Monitor karakteristieken luchtvaartmarkt
Nederland – Verenigde Arabische Emiraten

seo economisch onderzoek

Amsterdam, november 2015
In opdracht van het ministerie van Infrastructuur en Milieu

Monitor karakteristieken luchtvaartmarkt Nederland – Verenigde Arabische Emiraten

Joost Zuidberg
Thijs Boonekamp
Guillaume Burghouwt

seo economisch onderzoek

SEO Economisch Onderzoek - Roetersstraat 29 - 1018 WB Amsterdam - T (+31) 20 525 1630 - www.seo.nl - secretariaat@seo.nl
ABN-AMRO IBAN: NL14ABNA0411744356 BIC: ABNANL2A - ING: IBAN: NL96INGB0004641100 BIC: INGBNL2A
KvK Amsterdam 41197444 - BTW NL 003023965 B01

"De wetenschap dat het goed is"

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

SEO-rapport nr. 2015-37

Copyright © 2015 SEO Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen en dergelijke, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld.

Samenvatting

Onderhavige rapportage presenteert de resultaten van de door SEO Economisch Onderzoek uitgevoerde monitor van het passagiersverkeer tussen Nederland en de Verenigde Arabische Emiraten (VAE), in casu Dubai en Abu Dhabi. Hierbij is aandacht voor passagiers die Schiphol als herkomst en Dubai of Abu Dhabi als eindbestemming hebben, alsmede voor passagiers die op Schiphol overstappen op een vlucht naar de VAE (behindverkeer) of op Dubai of Abu Dhabi overstappen op een vlucht naar de finale eindbestemming (beyondverkeer).

De marktcontext

- De positie van Schiphol als internationaal luchtvaartknooppunt en KLM als hubcarrier staan onder toenemende druk. Op het Europese vlak zorgen voornamelijk low cost carriers voor druk op de marges en op het intercontinentale vlak is de opkomst van met name de golfcarriers en Turkish Airlines opmerkelijk.
- De golfcarriers en Turkish Airlines groeien aanzienlijk sneller dan KLM in termen van aangeboden stoelcapaciteit en stoelkilometers.
- Ook op wereldwijde schaal neemt het aandeel van Schiphol in het totaal aantal transferpassagiers af, terwijl hubluchthavens als Dubai en Doha snel transferaandeel winnen.
- Verschillende wetenschappelijke artikelen hebben cijfermatig aangetoond dat de toetreding van golfcarriers leidt tot een aanzienlijke marktgeneratie, maar ook tot een neerwaartse druk op de prijzen en daarmee op de marges van de bestaande luchtvaartmaatschappijen op de respectievelijke routes.

De markt tussen Nederland en de VAE

- Na de invoering van de nieuwe dagelijkse frequentie tussen Schiphol en Dubai is Emirates de grootste luchtvaartmaatschappij in termen van aangeboden stoelcapaciteit. De totale capaciteit op de route is daarmee toegenomen, maar het KLM-aanbod is licht teruggelopen.
- In termen van passagiersvolumes is zichtbaar dat het totaal aantal passagiers dat KLM tussen Schiphol en Dubai vervoert is afgenomen, terwijl de transferpercentages (voor alle luchtvaartmaatschappijen) zijn toegenomen.
- Ook de toetreding van Etihad op de Abu Dhabiroute heeft tot een forse toename van de totale capaciteit en het aantal passagiers geleid. Echter, op deze markt is tevens de aangeboden capaciteit en het aantal passagiers van KLM toegenomen. Vermoedelijk hangt dit samen met de codeshareovereenkomst tussen beide maatschappijen.
- KLM laat een toename van het aandeel transferpassagiers van ongeveer 5 procentpunten zien na de toetreding van zowel Emirates op de Dubairoute als Etihad op de Abu Dhabiroute.
- Dit is een aanwijzing voor het feit dat de additionele stoelcapaciteit op de markt tussen Nederland en de VAE met name wordt gevuld met transferpassagiers, hetgeen kan impliceren dat de additionele stoelcapaciteit nauwelijks de lokale markt tussen Nederland en de VAE accommodeert.
- In 2014 is er geen duidelijke trend te zien in de aangeboden economy classprijzen van de luchtvaartmaatschappijen die opereren op de markt tussen Nederland en de VAE.

- Het business classtarief van Emirates daalt na de invoering van hun nieuwe dagelijkse frequentie. Mogelijk is er na de introductie van de tweede frequentie een overschot aan business classstoelen ontstaan.
- De winstgevendheid van KLM's Dubairoute is tussen 2009 en 2015 sterk afgenomen. In 2009, voor toetreding van Emirates, lag de winstgevendheid van de route boven het gemiddelde van KLM's intercontinentale routes. In 2015 ligt de winstgevendheid lager dan dat gemiddelde. KLM's gecombineerde route tussen Schiphol en Abu Dhabi laat absoluut de laagste winstgevendheid zien, maar volgt ongeveer de trend van het intercontinentale gemiddelde van KLM. Op basis van de gegevens is niet aan te tonen wat het effect van toetreding of uitbreiding van Emirates en Etihad op de winstgevendheid is geweest. Daarbij spelen (ook) veel andere factoren een rol.

Markten beyond Dubai en Abu Dhabi

- Op de markten beyond de VAE zijn geen opvallende capaciteitseffecten waargenomen, met uitzondering van de afname van de aangeboden capaciteit op de Manillaroute. De passagiersvolumes van KLM zijn op de meeste van de 10 belangrijkste beyondmarkten wel licht afgenomen. Op de route naar Manilla is de afname het grootst, hetgeen samenhangt met het feit dat deze route sinds 2012 onderdeel is van een multistop met Taipei.
- De aangeboden ticketprijzen van de indirecte alternatieven via de VAE liggen lager dan de prijzen van KLM. Op sommige markten laat KLM in de loop van 2014 een daling van de ticketprijzen zien. De grootste verschillen zitten in de prijzen op de routes naar Zuid-Afrika. Dit kan samenhangen met het feit dat de tweede Emiratesfrequentie beter aansluit op hun uitgaande *wave* richting Afrika vanaf Dubai. Azië werd via Dubai door de eerste Emiratesfrequentie al goed ontsloten. Het is echter van groot belang te onderkennen dat prijsstelling op routeniveau van een veelheid aan factoren afhankelijk is en dus niet alleen van het aanbod van concurrerende luchtvaartmaatschappijen.
- Het aantal passagiers dat vanaf Schiphol via de VAE naar 10 grote intercontinentale KLM-bestemmingen reist is tussen 2009 en 2014 sterk toegenomen. Op de route naar Jakarta is het aandeel passagiers dat via de VAE reist het hoogst: 60 procent reist rechtstreeks (met tussenstop in Kuala Lumpur) met KLM, 40 procent reist via de VAE.[1]
- De winstgevendheid op KLM's intercontinentale markten Afrika en het Midden Oosten laten een dalende trend zien. Latijns- en Noord-Amerika laten een toename zien en Azië is stabiel. KLM ondervindt concurrentie van, onder meer, Emirates en Etihad op routes naar Azië, het Midden Oosten en (Zuid- en Oost-)Afrika. Op basis van de gegevens is echter niet aan te tonen wat het effect van toetreding of uitbreiding van Emirates en Etihad op de winstgevendheid van bovengenoemde markten is geweest. Daarbij spelen (ook) veel andere factoren een rol, zoals concurrentie van andere luchtvaartmaatschappijen en wisselkoersschommelingen.

Markten behind Schiphol naar de VAE

- Extra concurrentie op de markt tussen Schiphol en de VAE heeft vooralsnog geen eenduidig effect op de aangeboden stoelcapaciteit en frequenties op de belangrijkste KLM-feederroutes.
- Er is geen duidelijk dalende trend te zien in de aangeboden ticketprijzen via Schiphol naar de VAE. Op sommige markten (zoals Parijs Charles de Gaulle – Dubai via Schiphol) is een sterke daling te zien, terwijl de KLM-prijs op andere markten (zoals Hamburg – Dubai via Schiphol) juist toeneemt.

[1] Andere indirecte reisopties zijn buiten beschouwing gelaten.

- Het aantal transferpassagiers dat via Schiphol naar Dubai reist is op een aantal markten (zoals Parijs Charles de Gaulle, Göteborg en Hamburg) sterk toegenomen. Dit kan erop wijzen dat KLM door de toegenomen concurrentie van Emirates genoopt is meer transferverkeer op de vlucht naar Dubai te genereren. Er zijn echter ook feederbestemmingen (zoals Aberdeen en Birmingham) waar het verkeer dat via Schiphol naar Dubai reist licht afneemt. Het is belangrijk deze ontwikkelingen te blijven monitoren.

Terugkoppeling naar het luchtvaartverdrag

- Er is geen concrete aanwijzing dat er sprake is van *predatory pricing* door (één van de) luchtvaartmaatschappijen uit de VAE.
- Het is de vraag of het feit dat luchtvaartmaatschappijen uit de VAE door comparatieve voordelen tegen lagere operationele kosten kunnen opereren dan Nederlandse luchtvaartmaatschappijen in strijd is met het gelijkheids- en billijkheidsbeginsel.
- De capaciteit die door de luchtvaartmaatschappijen uit de VAE in de markt is gezet heeft geleid tot marktgeneratie, maar heeft er vermoedelijk ook toe geleid dat de winstgevendheid van KLM op de gegeven routes is afgenomen. Dat hoeft niet per se onredelijk te zijn als de prijzen voor toetreding bijvoorbeeld ruim boven de operationele kosten van de route lagen. Wat betreft de huidige tarieven is niet aangetoond dat die opmerkelijk laag liggen, alhoewel verdere analyse nodig is om daar hardere uitspraken over te kunnen doen.
- Het aandeel transferpassagiers op de routes tussen Nederland en de VAE is hoog: op de markt Schiphol – Dubai tussen de 70 en 80 procent en op de markt Schiphol – Abu Dhabi tot wel 90 procent. Om te kunnen bepalen of op de routes voldoende[2] O/D-passagiers worden vervoerd en de capaciteit dus niet de vervoersbehoefte op de route tussen Nederland en de VAE overstijgt is een gedetailleerde analyse nodig, waarbij onder meer aandacht is voor een vergelijking met vergelijkbare intercontinentale operaties en financiële gegevens van de actieve luchtvaartmaatschappijen op de route.

[2] De hoeveelheid O/D-passagiers die een operatie nodig heeft om winstgevend te kunnen zijn hangt van veel factoren af, waaronder de gemiddelde *yield* voor zowel O/D- als transferpassagiers op de route en het kostenniveau van de individuele operatie.

Inhoudsopgave

Samenvatting ..... **i**

1 Inleiding **1**

2 Onderzoeksaanpak **3**
2.1 Markten waarop de monitor betrekking heeft 3
2.2 Relevante indicatoren per markt 4

3 Marktcontext **5**
3.1 Inleiding 5
3.2 Ontwikkeling aangeboden capaciteit: KLM versus opkomende luchtvaartmaatschappijen 6
3.3 Ontwikkeling connectiviteit tussen Noordwest-Europa en Azië/Pacific: KLM versus Emirates en Etihad 7
3.4 Wereldwijd aandeel transferpassagiers 8
3.5 Effect toetreding golfcarriers: wetenschappelijke literatuur 9

4 Markt tussen Nederland en de Verenigde Arabische Emiraten **11**
4.1 Aantal spelers 11
4.2 Aangeboden stoelcapaciteit 12
4.3 Aangeboden frequenties 13
4.4 Aangeboden ticketprijzen 15
4.5 Ticketprijzen per kilometer: een vergelijking met andere routes 17
4.6 Gerealiseerde passagiersvolumes 18
4.7 Winstgevendheid 20

5 Markten beyond de Verenigde Arabische Emiraten **23**
5.1 De tien belangrijkste beyondmarkten 23
5.2 Aangeboden stoelcapaciteit 24
5.3 Aangeboden frequenties 27
5.4 Aangeboden ticketprijzen 27
5.5 Gerealiseerde passagiersvolumes 31
5.6 Winstgevendheid 33

6 Markten behind Schiphol naar de Verenigde Arabische Emiraten **35**
6.1 De belangrijkste behindmarkten 35
6.2 Aangeboden stoelcapaciteit 36

6.3 Aangeboden frequenties 37
6.4 Aangeboden ticketprijzen 38
6.5 Gerealiseerde passagiersvolumes 41

7 Conclusies en implicaties 45
7.1 Resultaten directe markten 45
7.2 Resultaten beyond- en behindmarkten 46
7.3 Terugkoppeling naar luchtvaartverdrag 46

1 Inleiding

Het bilaterale luchtvaartregime tussen Nederland en de Verenigde Arabische Emiraten (VAE) is in sterke mate geliberaliseerd. De artikelen 6 en 9 van het luchtvaartverdrag tussen Nederland en VAE geven echter wel een aantal grondbeginselen weer ten aanzien van de ontwikkeling van het vervoer op de routes tussen Nederland en VAE en op achterliggende punten. Het gaat hierbij om grondbeginselen ten aanzien van:

- Tarieven: Tarieven worden onder het nieuwe artikel primair bepaald door de markt en slechts in uitzonderlijke omstandigheden, zoals misbruik maken van een monopoloïde situatie of misbruik van machtsposities kunnen de luchtvaartautoriteiten ingrijpen in bovengenoemde situaties. Ook eventuele *predatory pricing* valt hieronder.
- Gelijkheid en billijkheid (*fair & equal opportunities*): aangewezen luchtvaartmaatschappijen worden in de gelegenheid gesteld om op gelijke wijze de diensten op de omschreven routes te exploiteren
- Redelijkheid: de aangewezen luchtvaartmaatschappijen van de ene partij houden rekening met de belangen van de luchtvaartmaatschappijen van de andere partij om te voorkomen dat de diensten die op dezelfde route (of delen daarvan) worden onderhouden, op onredelijke wijze worden getroffen.
- Vervoersbehoefte: de diensten dienen afgestemd te worden op de vervoersbehoeften van het publiek op de omschreven routes en dienen voedende capaciteit te verschaffen voor de huidige en redelijkerwijs te verwachten behoefte aan vervoer naar en van het grondgebied van de overeenkomst sluitende partijen. Vervoer van en naar andere staten dan de aanwijzende staat, wordt afgestemd op de vervoersbehoefte tussen dit andere land en het aanwijzende land..

Het Directoraat-Generaal Bereikbaarheid (DGB) van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu heeft SEO Economisch Onderzoek gevraagd de capaciteits-, vraag- en prijsontwikkeling op de routes tussen Nederland en de VAE ten aanzien van deze grondbeginselen te monitoren. Voorts heeft DGB aangegeven inzicht te willen in eventuele effecten op markten behind Schiphol en beyond Dubai en/of Abu Dhabi. SEO Economisch Onderzoek presenteert in onderhavige rapportage de resultaten van deze monitor.

2 Onderzoeksaanpak

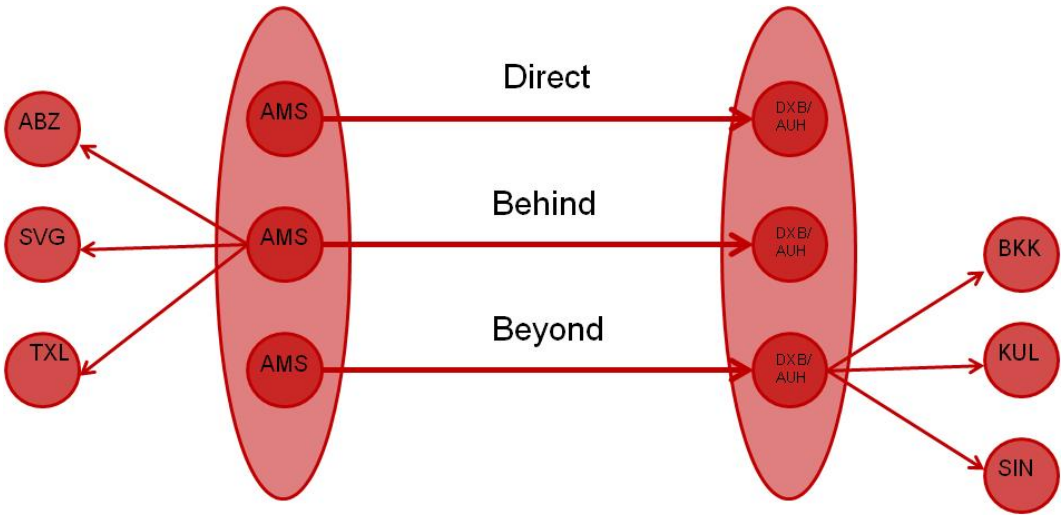
Om de ontwikkeling van het verkeer tussen Nederland en de Verenigde Arabische Emiraten (VAE) ten aanzien van de grondbeginselen uit het luchtvaartverdrag te monitoren belicht SEO verschillende aspecten van het verkeer. Naast het lokale herkomst-bestemmingsverkeer tussen Nederland en de VAE wordt ook de ontwikkeling van de vraag en aanbod op de belangrijkste beyond- en behindmarkten in kaart gebracht.

2.1 Markten waarop de monitor betrekking heeft

Momenteel vindt tussen Nederland en de VAE passagiersvervoer plaats op de directe routes Schiphol – Dubai (DXB) en Schiphol - Abu Dhabi (AUH). De markt waarop de toevoeging van extra capaciteit van een luchtvaartmaatschappij mogelijk effect heeft is echter veel breder dan alleen de Schiphol – Dubai/Abu Dhabi route (zie figuur 2.1). De relevante markt waarop de monitor betrekking heeft betreft daarom:

1. De markt Schiphol – Dubai en Schiphol – Abu Dhabi: extra operaties van een luchtvaartmaatschappij op één van de routes heeft effect op de het verkeer en vervoer van andere luchtvaartmaatschappijen op de routes.
2. De markt Schiphol – beyond Dubai en beyond Abu Dhabi: extra operaties van een luchtvaartmaatschappij met een basis op Dubai of Abu Dhabi heeft consequenties voor het vervoer van andere luchtvaartmaatschappijen die direct of indirect vanaf Schiphol diezelfde beyondbestemmingen bedienen.
3. De markt behind Schiphol: extra operaties van een luchtvaartmaatschappij op de Schiphol – Dubai of Schiphol – Abu Dhabi route kan betekenen dat KLM meer transfervervoer moet genereren op de behind Schiphol markten om met dezelfde bezettingsgraad, frequentie en capaciteit te blijven vliegen.

Figuur 2.1 Onderscheid directe markt, behindmarkten en beyondmarkten



2.2 Relevante indicatoren per markt

Voor elke markt wordt de ontwikkeling in het aanbod, de prijs en de gerealiseerde vraag geanalyseerd. Concreet zullen per markt de volgende indicatoren worden beschreven:

- Aantal luchtvaartmaatschappijen dat op de betreffende markt actief is (geldt alleen voor de directe routes Schiphol – Dubai en Schiphol – Abu Dhabi);
- Aangeboden stoelcapaciteit;
- Aangeboden frequenties;
- Aangeboden prijzen;
- Gerealiseerde passagiersvolumes.

De resultaten worden per indicator en interessante deelmarkt in kaart gebracht. Opvallende resultaten worden zo accuraat mogelijk verklaard aan de hand van recente ontwikkelingen in de markt. Met name voor de ontwikkelingen op de markten behind Schiphol en beyond de VAE is dit niet zonder meer te verklaren door de extra frequentie van Emirates. Bij deze ontwikkeling speelt een groot aantal factoren een rol, die grotendeels buiten de scope van dit onderzoek vallen. Voorbeelden hiervan zijn de ontwikkeling van het aanbod en de prijsstelling van andere luchtvaartmaatschappijen en de ontwikkeling van de O/D-vraag op de betreffende beyond- en behindroutes. Bij het in beeld brengen van ontwikkelingen op beyond- en behindroutes wordt alleen ingezoomd op luchtvaartmaatschappijen uit Nederland en de VAE.

Gerealiseerde bezettingsgraad

In het onderzoeksvoorstel heeft SEO Economisch Onderzoek aangegeven ook resultaten betreffende de bezettingsgraad te presenteren. In de loop van het onderzoek is echter gebleken dat de twee verschillende gegevensbronnen die worden gebruikt voor de aangeboden stoelcapaciteit (OAG) en de gerealiseerde passagiersvolumes (MIDT) conflicterende resultaten bevatten. Hierdoor kunnen er geen betrouwbare waarden voor de bezettingsgraad worden verkregen. Om de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van dit onderzoek te waarborgen heeft SEO Economisch Onderzoek er vanaf gezien de beladingsgraad als indicator te presenteren. De aangeboden stoelcapaciteit uit OAG en de gerealiseerde passagiersvolumes uit MIDT worden als twee separate indicatoren gepresenteerd om de ontwikkeling van de markt tussen Nederland en de VAE te monitoren. Beide indicatoren bieden relevante informatie omtrent de ontwikkeling van deze markt, maar zijn ongeschikt om te gebruiken voor het achterhalen van individuele bedrijfsresultaten, waaronder de bezettingsgraad.

3 Marktcontext

De positie van het Schipholnetwerk staat onder toenemende druk. Op het Europese vlak zorgen voornamelijk low cost carriers voor druk op de marges en op het intercontinentale vlak is de opkomst van met name de golfcarriers en Turkish Airlines opmerkelijk. Die laatste partijen groeien aanzienlijk sneller dan KLM in termen van aangeboden stoelcapaciteit en stoelkilometers. Daarnaast neemt op wereldwijde schaal het aandeel van Schiphol in het totaal aantal transferpassagiers af, terwijl hubluchthavens als Dubai en Doha snel transferaandeel winnen. De wetenschappelijke empirie wijst erop dat de toetreding van golfcarriers leidt tot een aanzienlijke marktgeneratie, maar ook tot een neerwaartse druk op de prijzen en daarmee op de marges van de bestaande luchtvaartmaatschappijen op de respectievelijke routes.

