



Flughafen Zürich

08. August 2019 18:53; Akt: 08.08.2019 19:28 [Print](#)

Flugpassagieren vergeht die Lust auf Shopping

von Jennifer Furer - Pro abfliegendem Passagier wird am Flughafen Zürich weniger Geld ausgegeben. To-go-Produkte sollen es richten. Ein Experte ist skeptisch.



Die Ausgaben pro abfliegendem Passagier sind dieses Jahr im Vergleich zu 2018 rückläufig.

Im Juni dieses Jahres gab ein Passagier, der die Sicherheitskontrolle am Flughafen Zürich passiert hatte, durchschnittlich 22.50 Franken aus. Vor einem Jahr waren es noch 23.50 Franken gewesen. Das ist ein Trend, wie die monatlich erfassten Zahlen

zeigen, die 20 Minuten vorliegen. Die Ausgaben pro abfliegendem Passagier sind dieses Jahr im Vergleich zu 2018 rückläufig.

Flughafensprecherin Raffaella Stelzer führt mehrere Gründe dafür auf. Einen Auslöser für den Rückgang sieht sie in der Vielzahl an Umbauten im ersten Halbjahr 2019 im Bereich nach der Sicherheitskontrolle – im Fachjargon luftseitig. «Geschäfte wurden teilweise oder komplett geschlossen, was zu entsprechenden Umsatzeinbussen geführt hat. Betroffen waren insbesondere Duty-Free-Shops und Kioskbetriebe.»

«Retail- und Gastronomiebereich ist ein gesättigter Markt»

Ebenso habe die Eröffnung neuer Shops wie Bottega Veneta und Moncler mehrwöchige Schliessungen zur Folge gehabt. Zudem gab es drei Gastronomie-Neueröffnungen, die ebenfalls mit Komplettschliessungen verbunden waren.

Stelzer sagt aber auch, dass der Retail- und Gastronomiebereich luftseitig ein gesättigter Markt sei – sprich ein Marktwachstum ist nicht mehr möglich. «Ein Grossteil des Passagierwachstums kommt von Passagieren, die öfter fliegen, und nicht unbedingt von Passagieren, die das erste Mal fliegen. Wenn jemand also mehr als einmal pro Jahr fliegt, kann man nicht unbedingt davon ausgehen, dass jedes Mal im gleichen Umfang konsumiert wird.»

Verstärkter Fokus auf To-go-Produkten

Der Flughafen Zürich wolle wegen der rückläufigen Ausgaben pro Passagier den Geschäftsmix nicht verändern. «Luftseitig konzentrieren wir uns auf Partner im Duty-Free- und Luxusbereich.» Trotzdem wird reagiert, wie Stelzer sagt: «2019 wurde der Fokus auf Gastronomie <zum Mitnehmen> mit den oben genannten Neueröffnungen verstärkt.»

Detailhandels-Experte Gotthard F. Wangler sieht im Rückgang der Ausgaben pro Passagier noch einen anderen Grund: «Im Luxussegment haben Preissenkungen stattgefunden. Passagiere müssten also mehr kaufen, um den Vorjahresumsatz zu erreichen.»

«Nur für Passagiere mit Kurzstreckenflug»

Wangler setzt ein grosses Fragezeichen hinter den möglichen Erfolg aufgrund des verstärkten Fokus auf To-go-Produkte: «Solche Produkte kommen sowieso nur für Passagiere infrage, die einen Kurzstreckenflug antreten. Auf Mittel- und Langstrecken ist die Verpflegung im Flugpreis inbegriffen.»

Ob mit To-go-Produkten Umsätze, wie sie früher im Luxusbereich erzielt worden seien, kompensiert werden können, sei fraglich. «Zudem frage ich mich, ob Kurzstreckenpassagiere neben ihrem Handgepäck noch Artikel zum Mitnehmen mit sich herumschleppen wollen.» Der Experte sagt aber auch, dass man zuerst eine Idee prüfen müsse, um sie zu verwerfen oder tatsächlich umzusetzen.