>1,33</b>	<b>1,91</b>	<b>7,1%</b>

# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Kosten



**Betriebliche Kosten** (in Mio. EUR)



Die Kosten für Feuerwehr und Tower für 2014 – 2016 wurden von ACV geschätzt!

Aufwand für Feuerwehr und Tower => dzt. nicht von ABD bezahlt

# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Kosten



- Die betrieblichen Kosten sind geprägt vom **Personalaufwand**, der von 35% der gesamten betrieblichen Kosten (ohne Abschreibungen) in 2014 auf 47% in 2035 ansteigt. Das Gehalt wurde auf Basis der Daten 2014 pro Mitarbeiter und einem künftig steigenden Mitarbeiteranteil mit eher niedrigeren Einkommen (Handlingbereich, etc.) sowie einer eher gleichbleibenden Anzahl von Führungskräften berechnet. Das Durchschnittsgehalt beträgt 2017/18 etwa € 43.500 p.a. im Vergleich zu etwa € 52.600 in 2015.
- Infrastrukturkosten** beinhalten Energie, Wasser und Kommunalabgaben und sind geprägt durch praktisch gleichbleibende Flächen (Terminal).
- Treibstoffkosten** wurden auf Basis der Jahre 2013-2014 mit einem Anteil von 72,9% der Einnahmen kalkuliert.
- Sonstige betriebliche Aufwendungen** beinhalten diverse Beratungs- und Prüfungskosten, Security-Kosten, Abgaben an ENAC und Staat, Versicherungen, Aufsichtsratsentgelte, usw. und weisen mit 30% (2035) der gesamten betrieblichen Kosten (ohne Abschreibungen) einen nicht unbeträchtlichen Anteil auf.

Betriebliche Kosten (in Mio. €)	2014	2017	2022	2025	2030	2035	2015-2035
Löhne und Gehälter	1,45	2,81	3,32	3,67	4,37	5,13	6,2%
Sonstige Personalaufwendungen	0,05	0,11	0,13	0,14	0,17	0,20	6,1%
<b>Personalaufwand</b>	<b>1,50</b>	<b>2,92</b>	<b>3,45</b>	<b>3,81</b>	<b>4,54</b>	<b>5,33</b>	<b>6,2%</b>
Instandhaltungen	0,22	0,19	0,24	0,34	0,36	0,40	5,6%
Energie, Wasser, Kommunales	0,20	0,20	0,27	0,37	0,41	0,46	4,3%
IT und Telekommunikation	0,03	0,04	0,05	0,06	0,07	0,08	7,4%
Reinigung	0,06	0,08	0,11	0,14	0,16	0,18	5,4%
Reinigung Flugzeuge	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	4,3%
Verbrauchsmaterialien	0,11	0,13	0,17	0,21	0,27	0,35	6,1%
<b>Infrastrukturkosten</b>	<b>0,62</b>	<b>0,65</b>	<b>0,85</b>	<b>1,13</b>	<b>1,29</b>	<b>1,49</b>	<b>5,3%</b>
Treibstoffkosten	0,47	0,58	0,69	0,76	0,90	1,06	3,8%
Airport & Airline Marketing	0,05	2,56	0,83	0,60	0,63	0,66	12,9%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1,66	1,60	1,84	2,01	2,40	2,78	3,4%
Abschreibungen	1,32	1,66	1,72	1,94	1,64	1,42	0,4%
<b>Betriebliche Kosten</b>	<b>5,64</b>	<b>9,97</b>	<b>9,38</b>	<b>10,26</b>	<b>11,38</b>	<b>12,74</b>	<b>4,4%</b>

### Marketingkosten

Die Kosten für **Airline Marketing** wurden als „Eisbrecher-Investition“ geplant (in Mio. EURO):

2017	2018	2019	2020	2021
€ 2,5	€ 2,5	€ 2,0	€ 1,5	€ 0,75

Ab 2022 wurden fix pro Jahr € 500.000 angenommen.

Die **Airport Marketing Kosten** (PR, Werbung) wurden auf Basis der Werte 2013-2014 und ABD-Plan 2015 hochgerechnet und betragen zwischen € ca. 60.000 (2017) bis ca. € 150.000 (2035) p.a..