3.1 Inleiding

De huboperatie van SkyTeam op Schiphol, met name ingevuld door KLM, is cruciaal voor de internationale connectiviteit van Nederland en zorgt ervoor dat het land kan profiteren van een veel omvangrijker netwerk van bestemmingen dan mogelijk is op basis van de lokale vervoersvraag alleen. Dit omdat KLM een groot deel van de stoelen op Europese en intercontinentale vluchten vult met transferpassagiers. Zonder deze huboperatie is het aantal rechtstreekse bestemmingen veel kleiner. Bovendien ligt de vluchtfrequentie op veel bestemmingen dan lager.

De positie van de Europese hubcarriers –waaronder KLM- is echter kwetsbaar. De afgelopen vijftien jaar heeft de toenemende concurrentie op de luchtvaartmarkt de marges van luchtvaartmaatschappijen als Air France-KLM, Lufthansa en British Airways onder druk gezet. Enerzijds wordt de toenemende concurrentie veroorzaakt door de snelle groei van prijsvechters als easyJet, Ryanair, Norwegian en Vueling. Hun marktaandeel is van enkele procenten rond de eeuwwisseling gegroeid tot 30 procent in 2013. Anderzijds wordt de toenemende concurrentie veroorzaakt door de groei van een nieuwe generatie hubcarriers uit het Midden Oosten en Turkije. Profiterend van een excellente geografische locatie van hun hubs en lage operationele kosten hebben luchtvaartmaatschappijen als Emirates, Etihad, Qatar Airways en Turkish Airlines inmiddels een sterke positie op met name de groeimarkt tussen Europa en Azië.

De toenemende concurrentie heeft geleid tot slinkende marktaandelen van de Europese hubcarriers én een kleinere marge per vervoerde passagier. Willen de Europese hubcarriers concurrerend blijven, dan zijn significante kostenreducties nodig. Dit is echter niet makkelijk: de Europese hubcarriers torsen een erfenis van hoge arbeidskosten en riante arbeidsvoorwaarden met zich mee, welke als gevolg van de sterke positie van vakbonden niet makkelijk aan te passen zijn. Daarnaast is het onderhouden van een hubnetwerk per definitie kostbaar. Versimpeling van het kostbare hubsysteem leidt tot verlies aan connectiviteit en daarmee tot ondermijning van het eigen bedrijfsmodel en daarmee van het omvangrijke luchtvaartnetwerk.

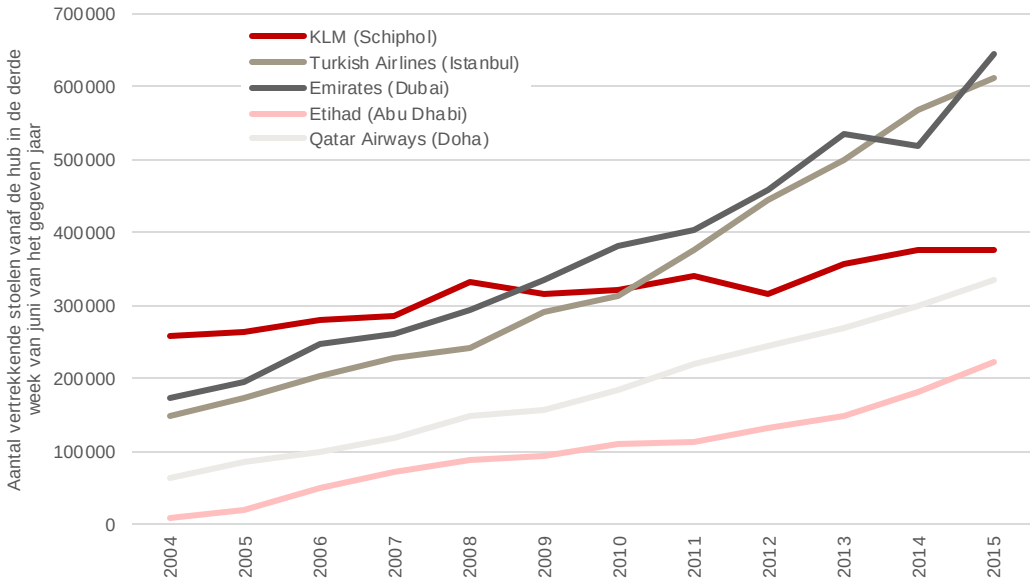
Deze monitorstudie richt zich concreet op de markt tussen Nederland en de Verenigde Arabische Emiraten (VAE) en daarmee met name op de concurrentie tussen KLM en Emirates en Etihad. Daarbij is onder meer aandacht voor de ontwikkeling in capaciteit, passagiers en prijzen op de

directe markten en relevante beyond- en behindmarkten. Dit hoofdstuk biedt inzicht in de belangrijkste marktontwikkelingen in bredere zin, illustratief voor de toenemende concurrentie waarmee KLM te maken heeft.

3.2 Ontwikkeling aangeboden capaciteit: KLM versus opkomende luchtvaartmaatschappijen

Figuur 3.1 laat zien dat de capaciteit die KLM vanaf Schiphol aanbiedt tussen 2004 en 2015 licht is toegenomen. Die groei blijft duidelijk achter bij die van de belangrijkste hubcarriers uit het Midden Oosten en Turkije. Emirates en Turkish Airlines zijn KLM op het gebied van aangeboden stoelcapaciteit voorbijgestreefd. Op basis van de figuur kan worden verwacht dat binnen enkele jaren ook Qatar Airways en Etihad meer capaciteit aanbieden vanaf hun respectievelijk hubs.

Figuur 3.1 De aangeboden capaciteit van de golfcarriers en Turkish Airlines vanaf hun respectievelijke hubs groeit aanzienlijk sneller dan die van KLM vanaf Schiphol[3]



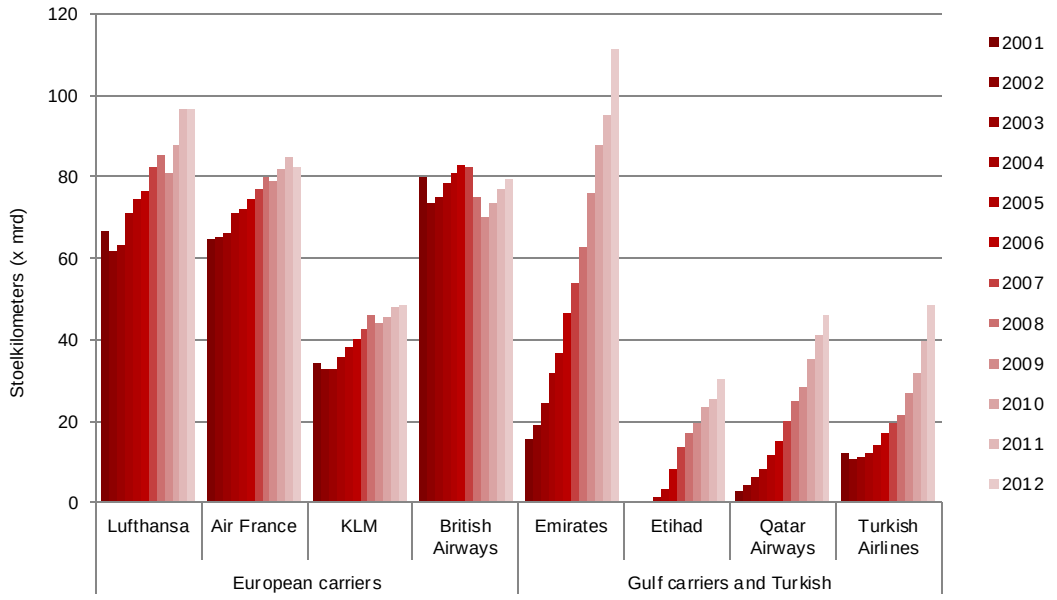
Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek

In het verlengde hiervan laat figuur 3.2 zien dat het aantal aangeboden stoelkilometers (ASK[4]) door de golfcarriers en Turkish Airlines deze eeuw een forse groei heeft doorgemaakt. De Europese hubcarriers laten weliswaar ook een groei zien, maar met name de groei van Emirates overtreft dit ruimschoots. Het feit dat Emirates in termen van ASK's aanzienlijk hoger scoort dan Turkish Airlines hangt samen met de gemiddeld grotere vliegtuigen waarmee Emirates opereert in combinatie met gemiddeld langere vliegafstanden. De groei gaat gepaard met grootschalige investeringen in zowel vloot (vliegtuigaankopen) als uitbreiding van de luchthaveninfrastructuur.

3 Tussen mei en juli 2014 vond op Dubai groot baanonderhoud plaats, hetgeen de dip in de aangeboden capaciteit van Emirates in 2014 verklaart.

4 Aangeboden capaciteit uitdrukken in ASK's is een gebruikelijke manier om de omvang van een luchtvaartmaatschappij te duiden. Er wordt daarmee rekening gehouden met het aangeboden aantal stoelen alsmede met de gevlogen afstand van die stoelen.

Figuur 3.2 De golfcarriers en Turkish Airlines laten een aanzienlijk sterkere groei van de aangeboden stoelkilometers zien dan de Europese hubcarriers



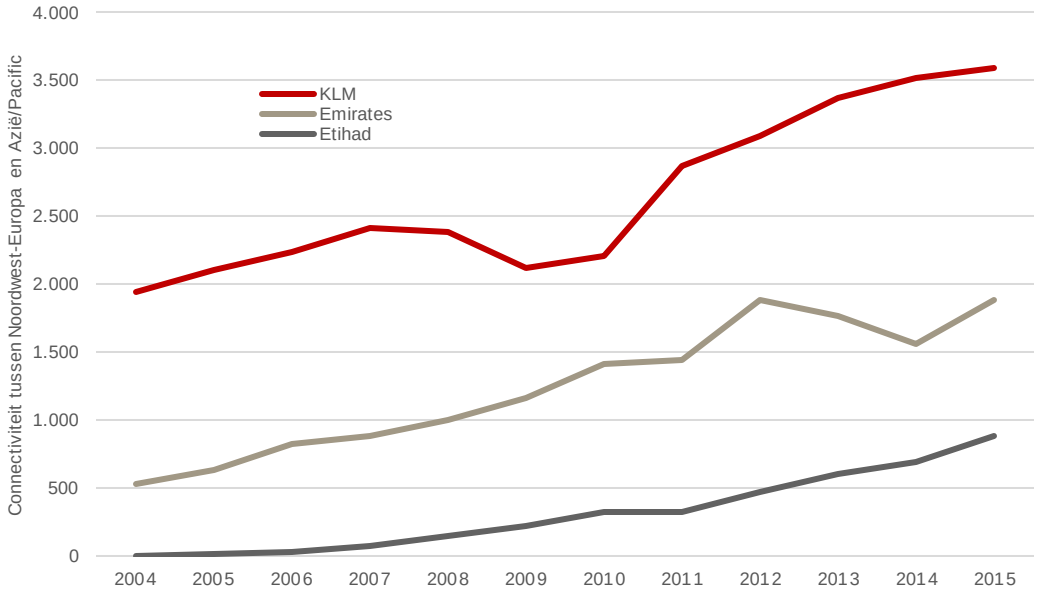
Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek

3.3 Ontwikkeling connectiviteit tussen Noordwest-Europa en Azië/Pacific: KLM versus Emirates en Etihad

Figuur 3.3 laat zien dat de aangeboden connectiviteit op de markt tussen Noordwest-Europa[5] en Azië/Pacific voor zowel KLM als voor Emirates en Etihad is toegenomen tussen 2004 en 2015. De totale connectiviteit tussen Noordwest-Europa en Azië/Pacific aangeboden door KLM, Emirates en Etihad tezamen is tussen 2004 en 2015 met meer dan 150 procent gegroeid. De mate van concurrentie door de golfcarriers is tegelijkertijd toegenomen. Op de markt tussen Noordwest-Europa en Azië/Pacific is, in vergelijking met Emirates en Etihad, het marktaandeel, exclusief andere luchtvaartmaatschappijen, van KLM geslonken van 79 procent in 2004 tot 57 procent in 2015. Alhoewel KLM tussen 2004 en 2015 nog altijd een connectiviteitsgroei van meer dan 80 procent noteert, laten de luchtvaartmaatschappijen uit de VAE een forsere relatieve groei zien, hetgeen het verlies in marktaandeel van KLM verklaart. Daar staat tegenover dat in absolute zin de connectiviteitsgroei van KLM op de markt tussen Noordwest-Europa en Azië/Pacific groter is dan de groei van Emirates en Etihad.

5 Onder Noordwest-Europa vallen België, Denemarken, Duitsland, Finland, Frankrijk, Ierland, Luxemburg, Nederland, Noorwegen, het Verenigd Koninkrijk, Zweden en Zwitserland.

Figuur 3.3 De connectiviteit tussen Noordwest-Europa en Azië/Pacific is voor zowel KLM als Emirates en Etihad toegenomen; de relatieve groei is het grootst voor de golfcarriers



Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek op basis van NetScan model

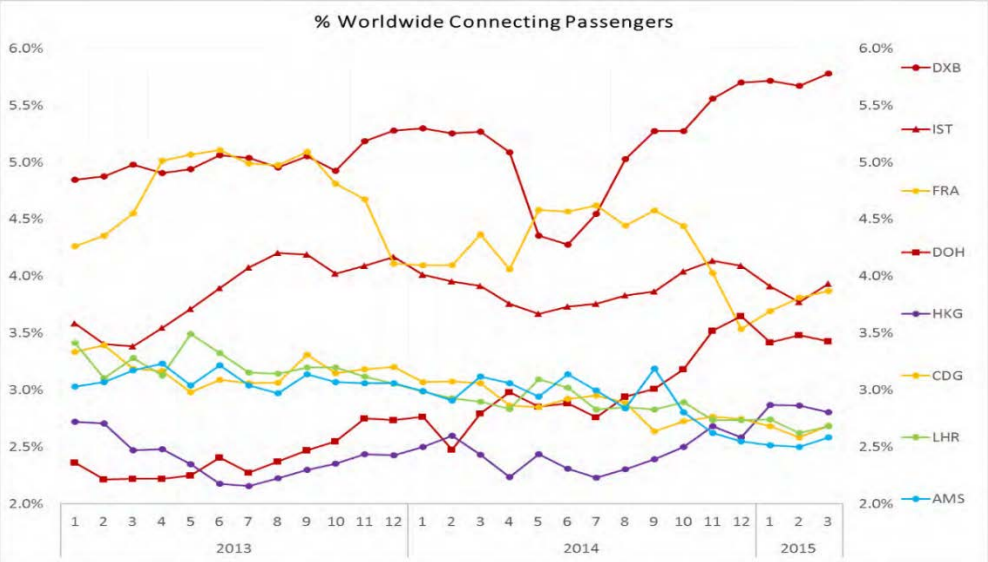
3.4 Wereldwijd aandeel transferpassagiers

Het aandeel van Schiphol in het totaal aantal transferpassagiers wereldwijd is de laatste twee jaar afgenomen (zie figuur 3.4). Dat betekent niet dat het absolute aantal transferpassagiers op Schiphol is afgenomen, maar dat impliceert voornamelijk dat andere hubluchthavens in de wereld (in termen van transferpassagiers) sterker groeien dan Schiphol. De figuur laat zien dat dit voornamelijk geldt voor Dubai (DXB) en Doha (DOH) en in mindere mate voor Istanbul (IST).

Suau-Sanchez en Voltes-Duarte[6] laten verder zien dat het transferaandeel van Schiphol op de deelmarkt Verenigd Koninkrijk-Azië/Pacific sterk afneemt, hetgeen niet zo zeer samenhangt met een toename van het aandeel van de golfcarriers, maar met name door een toename van het binnenlandse netwerk van British Airways, waardoor veel secundaire Britse luchthavens nu (veel beter) verbonden zijn met British Airwayshub Londen Heathrow. Zo zijn er ook andere oorzaken die een toename van de concurrentiedruk op Schiphol en KLM veroorzaken. Op de deelmarkt Verenigd Koninkrijk-Midden Oosten is het transferaandeel van Schiphol wel ten koste gegaan van het marktaandeel van de golfhubs en Istanbul.

6 Analyse is afkomstig uit het Airneth lunchseminar "London Airport Expansion Debate: The role of Amsterdam in providing connectivity to the UK", 28 mei 2015, Den Haag.

Figuur 3.4 Europese hubluchthavens verliezen marktaandeel in de wereldwijde markt voor overstappassagiers; golfhubs worden belangrijker[7]



Bron: Suau-Sanchez & Voltes-Dorta (2015)[8]

3.5 Effect toetreding golfcarriers: wetenschappelijke literatuur

Recent is empirisch aangetoond dat het effect van de toetreding van golfcarriers tot de Amerikaanse markt tweeledig is.[9] Enerzijds leidt het tot een significante toename van het totaal aantal passagiers. Anderzijds concluderen de onderzoekers dat concurrentie van golfcarriers leidt tot een kleine maar significante afname van het aantal passagiers van de Amerikaanse hubcarriers en hun prijzen op markten tussen de Verenigde Staten en Afrika, Azië, Australië en Europa. Vanuit een consumentenperspectief is dit, in ieder geval op korte termijn, een positief effect. Echter, het effect voor de Amerikaanse hubcarriers is negatief met mogelijke tweede orde netwerkeffecten als gevolg. In een analyse van het effect van toetreding van golfcarriers op de Duitse markt wordt eveneens een sterk marktgeneratie effect gevonden.[10]

Het is aannemelijk dat het effect zoals hierboven beschreven ook optreedt bij toetreding tot Europese markten. Dat impliceert dat de toetreding van golfcarriers tot de Nederlandse markt bijdraagt aan gemiddeld lagere ticketprijzen, maar ook tot een verdere concurrentiedruk op hubcarrier KLM met navenant negatieve effecten op de winstgevendheid.

7 Ook hier geldt dat tussen mei en juli 2014 op Dubai groot baanonderhoud plaatsvond, hetgeen de dip in de aangeboden capaciteit van Emirates in 2014 verklaart.

8 Figuur is afkomstig uit het Airneth lunchseminar "London Airport Expansion Debate: The role of Amsterdam in providing connectivity to the UK" , 28 mei 2015, Den Haag.

9 Dresner, M., C. Erogly, C. Hofer, F. Mendez, K. Tan (2015). 'The impact of gulf carrier competition on U.S. Airlines', *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, in press.

10 Grimme, W. (2011). 'The growth of Arabian airlines from a German perspective – a study of the impacts of new air services to Asia', *Journal of Air Transport Management*, 17, 333-338.

4 Markt tussen Nederland en de Verenigde Arabische Emiraten

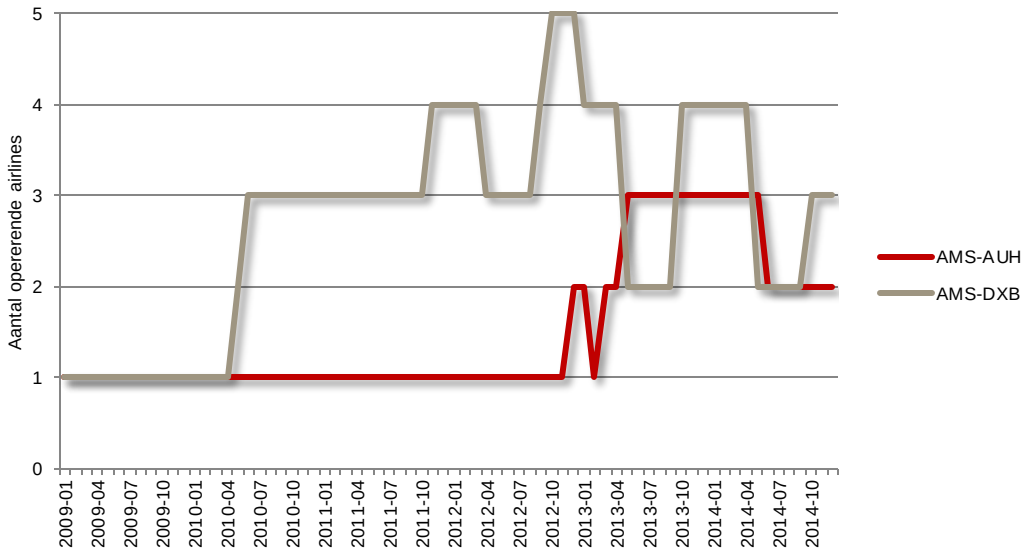
Door de extra dagelijkse frequentie van Emirates is het de grootste partij op de markt tussen Nederland en de Verenigde Arabische Emiraten (VAE) in termen van het aantal aangeboden stoelen. In lijn met de capaciteitstoename is ook het passagiersvolume toegenomen. Deels komt dit door een toename van de lokale vraag, maar ook het totaal aantal transferpassagiers is toegenomen. Het aantal passagiers dat KLM op de route Schiphol – Dubai vervoert is licht afgenomen. Op de route Schiphol – Abu Dhabi is het aantal passagiers van KLM na toetreding van Etihad op die markt juist toegenomen. Dit hangt vermoedelijk samen met de codeshareovereenkomst die KLM met Etihad is aangegaan. Na toetreding van een golfcarrier is op beide routes sprake van een toename van het aandeel transferpassagiers bij KLM met ongeveer 5 procentpunten. Tot slot valt op dat de winstgevendheid van KLM's operatie tussen Schiphol en Dubai tussen 2009 en 2015 aanzienlijk is afgenomen.

Dit hoofdstuk presenteert de ontwikkeling van het aanbod en de vraag op de routes Schiphol – Dubai en Schiphol – Abu Dhabi. Ook biedt het inzicht in de recente prijsontwikkeling op de directe markten.

4.1 Aantal spelers

Eind 2014 zijn er op de luchtvaartmarkt tussen Nederland en de VAE vier verschillende spelers actief. KLM, Emirates en Transavia voeren vluchten uit naar Dubai. Tussen Schiphol en Abu Dhabi zijn KLM en Etihad actief. De ontwikkeling van het aantal luchtvaartmaatschappijen is in figuur 4.1 te zien.

