

Pressemitteilung



Trotz Vulkanturbulenzen - Fluggesellschaften können sich über zufriedene Kunden freuen

München, 17. Juni 2010 - Die branchenübergreifende Studie Kundenmonitor Deutschland 2010 zeigt erfreuliche Ergebnisse für Fluggesellschaften. Die Airlines können sich in allen untersuchten Servicemerkmalen im Vergleich zu 2009 verbessern. Die größten Steigerungen sind beim Ablauf der Buchung über die Website zu verzeichnen. Nachholbedarf in der Kundenzufriedenheit besteht noch in der Häufigkeit des Getränkeservices und der Verpflegung an Bord (vgl. Abbildung 1).

Im Rahmen der Studie wurden vom unabhängigen Forschungsinstitut ServiceBarometer AG im Mai 2010 deutsche Privatreisende zu der Fluggesellschaft befragt, die sie in den letzten zwölf Monaten am häufigsten genutzt hatten. Die Befragung der fast 1.800 Fluggäste zeigt, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis den stärksten Einfluss auf die Globalzufriedenheit der Kunden hat. Dennoch sind weiche Faktoren der Begegnungsqualität nicht zu unterschätzen. Auch die Freundlichkeit des Personals - sowohl am Boden als auch in der Kabine - hat bei den Fluggästen einen hohen Einfluss auf die Zufriedenheit.

Aus aktuellem Anlass waren auch die Einschränkungen des Flugverkehrs aufgrund des Vulkanausbruchs in Island Thema der diesjährigen Untersuchung. Knapp sieben Prozent der Befragten geben an, davon betroffen gewesen zu sein. Diese Reisende sind jedoch nicht maßgeblich unzufriedener als der Durchschnitt aller Fluggäste. Die Betroffenen geben zu 62 Prozent an, vollkommen oder sehr zufrieden mit den Leistungen ihrer Airline insgesamt zu sein, im Durchschnitt sind es 63 Prozent. Matthias Metje als Studienleiter: „Die Mitarbeiter der Fluggesellschaften haben offensichtlich einen überzeugenden Service in dieser für Fluggäste kritischen Situation geleistet.“ Die Kunden, deren Flug durch die Aschewolke beeinträchtigt war, vertrauen den Leistungen ihrer Fluggesellschaft im Fall von Naturkatastrophen sogar mehr, als die Kunden, die nicht betroffen waren: 85 Prozent der Fluggäste, deren letzter Flug durch die Aschewolke beeinträchtigt wurde, stimmen der Aussage „Ich habe bei Naturkatastrophen großes Vertrauen in die Leistungen dieser Fluggesellschaft“ voll und ganz, bzw. weitgehend zu, bei den Nicht-Betroffenen sind dies nur 83 Prozent. Das größte Vertrauen in die Leistungen bei Naturkatastrophen schenken die Kunden Lufthansa und Condor (vgl. Abbildung 2).

Auch das Sicherheitsempfinden der Passagiere hat durch die öffentlichen Diskussionen über die Flugsicherheit in Zusammenhang mit der Aschewolke nicht gelitten. 94 Prozent aller befragten Fluggäste stimmen der Aussage „Wenn ich mit dieser Fluggesellschaft fliege, fühle ich mich sicher“ voll und ganz oder weitgehend zu – im Vorjahr waren es 92 Prozent.

Mit den Ergebnissen zu den Fluggesellschaften veröffentlicht das Münchner Forschungsinstitut ServiceBarometer AG ein erstes Ergebnishighlight für 2010 der Benchmarkingstudie Kundenmonitor Deutschland. Seit 1992 werden jährlich rund 30.000 Verbraucher zu ihrer Zufriedenheit mit verschiedenen Branchen und Unternehmen insbesondere aus dem Dienstleistungsbereich befragt.

Mehr Informationen zum Kundenmonitor Deutschland 2010 stehen Ihnen auf der Studienwebsite www.kundenmonitor.de zum Download zur Verfügung.

