

Position Paper Arke t.b.v. Rondetafelgesprek Luchtvaartnota

23 september 2015

Luchtvaartmaatschappij Arke – vanaf 1 oktober TUI – geeft graag haar visie op de toekomst van de Nederlandse luchtvaart tijdens het 'Rondetafelgesprek Luchtvaartnota' in de Tweede Kamer. Het luchtvaartbeleid, en daarmee de Luchtvaartnota, moet zich richten op Schiphol als marktplaats voor diverse luchtvaartmaatschappijen. Dit is goed voor de passagier, en daar draait het uiteindelijk om.

Huidige situatie

De luchtvaartsector kenmerkt zich wereldwijd door marktwerking en liberalisatie, waarbij de consumentenbelangen voorop staan. Landen die dit beleid omarmd hebben, zijn beloofd met een ruimere keuze voor klanten, een product waar de klant bereid is voor te betalen en lagere prijzen. In deze landen zijn de luchthavens en luchtvaartmaatschappijen ook in staat geweest om groei te realiseren, ook in tijden van de economische crisis. Dit geldt niet alleen voor regionale luchthavens; luchthavens als Düsseldorf en Brussel wisten in de periode tussen 2009 en 2014 groei te realiseren, respectievelijk 22% en 28%.

Nederland lijkt de boot te hebben gemist en lijkt nog in het verleden te leven, waarbij de luchtvaart een gereguleerde branche is waar het economisch belang, Schiphol en KLM in een adem genoemd kunnen worden. De luchtvaartnota uit 2009 is gebaseerd op dit verleden, waarbij wordt vastgehouden aan marktremmende begrippen als netwerkqualiteit en selectiviteitsbeleid.

De Nederlandse luchtvaartsector is echter ooit groot geworden door voorop te lopen in de liberalisatie en kansen te creëren voor bedrijven die zorgen voor werkgelegenheid en economische groei. De luchtvaartnota moet de toekomst dienen door een marktplaats te bieden aan diverse luchtvaartmaatschappijen en hiermee de (wensen van de) passagier centraal te stellen.

Wat heeft de Nederlandse luchtvaartsector nodig?

De luchtvaartbranche verandert in een razend tempo en het overheidsbeleid moet daarop worden aanpast. De keuze van de overheid van 2009 om selectief (lees eenzijdig) te groeien volstaat niet langer. Deze keuze laat economische potentie onbenut, leidt niet tot afname van geluid en werkt marktbeperkend. In plaats daarvan kan en moet gekozen worden voor een stillere groei van Schiphol waarbij de keus van de klant bepaalt wie groeit.

Daar zijn drie dingen voor nodig:

- **Schiphol als marktplaats**
Geef Schiphol de ruimte om een marktplaats te worden, waar diverse airlines gefaciliteerd worden om verder te groeien. Geef luchtvaartmaatschappijen die invulling geven aan de wensen van de Nederlandse klant de ruimte. Dit versterkt de positie van Schiphol ten opzichte van concurrerende luchthavens.
- **Selectiviteitsbeleid loslaten**
Selectiviteitsbeleid is een verouderd en discriminerend begrip dat uitgaat van een maakbare luchtvaartsector, terwijl de klant en de markt leidend zijn in de luchtvaart. In de huidige luchtvaartnota neemt selectiviteit echter een prominente rol in, die in een nieuwe versie geschrapt kan worden.
- **Faciliteer groei op Schiphol.**
Qua fysieke capaciteit zijn er voldoende mogelijkheden. Door onder meer vlootvernieuwing en aangepaste vliegprocedures is de hoeveelheid geluid per passagier de laatste decennia en



met name de laatste jaren structureel gedaald. Als Schiphol niet groeit, wordt deze economisch activiteit verplaatst naar het buitenland.

Over TUI Nederland

Met ruim 2.500 medewerkers in Nederland en een omzet van € 1,8 miljard in 2014 zijn wij de grootste reisorganisatie van Nederland. Wij maken onderdeel uit van een van de grootste reisconcerns ter wereld, TUI Group. Arke – vanaf oktober ook TUI geheten – maakt gebruik van de modernste vloot van Nederland en introduceerde de Boeing 787 Dreamliner in Nederland. Het toestel is lichter, stiller, zuiniger en comfortabeler dan de huidige generatie vliegtuigen.