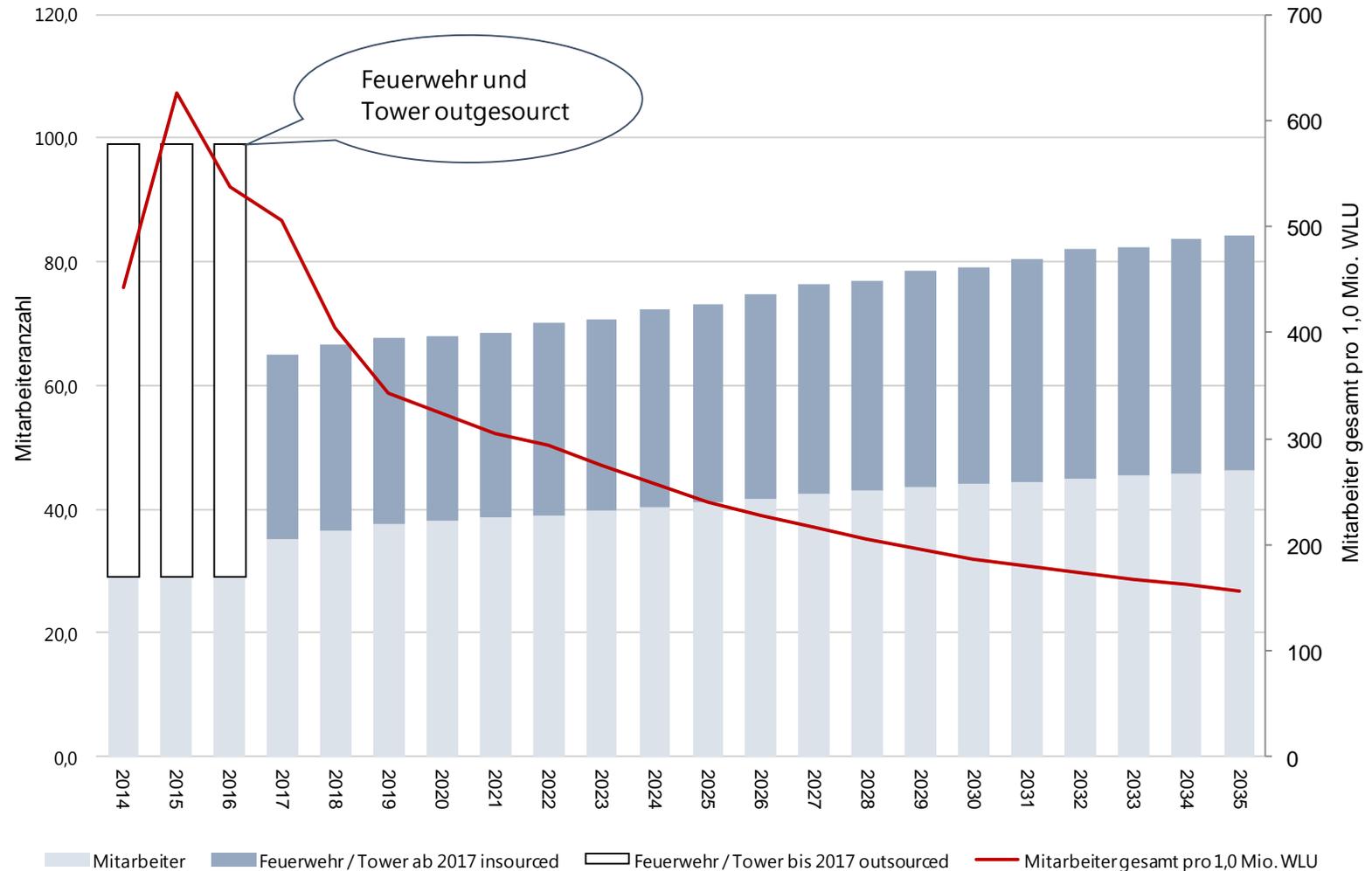
# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Kosten - Mitarbeiter



- Übernahme des Feuerwehr- und Tower-Personals durch ABD per 2017 berücksichtigt.
- Mitarbeiteranzahl gesamt (inkl. Feuerwehr / Tower) steigt entsprechend dem Verkehrsaufkommen von 29 (2014) auf 84 (2035).
- Die Berechnung erfolgte auf Basis der Kennzahl „Mitarbeiter pro 1,0 Mio. WLU“: 626 in 2015 auf 156 in 2035. Im Vergleich weist der FH Innsbruck bei knapp 1,0 Mio. Fluggästen und 162 Mitarbeitern einen Faktor von 175 auf, wobei hier z.B. auch Frachtpersonal enthalten ist.

**Mitarbeiter** und Mitarbeiter pro 1,0 Mio. WLU's



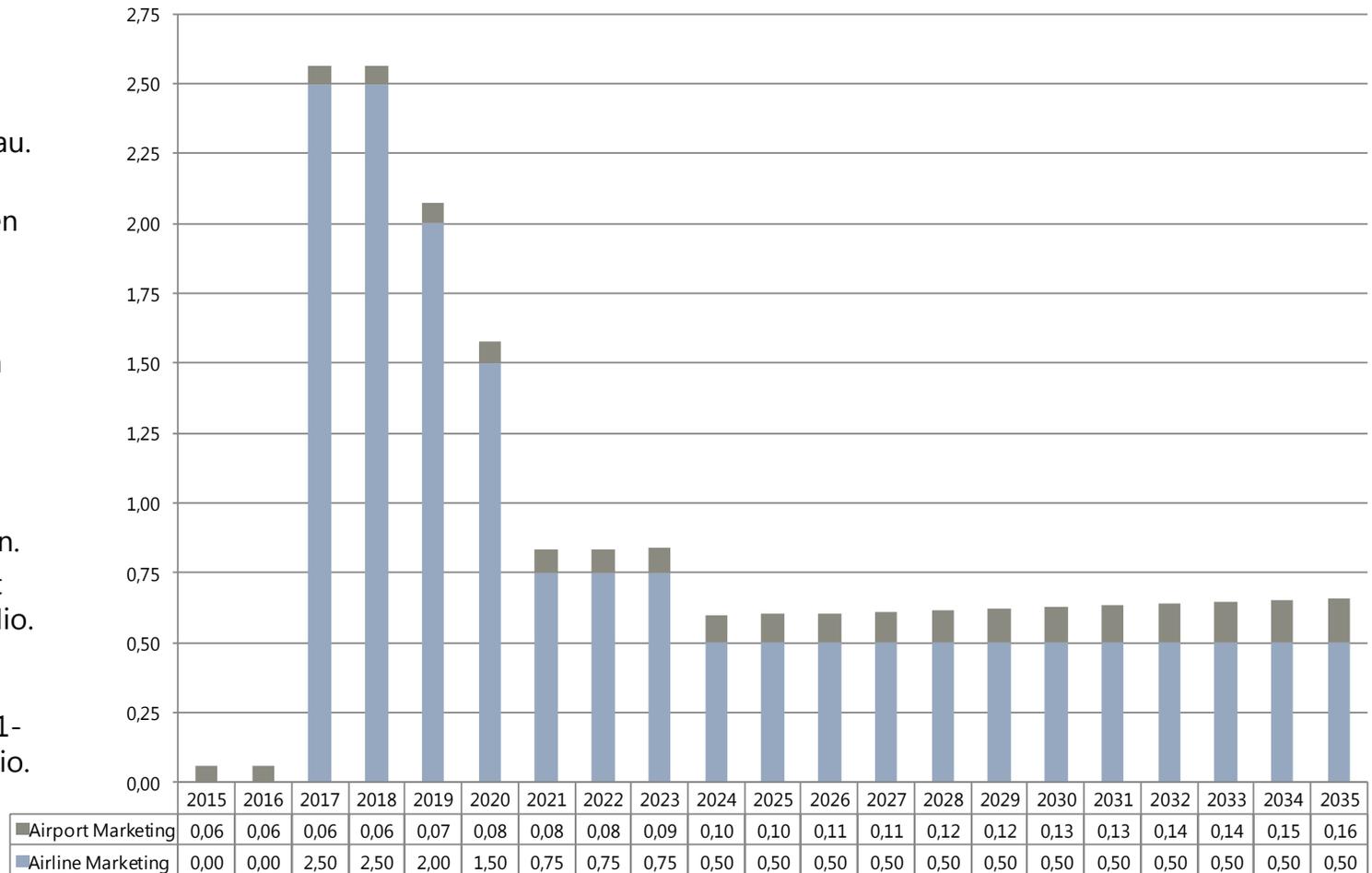
# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Kosten – Airport & Airline Marketing