Figuur 4.1 Sinds 2013 zijn er op beide routes tussen Schiphol en de VAE meerdere airlines actief



Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek

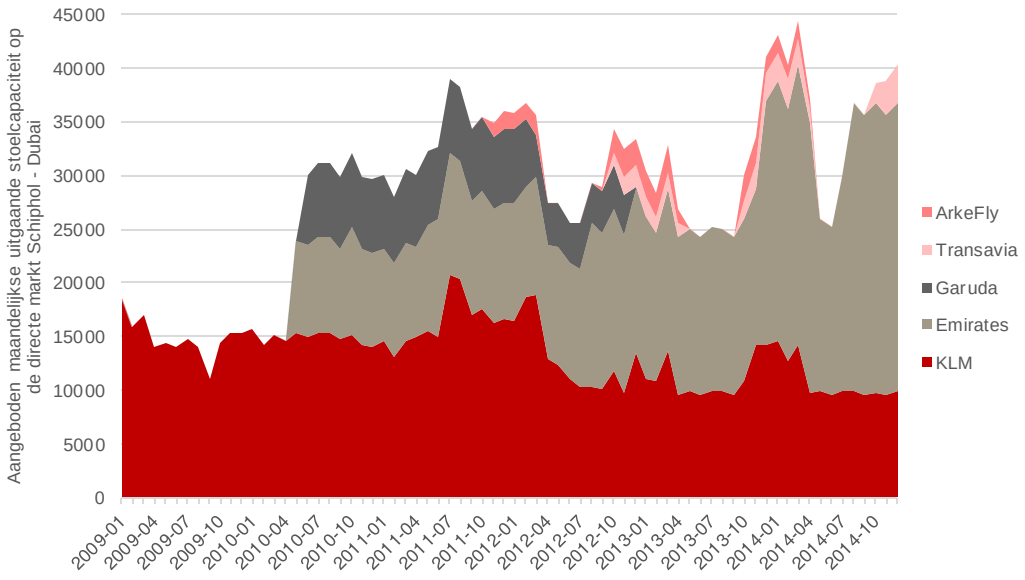
In 2009 was KLM nog de enige opererende luchtvaartmaatschappij op beide routes naar de VAE. In het zomerseizoen van 2010 beginnen Emirates en Garuda met de uitvoering van vluchten tussen Schiphol en Dubai. Laatstgenoemde gebruikt Dubai als tussenstop voor de operatie tussen Jakarta en Schiphol. Eind 2011 start ook ArkeFly met operaties tussen Schiphol en Dubai. In het winterseizoen 2012/2013 is Transavia de tweede Nederlandse leisuremaatschappij die vluchten uitvoert tussen Schiphol en Dubai.

In hetzelfde winterseizoen verplaatste Garuda haar tussenstoplocatie van Dubai naar Abu Dhabi als onderdeel van haar codeshareovereenkomst met Etihad. Garuda was naast KLM de tweede aanbieder op de markt Schiphol – Abu Dhabi. In mei 2013 begon ook KLM-partner Etihad met vluchten tussen Schiphol en Abu Dhabi. Een jaar later ontving Garuda haar eerste Boeing 777 vliegtuigen en startte de nationale luchtvaartmaatschappij van Indonesië met directe vluchten tussen Jakarta en Schiphol, waardoor de tussenstop op Abu Dhabi verviel.

4.2 Aangeboden stoelcapaciteit

De aangeboden stoelcapaciteit tussen Nederland en de VAE is in de afgelopen jaren sterk toegenomen. In januari 2009 bestond het aanbod uit ruim 23.000 stoelen,[11] allemaal aangeboden door KLM. In december 2014 is dit ruim het dubbele; het aanbod bestaat dan uit bijna 56.000 stoelen. In het winterseizoen van 2013/2014 lag het aanbod zelfs ruim boven de 60.000, aangeboden door vijf verschillende maatschappijen (zie figuur 4.2 en figuur 4.3).

Figuur 4.2 De aangeboden stoelcapaciteit tussen Schiphol en Dubai is tussen 2009 en 2014 bijna verdrievoudigd

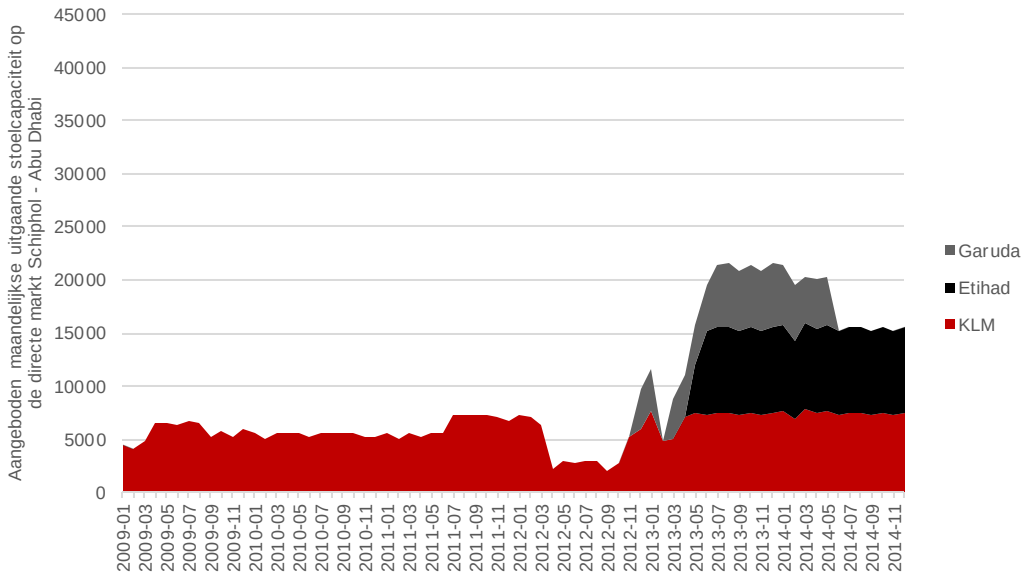


Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek; gestapelde figuur

[11] Dit betreft de one-way stoelcapaciteit; het aantal uitgaande stoelen van Schiphol naar de Verenigde Arabische Emiraten.

De aangeboden stoelcapaciteit op de markt tussen Schiphol en Dubai (zie figuur 4.2) ligt bijna drie keer zo hoog als de stoelcapaciteit op de markt tussen Schiphol en Abu Dhabi (zie figuur 4.3). Met name Emirates verwerft een groot aandeel tussen 2009 en 2014. Eind 2014 biedt Emirates ruim 65 procent van de stoelen tussen Schiphol en Dubai aan en ongeveer de helft van het totaal aantal stoelen tussen Schiphol en de VAE (Dubai en Abu Dhabi). Daarmee is het stoelaanbod van Emirates eind 2014 tussen Nederland en de VAE net zo groot als dat van KLM en Etihad samen. De capaciteitsgroei van Emirates is ingezet in 2010, toen Emirates begon met de vluchtuitvoering tussen Schiphol en Dubai. In augustus 2012 neemt de aangeboden capaciteit sterk toe als Emirates de route uit gaat voeren met de Airbus A380. In oktober 2013 voegt Emirates een extra dagelijkse frequentie toe tussen Schiphol en Dubai. In de zomer van 2014 voert Emirates tijdelijk minder vluchten uit wegens baanonderhoud op de luchthaven van Dubai.

Figuur 4.3 De aangeboden stoelcapaciteit tussen Schiphol en Abu Dhabi is tussen 2009 en 2014 meer dan verdrievoudigd



Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek; gestapelde figuur

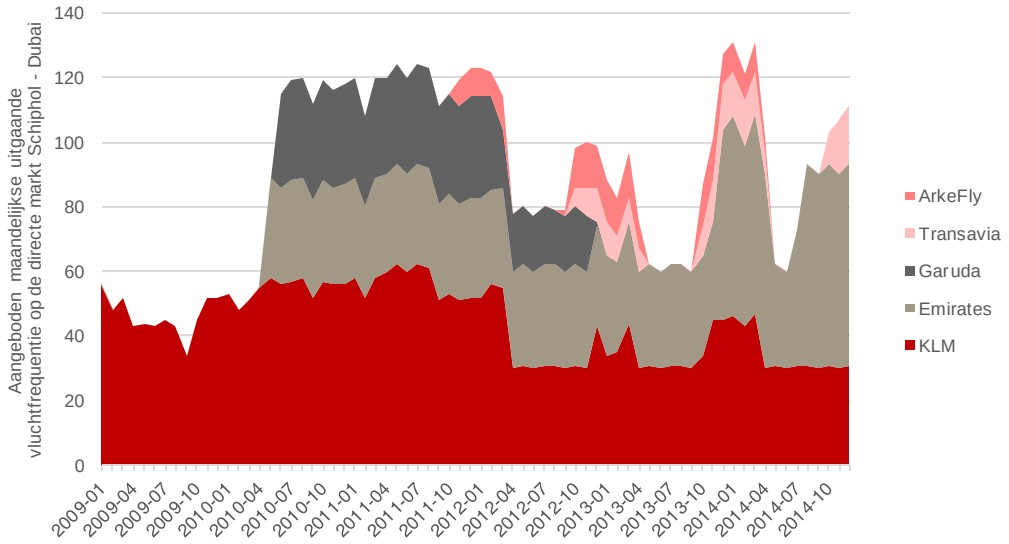
4.3 Aangeboden frequenties

Uit de vorige paragraaf blijkt dat de stoelcapaciteit tussen Nederland en de VAE sterk is toegenomen tussen 2009 en 2014. Er zijn verschillende nieuwe aanbieders toegetreden waardoor het aandeel van KLM aanzienlijk is afgenomen. Figuur 4.4 en figuur 4.5 laten de ontwikkeling zien van het aantal aangeboden uitgaande vluchtfrequenties op de markten Schiphol – Abu Dhabi en Schiphol – Dubai.

In 2009 vliegt KLM meerdere malen per dag tussen Schiphol en Dubai. In 2010 treden Emirates en Garuda beiden toe met een dagelijkse vlucht. Na 2,5 jaar verplaatst Garuda de tussenstoplocatie voor de operatie van Jakarta naar Schiphol van Dubai naar Abu Dhabi. KLM schroeft de frequentie op de route naar Dubai terug tot eenmaal per dag met ingang van het zomerseizoen 2012 en in het winterseizoen tot ongeveer 10 maal per week. Leisuremaatschappijen Transavia en ArkeFly vliegen

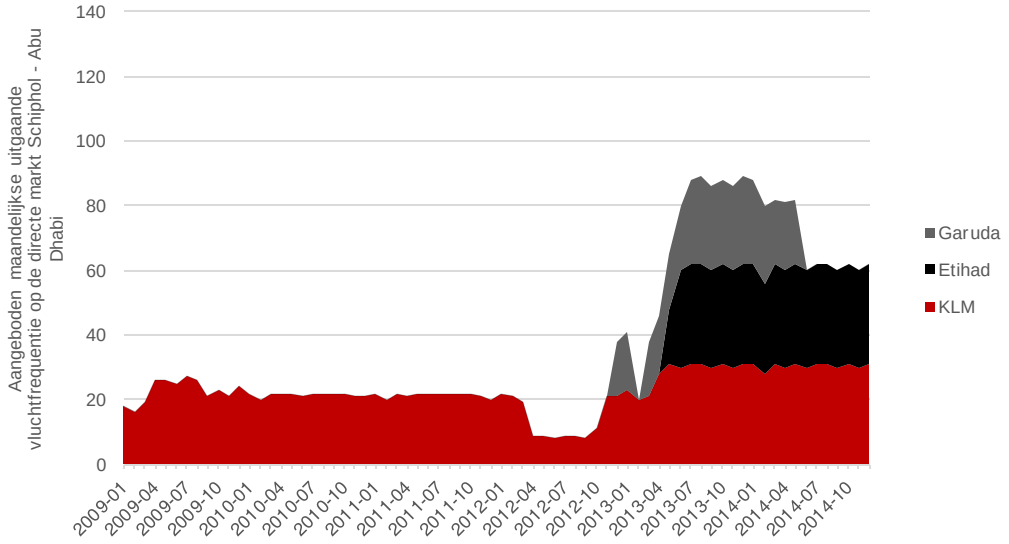
in het winterseizoen 2012/2013 en 2013/2014 ongeveer 3 keer per week naar Dubai. In december 2013 start Emirates met een tweede dagelijkse vlucht tussen Schiphol en Dubai. Door deze sterke toename in capaciteit besluit KLM geen extra vluchten meer uit te voeren in het winterseizoen.[12] Ook stopt ArkeFly met de vluchtoperatie naar Dubai.

Figuur 4.4 De aangeboden vluchtfrequentie van KLM op de markt Schiphol – Dubai neemt af naar één dagelijkse frequentie met ingang van het zomerseizoen 2012



Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek; gestapelde figuur

Figuur 4.5 Na toetreding van Etihad op de markt Schiphol – Abu Dhabi neemt ook de vluchtfrequentie van KLM toe



Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek; gestapelde figuur

12 Vanaf januari 2015 gaat KLM drie keer per week met een 747 combi vliegen tussen Schiphol en Dubai (KL429 en KL430).

Tot 2013 was KLM de enige opererende maatschappij tussen Schiphol en Abu Dhabi met vijf vluchten per week. In juni 2013 werd dit opgeschroefd naar een dagelijkse vlucht. Tegelijkertijd startte ook Etihad Airways met een dagelijkse vlucht naar Abu Dhabi. Dezelfde zomer startte Garuda met zes wekelijkse vluchten tussen Jakarta en Schiphol met een tussenstop op Abu Dhabi. Na een jaar, toen de vluchtoperatie werd uitgevoerd met de Boeing 777 in plaats van een Airbus A330, schrapte Garuda de tussenstop op Abu Dhabi.

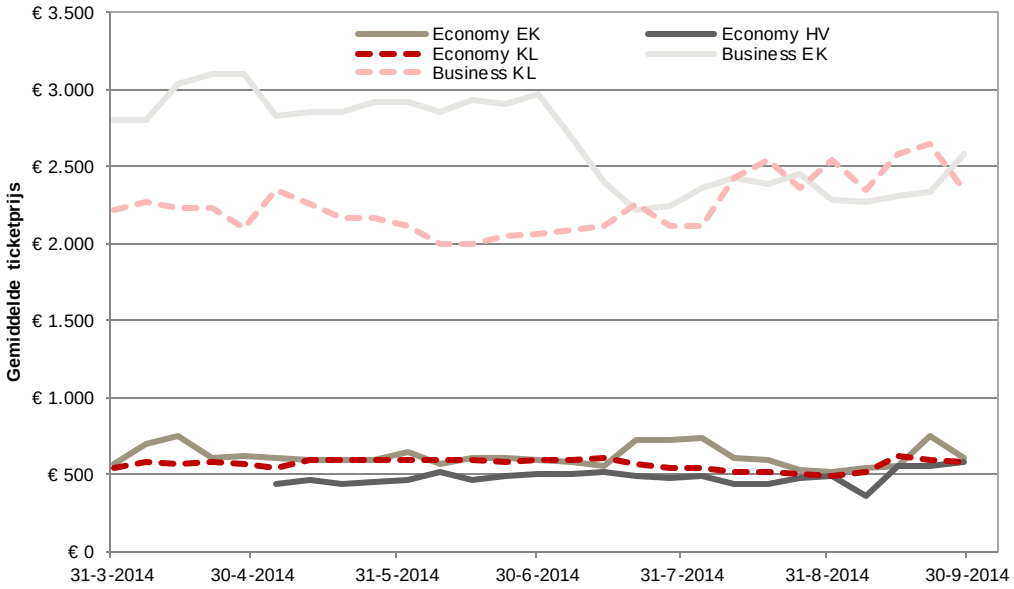
4.4 Aangeboden ticketprijzen

Additioneel heeft SEO Economisch Onderzoek de ontwikkeling van de aangeboden retourticketprijzen op de onderzochte markten tussen maart en oktober 2014 gemonitord. Met behulp van webscrapingtechnologie zijn de gemiddelde aangeboden ticketprijzen van de verschillende actieve maatschappijen verkregen.

Door het gebruik van revenue managementsystemen door luchtvaartmaatschappijen veranderen ticketprijzen voortdurend. Om een goed vergelijkbare ticketprijs te verkrijgen wordt een gemiddelde genomen van tien ticketprijzen voor vluchten met een verschillende vertrekdatum. Een economy classticket van KLM voor de route Schiphol – Dubai kost op 31 maart bijvoorbeeld € 547. Dit is een gemiddelde van de prijs op tien verschillende vertrekmomenten. De prijs varieert tussen de € 404 (vertrek 3 november 2014) en € 630 (vertrek 29 december 2014).

Figuur 4.6 laat de ontwikkeling van de aangeboden ticketprijzen zien op de markt Schiphol – Dubai. De aangeboden ticketprijs blijft redelijk stabiel. Het extra aanbod als gevolg van de tweede frequentie van Emirates heeft dus vooralsnog geen duidelijk effect op de prijs.

Figuur 4.6 De aangeboden ticketprijzen op de markt Schiphol – Dubai ontwikkelen zich gelijkmatig. Ook met business classtarieven gaat Emirates meer de concurrentie aan met KLM.



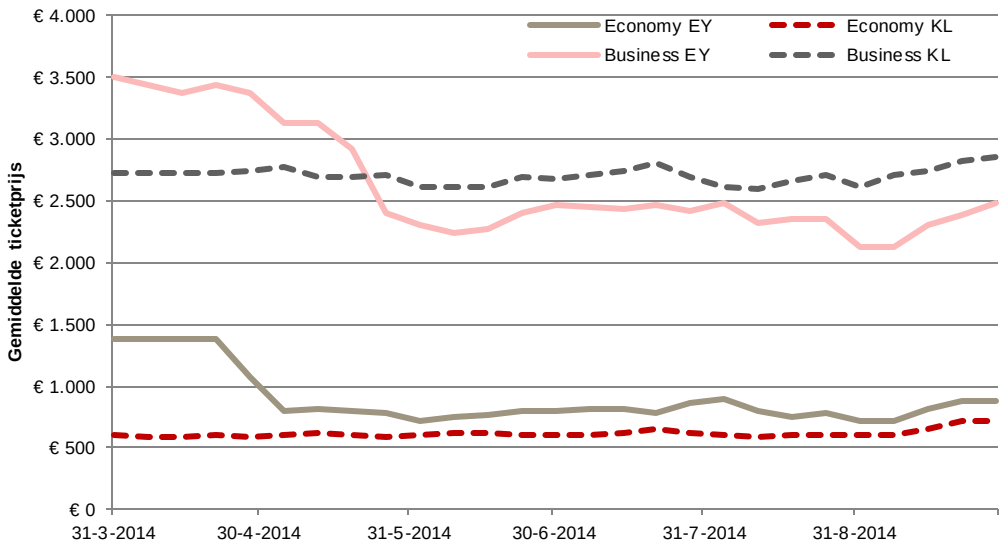
Bron: SEO ticketprijsmonitor

De economy classprijzen van de drie actieve maatschappijen liggen dicht bij elkaar. De prijzen van leisuremaatschappij Transavia zijn het laagst. Emirates biedt gemiddeld de hoogste ticketprijs aan, maar wijkt niet ver af van de KLM-prijs. De prijs van Emirates laat een aantal pieken zien in begin april en in de zomermaanden. Dit wordt deels veroorzaakt door het feit dat Emirates extreem hoge prijzen aanbiedt voor vluchten met een hoge vraag, zoals de vlucht die op 29 december vertrekt. De hoogste prijs die KLM aanbiedt is € 1.177 tegenover een prijs van € 3.598 van Emirates.

Na juni 2014 is er een sterke daling van het business classtarief van Emirates. Ook dit is waarschijnlijk een gevolg van de frequentietoename, waardoor Emirates meer business classtickets moet verkopen. Deze passagiers zijn over het algemeen minder prijsgevoelig en reizen derhalve eerder non-stop tegen een hogere prijs dan passagiers die economy class vliegen. Bij KLM verandert de business classprijs niet significant, mogelijk omdat deze veelal zakelijke reizigers vaak *frequent flyers* zijn van KLM en daarom minder snel met een andere luchtvaartmaatschappij vliegen.

Figuur 4.7 laat de aangeboden prijzen zien op de markt Schiphol – Abu Dhabi. De ticketprijzen op de markt Schiphol – Abu Dhabi liggen iets hoger dan op de markt naar Dubai, hetgeen logisch is vanwege de grotere mate van concurrentie op de Dubaimarkt. In 2014 bieden zowel KLM als Etihad een dagelijkse vlucht aan naar Abu Dhabi.[13] Omdat KLM en Etihad een codeshareovereenkomst op deze vlucht hebben, verkopen beide maatschappijen ook tickets voor vluchten die worden uitgevoerd door de andere maatschappij. De tickets die verkocht worden door KLM zijn aanzienlijk goedkoper. De gemiddelde prijs van KLM is ongeveer € 600 voor een economy classticket, ongeveer € 100 goedkoper dan de gemiddelde prijs van Etihad.

Figuur 4.7 Op de markt Schiphol – Abu Dhabi zijn de aangeboden ticketprijzen van Etihad hoger dan KLM in economy class.



Bron: SEO ticketprijsmonitor

[13] Omdat Garuda Indonesia de route Schiphol – Abu Dhabi medio 2014 heeft gestaakt is deze maatschappij niet opgenomen in de vergelijking van ticketprijzen.

In april 2014 lag de ticketprijs in de economy class van Etihad bijna twee maal zo hoog als de prijs van KLM, voor dezelfde vluchten. Vermoedelijk wordt het herkomst-bestemmingsverkeer uit Amsterdam en omgeving bij voorkeur door KLM verkocht en richt Etihad zich meer dan KLM op transferpassagiers die via Abu Dhabi naar een andere bestemming reizen en mogelijk ook op het 'high end' van het economysegement.

De prijzen voor business classtickets blijven bij KLM vrij constant. Bij Etihad is hier een dalende trend te zien, hetgeen een indicatie kan zijn dan Etihad moeite heeft alle business class plaatsen te verkopen.

4.5 Ticketprijzen per kilometer: een vergelijking met andere routes

Bovenstaande ticketprijzen leiden tot prijzen per kilometer van € 0,11 tot € 0,12 voor het economysegment voor de geanalyseerde periode (zie tabel 4.1). Voor vergelijkbare routes met weliswaar een iets langere vliegafstand, maar waarbij ook sprake is van 1 (of 2) directe concurrenten liggen de prijzen lager, variërend van € 0,09 tot € 0,10. Dat geeft geen aanleiding om te veronderstellen dat de prijzen op de routes van Schiphol naar Dubai en Abu Dhabi te laag liggen.

Om hier harde uitspraken over te kunnen doen dient echter een bredere inventarisatie van routes en een uitgebreide econometrische analyse te worden uitgevoerd. Dat valt echter buiten de scope van dit onderzoek. Op basis van een dergelijke analyse, waarin meerdere variabelen en/of routekarakteristieken worden meegenomen, kunnen mogelijk hardere conclusies worden getrokken met betrekking tot de hoogte van de ticketprijzen op de routes van Schiphol naar Dubai en Abu Dhabi.

Tabel 4.1 Prijzen per kilometer liggen op de routes naar Dubai en Abu Dhabi niet opmerkelijk laag

	Prijs per kilometer	Gemiddelde economyprijs in zomerseizoen 2014	Afstand in km	Aantal directe concurrenten
DXB	€ 0,110	€ 566	5.168	1
AUH	€ 0,119	€ 618	5.191	1
BKK	€ 0,092	€ 847	9.207	2
HKG	€ 0,093	€ 868	9.289	1
KUL	€ 0,100	€ 1.028	10.236	1
SIN	€ 0,088	€ 922	10.513	1
CGK[14]	€ 0,075	€ 853	11.353	1

Bron: SEO ticketprijsmonitor

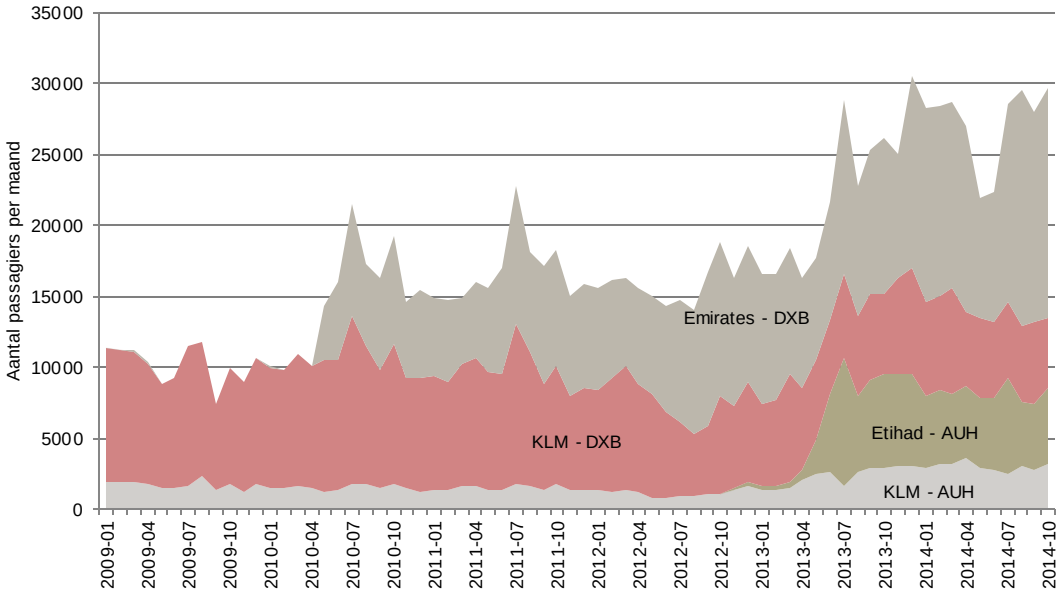
[14] De route naar Jakarta wordt in de analyseperiode via Kuala Lumpur aangeboden, hetgeen een verklaring kan zijn voor de opmerkelijk lage kilometerprijs.

4.6 Gerealiseerde passagiersvolumes[15]

Figuur 4.8 laat de ontwikkeling van het totaal aantal passagiers op de routes tussen Schiphol en de VAE zien.[16] Tussen 2009 en 2013 groeide het totaal aantal passagiers tussen Nederland en de VAE gemiddeld met 21 procent per jaar. In de eerste tien maanden van 2014 steeg het aantal passagiers met 30 procent ten opzichte van de eerste tien maanden van 2013.

Het aantal passagiers op de Dubaimarkt is sterk toegenomen na de toetreding van Emirates. Het aantal KLM-passagiers is tussen 2009 en 2014 enigszins teruggelopen, in lijn met de capaciteitsafname op de route. Na het toevoegen van de tweede frequentie vervoert Emirates ongeveer driekwart van het aantal passagiers op de route Schiphol – Dubai in oktober 2014.

Figuur 4.8 Het aantal passagiers tussen Schiphol en de VAE is in 5 jaar tijd bijna verdrievoudigd; Met name Emirates en Etihad hebben geprofiteerd van die groei



Bron: MIDT, bewerking SEO Economisch Onderzoek; gestapelde figuur

Op de route Schiphol – Abu Dhabi vervoerde KLM tussen 2009 en 2013 maandelijks gemiddeld 1.500 passagiers. Na de toetreding van Etihad in april 2013 steeg het totaal aantal passagiers aanzienlijk. Etihad vervoert sinds de toetreding bijna tweederde van de passagiers op de route Schiphol – Abu Dhabi, maar ook het aantal KLM-passagiers op die markt is in die periode toegenomen. Het feit dat Etihad meer passagiers vervoert op de markt tussen Schiphol en Abu Dhabi komt deels doordat de KLM-vlucht naar Abu Dhabi onderdeel is van een multistop met Bahrein. De capaciteit wordt daarmee verdeeld over passagiers naar Abu Dhabi en Bahrein. De

15 De passagiersvolumes zijn afkomstig uit de MIDT. Zij baseren zich op cijfers uit de computerreserveringssystemen. Tickets die direct bij de airline worden geboekt zitten hier niet in en worden om die reden bijgeschat door MIDT. Daarom is het vooral van belang om te kijken naar de ontwikkeling van het aantal passagiers dan naar de absolute aantallen, die niet de exacte werkelijkheid representeren.

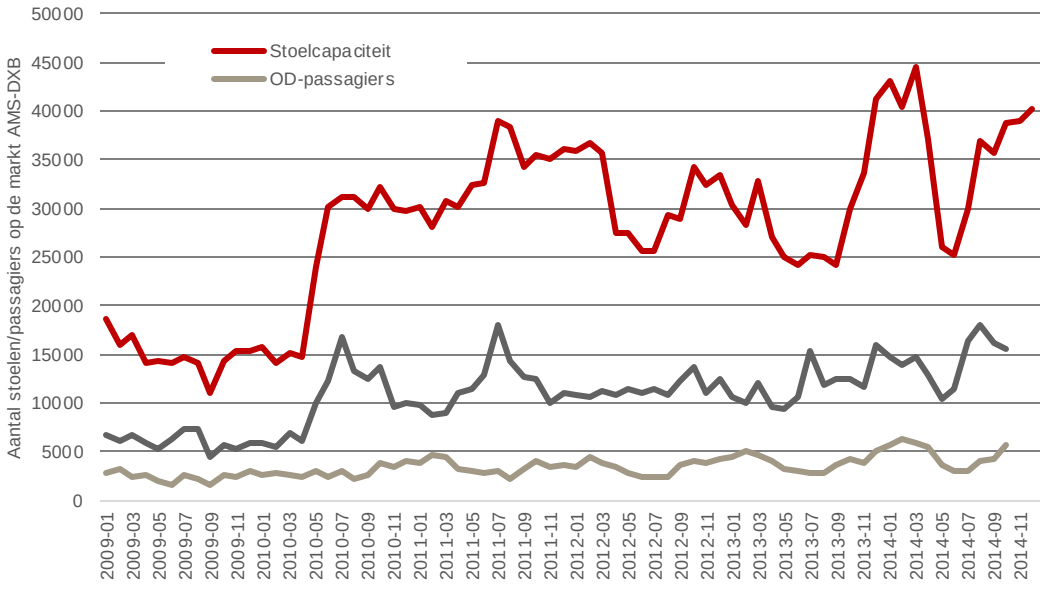
16 In de analyses die betrekking hebben op gerealiseerde passagiersvolumes worden alleen de maatschappijen KLM, Emirates en Etihad bekeken. Voor de overige maatschappijen heeft SEO Economisch Onderzoek geen gegevens beschikbaar. Deze 3 maatschappijen verzorgden tussen 2009 en 2014 gemiddeld 88 procent van de stoelcapaciteit.

Etihadoperatie tussen Schiphol en Abu Dhabi wordt niet in combinatie met een andere bestemming uitgevoerd.

De toename van het aantal passagiers betekent niet direct dat het O/D-verkeer tussen Nederland en de VAE sterk is gegroeid. Zowel KLM als de maatschappijen uit de golfregio vervoeren veel transferpassagiers. Voor KLM zijn dit over het algemeen passagiers die vanuit elders in Europa via Schiphol naar de VAE reizen (behindverkeer). Voor Emirates en Etihad zijn dit voornamelijk passagiers die vanaf Schiphol via Dubai of Abu Dhabi naar een andere bestemming reizen, zoals Sydney of Bangkok (beyondverkeer).

Het transferpercentage op de markt Schiphol – Dubai ligt in 2014 op ruim 75 procent gemiddeld, waarbij het transferpercentage in de zomer enigszins hoger ligt dan in de winter. Voordat Emirates toetrad tot de markt Schiphol – Dubai, was KLM in staat een groter aandeel O/D-passagiers aan te trekken. Op de route verschillen de transferpercentages van KLM en Emirates weinig van elkaar en zijn sinds de toetreding van Emirates stabiel. Figuur 4.9 laat voorts zien dat een aanzienlijk deel van de extra capaciteit wordt gevuld met transferpassagiers. Dat verklaart de toename van het transferpercentage voor KLM. Dit kan impliceren dat de additionele stoelcapaciteit nauwelijks de lokale markt tussen Nederland en de VAE accommodeert.

Figuur 4.9 Extra capaciteit op de route Schiphol - Dubai voornamelijk gevuld met transferpassagiers[17]



Bron: OAG en MIDT, bewerking SEO Economisch Onderzoek

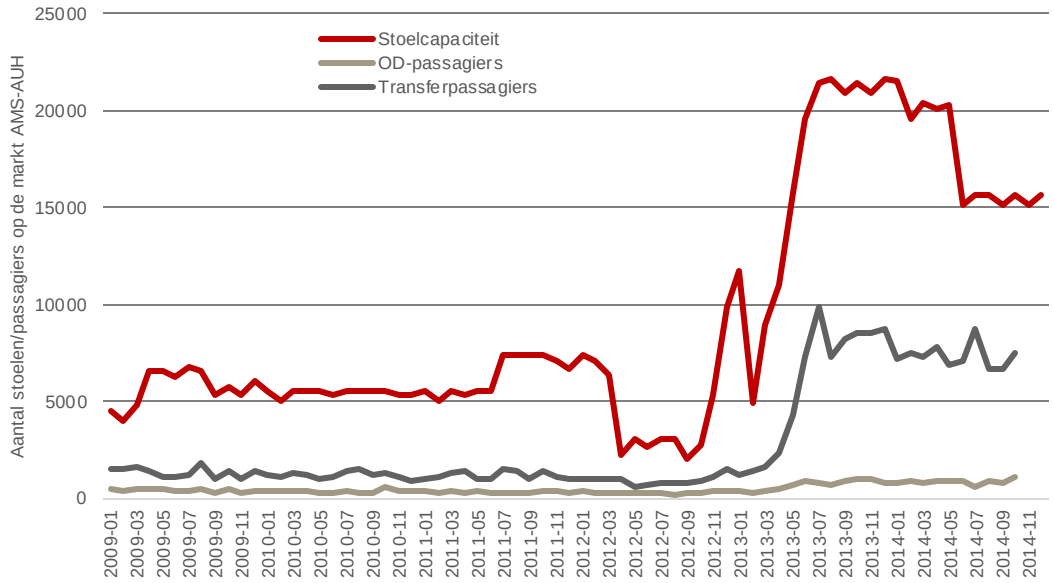
Het transferpercentage op de markt Schiphol – Abu Dhabi is na de toetreding van Etihad gestegen tot bijna 90 procent. Met name het transferpercentage van Etihad ligt met gemiddeld 92 procent erg hoog. KLM noteert gemiddeld 85 procent transferpassagiers over de periode dat Etihad ook actief is op de route. Over de periode daarvoor lag het transferpercentage op een kleine 80 procent.

17 Passagiersaantallen uit MIDT en capaciteitsgegevens uit OAG zijn niet 1-op-1 met elkaar te vergelijken. De figuur biedt daarmee geen betrouwbaar inzicht in de beladingsgraad. Daar doen wij derhalve ook geen uitspraak over. Het gaat hier echter voornamelijk om de (ontwikkeling van de) verhouding tussen OD- en transferpassagiers als gevolg van de capaciteitsuitbreiding.

Figuur 4.10 laat zien dat ook op de markt Schiphol – Abu Dhabi het overgrote deel van de additionele stoelcapaciteit wordt gevuld met transferpassagiers, hetgeen de toename van het transferaandeel van KLM verklaart.

Resumerend valt op dat het aandeel transferpassagiers van KLM na toetreding van een luchtvaartmaatschappij uit de VAE op de respectievelijke route met ongeveer 5 procentpunten is toegenomen.

Figuur 4.10 Extra capaciteit op de route Schiphol – Abu Dhabi voornamelijk gevuld met transferpassagiers[18]



Bron: OAG en MIDT, bewerking SEO Economisch Onderzoek

4.7 Winstgevendheid

SEO heeft voor deze monitorstudie in detail inzicht gehad in de financiële gegevens van KLM op routeniveau. Op basis van dat inzicht is SEO in staat om een beeld te schetsen van de ontwikkeling van de winstgevendheid, gemeten in *current operating income* (COI), het operationeel resultaat voor interest en belasting (zie figuur 4.11), per *revenue passenger kilometer* (RPK).[19] Vanwege vertrouwelijkheidsoverwegingen is hierbij de y-asnotatie achterwege gelaten, zodat de figuur geen inzicht geeft in de absolute niveaus van de winstgevendheid.

Figuur 4.11 laat zien dat de winstgevendheid van de KLM-route tussen Schiphol en Dubai tussen 2008 en 2015 sterk is afgenomen. Zeker als die ontwikkeling wordt afgezet tegen de gemiddelde trend van het hele intercontinentale (ICA) netwerk van KLM. In detail laat de figuur tussen 2008

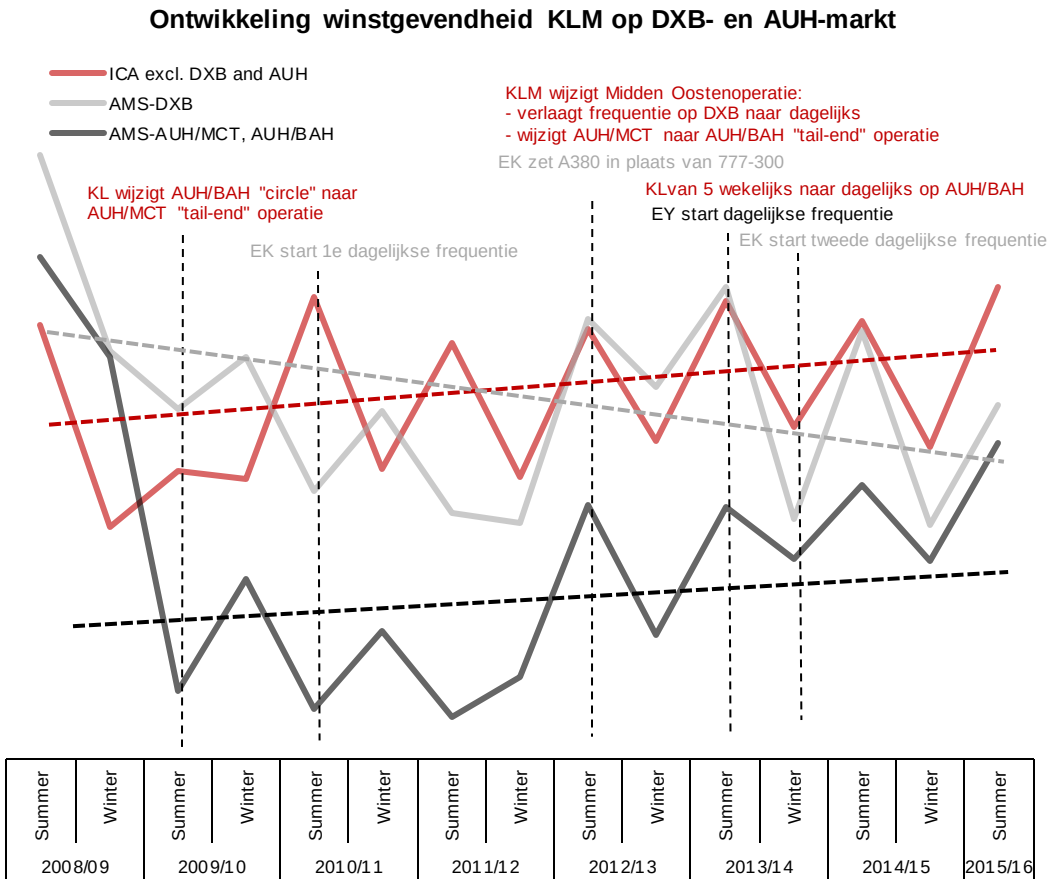
[18] Passagiersaantallen uit MIDT en capaciteitsgegevens uit OAG zijn niet 1-op-1 met elkaar te vergelijken. De figuur biedt daarmee geen betrouwbaar inzicht in de beladingsgraad. Daar doen wij derhalve ook geen uitspraak over. Het gaat hier echter voornamelijk om de (ontwikkeling van de) verhouding tussen OD- en transferpassagiers als gevolg van de capaciteitsuitbreiding.

[19] RPK is een gangbare maat in de luchtvaartindustrie om kosten en opbrengsten per eenheid in uit te drukken.

en 2010 een forse daling van de winstgevendheid zien die mogelijk (deels) te maken heeft met de financiële crisis. Na de eerste dagelijkse frequentie van Emirates zakt de winstgevendheid verder in. Als KLM in 2012 de frequentie terugschroeft naar een dagelijkse vlucht, herstelt de winstgevendheid zich enigszins. Na de start van de tweede dagelijkse vlucht door Emirates komt de winstgevendheid weer verder onder druk te staan.

De Abu Dhabi-operatie[20] van KLM laat een ander beeld zien. De route is initieel al ondergemiddeld winstgevend, maar ziet die winstgevendheid niet opmerkelijk verder dalen. Ook niet als Etihad toetreedt tot de route. De ontwikkeling van KLM's Abu Dhabi-operatie laat een ontwikkeling zien die zich verhoudt tot het intercontinentale gemiddelde, zij het op een lager absoluut niveau.

Figuur 4.11 Met name de winstgevendheid van de KLM-operatie naar Dubai is aanzienlijk afgenomen, zeker gerelateerd aan het gemiddelde voor intercontinentale (ICA) operaties



Bron: KLM, bewerking SEO Economisch Onderzoek

Het is evident dat de winstgevendheid van de KLM-operatie tussen Schiphol en Dubai afneemt. Waarschijnlijk hangt dit (deels) samen met de toetreding van Emirates. Immers, KLM was voor de toetreding van Emirates de enige aanbieder op de directe route tussen Schiphol en Dubai. De

[20] KLM heeft tijdens de periode 2009-2015 de route tussen Schiphol en Abu Dhabi altijd in combinatie met een andere bestemming aangeboden. Voor deze analyse is het niet mogelijk geweest om het beeld van alleen de Abu Dhabi-operatie te isoleren. De figuur laat dus het gecombineerde effect zien.

absolute causaliteit is echter niet met bovenstaande gegevens aan te tonen. Er zijn vermoedelijk (ook) andere factoren die een rol spelen bij de ontwikkeling van de winstgevendheid op routeniveau.

5 Markten beyond de Verenigde Arabische Emiraten

Emirates en Etihad concurreren met directe KLM-verbindingen naar Azië en Afrika door passagiers via hun hubs in de Verenigde Arabische Emiraten (VAE) naar die bestemmingen te vervoeren. Een analyse van de capaciteitsontwikkeling op de tien belangrijkste KLM-bestemmingen die ook door Emirates en/of Etihad worden bediend via respectievelijk Dubai en Abu Dhabi laat geen substantieel effect op de aangeboden stoelcapaciteit door KLM zien. Wel zijn Etihad en met name Emirates erin geslaagd om, door onder meer het vragen van lagere ticketprijzen, substantiële passagiersaantallen te verwerven op deze beyondmarkten. Een analyse van de winstgevendheid laat zien dat KLM vooral op de markt naar Afrika en het Midden Oosten te maken heeft met een daling van de winstgevendheid.

De luchtvaartmaatschappijen die zijn toegetreden tot de markt tussen Nederland en de VAE concurreren niet alleen op de directe route, maar ook op bestemmingen die worden bediend met een overstap op Dubai of Abu Dhabi: een aantal routes dat rechtstreeks wordt bediend door KLM wordt ook indirect bediend door Emirates via Dubai of door Etihad via Abu Dhabi.

5.1 De tien belangrijkste beyondmarkten

In de analyse in dit hoofdstuk wordt de ontwikkeling van het aanbod en de vraag op de tien belangrijkste overlappende beyondmarkten in kaart gebracht. Overlappende routes zijn bestemmingen die vanaf Schiphol rechtstreeks worden bediend door KLM en ook via minstens één van de hubs in de VAE bediend worden. De routes die in dit hoofdstuk worden bekeken zijn de routes die KLM direct vanaf Schiphol aanbiedt en waarop eveneens een substantieel aantal passagiers via Dubai of Abu Dhabi reist.