Pressekontakt:

Dr. Matthias Metje
ServiceBarometer AG
Gottfried-Keller-Str. 12
81245 München
Telefon: 089 / 89 66 69-18
E-Mail: matthias.metje@servicebarometer.de

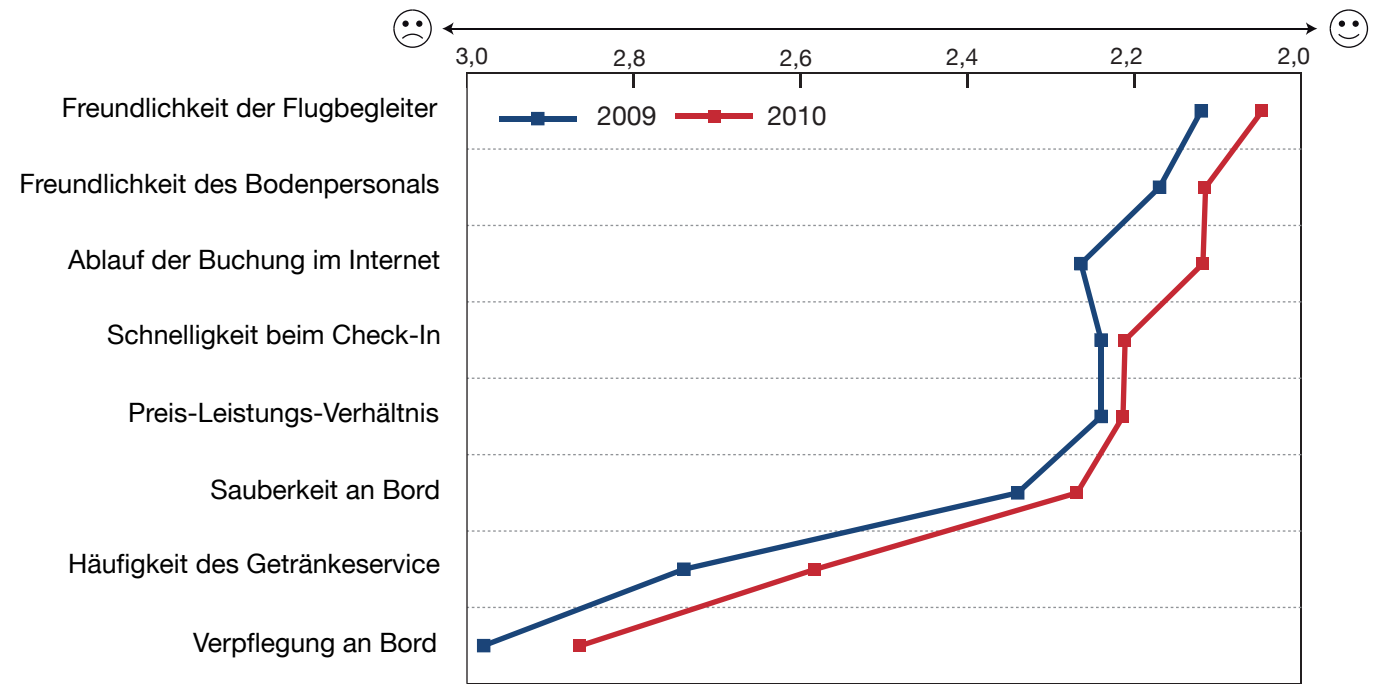
ServiceBarometer AG – Forschungsauftrag

Das Forscherteam von *ServiceBarometer AG* liefert auf repräsentativer Basis erhobene Daten zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung in Deutschland. Die umfassende Benchmarkingdatenbank des Kundenmonitor Deutschland mit Zeitreihen zur Kundenorientierung von Unternehmen aus über 80 Branchen ist eine verlässliche Quelle für wissenschaftliche und unternehmensspezifische Analysen. Zahlreiche Unternehmen nutzen die Ergebnisse dieser unabhängigen Marktstudie zum Vergleich mit Wettbewerbern, zur Identifikation von Leistungsdefiziten und Gefahren sowie als Input für das eigene Kennzahlensystem. www.servicebarometer.de

Abbildung 1

Ausgewählte Servicemerkmale bei Fluggesellschaften

„Wie zufrieden sind Sie mit (...) dieser Fluggesellschaft?“
 (Mittelwerte der Zufriedenheit auf einer Skala von 1 „vollkommen zufrieden“ bis 5 „unzufrieden“)



