



Fluggerätespezifisches Stärken-Schwächen-Profil A380

- + sehr hohe Transportkapazität
- + Fixkostendegression bzw. Effizienzmaximierung
- + hohe Treibstoffeffizienz pro Passagier pro 100 km
- + Einsparung von Slots
- + Bündelung von Transportkapazitäten und Einsparungen von Fluggeräten
- + sehr hohe Reichweite
- + keine Konkurrenz durch Hochgeschwindigkeitszüge
- + flexible Bestuhlungsmöglichkeit (max. 850) und hohe Variantenvielfalt
- + kaum Konkurrenz durch vergleichbare Großraumflugzeuge / -anbieter
- keine langfristigen technischen Erfahrungswerte
- keine Weitervermarktungserfahrungen
- unsichere Restwertstabilitäten bzw. Verkaufserlöse
- hoher Anschaffungspreis bzw. hohe Kapitalbindung
- eingeschränkter Operatorkreis
- Fluggerät nur für einige wenige Operator bzw. Nachmieter strategiekompatible
- fluggerätespezifische Flughafeninfrastruktur notwendig
- limitierte Flughafenanzahl
- zukünftiges Akzeptanzproblem bei Einstellung der A380-Serie
- Ersatzteilproblematik bei Einstellung der A380-Serie
- spezifisches langandauerndes und umfangreiches Wartungsprogramm
- Konkurrenz durch eine evtl. A380neo-Serie und beschleunigter Wertverfall
- Konkurrenz durch die Boeing 787-9 "Dreamliner"
- eingeschränkte Operabilität/keine Standard-Maschine
- negative Effekte bei Änderung von Flughafenstrukturen und -strategien
- sehr fluggerätespezifische Pilotenausbildung ohne vergleichbare Wechselmöglichkeiten (höhere Pilotenkosten)

- Einsatzmöglichkeiten abhängig von Passagieraufkommen (A380-spezifisches Liniennetz)
- hohes Startgewicht → hohe gewichtsabhängig Flughafengebühren
- kapitalintensives Refurbishment im Falle des Weiterverkaufs als auch bei langfristigem Weiterbetrieb
- hohe Konkurrenz durch Boeing 747, da größtenteils abgeschriebene Flotte
- großer Fluggeräuschteppich (Akzeptanzproblematik) → Flughafengebühren
- hoher Personaleinsatz für Betrieb und Wartung
- hohe Betriebskosten, da vierstrahliger Antrieb
- hohe absolute CO₂-Emissionen
- hohe Abhängigkeit vom Großabnehmer Emirates
- aufwändiger und kostenintensiver Marketingprozess zwecks Neukundengenerierung