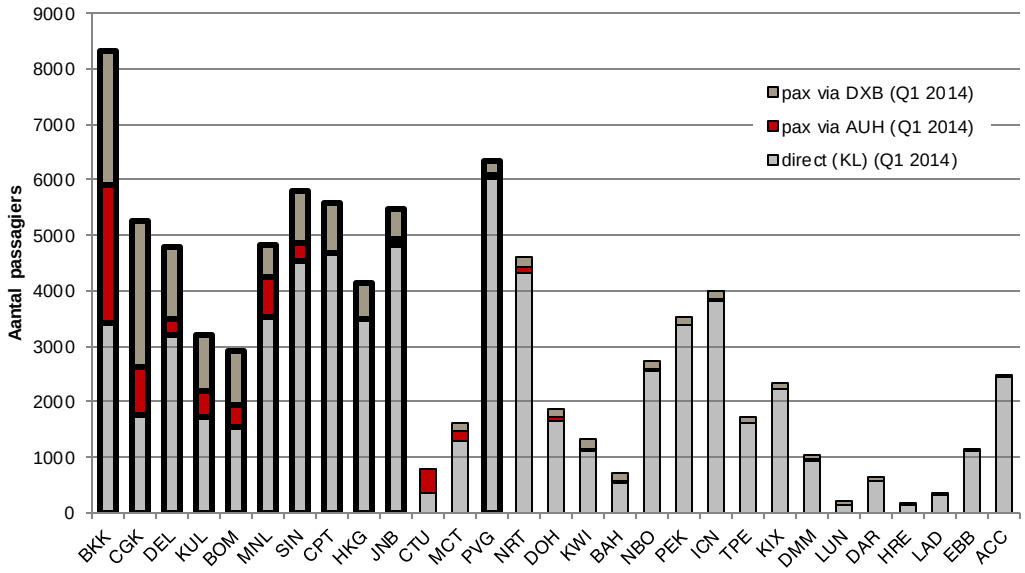
In figuur 5.1 zijn de 29 overlappende bestemmingen (bestemmingen die KLM direct aanbiedt vanaf Schiphol en Emirates en/of Etihad via Dubai respectievelijk Abu Dhabi) weergegeven. De bestemmingen zijn gesorteerd naar het aantal passagiers dat via één van de golfhubs reist. Bangkok (BKK) en Jakarta (CGK) zijn de KLM-bestemmingen die de meeste concurrentie ondervinden via de hubs in de VAE. De overige acht bestemmingen waarvan de meeste passagiers via Abu Dhabi en Dubai reizen zijn Delhi (DEL), Kuala Lumpur (KUL), Manilla (MNL), Singapore (SIN), Kaapstad (CPT), Hong Kong (HKG), Johannesburg (JNB) en Chengdu (CTU).[21]

Sommige belangrijke KLM-bestemmingen ondervinden ook concurrentie van de luchtvaartmaatschappijen uit de VAE, maar (mede) vanwege het grote capaciteitsaanbod van KLM en/of de geografische ligging zijn de passagiersvolumes via Dubai en Abu Dhabi beperkter. Voorbeelden van deze bestemmingen zijn Shanghai (PVG), Tokyo (NRT), Beijing (PEK) en Seoul (ICN). In termen van omvang (capaciteit en frequentie) is Chengdu voor KLM een minder

[21] Mumbai (BOM) is ook een belangrijke beyondmarkt voor Dubai en Abu Dhabi. Deze bestemming wordt echter niet direct door KLM bediend maar door partnermaatschappij Delta Airlines. Delta stopt met ingang van het zomerseizoen 2015 met de vluchtuitvoering tussen Schiphol en Mumbai.

belangrijke route, daarom is ervoor gekozen Shanghai in de analyse van de beyondmarkten mee te nemen.

Figuur 5.1 Via de hubs in de VAE worden 29 bestemmingen bediend die ook direct door KLM worden aangeboden



Bron: MIDT, bewerking SEO Economisch Onderzoek; aangezette routes opgenomen in de analyse

5.2 Aangeboden stoelcapaciteit

Deze paragraaf beschrijft de ontwikkeling van de aangeboden stoelcapaciteit op de tien belangrijkste beyondmarkten.[22] Tabel 5.1 geeft de gemiddelde aangeboden stoelcapaciteit per maand weer. De aangeboden stoelcapaciteit lijkt op de meeste markten stabiel. Op een aantal routes is de stoelcapaciteit van KLM sinds 2009 licht afgenomen. Dit zijn de routes naar Jakarta, Kaapstad, Kuala Lumpur, Manilla en Shanghai. Naar Bangkok neemt de aangeboden stoelcapaciteit door KLM het sterkst toe. Andere markten waar de stoelcapaciteit tussen 2009 en 2014 toeneemt zijn Delhi en Singapore.

Schiphol – Bangkok

Bangkok is een belangrijke intercontinentale bestemming die vanaf Schiphol door drie luchtvaartmaatschappijen wordt bediend: KLM, EVA Airways en SkyTeampartner China Airlines. Sinds 2009 worden er ongeveer 25.000 stoelen per maand aangeboden, waarvan ongeveer 10.000 rechtstreeks door KLM. Tussen 2009 en maart 2012 vliegt de KLM-vlucht naar Bangkok door naar Taipei. Deze bestemming is in 2012 als tussenstop aan de route naar Manilla toegevoegd. Doordat Bangkok vanaf 2012 een *stand alone* operatie is geworden, is de stoelcapaciteit naar Bangkok daarmee dus relatief sterker toegenomen dan de cijfers laten zien.

[22] Stoelcapaciteit is alleen een zinvolle indicator op de directe route. In geval van een indirecte reisoptie wordt de beschikbare capaciteit op beide vluchten verdeeld over een groot aantal andere directe en indirecte reisopties. Om die reden is het niet mogelijk om de stoelcapaciteit van bijvoorbeeld de operatie Schiphol-Dubai-Bangkok door Emirates vast te stellen. Daarom wordt alleen de capaciteitsontwikkeling op de directe route in beeld gebracht.

Schiphol – Jakarta

Naar Jakarta worden eind 2014 bijna 20.000 stoelen aangeboden, waarvan ruim de helft door KLM. Dit is ongeveer hetzelfde als in juni 2010, toen Garuda startte met vluchten tussen Schiphol en Jakarta. De KLM-vlucht naar Jakarta maakt een tussenstop in Kuala Lumpur. De stoelcapaciteit wordt dus verdeeld over deze twee bestemmingen. De aangeboden stoelcapaciteit van KLM nam iets af tussen 2011 en 2014, maar ligt inmiddels weer op hetzelfde niveau als voor de toetreding van Garuda. Garuda behoort sinds 2014 tot de SkyTeamalliantie.

Tabel 5.1 De aangeboden stoelcapaciteit (gemiddeld per maand) door KLM naar de belangrijkste beyondmarkten van de golfcarriers blijft op de meeste bestemmingen stabiel

	Bangkok		Jakarta		Kaapstad		Delhi		Hongkong	
	capaciteit	% Y-O-Y	capaciteit	% Y-O-Y	capaciteit	% Y-O-Y	capaciteit	% Y-O-Y	capaciteit	% Y-O-Y
2009	8.421*		11.048*		8.570		8.861		8.247	
2010	8.457*	0,4%	11.277*	2,1%	8.314	-3,0%	9.096	2,7%	8.386	1,7%
2011	9.913*	17,2%	10.963*	-2,8%	8.555	2,9%	10.375	14,1%	8.168	-2,6%
2012	10.502	5,9%	10.296*	-6,1%	8.619	0,7%	10.153	-2,1%	8.193	0,3%
2013	10.104	-3,8%	9.738*	-5,4%	7.141	-17,2%	9.836	-3,1%	8.285	1,1%
2014	11.388	12,7%	10.900*	11,9%	8.176	14,5%	9.606	-2,3%	8.325	0,5%
2009-2014[23]		6,2%		-0,3%		-0,9%		1,6%		0,2%
	Johannesburg		**Kuala Lumpur**		**Manilla**		**Shanghai Pudong**		**Singapore**	
	capaciteit	% Y-O-Y	capaciteit	% Y-O-Y	capaciteit	% Y-O-Y	capaciteit	% Y-O-Y	capaciteit	% Y-O-Y
2009	9.356		11.048*		11.667		13.645		10.210*	
2010	9.995	6,8%	11.277*	2,1%	12.012	3,0%	13.530	-0,8%	11.596*	13,6%
2011	9.977	-0,2%	10.963*	-2,8%	10.518	-12,4%	14.469	6,9%	10.769*	-7,1%
2012	9.951	-0,3%	10.988*	0,2%	9.738*	-7,4%	14.191	-1,9%	11.411*	6,0%
2013	9.735	-2,2%	10.659*	-3,0%	9.787*	0,5%	13.925	-1,9%	10.258*	-10,1%
2014	9.753	0,2%	10.900*	2,3%	10.316*	5,4%	13.475	-3,2%	11.185*	9,0%
2009-2014		0,8%		-0,3%		-2,4%		-0,3%		1,8%

* = Multistopverbinding; Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek

Schiphol – Delhi

KLM is de enige maatschappij die rechtstreekse vluchten uitvoert tussen Schiphol en Delhi. In het winterseizoen is de aangeboden capaciteit aanzienlijk hoger dan in het zomerseizoen. In de winter wordt een Boeing 747 ingezet op deze route, terwijl in de zomer kleinere toestellen worden ingezet (Airbus A330 en MD-11). De afgelopen jaren worden deze pieken hoger, de aangeboden stoelcapaciteit in het zomerseizoen van 2013 en 2014 ligt lager dan in 2009. Dit komt doordat alle operaties in de zomer met de A330 worden bediend in plaats van de iets grotere MD-11.

23 Gemiddelde ontwikkeling per jaar over genoemde periode.

Schiphol – Kuala Lumpur
Tussen Schiphol en Kuala Lumpur voeren KLM en Malaysia Airlines rechtstreekse vluchten uit. Deze maatschappijen hebben al jaren een codeshareovereenkomst en verkopen derhalve ook stoelen op vluchten die door de andere maatschappij worden uitgevoerd. Omdat deze vlucht een multistopverbinding is moet de aangeboden stoelcapaciteit van KLM verdeeld worden over passagiers naar Jakarta en Kuala Lumpur. De aangeboden stoelcapaciteit ligt in 2014 op hetzelfde niveau als in 2009. In de periode 2010/2011 was het aanbod nog iets groter. Wellicht is door de toenemende concurrentie uit onder andere de golfregio besloten de capaciteit te verlagen.

Schiphol – Manilla
KLM is de enige maatschappij die tussen Schiphol en Manilla rechtstreekse vluchten uitvoert. De stoelcapaciteit ligt sinds 2012 rond de 10.000 per maand. De vlucht van Schiphol naar Manilla vliegt sinds maart 2012 via Taipei, niet alle stoelen worden daarom gebruikt voor passagiers naar Manilla. De aangeboden capaciteit is sinds 2011 afgenomen, hetgeen wellicht te wijten is aan de toenemende concurrentie, onder andere door Emirates. Het opereren van de vlucht via Taipei is eveneens een aanwijzing voor de toegenomen concurrentie.

Schiphol – Singapore
Op de route Schiphol – Singapore zijn KLM en Singapore Airlines actief. Eind 2014 biedt KLM bijna 12.000 stoelen per maand aan en Singapore Airlines 8.400. KLM heeft zo een iets groter aandeel in de stoelcapaciteit weten te verwerven: in 2009 boden beide maatschappijen 10.000 stoelen aan. Het aanbod is in 2014 iets lager dan tijdens de piek in 2011. In 2011 waren vier wekelijkse vluchten naar Singapore onderdeel van een multistopverbinding naar Denpasar, Bali. Momenteel geldt dat voor zeven vluchten.

Schiphol – Kaapstad
KLM biedt als enige maatschappij rechtstreekse vluchten aan tussen Schiphol en Kaapstad. In het winterseizoen worden er maandelijks ongeveer 10.000 stoelen aangeboden, in het zomerseizoen ligt dit rond de 7.000. Het aanbod in het zomerseizoen van 2013 lag onder de 6.000, in 2014 ligt dit weer op het niveau van de jaren ervoor.

Schiphol – Hongkong
KLM en Cathay Pacific bieden vluchten aan tussen Schiphol en Hong Kong. Het aanbod ligt sinds eind 2012 rond de 17.000 stoelen per maand. Tussen 2009 en 2012 is de aangeboden stoelcapaciteit van Cathay Pacific groter door het gebruik van grotere toestellen.

Schiphol – Johannesburg
Sinds de zomer van 2009 ligt de aangeboden stoelcapaciteit van KLM tussen Schiphol en Johannesburg op 10.000 per maand. Dit is de afgelopen jaren stabiel geweest. KLM is de enige aanbieder van rechtstreekse vluchten tussen Schiphol en Johannesburg.

Schiphol – Shanghai Pudong
Van alle beyondmarkten die worden geanalyseerd is de aangeboden stoelcapaciteit van KLM naar Shanghai Pudong het grootste. Dit is één van de belangrijkste bestemmingen in Azië. Sinds 2012 ligt de aangeboden stoelcapaciteit in het zomerseizoen boven de 15.000 stoelen per maand en in winterseizoen rond de 12.000 stoelen per maand.

5.3 Aangeboden frequenties

Deze paragraaf laat de ontwikkeling zien van het aantal aangeboden frequenties op de belangrijkste beyondmarkten. In de voorgaande paragraaf is voor sommige routes een licht dalende trend te zien in de aangeboden stoelcapaciteit. De frequenties van alle KLM vluchten blijven daarentegen op alle routes gelijk. KLM heeft door de toenemende concurrentie van de maatschappijen uit de VAE dus nog geen frequenties hoeven te schrappen op markten beyond de VAE.

In tabel 5.2 is de gemiddelde maandelijkse frequentie naar de tien belangrijkste beyondmarkten weergegeven. De verandering over de afgelopen 6 jaar is minimaal. Op sommige markten is een kleine toename of afname te zien omdat gedurende enkele weken dat respectievelijke jaar de frequentie is verhoogd. Dit is bijvoorbeeld het geval tussen Schiphol en Kuala Lumpur in het winterseizoen van 2012/2013.

Tabel 5.2 De aangeboden maandelijkse frequentie door KLM naar de tien belangrijkste beyondmarkten blijft stabiel

	frequentie (gemiddeld per maand)				
	BKK	**CGK**	**CPT**	**DEL**	**HKG**
2009	30	30	26	30	30
2010	30	30	25	30	30
2011	30	30	26	30	30
2012	31	31	26	31	30
2013	32	30	23	30	30
2014	31	30	25	30	30
	JNB	**KUL**	**MNL**	**PVG**	**SIN**
2009	30	30	30	49	30
2010	30	30	30	49	30
2011	30	30	30	52	30
2012	30	33	30	50	31
2013	30	34	30	48	30
2014	30	30	30	48	30

Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek

5.4 Aangeboden ticketprijzen

Toenemende concurrentie kan leiden tot een verlaging van de prijs. Luchtvaartmaatschappijen uit de VAE concurreren op directe verbindingen van KLM naar Azië door veelal een goedkoper alternatief aan te bieden. De prijsbewuste consument zal hierdoor overwegen een langere reistijd te accepteren voor een goedkoper alternatief. Als het passagiersaantal van KLM hierdoor afneemt kan KLM genoodzaakt zijn haar prijzen te verlagen om een voldoende hoge beladingsgraad te behouden.

Tabel 5.3 laat de ontwikkeling van de aangeboden economy classticketprijzen in 2014 zien. De prijzen die door KLM worden aangeboden liggen over het algemeen iets hoger dan die van Emirates en Etihad. Dit komt met name doordat Emirates en Etihad een indirecte vlucht aanbieden, hetgeen door de consument als een kwalitatief minder product wordt ervaren. Het valt op dat de prijzen van Emirates lager liggen dan die van Etihad. Een verklaring hiervoor kan de grotere capaciteit van Emirates op de meeste markten zijn.

Op de meeste markten ligt de KLM-prijs in september lager dan de prijs in april. Mogelijk spelen de KLM Werelddealweken hierin ook een rol: De eerste 2 weken van september biedt KLM tickets met hoge kortingen aan voor vluchten naar intercontinentale bestemmingen.

Tabel 5.3 Emirates probeert met een lagere ticketprijs te concurreren met de rechtstreekse alternatieven van KLM

	BKK			CGK			CPT			DEL			HKG		
	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY
apr-14	€ 878	€ 724	€ 1.030	€ 822	€ 727	€ 1.072	€ 1.563	€ 861		€ 740	€ 736	€ 724	€ 883	€ 697	
mei-14	€ 891	€ 718	€ 805	€ 866	€ 741	€ 940	€ 1.488	€ 950		€ 723	€ 694	€ 666	€ 887	€ 751	
jun-14	€ 908	€ 683	€ 830	€ 906	€ 689	€ 863	€ 1.469	€ 986		€ 755	€ 643	€ 675	€ 894	€ 734	
jul-14	€ 836	€ 634	€ 776	€ 918	€ 737	€ 804	€ 1.470	€ 904		€ 759	€ 614	€ 671	€ 854	€ 726	
aug-14	€ 791	€ 654	€ 806	€ 780	€ 762	€ 830	€ 1.417	€ 899		€ 778	€ 591	€ 664	€ 795	€ 683	
sep-14	€ 782	€ 623	€ 771	€ 705	€ 684	€ 792	€ 1.242	€ 848		€ 770	€ 574	€ 666	€ 830	€ 662	€ 837
% groei (apr-sept)	-11%	-14%	-25%	-14%	-6%	-26%	-21%	-1%		4%	-22%	-8%	-6%	-5%	
	JNB			KUL			MNL			PVG			SIN		
	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY
apr-14	€ 1.510	€ 859	€ 995	€ 1.028	€ 676	€ 945	€ 964	€ 824	€ 1067	€ 1.105	€ 792	€ 759	€ 956	€ 746	€ 900
mei-14	€ 1.338	€ 860	€ 897	€ 1.057	€ 710	€ 874	€ 1004	€ 802	€ 909	€ 1.096	€ 795	€ 766	€ 965	€ 776	€ 826
jun-14	€ 1.389	€ 756	€ 860	€ 1.161	€ 778	€ 884	€ 1017	€ 806	€ 932	€ 1.080	€ 676	€ 760	€ 964	€ 793	€ 827
jul-14	€ 1.279	€ 697	€ 788	€ 1.006	€ 832	€ 905	€ 985	€ 798	€ 926	€ 1.098	€ 738	€ 765	€ 922	€ 799	€ 872
aug-14	€ 1.010	€ 749	€ 763	€ 951	€ 811	€ 942	€ 902	€ 839	€ 960	€ 1.081	€ 752	€ 727	€ 851	€ 791	€ 878
sep-14	€ 978	€ 681	€ 704	€ 934	€ 669	€ 752	€ 889	€ 763	€ 862	€ 1.199	€ 602	€ 733	€ 798	€ 703	€ 793
% groei (apr-sept)	-35%	-21%	-29%	-9%	-1%	-20%	-8%	-7%	-19%	8%	-24%	-3%	-16%	-6%	-12%

Bron: SEO ticketprijsmonitor

Opvallend is dat de prijs op de routes naar Zuid-Afrika (Kaapstad en Johannesburg) van KLM sterk daalt. Dit kan een effect zijn van de tweede Emiratesfrequentie, welke beter aansluit op de uitgaande *nave* van Emirates richting Afrika. Toch is het verschil op Afrikaanse routes tussen de prijs via de VAE en een directe vlucht nog altijd groter dan voor de bestemmingen in Azië. Dit komt vermoedelijk doordat de passagier reizend naar Afrika verder moet omvliegen en via de golfhubs daarmee dus een kwalitatief (nog) minder product tot zijn beschikking heeft dan op routes naar de meeste Aziatische bestemmingen.

De aangeboden ticketprijzen in de business class laten een daling zien bij de luchtvaartmaatschappijen uit de VAE (zie tabel 5.4). Business classpassagiers zijn over het algemeen minder prijsgevoelig en willen doorgaans graag de snelste reisoptie. Daarom kiezen deze passagiers over het algemeen voor het directe alternatief, dat op deze markten wordt aangeboden door KLM. Vanwege de relatief lage prijselasticiteit heeft KLM wat meer vrijheid om prijzen in de business class te verhogen zonder passagiers te verliezen aan maatschappijen die een indirect alternatief bieden. Op sommige markten – bijvoorbeeld Jakarta of Manilla – stijgen de prijzen van KLM, wellicht om de prijsdaling van de economy classtickets te compenseren.