**Airport & Airline Marketing** (in Mio. EUR)

- Der Airport- und Airline Marketingaufwand ist geprägt von dem geplanten Verkehrsaufbau.
- Im Bereich Airline Marketing wurden Kosten für Risk sharing mit Airlines, entsprechende Verlustabdeckung durch den Aufbau neuer Linien und Joint Marketing Programmen berücksichtigt mit dem Ziel nach 3 Jahren 2-4 starke Linien aufzuweisen.
- Begonnen wird 2017 mit einem Budget von 2,5 Mio. € (2,5 Mio. in 2018, 2,0 Mio. in 2019, 1,5 Mio. in 2020, 0,75 Mio. von 2021-2023 und in Folge 0,5 Mio. pro Jahr).



# V GESCHÄFTSPLAN

## Betriebliche Kosten – Sonstige betriebliche Aufwendungen



- Sonstige betriebliche Aufwendungen werden bereits in 2014 und über die gesamte Periode dominiert von externen Beratungs- und Prüfungsaufwand sowie Security Kosten.
- Security Kosten wurden auf Basis 2014 mit einer Steigerung von 3,3% p.a. hochgerechnet. Da die Flächen (Terminal) unverändert bleiben resultiert die Erhöhung vor allem aus der Steigerung der Passagieranzahl.

Betriebliche Kosten (in Mio. €)	2014	2017	2022	2025	2030	2035	2015-2035
Security	0,48	0,47	0,54	0,58	0,69	0,79	3,3%
Leasing Büroausstattung, etc.	0,08	0,08	0,08	0,09	0,10	0,12	2,8%
ENAC und Staat - Abgaben	0,03	0,05	0,09	0,12	0,18	0,25	11,6%
Versicherung	0,10	0,13	0,15	0,16	0,20	0,22	4,0%
Beratung- & Prüfungsaufwand	0,54	0,56	0,63	0,68	0,76	0,86	2,4%
Reisespesen, etc.	0,03	0,06	0,07	0,07	0,09	0,10	6,4%
Aufsichtsrat	0,16	0,17	0,19	0,21	0,24	0,28	2,9%
Sonstige Aufwendungen	0,24	0,08	0,10	0,11	0,13	0,16	4,2%
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>1,66</b>	<b>1,60</b>	<b>1,84</b>	<b>2,01</b>	<b>2,40</b>	<b>2,78</b>	<b>3,4%</b>

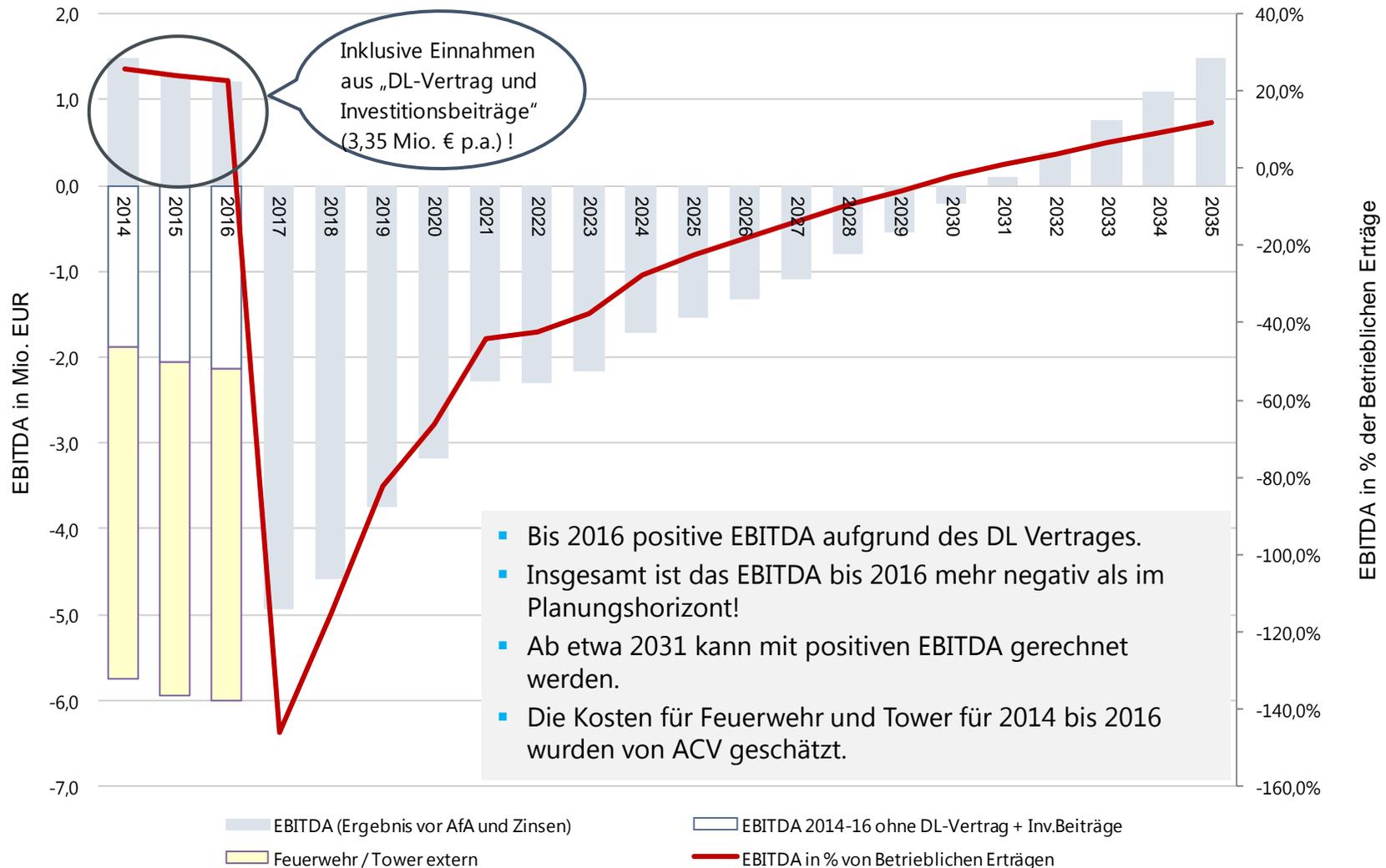
- Beratungs- und Prüfungsaufwand beinhaltet vor allem Technische Beratungen / Genehmigungen / Assistenz und Rechtsberatungen, außerdem im kleineren Ausmaß auch Steuerberatung, Buchhaltung, etc.. Der Aufwand insb. für die technischen Belange wurde auf den bestehenden Niveau beibehalten.
- Die weiteren Positionen wurden überwiegend unter Berücksichtigung der Daten 2014 und der Entwicklung von Mitarbeiteranzahl, Flächen und Verkehrsaufkommen berechnet.

