

Expose zur Diplomarbeit

Michael Voigt

Shopping in der Airport City: Eine Untersuchung zum Einkaufen am Flughafen Frankfurt

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich an vielen Flughafenstandorten ein bemerkenswerter Strukturwandel vollzogen. Während Flughäfen lange Zeit primär als Verkehrsknotenpunkte betrachtet und betrieben wurden, bilden sie heute häufig Kristallisationspunkte für die Ansiedlung vielfältiger Nutzungen. Dazu gehören Unternehmen, Bürokomplexe, Hotels, Entertainmentangebote oder auch Konferenzzentren. Diese Entwicklung wird von den Flughafenbetreibern aktiv durch die Vermarktung von Flächen vorangetrieben und in Forschung und Praxis in Debatten um Begriffe wie „Airport City“ oder „Aerotropolis“ diskutiert.

Eine wichtige Komponente der Stadtentwicklungsprozesse an Flughafenstandorten ist der Einzelhandel. Große Retailprojekte wie etwa am Frankfurt Airport machen deutlich, dass die Angebote mittlerweile weit über reisebezogene Sortimente hinaus gehen. Sie werden Shopping Centern auf der Grünen Wiese und in integrierten Lagen immer ähnlicher.

Gleichzeitig ist der Flughafen aber immer noch für die meisten Menschen ein Ort des Durchgangs. In vielen Fällen findet der Einkauf in einem anderen Kontext statt als in der Stadt oder in Shopping Centern an anderen Standorten. Die Forschung weist außerdem auf spezifische Eigenschaften von Flughäfen hin, etwa wenn es um die Organisationslogik des Ortes, Sicherheitsaspekte oder die durch Besucher wahrgenommene Atmosphäre geht.

Fragestellung

Im Rahmen dieser Diplomarbeit sollen Besonderheiten des Kaufverhaltens der Konsumenten am Frankfurt Airport untersucht werden. Der Untersuchungsraum soll sich dabei auf die Verkaufsflächen auf der Landseite beschränken, also auf die Angebote, die sich nicht ausschließlich an Flugreisende richten.

Folgende Fragen sollen dabei im Zentrum stehen:

- Was sind wichtige Merkmale des Konsums am Frankfurt Airport? Welche Konsumentengruppen lassen sich unterscheiden?
- Welche Rolle spielt der Flughafen als Erfahrungsumwelt für das Kaufverhalten?
- Wie sind die Einkäufe der Besucher in den Aufenthalt am Flughafen eingebettet und welche Auswirkungen ergeben sich daraus für das Kaufverhalten der Konsumenten?

Methodik

Im Rahmen der Untersuchung soll auf verschiedene Forschungsinstrumente zurückgegriffen werden. Zum einen sollen standardisierte Befragungen von Passanten im Shoppingbereich des Frankfurter Flughafens durchgeführt werden, um wichtige Merkmale des Konsums am Standort identifizieren und eine Typisierung der Konsumenten vornehmen zu können.

Darüber hinaus soll in leitfadengestützten Interviews mit ausgewählten Konsumenten der Einkauf am Flughafen noch einmal detailliert nachvollzogen werden. Dabei stehen insbesondere Aspekte des Flughafenumfelds und die Einordnung des Einkaufs in den breiteren Kontext des Flughafenbesuchs im Mittelpunkt.

Auch wenn der Schwerpunkt dieser Diplomarbeit auf der Nachfrageseite liegen soll, erscheint eine von der Angebotsseite isolierte Betrachtung des Kaufverhaltens nicht sinnvoll. Deshalb soll auch die Angebotsstruktur des Einzelhandels am Flughafen im Rahmen der Möglichkeiten Beachtung finden.