Tabel 5.4 De prijs van business classtickets is hoger voor directe KLM-alternatieven dan voor indirecte verbindingen via Dubai of Abu Dhabi

	BKK			CGK			CPT			DEL			HKG		
	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY
apr-14	€ 2.644	€ 2.409	€ 2.591	€ 3.106	€ 2.940	€ 3.410	€ 4.619	€ 2.685		€ 2.897	€ 2.201	€ 2.227	€ 3.221	€ 3.346	
mei-14	€ 2.545	€ 2.309	€ 2.382	€ 2.974	€ 2.593	€ 3.251	€ 4.640	€ 2.518		€ 2.855	€ 2.133	€ 2.205	€ 3.022	€ 2.609	
jun-14	€ 2.435	€ 2.301	€ 2.318	€ 3.074	€ 2.651	€ 3.045	€ 4.630	€ 2.517		€ 2.896	€ 2.175	€ 2.145	€ 3.157	€ 3.139	
jul-14	€ 2.183	€ 2.218	€ 2.175	€ 3.069	€ 2.752	€ 2.696	€ 4.441	€ 2.499		€ 2.711	€ 2.152	€ 2.036	€ 3.137	€ 2.753	
aug-14	€ 2.174	€ 1.970	€ 2.530	€ 2.888	€ 2.599	€ 3.192	€ 4.341	€ 2.653		€ 2.695	€ 2.030	€ 2.058	€ 3.286	€ 2.421	
sep-14	€ 2.268	€ 2.074	€ 2.202	€ 3.284	€ 2.582	€ 2.634	€ 4.673	€ 2.507		€ 2.629	€ 1.986	€ 2.062	€ 3.324	€ 2.646	€ 3.024
% groei (apr-sept)	-14%	-14%	-15%	6%	-12%	-23%	1%	-7%		-9%	-10%	-7%	3%	-21%	

	JNB			KUL			MNL			PVG			SIN		
	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY	KL	EK	EY
apr-14	€ 4.458	€ 2.564	€ 2.596	€ 3.911	€ 2.663	€ 2.716	€ 2.911	€ 2.637	€ 2.556	€ 4.900	€ 2.958	€ 3.050	€ 3.812	€ 3.205	€ 3.295
mei-14	€ 4.518	€ 2.432	€ 2.558	€ 3.738	€ 2.409	€ 2.858	€ 2.946	€ 2.415	€ 2.501	€ 4.405	€ 2.814	€ 2.828	€ 3.527	€ 2.821	€ 3.259
jun-14	€ 4.453	€ 2.457	€ 2.582	€ 3.513	€ 2.468	€ 2.794	€ 2.855	€ 2.457	€ 2.520	€ 4.505	€ 2.828	€ 2.755	€ 3.642	€ 2.888	€ 3.182
jul-14	€ 4.352	€ 2.514	€ 2.593	€ 3.427	€ 2.658	€ 2.629	€ 2.915	€ 2.610	€ 2.660	€ 4.105	€ 2.702	€ 2.616	€ 3.693	€ 3.202	€ 3.089
aug-14	€ 4.052	€ 2.434	€ 2.605	€ 3.122	€ 2.759	€ 2.971	€ 2.925	€ 2.597	€ 2.713	€ 3.602	€ 2.453	€ 2.640	€ 3.453	€ 3.019	€ 3.069
sep-14	€ 4.447	€ 2.410	€ 2.204	€ 3.456	€ 2.546	€ 2.207	€ 3.078	€ 2.526	€ 2.454	€ 4.982	€ 2.483	€ 2.459	€ 3.738	€ 2.956	€ 2.913
% groei (apr-sept)	0%	-6%	-15%	-12%	-4%	-19%	6%	-4%	-4%	2%	-16%	-19%	-2%	-8%	-12%

Bron: SEO ticketprijsmonitor

Schiphol – Bangkok

Bangkok is een van de bestemmingen die de meeste concurrentie ondervindt van de luchtvaartmaatschappijen uit de VAE. Met name Emirates lijkt sterk op prijs te concurreren op deze route: de prijs ligt gemiddeld ongeveer € 150 lager. De prijs die Etihad aanbiedt ligt op hetzelfde niveau als de KLM-prijs. In de loop van 2014 neemt de prijs af, zowel in de business als economy class.

Schiphol – Jakarta
De route naar Jakarta ondervindt evenals Bangkok veel concurrentie van Emirates en Etihad. Het prijsniveau laat hier een zelfde beeld zien: De prijs van Emirates ligt onder het niveau van KLM, de prijs van Etihad ligt hoger. Omdat de KLM-vlucht naar Jakarta een tussenstop maakt in Kuala Lumpur heeft KLM een relatief kleiner voordeel in vergelijking met een indirecte vlucht via Dubai of Abu Dhabi. Vermoedelijk is het verschil tussen de prijs van KLM en Emirates daarom kleiner in vergelijking met het prijsverschil op andere routes. Het business classtarief laat in tegenstelling tot de economy class geen daling zien. Ten opzichte van april ligt de prijs in september 6 procent hoger. Mogelijk probeert KLM de verminderde omzet uit de economy class te compenseren met de business classprijs.

Schiphol – Kaapstad
Op de routes naar Zuid-Afrika is sprake van een sterke prijsdaling bij KLM. De tweede Emiratesfrequentie heeft gezorgd voor nieuwe concurrentie op de routes naar Zuid-Afrika. Op deze routes zit doorgaans ook veel leisureverkeer, die graag bereid zijn langer te reizen voor een voordeliger alternatief. In september ligt het economy classtarief ruim 20 procent lager dan in april. De business classprijs is daarentegen wel toegenomen. Vermoedelijk is het alternatief via Dubai voor de zakelijke reiziger minder aantrekkelijk, omdat er vrij ver moet worden omgevlogen. Dit biedt KLM de mogelijkheid een deel van het verlies via de business classtickets te compenseren.

Schiphol – Delhi
De KLM-ticketprijs naar Delhi blijft vrij stabiel gedurende 2014. In 2014 ligt deze € 30 hoger dan in april. De prijs van Emirates laat wel een sterke daling zien. Mogelijk komt dit door de hevige concurrentie op de route Dubai – Delhi, waardoor Emirates sterker afhankelijk is van transferpassagiers. Ook de aangeboden prijzen van Etihad laten een daling zien. De business classtarieven van alle maatschappijen dalen.

Schiphol – Hongkong
De prijzen tussen Schiphol en Hong Kong blijven redelijk stabiel voor KLM en Emirates. Vanaf september 2014 biedt Etihad ook vluchten aan tussen Hong Kong en Abu Dhabi. Mogelijk heeft dat in de toekomst een drukkend effect op de tarieven. De business classtickets van Emirates zijn op de route naar Hong Kong sterk gedaald.

Schiphol – Johannesburg
Evenals op de route naar Kaapstad zijn de tarieven tussen Schiphol en Johannesburg sterk gedaald. De KLM-prijs ligt in september 35 procent lager dan in april. Via Dubai en Abu Dhabi worden aanzienlijk lagere tarieven aangeboden. De prijs van business classtickets blijft stabiel bij KLM. Het business classtarief van KLM ligt bijna tweemaal zo hoog als dat van de concurrenten uit de golfregio.

Schiphol – Kuala Lumpur
Tussen Schiphol en Kuala Lumpur biedt Emirates economy classtickets aan voor ongeveer € 300 onder de KLM-prijs. Ook Etihad biedt via Abu Dhabi goedkopere tickets aan. In de zomermaanden zijn de tickets van alle maatschappijen enigszins duurder, maar in september liggen de prijzen van alle maatschappijen lager dan in april. Vooral bij Etihad is een sterke daling te zien, zowel in de business class als de economy class.

Schiphol – Manilla

De route naar Manilla ondervindt sterke concurrentie van de maatschappijen uit het Midden Oosten. Omdat er bij de KLM-vlucht sprake is van een multistopverbinding is het verschil in tarief tussen KLM en de maatschappijen uit de golfregio kleiner. Dit geldt zowel voor de economy als business class. De tarieven laten in de loop van 2014 een lichte daling zien in de economy class. De business classtarieven van KLM liggen in september iets hoger dan in april.

Schiphol – Shanghai Pudong

Shanghai is één van de grootste Aziatische KLM-bestemmingen in termen van het aantal passagiers. Omdat de VAE qua locatie minder goed zijn gepositioneerd tussen Schiphol en Shanghai is de concurrentie van Emirates en Etihad beperkt. De economy classprijzen van Emirates en Etihad liggen ongeveer 30 procent onder de prijs van KLM, en 40 procent lager in de business class. Opvallend is dat de prijzen van Etihad en Emirates op deze route ongeveer gelijk zijn, terwijl Emirates op de overige negen markten beduidend lagere tarieven aanbiedt. De KLM-prijs neemt zowel in de economy als de business class toe in de loop van 2014.

Schiphol – Singapore

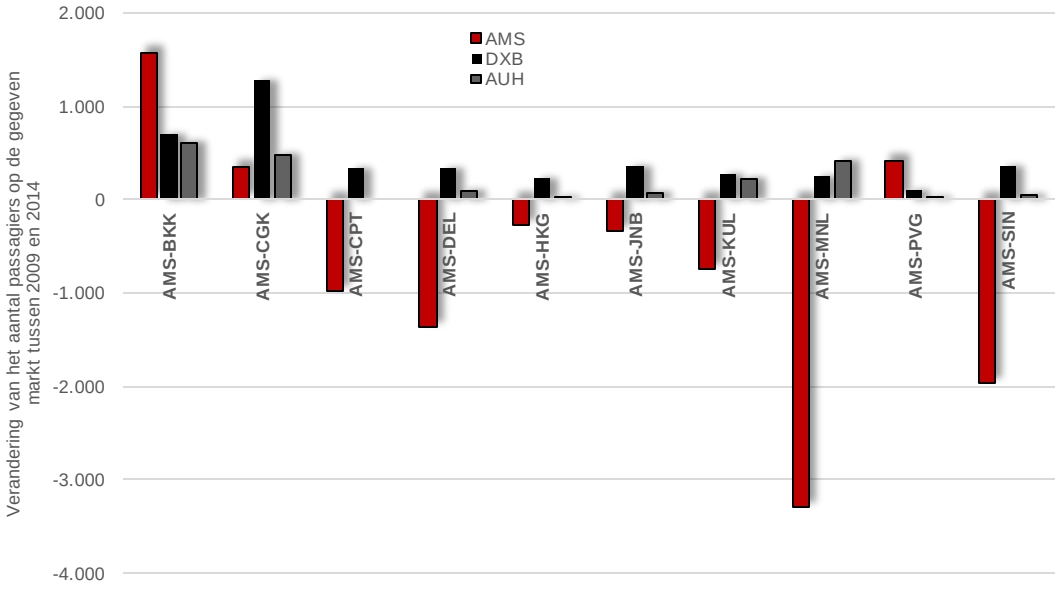
Ook tussen Schiphol en Singapore bieden Emirates en Etihad een lagere prijzen aan dan KLM. De KLM-prijs daalt in de loop van 2014 en ligt in augustus en september op hetzelfde niveau als Etihad. Het tarief van Emirates is in de economy class € 95 (12 procent) lager, een kleiner verschil dan in de meeste andere markten. Dit komt mogelijk doordat de KLM-vlucht na de stop in Singapore doorvliegt naar Bali. In de zomermaanden is de vraag op deze bestemming kleiner, waardoor er meer stoelen naar Singapore moeten worden verkocht door een lagere prijs aan te bieden.

5.5 Gerealiseerde passagiersvolumes

Tussen Schiphol en de tien onderzochte beyondbestemmingen vervoert KLM rechtstreeks het merendeel van de passagiers (zie figuur 5.3). Wel is het aantal passagiers dat via één van de hubs in de VAE reist de afgelopen jaren sterk toegenomen (zie figuur 5.2). Dit kan deels een oorzaak zijn van de (licht) dalende passagiersaantallen van KLM op een aantal van de tien belangrijkste beyondbestemmingen, met name Manilla, Singapore en Delhi. Opvallend is de sterke daling in het aantal KLM-passagiers naar Manilla in 2012. Dit komt doordat de KLM-vlucht vanaf 2012 een tussenstop maakt in Taipei. Tot 2012 werd Manilla direct bediend vanaf Schiphol, hetgeen de daling in het aantal passagiers verklaart. Deze strategische keuze kan echter wel een resultante zijn van het feit dat Emirates en/of Etihad de markt tussen Schiphol en Manilla actiever zijn gaan bedienen.

Bangkok en Jakarta zijn de bestemmingen waarnaar de, in absolute termen, meeste passagiers via Dubai of Abu Dhabi reizen. Naar Jakarta is het aandeel van Dubai en Abu Dhabi het grootst (zie figuur 5.3). Dit komt vermoedelijk doordat de KLM-vlucht naar Jakarta een tussenstop maakt in Kuala Lumpur. Hierdoor is het voordeel van de rechtstreekse vlucht van KLM ten opzichte van een indirecte vlucht via de VAE kleiner. Toch is het zo dat juist Bangkok en Jakarta de markten zijn waarop ook het aantal passagiers dat KLM vervoert tussen 2009 en 2014 is toegenomen. Voor Bangkok is een omgekeerd effect van bovenstaande Manillacasus zichtbaar: voorheen fungeerde Bangkok als tussenstop voor Taipei, maar sinds 2012 wordt de route als *stand alone* operatie uitgevoerd.

Figuur 5.2 Het aantal passagiers dat via de VAE naar KLM-bestemmingen reist neemt toe; het aantal KLM-passagiers daalt op de meeste markten



Bron: MIDT, bewerking SEO Economisch onderzoek

Tabel 5.5 Het aantal passagiers per maand dat via de VAE naar een KLM-bestemming reist neemt toe; het aantal KLM-passagiers daalt in sommige markten

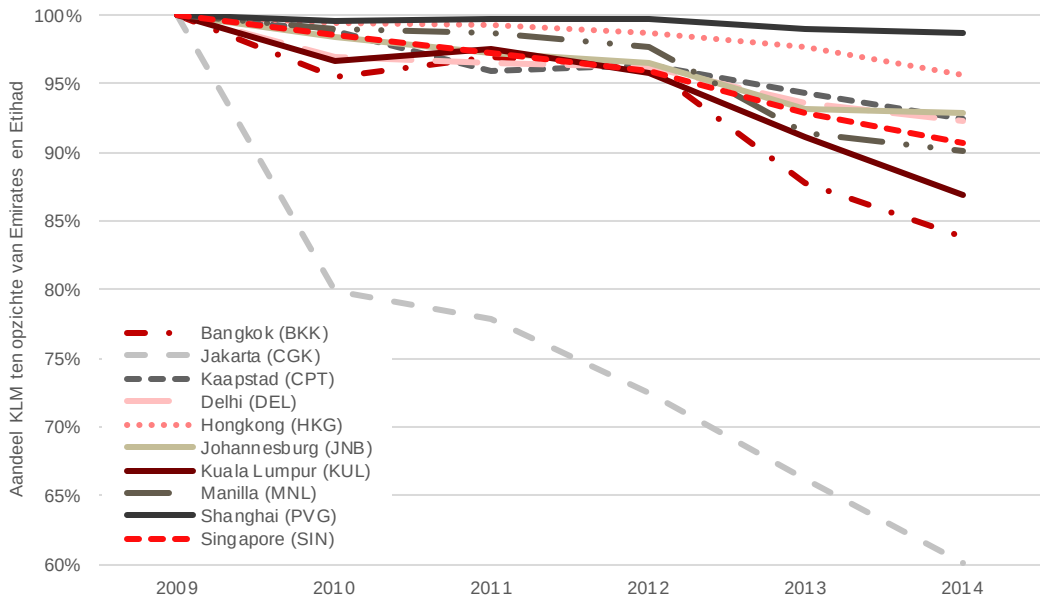
Aantal passagiers	BKK			CGK			CPT			DEL			HKG		
In jaar	AMS	AUH	DXB	AMS	AUH	DXB	AMS	AUH	DXB	AMS	AUH	DXB	AMS	AUH	DXB
2009	5.221			2.304			5.017			6.654			5.626		
2010	4.941		234	2.202		554	4.710		54	6.762		209	5.655		33
2011	4.865		157	2.315		656	4.434		189	6.372		229	5.583		44
2012	6.725	3	262	2.480	11	932	4.578		172	6.128	11	234	5.490		72
2013	7.179	669	328	2.817	505	933	4.045		243	5.767	99	292	5.389	9	121
2014	6.798	595	711	2.646	473	1283	4.193		345	5.281	98	341	5.361	12	233

Aantal passagiers	JNB			KUL			MNL			PVG			SIN		
In jaar	AMS	AUH	DXB	AMS	AUH	DXB	AMS	AUH	DXB	AMS	AUH	DXB	AMS	AUH	DXB
2009	5.972			5.450			9.265			9.059			5.933		
2010	6.128		95	5.080		174	9.056		94	9.321		42	5.125		75
2011	5.711		166	5.675		147	8.814		111	10.170		23	4.472		125
2012	5.711	1	206	5.985		264	5.980		143	9.686		32	4.211		180
2013	5.607	171	246	5.261	230	284	5.865	416	133	9.086	39	50	4.014	87	225
2014	5.634	67	364	4.699	211	498	5.976	411	242	9.473	19	105	3.958	56	353

Bron: MIDT, bewerking SEO Economisch Onderzoek

Tabel 5.5 geeft het gemiddeld aantal passagiers per maand op de tien belangrijkste beyondmarkten weer voor de jaren 2009 tot en met 2014. Het algemene beeld is dat het aantal passagiers dat in 2014 via Dubai naar deze bestemmingen reist sterk is gestegen ten opzichte van 2013, terwijl het aantal passagiers dat via Abu Dhabi reist en het aantal rechtstreekse KLM-passagiers is gedaald ten opzichte van 2013.

Figuur 5.3 Vooral op de route naar Jakarta heeft KLM marktaandeel verloren aan Emirates en Etihad



Bron: MIDT, bewerking SEO Economisch onderzoek

5.6 Winstgevendheid

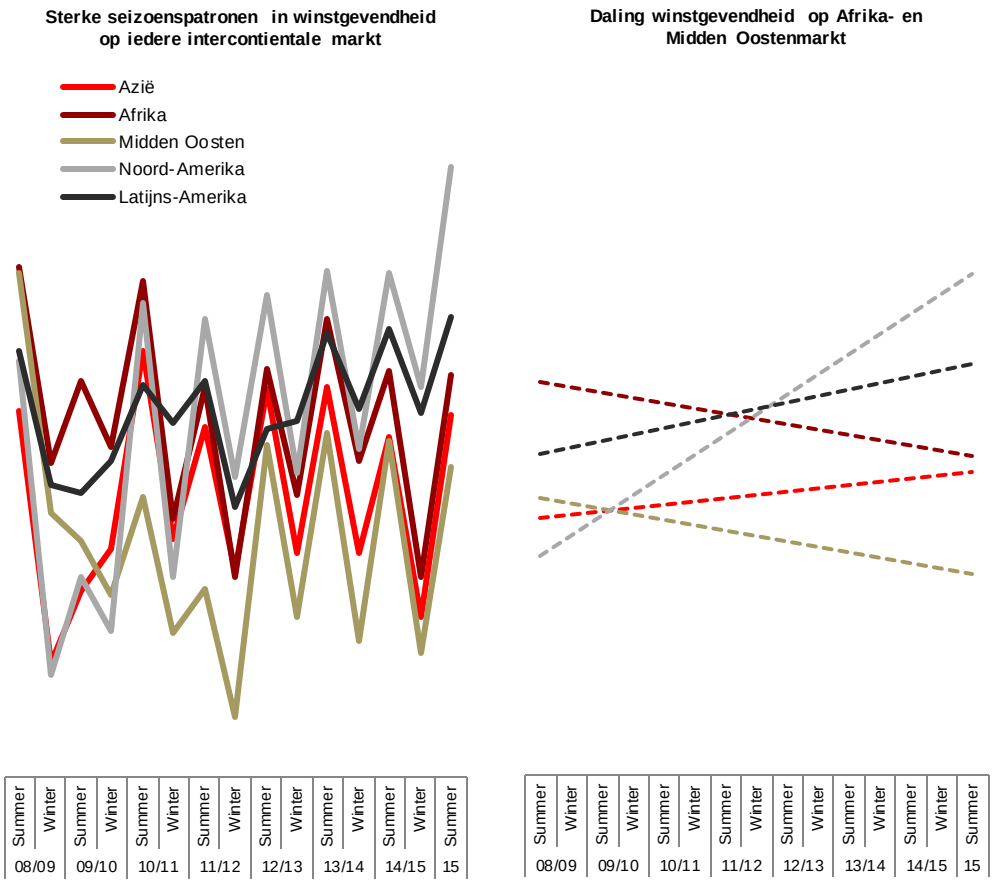
Voor de analyse van de winstgevendheid op beyondmarkten heeft SEO in detail inzicht gehad in de financiële gegevens van KLM. Op basis van dat inzicht is SEO in staat om een beeld te schetsen van de ontwikkeling van de winstgevendheid, gemeten in *current operating income* (COI), het operationeel resultaat voor interest en belasting (zie figuur 5.4), per *revenue passenger kilometer* (RPK).[24] Vanwege vertrouwelijkheidsoverwegingen is ook hierbij de y-asnotatie achterwege gelaten, zodat de figuur geen inzicht geeft in de absolute niveaus van de winstgevendheid.

Figuur 5.4 laat zien dat met name de markten naar het Midden Oosten (waartoe Dubai en Abu Dhabi behoren) en Afrika een dalende trend van de winstgevendheid laten zien (zie rechterfiguur). Azië laat een stabiele trend zien, terwijl de winstgevendheid op de Latijns-Amerikaanse en vooral Noord-Amerikaanse toeneemt. Azië, het Midden Oosten en (Zuid- en Oost-)Afrika zijn de intercontinentale markten waarop KLM concurrentie ondervindt van, onder meer, Emirates en Etihad.

Het is niet ondenkbaar dat de mindere ontwikkeling van de KLM's intercontinentale markten Azië, het Midden Oosten en Afrika tussen 2009 en 2015 samenhangt met de toetreding van Emirates en Etihad tot de Schipholmarkt. Die causaliteit is echter niet met bovenstaande gegevens aan te tonen. Er zijn vermoedelijk (ook) andere factoren die een rol spelen bij de ontwikkeling van de winstgevendheid op route- of marktniveau, zoals concurrentie van andere luchtvaartmaatschappijen en wisselkoersschommelingen.

[24] RPK is een gangbare maat in de luchtvaartindustrie om kosten en opbrengsten per eenheid in uit te drukken.

Figuur 5.4 Afrika en het Midden Oosten laten voor KLM een dalende winstgevendheid zien tussen 2009 en 2015



Bron: KLM, bewerking SEO Economisch Onderzoek; Links ontwikkeling op seizoensniveau, rechts de trendlijn van de winstgevendheid tussen 2009 en 2015

6 Markten behind Schiphol naar de Verenigde Arabische Emiraten

Toenemende concurrentie op de routes tussen Schiphol en de Verenigde Arabische Emiraten (VAE) kan betekenen dat KLM meer transferverkeer moet genereren op de routes naar Dubai en Abu Dhabi om met dezelfde bezettingsgraad te blijven vliegen. Voor dat transferverkeer is KLM met name afhankelijk van het intra-Europese feedernetwerk. In 2014 is een lichte toename te zien in het aantal transferpassagiers vanuit een aantal belangrijke feederroutes naar Dubai. Dit kan betekenen dat de nieuwe dagelijkse frequentie van Emirates nauwelijks de lokale markt tussen Nederland en de VAE accommodeert, waardoor stoelcapaciteit op de Dubaimarkt in toenemende mate moet worden gevuld met transferpassagiers. Vooralsnog is dit een beperkte toename die zich niet op alle markten manifesteert, maar het is belangrijk deze ontwikkeling te blijven monitoren.

6.1 De belangrijkste behindmarkten

In 2014 is gemiddeld 79 procent van het verkeer op de KLM-vluchten naar Dubai en Abu Dhabi transferverkeer. Dit transferverkeer is afkomstig van meer dan 100 verschillende herkomsten. De analyse in dit hoofdstuk richt zich op die tien behindmarkten die de meeste transferpassagiers bijdragen aan de routes naar Dubai en Abu Dhabi.

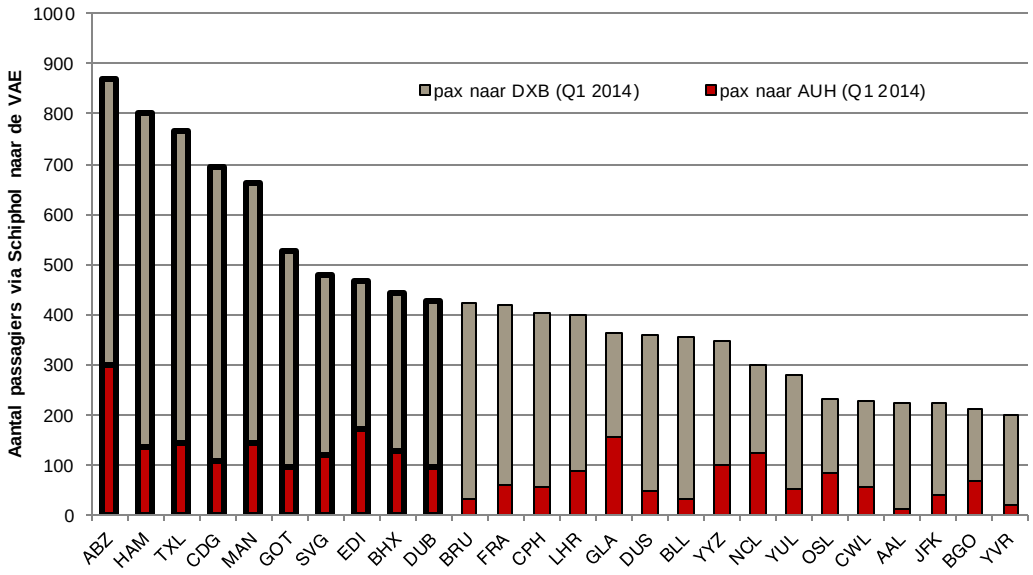
Figuur 6.1 laat zien dat de transferpassagiers op de KLM-routes naar de VAE van veel verschillende routes afkomstig zijn. De grootste behindmarkt voor routes naar de VAE Aberdeen (ABZ) omvat 5 procent van KLM's transferverkeer op de VAE-routes. De tien belangrijkste markten omvatten samen 32 procent van het transferverkeer op de KLM-routes naar de VAE.

De belangrijkste behindmarkten zijn:

1. Aberdeen (ABZ)
2. Hamburg (HAM)
3. Berlijn Tegel (TXL)
4. Parijs Charles de Gaulle (CDG)
5. Manchester (MAN)
6. Göteborg (GOT)
7. Stavanger (SVG)
8. Edinburgh (EDI)
9. Birmingham (BHX)
10. Dublin (DUB)[25]

[25] KLM vliegt niet naar Dublin, maar heeft op deze route een codeshareovereenkomst met Aer Lingus.

Figuur 6.1 Het feederverkeer op de KLM-routes naar Abu Dhabi en Dubai is afkomstig van veel verschillende behindmarkten



Bron: MIDT, bewerking SEO Economisch Onderzoek; aangezette routes opgenomen in de analyse

6.2 Aangeboden stoelcapaciteit

Als er meer concurrentie komt op de markt tussen Schiphol en de VAE kan het zijn dat KLM meer transferverkeer moet genereren op deze routes om een voldoende hoge bezettingsgraad te realiseren. Immers, het aantal O/D-passagiers neemt naar verwachting af bij een toename van de concurrentie. Hubcarriers proberen de extra vrijgekomen stoelen normaliter te vullen met additioneel transferverkeer, afkomstig uit hun behindnetwerk.

wat betreft de stoelcapaciteit op KLM's behindroutes laat tabel 6.1 geen opvallende ontwikkelingen zien die een gevolg kunnen zijn van de toenemende concurrentie op de markt tussen Schiphol en de VAE.

De aangeboden stoelcapaciteit naar Parijs Charles de Gaulle daalt vrij sterk, dit komt doordat een deel van de vluchten door Air France in plaats van KLM wordt uitgevoerd. Andere routes waar de aangeboden stoelcapaciteit daalt zijn Aberdeen, Birmingham, Göteborg en Stavanger. Deze capaciteit fluctueert sterk de afgelopen jaren en is hoogstwaarschijnlijk niet toe te schrijven aan de toenemende concurrentie op de markt naar de VAE.

Op andere routes is de capaciteit sinds 2009 juist gestegen. Ook hier is de fluctuatie sterk over de jaren en lijkt het geen structurele ontwikkeling. De capaciteit naar Hamburg is sinds 2012 het meest toegenomen. Emirates vliegt echter ook rechtstreeks vanaf Hamburg naar Dubai.[26]

[26] Als een bepaalde route ook direct wordt aangeboden spreekt men vaak van *hubbypassing*. In het geval van de markt Hamburg-Dubai vindt er hubbypassing plaats door Emirates door de transferhub Schiphol (en andere hubs) over te slaan middels een rechtstreekse verbinding. Dit verschijnsel is van geen of slechts heel beperkt belang voor de analyse van de luchtvaartmarkt tussen Nederland en de VAE.

Tabel 6.1 Er is geen eenduidige ontwikkeling te zien in de aangeboden stoelcapaciteit op de belangrijkste feederroutes van KLM.

	ABZ		BHX		CDG		DUB		EDI	
	Cap.	% Y-O-Y	Cap.	% Y-O-Y	Cap.	% Y-O-Y	Cap.	% Y-O-Y	Cap.	% Y-O-Y
2009	17.052		20.839		34.328		25.779		19.517	
2010	15.892	-6,8%	21.184	1,7%	28.045	-18,3%	24.969	-3,1%	21.349	9,4%
2011	13.422	-15,5%	15.476	-26,9%	21.509	-23,3%	27.063	8,4%	16.911	-20,8%
2012	15.397	14,7%	16.701	7,9%	23.301	8,3%	26.463	-2,2%	17.236	1,9%
2013	16.683	8,4%	19.094	14,3%	27.843	19,5%	26.202	-1,0%	21.445	24,4%
2014	16.103	-3,5%	18.840	-1,3%	25.892	-7,0%	26.260	0,2%	21.747	1,4%
gem. groei 2009-2014		-1,1%		-2,0%		-5,5%		0,4%		2,2%
	GOT		HAM		MAN		SVG		TXL	
	Cap.	% Y-O-Y	Cap.	% Y-O-Y	Cap.	% Y-O-Y	Cap.	% Y-O-Y	Cap.	% Y-O-Y
2009	16.876		12.594		23.933		18.202		23.531	
2010	16.730	-0,9%	13.576	7,8%	22.949	-4,1%	16.783	-7,8%	23.569	0,2%
2011	13.620	-18,6%	11.206	-17,5%	20.169	-12,1%	13.986	-16,7%	19.096	-19,0%
2012	10.087	-25,9%	15.841	41,4%	20.302	0,7%	16.143	15,4%	19.289	1,0%
2013	15.580	54,5%	17.689	11,7%	25.432	25,3%	18.561	15,0%	22.865	18,5%
2014	14.656	-5,9%	16.715	-5,5%	25.322	-0,4%	17.038	-8,2%	24.329	6,4%
gem. groei 2009-2014		-2,8%		5,8%		1,1%		-1,3%		0,7%

Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek

6.3 Aangeboden frequenties

Ook de aangeboden frequenties van KLM op de belangrijkste behindmarkten voor de Dubai- en Abu Dhabi-operatie laten geen bijzondere ontwikkeling zien (zie tabel 6.2). Op sommige markten – Aberdeen, Göteborg, Manchester en Stavanger – laat de ontwikkeling van de frequentie een tegengesteld beeld zien met de capaciteitsontwikkeling. Dit betekent dat er grotere of juist kleinere toestellen op deze routes worden ingezet.

In 2011 is er een sprake van een sterke frequentietoename op veel bestemmingen, terwijl de aangeboden stoelcapaciteit hier juist afneemt. Dit heeft te maken met de indiensttreding van de nieuwe Embraer toestellen van KLM, die de grotere Boeing 737 vervangt op een aantal van deze bestemmingen. Hierdoor heeft KLM de mogelijkheid de frequentie te verhogen, waardoor er meer connecties op het intercontinentale netwerk mogelijk zijn, zonder dat de aangeboden stoelcapaciteit toeneemt.

Tabel 6.2 De gemiddelde maandelijkse frequentie op de belangrijkste feederroutes van KLM blijft redelijk stabiel.

	ABZ		BHX		CDG		DUB		EDI	
	Freq.	% Y-O-Y	Freq.	% Y-O-Y	Freq.	% Y-O-Y	Freq.	% Y-O-Y	Freq.	% Y-O-Y
2009	118		150		201		144		140	
2010	115	-2,8%	149	-0,7%	164	-18,2%	144	-0,6%	146	4,3%
2011	138	20,1%	150	0,7%	176	7,4%	152	5,6%	165	12,9%
2012	159	15,7%	155	2,9%	177	0,5%	152	0,3%	166	0,7%
2013	144	-9,5%	149	-3,8%	179	0,8%	151	-1,0%	159	-4,0%
2014	145	0,9%	144	-2,9%	161	-9,7%	151	0,2%	165	3,6%
gem. groei 2009-2014		4,3%		-0,8%		-4,3%		0,9%		3,4%
	GOT		**HAM**		**MAN**		**SVG**		**TXL**	
	Freq.	% Y-O-Y	Freq.	% Y-O-Y	Freq.	% Y-O-Y	Freq.	% Y-O-Y	Freq.	% Y-O-Y
2009	128		151		170		131		152	
2010	133	4,3%	147	-2,5%	151	-11,5%	114	-12,7%	145	-4,3%
2011	139	4,5%	149	1,2%	169	12,5%	120	5,3%	168	15,8%
2012	139	-0,3%	151	1,7%	169	0,1%	143	18,7%	172	2,1%
2013	138	-0,7%	151	-0,4%	168	-0,6%	149	4,6%	169	-1,7%
2014	137	-0,2%	151	-0,1%	169	0,2%	148	-1,1%	169	0,2%
gem. groei 2009-2014		1,5%		0,0%		-0,2%		2,5%		2,2%

Bron: Official Airline Guide (OAG), bewerking SEO Economisch Onderzoek

6.4 Aangeboden ticketprijzen

De aangeboden stoelcapaciteit en frequenties op de behindmarkten lijken niet te zijn aangepast als gevolg van de toegenomen concurrentie op de markt naar de VAE. Naast een aanpassing van het aanbod, kan KLM proberen meer transferverkeer te genereren door lagere prijzen aan te bieden op de indirecte markten tussen de Europese feederbestemmingen en Dubai en Abu Dhabi.

Echter, de economy classtarieven tussen de Europese feederbestemmingen en Dubai laten geen eenduidige ontwikkeling zien (zie tabel 6.3). Opvallend is dat de prijzen vanaf Hamburg, Birmingham en Manchester sinds april sterk zijn toegenomen in vergelijking met de andere herkomsten. Vanaf bovengenoemde drie herkomsten biedt Emirates een rechtstreekse vlucht aan naar Dubai. De verwachting is dat dit een drukkend effect heeft op de KLM-prijs via Schiphol. Blijkbaar zijn er andere redenen voor de hogere KLM-prijs op deze routes.

Tabel 6.3 presenteert ook het tarief voor de directe reisoptie als die er is. Emirates biedt vanaf Birmingham, Parijs Charles de Gaulle, Hamburg en Manchester directe vluchten aan. Air France vliegt ook tussen Parijs Charles de Gaulle en Dubai. Over het algemeen ligt de prijs van het directe

alternatief hoger. Vanaf Parijs is dit verschil het grootst, vanaf de andere drie luchthavens is het verschil aanzienlijk kleiner. Soms ligt de prijs van het directe alternatief zelfs lager. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat Emirates op deze secundaire Europese bestemmingen wil concurreren met de vele indirecte alternatieven en op die manier marktaandeel wil vergaren.

Tabel 6.3 Behindmarkten XXX – Schiphol – Dubai, economy class[27]

	ABZ (ind)	BHX (ind)	BHX (dir)	CDG (ind)	CDG (dir)	EDI (ind)	GOT (ind)	HAM (ind)	HAM (dir)	MAN (ind)	MAN (dir)	SVG (ind)	TXL (ind)
apr-14	€ 607	€ 517	*€ 748*	€ 597	*€ 792*	€ 576	€ 655	€ 562	*€ 606*	€ 524	*€ 701*	€ 612	€ 670
mei-14	€ 634	€ 543	*€ 651*	€ 547	*€ 788*	€ 589	€ 671	€ 607	*€ 640*	€ 538	*€ 671*	€ 579	€ 685
jun-14	€ 631	€ 625	*€ 628*	€ 549	*€ 744*	€ 603	€ 832	€ 700	*€ 698*	€ 651	*€ 653*	€ 620	€ 647
jul-14	€ 647	€ 648	*€ 651*	€ 644	*€ 811*	€ 634	€ 816	€ 638	*€ 757*	€ 665	*€ 677*	€ 590	€ 637
aug-14	€ 631	€ 635	*€ 638*	€ 576	*€ 797*	€ 570	€ 707	€ 681	*€ 663*	€ 614	*€ 679*	€ 548	€ 631
sep-14	€ 617	€ 602	*€ 595*	€ 484	*€ 821*	€ 588	€ 714	€ 758	*€ 614*	€ 685	*€ 634*	€ 593	€ 657
% groei (apr-sept)	**2%**	**16%**	***-20%***	**-19%**	***4%***	**2%**	**9%**	**35%**	***1%***	**31%**	***-10%***	**-3%**	**-2%**

Bron: SEO Ticketprijsmonitor

De business classprijzen blijven redelijk stabiel (zie tabel 6.4). Vanaf de Duitse luchthavens Hamburg en Berlijn Tegel ligt deze prijs lager dan op de overige bestemmingen. Dit heeft mogelijk te maken met de inferieure locatie van Schiphol tussen Duitsland en Dubai. Vanwege het langere omvliegen is dit reisalternatief minder aantrekkelijk, met name voor de zakelijke reiziger.

Tabel 6.4 Behindmarkten XXX – Schiphol – Dubai, business class

	ABZ (ind)	BHX (ind)	BHX (dir)	CDG (ind)	CDG (dir)	EDI (ind)	GOT (ind)	HAM (ind)	HAM (dit)	MAN (ind)	MAN (dir)	SVG (ind)	TXL (ind)
apr-14	€ 2520	€ 2426	*€ 2831*	€ 2417	*€ 2822*	€ 2551	€ 2672	€ 2215	*€ 3305*	€ 2658	*€ 2853*	€ 2456	€ 2236
mei-14	€ 2644	€ 2559	*€ 2757*	€ 2308	*€ 2876*	€ 2644	€ 2690	€ 2136	*€ 3347*	€ 2603	*€ 2794*	€ 2408	€ 2123
jun-14	€ 2558	€ 2751	*€ 2886*	€ 2510	*€ 2898*	€ 2650	€ 2701	€ 2163	*€ 3355*	€ 2639	*€ 2884*	€ 2476	€ 2177
jul-14	€ 2699	€ 2788	*€ 2802*	€ 2383	*€ 2898*	€ 2717	€ 2641	€ 2262	*€ 3430*	€ 2527	*€ 2908*	€ 2454	€ 2234
aug-14	€ 2891	€ 2826	*€ 2661*	€ 2621	*€ 2996*	€ 2832	€ 2623	€ 2263	*€ 3616*	€ 2912	*€ 2759*	€ 2428	€ 2176
sep-14	€ 2512	€ 2436	*€ 2697*	€ 2700	*€ 3031*	€ 2454	€ 2736	€ 2353	*€ 3073*	€ 2754	*€ 2734*	€ 2527	€ 2299
% groei (apr-sept)	**0%**	**0%**	***-5%***	**12%**	***7%***	**-4%**	**2%**	**6%**	***-7%***	**4%**	***-4%***	**3%**	**3%**

Bron: SEO Ticketprijsmonitor

Ook in de business class is het directe alternatief meestal duurder dan een indirect alternatief. Opvallend is dat het verschil in business classprijzen voor Hamburg erg groot is, terwijl het prijsverschil tussen een directe en indirecte vlucht in de economy class beperkt is. Mogelijk probeert Emirates de beperkte winstmarge uit de economy class te compenseren door een hoog bedrag voor het premium product te vragen. Vanaf de Engelse luchthavens Birmingham en Manchester is het verschil kleiner. Dit kan te maken hebben met een kleinere vraag naar business classtickets aldaar.

[27] De prijzenmonitor geeft geen prijsinformatie voor de route Dublin – Schiphol – Dubai.

Opvallend is de prijsontwikkeling tussen Parijs Charles de Gaulle en Dubai via Schiphol. De economy classprijzen laten een sterke daling zien, terwijl de business classprijzen toenemen. Eenzelfde patroon is zichtbaar tussen Parijs Charles de Gaulle en Abu Dhabi. Vermoedelijk wordt er door Air France-KLM een goedkoop indirect alternatief en een duurder direct alternatief aangeboden om zo een groter marktaandeel in de markt tussen Parijs en de VAE te verwerven.

Gedurende 2014 laten de aangeboden ticketprijzen in de economy class van KLM vanaf de feederbestemmingen naar Abu Dhabi een gevarieerd beeld zien (zie tabel 6.5). De prijzen vanaf Aberdeen en Berlijn zijn in de loop van 2014 gestegen. Aberdeen is de belangrijkste feederbestemming voor de KLM-vlucht naar Abu Dhabi. Op deze route is veel vraag vanuit de olie-industrie. KLM biedt op deze route het snelste reisalternatief, waardoor een hogere prijs kan worden gevraagd. Voor de route Berlijn – Abu Dhabi is geen duidelijke verklaring. Op deze route voert ook Air Berlin, naast Etihad, rechtstreekse vluchten uit, wat voor de meeste reizigers het beste alternatief is.

Ook de economy classprijzen van directe alternatieven zijn in tabel 6.5 weergegeven. Directe alternatieven zijn ook hier over het algemeen duurder dan het indirecte alternatief van KLM. Vanuit Manchester en Dublin is het directe alternatief in sommige maanden goedkoper dan de indirecte KLM vlucht, terwijl er vanaf Parijs Charles de Gaulle juiste een groot prijsverschil is.

Tabel 6.5 Behindmarkten XXX – Schiphol – Abu Dhabi, economy class[28]

	ABZ (ind)	BHX (ind)	CDG (ind)	CDG (dir)	DUB (ind)	DUB (dir)	EDI (ind)	MAN (ind)	MAN (dir)	TXL (ind)	TXL (dir)
apr-14	€ 625	€ 632	€ 597	*€ 880*	€ 661	*€ 698*	€ 623	€ 595	*€ 741*	€ 518	*€ 680*
mei-14	€ 647	€ 577	€ 547	*€ 898*	€ 643	*€ 730*	€ 658	€ 616	*€ 669*	€ 571	*€ 595*
jun-14	€ 687	€ 607	€ 549	*€ 888*	€ 653	*€ 724*	€ 680	€ 612	*€ 697*	€ 561	*€ 607*
jul-14	€ 727	€ 821	€ 644	*€ 826*	€ 644	*€ 731*	€ 692	€ 667	*€ 684*	€ 482	*€ 634*
aug-14	€ 802	€ 683	€ 576	*€ 785*	€ 680	*€ 670*	€ 687	€ 745	*€ 608*	€ 671	*€ 621*
sep-14	€ 741	€ 544	€ 484	*€ 767*	€ 700	*€ 668*	€ 630	€ 571	*€ 580*	€ 607	*€ 623*
% groei (apr-sept)	**19%**	**-14%**	**-19%**	***-13%***	**6%**	***-4%***	**1%**	**-4%**	***-22%***	**17%**	***-8%***

Bron: SEO ticketprijsmonitor

Uit Tabel 6.6 blijkt dat de business classprijs alleen op de route vanuit Berlijn daalt. Op de overige markten stijgt het business classtarief in september 2014 tussen de 4 en 12 procent ten opzichte van april 2014. Mogelijk komt dit doordat de prijzen in april zijn gebaseerd op meer vertrekdagen in de vakantieperiode, wanneer er minder vraag is vanuit de zakelijke markt. De prijzen in september zijn gebaseerd op vertrekdagen tussen september 2014 en juni 2015.

[28] De prijzenmonitor geeft geen prijsinformatie voor de routes Göteborg/Hamburg/Stavanger – Schiphol – Abu Dhabi.