# V GESCHÄFTSPLAN

## EBITDA – Base Case



**EBITDA** in Mio. EUR und in % von Betrieblichen Erträgen

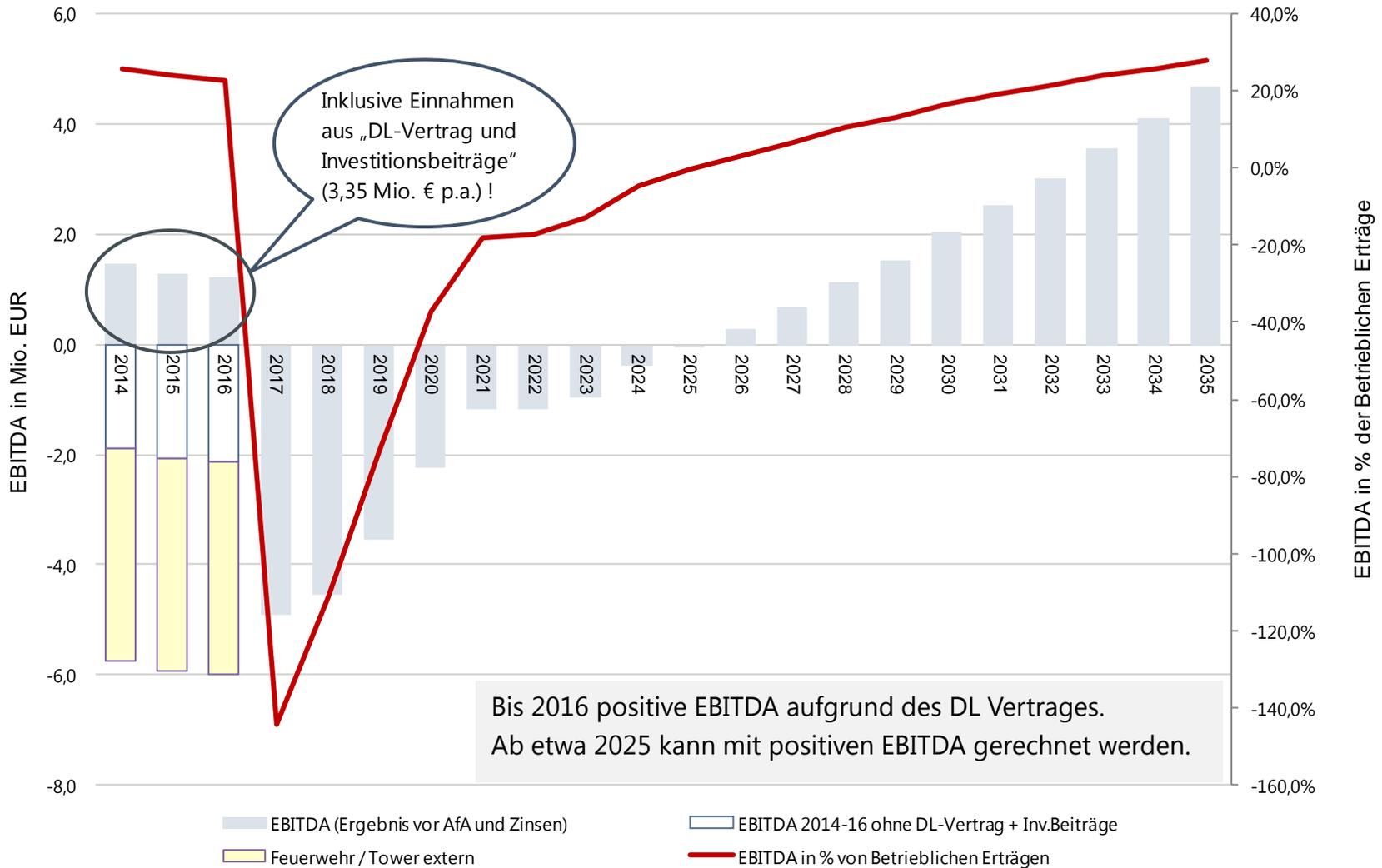


# V GESCHÄFTSPLAN

## EBITDA – High Case



**EBITDA** in Mio. EUR und in % von Betrieblichen Erträgen

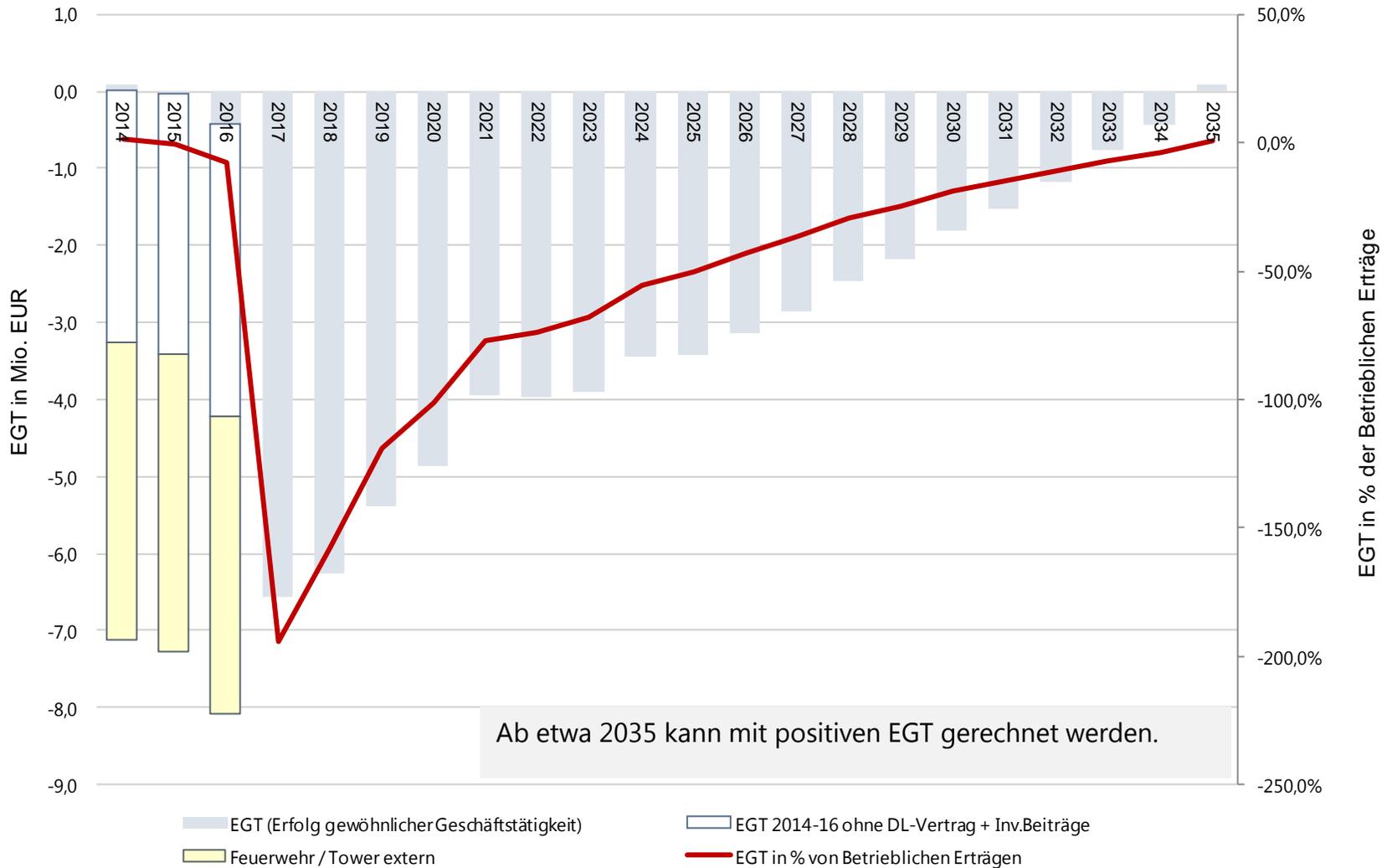


# V GESCHÄFTSPLAN

## EGT – Base Case



EGT in Mio. EUR und in % von Betrieblichen Erträgen

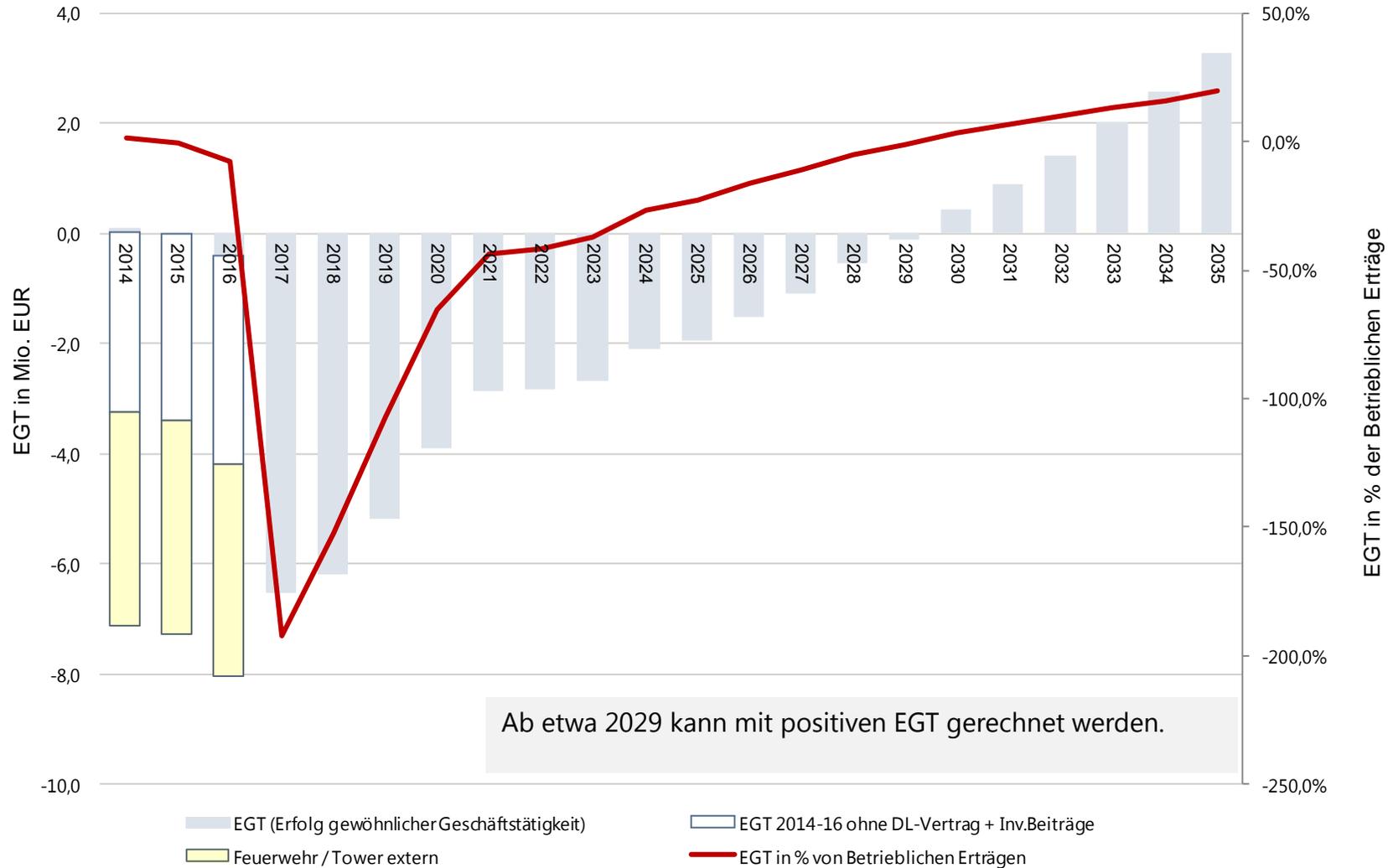


# V GESCHÄFTSPLAN

## EGT – High Case



EGT in Mio. EUR und in % von Betrieblichen Erträgen



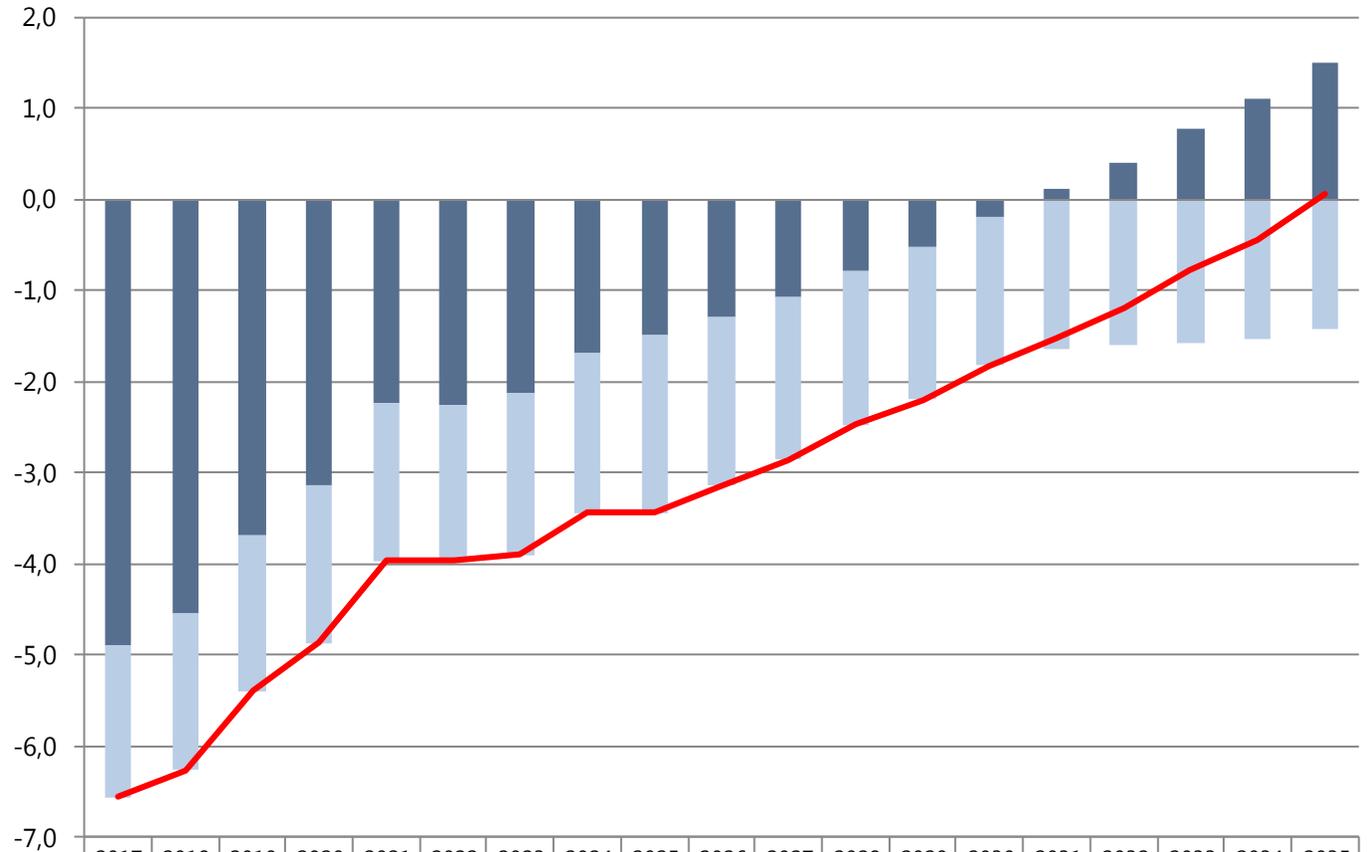
# V GESCHÄFTSPLAN

## Fehlbetrag – Base Case



Fehlbetrag aus operativem Betrieb in Mio. EUR

- Insgesamt ergibt sich eine Verlustabdeckung aus operativem Betrieb i.H.v. **€ 58 Mio.**
- Dieser Betrag wird seitens des Eigentümers beispielsweise in Form einer Kapitalerhöhung, eines Gesellschafterdarlehens oder eines „verlorenen“ Zuschusses eingebracht.
- Unter Berücksichtigung der Abschreibungen (€ 32) reduziert sich die Verlustabdeckung auf **€ 26 Mio.**
- Zusätzlich müssen noch die Investitionen finanziert werden.



	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Operativer Fehlbetrag aus Abschreibungen	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,8	-1,8	-1,9	-1,8	-1,8	-1,7	-1,7	-1,6	-1,6	-1,6	-1,6	-1,5	-1,4
Operativer Fehlbetrag ohne Abschreibungen	-4,9	-4,5	-3,7	-3,1	-2,2	-2,2	-2,1	-1,7	-1,5	-1,3	-1,1	-0,8	-0,5	-0,2	0,1	0,4	0,8	1,1	1,5
Operativer Fehlbetrag gesamt	-6,6	-6,3	-5,4	-4,9	-4,0	-4,0	-3,9	-3,4	-3,4	-3,1	-2,9	-2,5	-2,2	-1,8	-1,5	-1,2	-0,8	-0,4	0,1

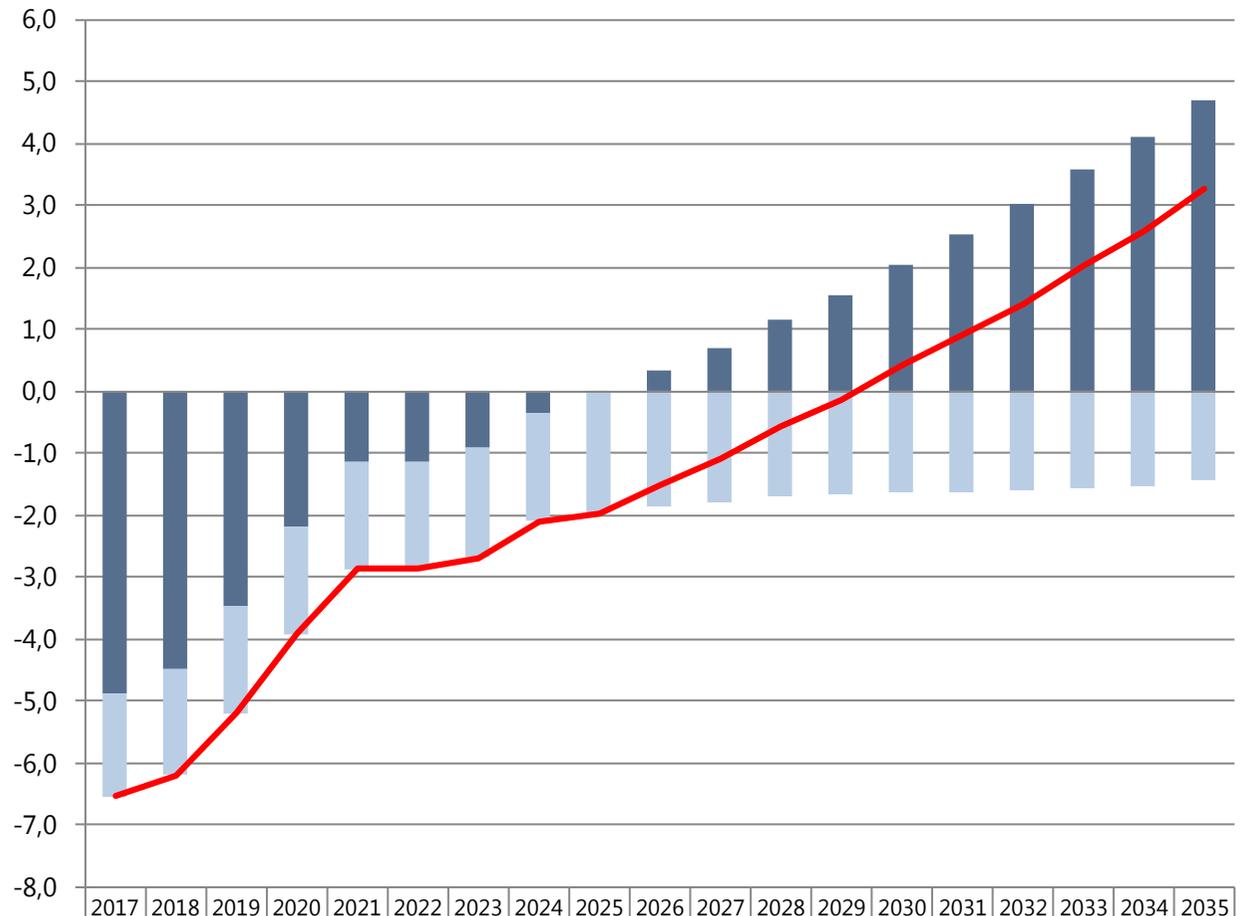
# V GESCHÄFTSPLAN

## Fehlbetrag – High Case



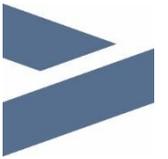
Fehlbetrag aus operativem Betrieb in Mio. EUR

- Insgesamt ergibt sich eine Verlustabdeckung aus operativem Betrieb i.H.v. **€ 27 Mio.**
- Dieser Betrag wird seitens des Eigentümers beispielsweise in Form einer Kapitalerhöhung, eines Gesellschafterdarlehens oder eines „verlorenen“ Zuschusses eingebracht.
- Unter Berücksichtigung der Abschreibungen (€ 32) reduziert sich die Verlustabdeckung über den gesamten Planungshorizont auf einen **Überschuss von € 5 Mio!**
- Zusätzlich müssen noch die Investitionen finanziert werden.