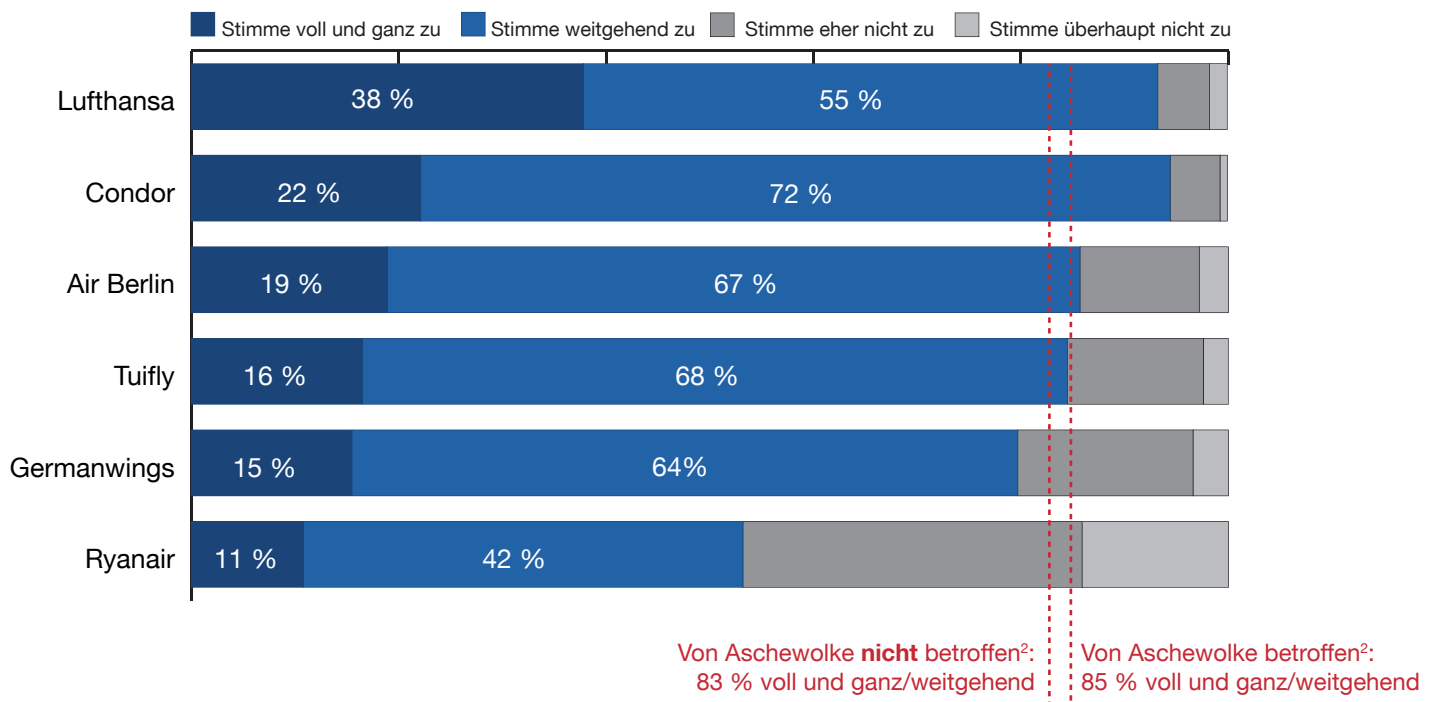
ServiceBarometer AG

Basis 2009: 1.836 Online-Interviews zu Fluggesellschaften; Befragungszeitraum: April - Juli 2009;
 Basis 2010: 1.752 Online-Interviews zu Fluggesellschaften; Befragungszeitraum: Mai 2010;

Abbildung 2

Vertrauen in Fluggesellschaften bei Naturkatastrophen

„Als Kunde von <Anbieter> habe ich bei Naturkatastrophen großes Vertrauen in die Leistungen dieser Fluggesellschaft.“



ServiceBarometer AG

Ausgewählte Fluggesellschaften mit mehr als 100 Kundenstimmen;
 Basis: 1.752 Online-Interviews zu Fluggesellschaften; Befragungszeitraum: Mai 2010;
²Inkl. Unternehmen mit weniger als 100 Befragten;