Tabel 6.6 Behindmarkten XXX-Schiphol-Abu Dhabi, business class

	ABZ (ind)	BHX (ind)	CDG (ind)	CDG (dir)	DUB (ind)	DUB (dir)	EDI (ind)	MAN (ind)	MAN (dir)	TXL (ind)	TXL (dir)
apr-14	€ 3.058	€ 2.684	€ 2.417	*€ 3.807*	€ 2.046	*€ 2.283*	€ 3.012	€ 2.678	*€ 2.654*	€ 2.148	*€ 2.834*
mei-14	€ 3.349	€ 2.813	€ 2.308	*€ 3.832*	€ 2.045	*€ 2.564*	€ 3.094	€ 2.727	*€ 2.585*	€ 1.910	*€ 2.345*
jun-14	€ 3.329	€ 2.870	€ 2.510	*€ 3.023*	€ 2.013	*€ 2.732*	€ 3.061	€ 2.712	*€ 2.653*	€ 1.772	*€ 2.873*
jul-14	€ 3.454	€ 2.980	€ 2.383	*€ 3.128*	€ 1.982	*€ 2.670*	€ 3.249	€ 2.754	*€ 2.678*	€ 2.065	*€ 2.876*
aug-14	€ 3.244	€ 2.845	€ 2.621	*€ 3.369*	€ 2.000	*€ 2.326*	€ 2.952	€ 2.743	*€ 2.845*	€ 1.736	*€ 3.011*
sep-14	€ 3.367	€ 2.969	€ 2.700	*€ 3.380*	€ 2.157	*€ 2.255*	€ 3.132	€ 2.967	*€ 2.935*	€ 1.800	*€ 2.742*
% groei (apr-sept)	**10%**	**11%**	**12%**	***-11%***	**5%**	***-1%***	**4%**	**11%**	***11%***	**-16%**	***-3%***

Bron: SEO ticketprijsmonitor

De prijzen van de directe alternatieven in de business class liggen vanaf Parijs Charles de Gaulle, Dublin en Berlijn Tegel aanzienlijk boven het niveau van het indirecte KLM-alternatief. Daarentegen ligt het business classtarief op de directe Etihadvlucht vanaf Manchester juist lager dan het indirecte alternatief. Dit kan te maken hebben met een beperkte vraag naar business classtickets vanaf Manchester.

6.5 Gerealiseerde passagiersvolumes

Tabel 6.7 geeft de gerealiseerde passagiersvolumes op de belangrijkste behindmarkten weer, evenals het aantal van deze passagiers dat doorreist naar Dubai of Abu Dhabi. Het percentage transferpassagiers vanaf deze luchthavens naar Dubai en Abu Dhabi is beperkt. Het aandeel transferpassagiers naar Dubai varieert tussen de 3 procent voor Aberdeen en 0,6 procent voor Parijs Charles de Gaulle. Voor Abu Dhabi is het aandeel kleiner, tussen de 1,5 procent voor Aberdeen en 0,1 procent voor Berlijn Tegel.

Naast de veelal beperkte vraag op de gegeven markten, is een belangrijke oorzaak van het relatief beperkte aantal passagiers dat doorreist naar de VAE het (directe) alternatieve aanbod van andere luchtvaartmaatschappijen. Vanaf sommige herkomsten zijn directe vluchten beschikbaar naar Dubai of Abu Dhabi. Er is bijvoorbeeld een zeer kleine vraag voor passagiers vanaf Berlijn Tegel via Schiphol naar Abu Dhabi, omdat er ook een rechtstreekse vlucht naar Abu Dhabi wordt aangeboden.

Vanaf Aberdeen worden de meeste passagiers naar de VAE vervoerd, zowel in absolute als relatieve termen. Vanwege de olie-industrie is er een sterke verbinding tussen deze gebieden, terwijl er geen rechtstreekse vluchten zijn. Door de gunstige ligging van Schiphol en een goede connectie tussen de twee luchthavens biedt KLM hier een goed alternatief. Dit resulteert in passagiersaantallen rond de 200 per maand naar Dubai en ongeveer 100 per maand naar Abu Dhabi.

Tabel 6.7 Slechts een klein deel van het verkeer op de tien belangrijkste feederroutes van KLM reist door naar de VAE

		ABZ			BHX			CDG			DUB			EDI		
		AMS	DXB	AUH	AMS	DXB	AUH	AMS	DXB	AUH	AMS	DXB	AUH	AMS	DXB	AUH
2009	*aantal pax*	6.790	199	62	8.113	156	22	15.955	149	42	4.356	73	3	8.846	127	35
	% transfer DXB/AUH		2,9%	0,9%		1,9%	0,3%		0,9%	0,3%		1,7%	0,1%		1,4%	0,4%
2010	*aantal pax*	6.663	202	60	8.500	124	32	15.322	176	35	4.086	72	4	9.066	121	38
	% transfer DXB/AUH		3,0%	0,9%		1,5%	0,4%		1,2%	0,2%		1,8%	0,1%		1,3%	0,4%
2011	*aantal pax*	7.332	223	54	8.982	160	35	15.945	186	28	4.858	66	9	9.679	147	51
	% transfer DXB/AUH		3,0%	0,7%		1,8%	0,4%		1,2%	0,2%		1,4%	0,2%		1,5%	0,5%
2012	*aantal pax*	7.790	233	32	9.298	158	24	16.317	152	39	5.018	44	6	9.976	135	35
	% transfer DXB/AUH		3,0%	0,4%		1,7%	0,3%		0,9%	0,2%		0,9%	0,1%		1,4%	0,3%
2013	*aantal pax*	7.723	207	68	8.711	138	36	16.018	96	46	4.874	87	49	9.407	87	51
	% transfer DXB/AUH		2,7%	0,9%		1,6%	0,4%		0,6%	0,3%		1,8%	1,0%		0,9%	0,5%
2014	*aantal pax*	8.129	189	90	9.189	125	41	16.202	125	55	5.023	95	54	10.732	86	54
	% transfer DXB/AUH			2,3%	1,1%		1,4%	0,4%		0,8%	0,3%		1,9%	1,1%		0,8%
		GOT			HAM			MAN			SVG			TXL		
		AMS	DXB	AUH	AMS	DXB	AUH	AMS	DXB	AUH	AMS	DXB	AUH	AMS	DXB	AUH
2009	*aantal pax*	7.836	116	40	7.138	123	10	11.070	222	27	6.127	77	27	9.877	167	18
	% transfer DXB/AUH		1,5%	0,5%		1,7%	0,1%		2,0%	0,2%		1,3%	0,4%		1,7%	0,2%
2010	*aantal pax*	7.740	93	19	7.394	154	17	10.656	223	28	5.793	98	24	10.107	255	25
	% transfer DXB/AUH		1,2%	0,2%		2,1%	0,2%		2,1%	0,3%		1,7%	0,4%		2,5%	0,2%
2011	*aantal pax*	7.432	88	11	8.157	102	26	11.376	236	36	6.135	118	11	11.159	133	27
	% transfer DXB/AUH		1,2%	0,2%		1,2%	0,3%		2,1%	0,3%		1,9%	0,2%		1,2%	0,2%
2012	*aantal pax*	7.445	81	12	9.456	81	13	12.093	246	22	6.537	99	10	10.975	112	14
	% transfer DXB/AUH		1,1%	0,2%		0,9%	0,1%		2,0%	0,2%		1,5%	0,2%		1,0%	0,1%
2013	*aantal pax*	7.082	85	25	8.695	81	22	11.729	172	44	6.028	117	19	11.760	127	37
	% transfer DXB/AUH		1,2%	0,4%		0,9%	0,2%		1,5%	0,4%		1,9%	0,3%		1,1%	0,3%
2014	*aantal pax*	7.000	110	31	9.176	112	33	12.559	178	46	6.439	102	33	12.729	135	35
	% transfer DXB/AUH			1,6%	0,4%		1,2%	0,4%		1,4%	0,4%		1,6%	0,5%		1,1%

Bron: MIDT, bewerking SEO Economisch Onderzoek

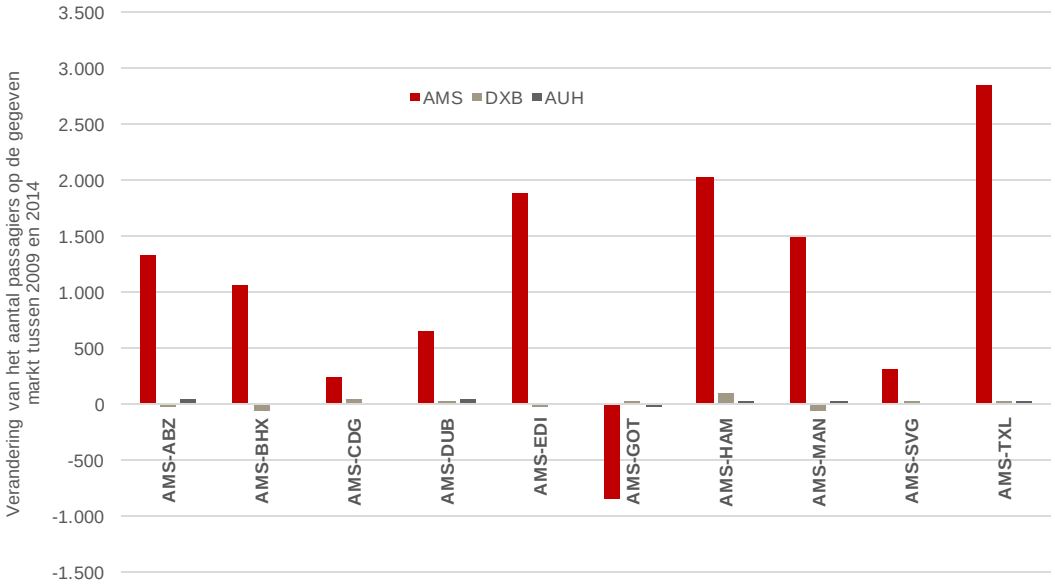
Figuur 6.2 laat de ontwikkeling zien van het aantal passagiers dat via Schiphol naar de VAE reist, evenals het totaal aantal passagiers op de betreffende feederroute. Gegeven de relatief beperkte aantallen transferpassagiers dat via Schiphol naar de VAE reist (zie tabel 6.7) is het logisch dat de ontwikkelingen daarvan lagere aantallen laten zien. De ontwikkeling van het totaal aantal passagiers laat een redelijk consistent beeld zien op de tien bekeken routes. Tussen 2009 en 2014 noteren vrijwel alle feederroutes een groei van het aantal passagiers. Alleen het totaal aantal passagiers op de Göteborgroute neemt af.

De ontwikkeling van het aantal transferpassagiers via Schiphol naar Dubai laat een gevarieerd beeld zien. Op een aantal markten – zoals Parijs Charles de Gaulle, Göteborg en Hamburg – is het aantal passagiers via Schiphol naar Dubai in 2014 sterk toegenomen. Dit kan een signaal zijn dat KLM door het vergrote aanbod op de route naar Dubai meer transferverkeer moet genereren, omdat Emirates een groter marktaandeel in de lokale vraag krijgt. Dit is echter niet het geval op alle behindmarkten: op sommige markten – zoals Stavanger en Birmingham – is juist een daling in het aantal passagiers naar Dubai te zien.

Het aantal passagiers dat via Schiphol naar Abu Dhabi reist is tussen 2009 en 2014 toegenomen op alle routes met uitzondering van Berlijn Tegel. Een logische verklaring hiervoor volgt uit de capaciteitstoename op de markt Schiphol – Abu Dhabi, onder andere door de

codeshareovereenkomst die KLM heeft met Etihad: feedervluchten van KLM sluiten hiermee ook aan op de dagelijkse operatie van Etihad naar Abu Dhabi. Een tegengestelde ontwikkeling is ook zichtbaar: Etihad focust zich – net als Emirates – steeds meer op secundaire Europese bestemmingen. Zo wordt in 2015 Edinburgh toegevoegd aan het bestemmingenpakket. De verwachting is dat dit een negatieve impact heeft op het aantal passagiers dat van Edinburgh via Schiphol naar Abu Dhabi reist.

Figuur 6.2 Tussen 2009 en 2014 is het aantal passagiers op de 10 belangrijkste feederroutes voor de VAE-markt toegenomen, met uitzondering van Göteborg



Bron: MIDT, bewerking SEO Economisch Onderzoek

7 Conclusies en implicaties

Emirates is na het starten van de tweede frequentie de grootste partij op de markt tussen Nederland en de Verenigde Arabische Emiraten (VAE). Door de grote aangeboden stoelcapaciteit is deze markt in steeds grotere mate afhankelijk van transferverkeer. Emirates en Etihad vervoeren veel passagiers via hun hubs in het Midden Oosten naar andere bestemmingen. Hierdoor neemt ook de passagiersvraag op andere KLM-bestemmingen af en is er op een aantal routes een daling in de ticketprijs te zien. Daarnaast is er op een aantal belangrijke feederroutes een toename te zien in het verkeer dat via Schiphol naar de VAE reist; dit kan erop duiden dat KLM door de nieuwe Emiratesfrequentie is genoopt meer transferverkeer te genereren. Om in detail te toetsen of de ontwikkelingen op de relevante markten in strijd zijn met de grondbeginselen uit het luchtvaartverdrag is een gedetailleerdere analyse noodzakelijk.

7.1 Resultaten directe markten

De monitorstudie laat voornamelijk verschuivingen zien op de directe markten. Eind 2014 heeft Emirates in termen van aangeboden stoelcapaciteit een marktaandeel van ongeveer 50 procent verworven op de markt Nederland – VAE. KLM heeft ongeveer 35 procent van de stoelcapaciteit in handen, Etihad ongeveer 15 procent en Transavia ongeveer 5 procent.

Dubai

Op de markt tussen Schiphol en Dubai heeft Emirates eind 2014 een marktaandeel van 65 procent. Tegelijkertijd heeft KLM de stoelcapaciteit op de markt Schiphol – Dubai licht teruggeschroefd, hetgeen kan duiden op overcapaciteit, maar mogelijk ook op een verschuiving van passagiersvervoer van Dubai naar Abu Dhabi. Daarnaast is het aandeel transferpassagiers op de Schiphol – Dubaimarkt de laatste jaren mondjesmaat toegenomen. Voor KLM is dit aandeel met ongeveer 5 procentpunten toegenomen naar ruim 75 procent in 2014. Dit duidt erop dat luchtvaartmaatschappijen die actief zijn op deze route in toenemende mate afhankelijk zijn van transferpassagiers om de aangeboden stoelcapaciteit te vullen. Ook dit hangt samen met de toegenomen capaciteit. Tot slot laat een analyse van de winstgevendheid een aanzienlijke daling zien. Zeker in vergelijking met het gemiddelde van KLM op intercontinentale routes. Dubai was in 2009, vóór toetreding van Emirates, nog een bovengemiddeld winstgevende route. In 2015 is dat niet meer het geval.

Abu Dhabi

KLM heeft eind 2014 op de markt tussen Schiphol en Abu Dhabi een marktaandeel van ruim 35 procent. Etihad biedt de rest van de capaciteit aan. Met betrekking tot de ontwikkeling van de capaciteit is op de markt tussen Schiphol en Abu Dhabi een tegengestelde ontwikkeling zichtbaar. Etihad is daar in 2013 toegetreden, hetgeen de capaciteit op die markt aanzienlijk heeft doen laten toenemen. Echter, ook KLM heeft na de toetreding van Etihad de capaciteit verhoogd. Het vermoeden is dat dit samenhangt met de codeshareovereenkomst die KLM heeft met Etihad. Dit leidt ertoe dat KLM meer passagiers vervoert die een eindbestemming beyond Abu Dhabi hebben, omdat de KLM-vlucht aansluit op het beyondnetwerk van Etihad. Ook op deze markt is het aandeel transferpassagiers echter substantieel toegenomen, tot ongeveer 85 procent voor KLM en zelfs 90 tot 95 procent voor Etihad. Qua winstgevendheid laat de Abu Dhabiroute van KLM een

gelijke trend zien als KLM's gemiddelde op intercontinentale routes, alhoewel het absolute niveau van de winstgevendheid van de Abu Dhabiroute aanzienlijk lager ligt.

7.2 Resultaten beyond- en behindmarkten

Beyond

Op de markten beyond de VAE zijn geen opvallende capaciteitseffecten waargenomen. De passagiersvolumes van KLM zijn op de meeste van 10 belangrijkste beyondmarkten wel licht afgenomen. Op de route naar Manilla is de afname het grootst, hetgeen samenhangt met het feit dat deze route sinds 2012 onderdeel is van een multistop met Taipei. Daarnaast is er gedurende 2014 sprake van een prijsdaling van KLM op de meeste markten, waarbij de grootste daling zichtbaar is op de routes naar Afrika (Johannesburg en Kaapstad). Dit kan samenhangen met het feit dat de tweede Emiratesfrequentie tussen Schiphol en Dubai beter aansluit op de uitgaande Afrika*wave* van Emirates op Dubai. Tot slot laat de analyse zien dat de winstgevendheid van KLM's Afrika- en Midden Oostenmarkt afneemt. Azië is stabiel en Latijns- en Noord-Amerika maken een groei door tussen 2009 en 2015.

Behind

De belangrijkste behindmarkten van KLM voor de markt naar de VAE laten geen eenduidig beeld zien. Capaciteitsbeelden en prijzen variëren voortdurend, maar een relatie met het capaciteitsaanbod op de routes tussen Schiphol en de VAE is niet zichtbaar. Zowel naar Dubai als naar Abu Dhabi neemt het aantal transferpassagiers op de meeste behindmarkten licht toe. Dit kan betekenen dat door de capaciteitstoename op de routes naar de VAE KLM genoodzaakt is meer transferverkeer te genereren.

Causaliteit en andere factoren

Het is van belang te onderkennen dat er veel andere factoren zijn die buiten de scope van deze monitorstudie vallen, maar die wel degelijk een belangrijke impact kunnen hebben op de concurrentieverhoudingen op beyond- en behindroutes en daarmee op de passagiersvolumes en de prijs van een vliegticket op die markten. Voorbeelden daarvan zijn de ontwikkeling van het aanbod en de prijsstelling van andere luchtvaartmaatschappijen en de ontwikkeling van de O/D-vraag op de betreffende routes. Derhalve is een causale relatie tussen netwerkmutaties en winstgevendheidsontwikkelingen en uitbreiding van het aanbod door golfcarriers of andere luchtvaartmaatschappijen op de directe markt tussen Nederland en de VAE en de capaciteit, het aantal passagiers en de hoogte van de ticketprijs op beyond- en behindroutes op basis van deze monitorstudie niet aan te tonen.

7.3 Terugkoppeling naar luchtvaartverdrag

Gezien de verdere expansieplannen van Golfcarriers in Europa is het van belang om zicht te blijven houden op de positie van KLM in essentiële markten. Daarbij zou de focus in de eerste plaats moeten liggen op de directe markten, waar de effecten het sterkst naar voren komen. Maar ook op de beyondmarkten zijn er aanwijzingen dat er passagiers- en prijseffecten optreden, hoewel die niet altijd even eenvoudig zijn toe te schrijven aan de toetreding van een enkele luchtvaartmaatschappij. Op de behindmarkten is vooralsnog geen eenduidig effect zichtbaar, hoewel er op een aantal routes

een toename in het aantal transferpassagiers is te zien. Het is van belang deze ontwikkelingen goed in de gaten te blijven houden. Hieronder volgt de vertaling van de resultaten op de directe routes naar de vier elementen van het luchtvaartverdrag tussen Nederland en de VAE.

Tarieven
De analyse van de prijzen geven geen directe aanwijzing voor de toepassing van *predatory pricing* door de nieuwe toetreders. Bij een vergelijking van de prijzen per kilometer op de routes tussen Schiphol en Dubai en Abu Dhabi met andere routes waarop KLM te maken heeft met 1 (of 2) directe concurrent, ligt de kilometerprijs op de Dubai- en Abu Dhabiroute juist hoger. Er zijn echter vermoedelijk meer factoren die een rol spelen bij de totstandkoming van de ticketprijs, waardoor een uitgebreide econometrische analyse nodig is om in detail te kunnen beoordelen hoe de prijzen op de onderzochte routes zich verhouden tot het gemiddelde.

Gelijkheid en billijkheid
Alle luchtvaartmaatschappijen uit beide landen kunnen toetreden tot de geanalyseerde routes en capaciteit in de markt zetten. Voor zo ver wij weten zijn er geen concrete barrières om toe te treden tot de markt. Indirect heeft het verschil in operationele kosten tussen luchtvaartmaatschappijen uit de VAE en Nederland invloed op het feit of een route tussen beide landen winstgevend geëxploiteerd kan worden. Omdat eerstgenoemde luchtvaartmaatschappijen tegen lagere kosten opereren, zijn zij in staat om eerder (of meer) winst te maken op de routes tussen beide landen dan luchtvaartmaatschappijen uit Nederland. Er is nadere analyse nodig om te beoordelen of dit gegeven aangrijpt op het gelijkheids- en billijkheidsbeginsel uit het luchtvaartverdrag.

Redelijkheid
De capaciteit die door de luchtvaartmaatschappijen uit de VAE in de markt is gezet heeft geleid tot marktgeneratie, maar heeft er vermoedelijk ook toe geleid dat de winstgevendheid van KLM op de gegeven routes is afgenomen. Dat hoeft niet per se onredelijk te zijn als de prijzen voor toetreding bijvoorbeeld ruim boven de operationele kosten van de route lagen. Wat betreft de huidige tarieven is niet aangetoond dat die opmerkelijk laag liggen, alhoewel verdere analyse nodig is om daar hardere uitspraken over te kunnen doen.

Vervoersbehoefte
Beide luchtvaartmaatschappijen vervoeren een aanzienlijk aandeel transferpassagiers op de routes tussen Nederland en de VAE. Dat maakt het complex om te beoordelen of de capaciteit overeenkomt met de vervoersbehoefte. Duidelijk is wel dat het aandeel transferpassagiers een licht stijgende trend laat zien, met name op de route tussen Schiphol en Abu Dhabi. Transferpassagiers leveren luchtvaartmaatschappijen doorgaans minder op dan non-stop reizende passagiers. Dat impliceert dat iedere operatie een zeker aandeel O/D-passagiers nodig heeft om rendabel te zijn. Om te kunnen bepalen of dat aandeel op de routes tussen Nederland en de VAE wordt gehaald of dat de huidige capaciteit de minimale O/D-vervoersbehoefte overstijgt is een gedetailleerde analyse nodig, waarbij onder meer aandacht is voor een vergelijking met vergelijkbare intercontinentale operaties en financiële gegevens van de actieve luchtvaartmaatschappijen op de route. Voor dit onderzoek is die informatie niet voor handen. Feit is wel dat de transferpercentages op de routes tussen Nederland en de VAE hoog zijn en dat er mogelijk sprake is van overcapaciteit op de directe markt.

seo economisch onderzoek

Roetersstraat 29 . 1018 WB Amsterdam . T (+31) 20 525 16 30 . F (+31) 20 525 16 86 . www.seo.nl