Operativer Fehlbetrag aus Abschreibungen	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,7	-1,8	-1,8	-1,9	-1,8	-1,8	-1,7	-1,7	-1,6	-1,6	-1,6	-1,6	-1,5	-1,4
Operativer Fehlbetrag ohne Abschreibungen	-4,9	-4,5	-3,5	-2,2	-1,1	-1,1	-0,9	-0,3	0,0	0,3	0,7	1,1	1,6	2,1	2,5	3,0	3,6	4,1	4,7
Operativer Fehlbetrag gesamt	-6,5	-6,2	-5,2	-3,9	-2,9	-2,9	-2,7	-2,1	-2,0	-1,5	-1,1	-0,6	-0,1	0,4	0,9	1,4	2,0	2,6	3,3

# VI SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN



# VI SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN

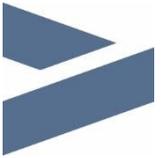
## 8. SCHLUSSFOLGERUNGEN



### SCHLUSSFOLGERUNGEN

- I. ABD braucht die Pistenverlängerung um die Sicherheit zu erhöhen und damit wettbewerbsfähiger zu werden.
  - II. Unabhängig von allen wirtschaftlichen Überlegungen ist diese Investition ein MUSS, wenn Südtirol in den nächsten Jahren nicht Marktanteile bei den Kurzurlaubern verlieren möchte, weil diese einen funktionierenden Flughafen in der Region erwarten.
  - III. Neben der Infrastruktur ist vor allem in das Marketing zu investieren! Auf Basis eines Marketingkonzeptes sind Fluglinien von einem kompetenten Marketingexperten gezielt (Sales Story und Verkaufsargumentation) anzusprechen: Zuerst kommerziell (Routen- und Potential-Diskussion) und dann technisch durch einen ABD Luftfahrtspezialisten, der mit der operativen Abteilung der Airlines das Anflugverfahren, Fluggerät, Schulung, etc. erläutert und Lösungen aufzeigt.
  - IV. Darüber hinaus sind enge Kooperationen mit der SMG, Reiseveranstaltern und Airlines aufzubauen und zu entwickeln.
  - V. Zumindest in den nächsten 3-5 Jahren ist auch ein intensives Lobbying mit der ENAC und ENAV zu pflegen, um einerseits das Anflugverfahren zu verbessern und andererseits bessere regulierte Tarife (Lande-, Passagier-, Handling-Tarif, etc.). Die ABD Tarife liegen im Schnitt wie Italienweit üblich 100-300% unter den Tarifen des Flughafens Innsbruck und generell deutlich unter dem EU-Durchschnitt.
  - VI. Das Non-Aviation Geschäft ist unterentwickelt und soll gezielt ausgebaut werden.
- VII. Aufgrund der Vergangenheit des ABD wurde der Base Case sehr vorsichtig und konservativ angesetzt, sodass das Ergebnis nicht sehr attraktiv erscheint. Es gibt jedoch mehrere „Upsides“, die im Base Case nicht angenommen wurden (z.B. Tariferhöhungen, raschere Penetration von Destinationen, höher Auslastungsgrad der Flugzeuge, etc.) und die eine Tendenz Richtung High Case haben. Die Ergebnisse des High Case entsprechen insgesamt der normalen langfristigen Entwicklung von Regional-Flughäfen, die etwa 8 -12 Jahre benötigen bis positive Ergebnisse erwirtschaftet werden.**

# VI SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN



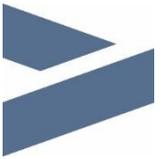
## EMPFEHLUNGEN FÜR DIE NÄCHSTEN 3 JAHRE

- I. Oberste Priorität sollte die Entwicklung eines Home Carriers mit 3-5 Flugzeugen haben. Damit werden alle anderen Bereiche positiv stimuliert und forciert (z.B. Anflugverfahren mit ENAC, Aviation Umsatz, Kooperationen, Verhandlungen mit anderen Airlines, etc.)
- II. Gezielte Vorbereitung der Volksbefragung durch eine internationale Befragung von etwa 40 Fluggesellschaften (Ziel: 2-4 konkrete Interessensbekundungen) und die Vorstellung eines Home Carriers. Damit wird der Beweis geliefert, dass sich die ABD Zukunft anders darstellt als die Vergangenheit. Bei positiver Volksbefragung sofort Start der Pistenverlängerung.
- III. Rascher Aufbau einer Marketingabteilung und Erarbeitung eines Marketingkonzeptes als Richtlinie für die zukünftigen Marketing Aktivitäten (Kooperationen, Incentives für Fluggesellschaften, etc.)
- IV. Aufbau des Non-Aviation Geschäftes (Lounge, Parkierung, Taxi-Konzessionen, Werbung, etc.)

BOZEN AIRPORT

VII ANHANG

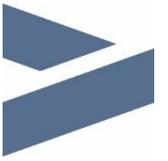
**ANHANG 1 – FLUGPLAN 2017 - 2022**



BOZEN AIRPORT

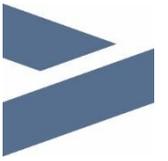
VII ANHANG

**ANHANG 2 - VERKEHRSPROGNOSE**



BOZEN AIRPORT

VII ANHANG  
**ANHANG 3 – BUSINESS PLAN**



BOZEN AIRPORT

VII ANHANG  
**ANNEX 4 – INVESTITIONSKOSTEN**

