Fluggastumfrage: Ticketpreis nicht das Wichtigste

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

27/12/2016 Innerdeutsch fliegen ist vergleichsweise kostengünstig. Doch nur die wenigsten Fluggäste sind bei Reisen innerhalb des Landes konsequente Schnäppchenjäger. Das ergibt eine aktuelle repräsentative Umfrage der Managementberatung Porsche Consulting.

Gerade einmal 13 von 100 Passagieren würden maximal 80 Euro für eine Kurzstrecke (hin und zurück) bezahlen. 80 Euro entsprechen in etwa dem Mindestpreis, den Fluggesellschaften bei Aktionen anbieten. Meist muss dafür weit im Voraus gebucht und auf kundenfreundliche Stornoregelungen verzichtet werden. Jeder vierte Fluggast akzeptiert einen Ticketpreis von 100 Euro. Und nahezu jeder zweite (45%) ist bereit, für ein Ticket deutlich mehr als 100 Euro auszugeben. Die Obergrenze von 150 Euro akzeptieren 26 Prozent. Erst bei 200 Euro setzen 12 Prozent ihr persönliches Limit. Und mehr als 200 Euro würden immerhin noch 7 Prozent bezahlen.

Besonders sensibel sind Fluggäste in puncto Sicherheit: Für 94 Prozent ist höchste Zuverlässigkeit von Crew und Flugzeug der allerwichtigste Aspekt. Als weitere wichtige Kriterien werden Pünktlichkeit (91%), volle Kostenerstattung bei Stornierung der Buchung (85%), kostenfreie Gepäckaufgabe (78%), kürzere Wartezeiten vom Check-in bis zum Abflug (77%) und ausreichender Sitzreihenabstand an Bord (72%) genannt. Wenn besonders günstige Tickets nur gegen zu stark minimierte Beinfreiheit zu erkaufen sind, würden 61 Prozent der Befragten auf den Knüllerpreis verzichten, um lieber halbwegs entspannt sitzen zu können. Vor allem in der günstigsten Buchungsklasse hatten einige Fluggesellschaften in den vergangenen Jahren alle Möglichkeiten genutzt, mehr Sitze auf gleicher Flugzeugfläche unterzubringen.

Es gibt aber auch Leistungen, die viele Fluggäste zumindest auf Kurzstrecken für überflüssig halten – vor allem, wenn dadurch der Flugpreis sinkt: 66 Prozent brauchen keinen Bordservice mit kostenlosen Getränken und Snacks. Gut die Hälfte aller Passagiere (53%) hat kein Interesse an der Reservierung eines Wunschsitzplatzes. 42 Prozent würden ihre Bordkarte am Automaten oder im Internet abrufen und ihr Gepäck an einer Selbstbedienungsstation aufgeben, wenn das preisgünstiger wäre als der Check-in am Flughafenschalter. Gespalten ist das Bild beim Online-Surfen über den Wolken: Für die Internetnutzung während des kurzen Fluges via Wireless LAN würden aus der Gruppe der über 30-Jährigen nur 13 Prozent extra bezahlen. Bei der jungen Zielgruppe unter 30 Jahren sind es mit 25 Prozent fast doppelt so viele.

An Attraktivität verlieren anscheinend die immer stärker reglementierten „Meilenprogramme“ zur Kundenbindung. Nur jeder fünfte Fluggast sieht darin auf Kurzstrecken, die ohnehin relativ wenig Meilen auf das Sammelkonto bringen, einen wichtigen Mehrwert. Vielflieger, insbesondere unter den Geschäftsreisenden, möchten hingegen die Möglichkeit nicht missen, sich Prämien und Freiflüge mit abgeflogenen Streckenkilometern zu sichern.

„Nach allen Prognosen wird das Passagieraufkommen in den nächsten zwei Jahrzehnten noch einmal deutlich zunehmen. Deshalb geht es für Luftfahrtgesellschaften, Flugzeughersteller und Flughäfen jetzt darum, sich noch stärker an den wichtigsten Kundenwünschen zu orientieren. An der Sicherheit und beim gutem Service darf nicht gespart werden“, sagt Joachim Kirsch, Seniorpartner bei Porsche Consulting. Als Berater empfiehlt der Luftfahrtexperte der Branche, ihre Organisationen zu straffen: „Durch höhere Effizienz vor allem bei internen Abläufen kann das Budget freigespielt werden, das in noch mehr Kundenorientierung investiert werden muss.“ Insbesondere sollten unnötig lange Wartezeiten für Passagiere vor dem Start, beim Boarding und auch nach der Landung reduziert werden. Ebenso wichtig sei ein akzeptabler Sitzkomfort an Bord, auch in der günstigsten Buchungsklasse. Kirsch ist überzeugt, dass die Branche mit der richtigen Strategie auf ruinöse Preiskämpfe verzichten kann: „Für die wirklich wichtigen Leistungen werden die meisten Fluggäste auch einen angemessenen Ticketpreis zahlen.“

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-consulting/porsche-consulting-umfrage-fluggaeste-deutschland-ticketpreise-13259.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/9c6d02bf-8fe2-48a0-914d-a3f27e498760.zip

Externe Links
https://www.porsche-consulting.com/de/home/

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart