

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Fluggesellschaften 2019

Nur jede zweite Airline „gut“ – Service aus Kundensicht ausbaufähig – Fliegende Holländer vorn: KLM auf Platz eins

Hamburg, 22.05.2019 – Wer Flugtickets zum Schnäppchenpreis bucht, kann auch enttäuscht werden: „Die Flüge sind zwar sehr günstig, aber der Service ist eher schlecht und alle Extras kosten zusätzlich“, so ein Passagier im Rahmen einer Befragung, die das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt hat. Die Zufriedenheit mit den zehn im Fokus stehenden Airlines unterscheidet sich teils deutlich (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 22.05.2019, 18:35 Uhr*).

Ärgernisse keine Seltenheit

Nur die Hälfte der Fluggesellschaften erreicht ein gutes Kundenurteil; insgesamt sehen die Fluggäste einige Bereiche relativ kritisch. Insbesondere Aspekte wie der Flugkomfort oder der Service an Bord bieten aus Kundensicht viel Raum für Verbesserungen. Relativ hoch ist der Anteil an Befragten, die über ein Ärgernis mit der bewerteten Airline berichten: Fast 15 Prozent der Kunden haben schon schlechte Erfahrungen mit ihrer Fluggesellschaft gemacht – unter den Passagieren der sogenannten Billigflieger ist der Anteil sogar noch deutlich höher. Besonders häufig sorgen dabei verspätete oder ausgefallene Flüge für Frust.

Die Low-Cost-Airlines schneiden in fast allen Bereichen schlechter ab als die übrigen Fluggesellschaften. Einzige Ausnahme: das Preis-Leistungs-Verhältnis. Hier erzielen alle Billigflieger gute Kundenurteile und insgesamt ein besseres Ergebnis als der Branchenschnitt.

Preis allein stellt nicht zufrieden

Günstige Preise sind für Passagiere bei der Wahl einer Fluggesellschaft oft entscheidend: Dabei vergleichen mehr als zwei Drittel der Befragten die Flugkosten vor der Buchung auf einem Online-Portal. Wie preisaffin die Passagiere sind, belegt auch ein weiteres Ergebnis: Bonusprogramme der Fluggesellschaften erfreuen sich großer Beliebtheit – mehr als zwei Drittel der Kunden sammeln Flugmeilen.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Ob günstige Flugtickets auf Dauer ein Erfolgsrezept sind, darf bezweifelt werden. Auch bei den arrivierten Airlines sind die Kunden mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis mehrheitlich zufrieden. Service und Zuverlässigkeit werden bei der Auswahl deshalb eine zunehmend wichtige Rolle spielen.“

Die beliebtesten Airlines

Sieger und damit beliebteste Fluggesellschaft ist KLM (Qualitätsurteil: „gut“). In puncto Zuverlässigkeit überzeugt die Airline ihre Kunden besonders: So zeigen sich gut 81 Prozent der Befragten mit Aspekten wie der Pünktlichkeit oder der Verlässlichkeit beim Gepäcktransport zufrieden. Auch beim Service sowie beim Flug- und Reiseangebot verzeichnet der Anbieter gute Ergebnisse. Der Anteil an Befragten mit Ärgernissen ist bei KLM mit acht

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:

Markus Hamer

Beirat:

Jochen Dietrich, Marianne Voigt,

Prof. Peter Wippermann

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Prozent im Branchenvergleich am niedrigsten. Zudem zeigen die KLM-Kunden die zweithöchste Bereitschaft zur Weiterempfehlung.

Auf Rang zwei platziert sich Lufthansa (Qualitätsurteil: „gut“). Die Airline erreicht die höchste Kundenzufriedenheit beim Service (83,0 Prozent positive Bewertungen); die Passagiere sind etwa mit dem Service an Bord und dem Flugkomfort deutlich zufriedener als die Kunden der meisten anderen Fluggesellschaften. Im Hinblick auf die Zuverlässigkeit und das Angebot ist Lufthansa führend. Außerdem ist die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden hier am höchsten.

Den dritten Rang belegt Condor (Qualitätsurteil: „gut“). Im Branchenvergleich sticht der Anbieter vor allem in puncto Preis-Leistungs-Verhältnis positiv hervor: 78 Prozent der Befragten zeigen sich hiermit zufrieden. Auch im Hinblick auf die Zuverlässigkeit und den Service schneidet Condor überdurchschnittlich gut ab. Die Bereitschaft zur Weiterempfehlung ist unter Condor-Kunden am dritthöchsten.

Von den bewerteten Low-Cost-Airlines schneidet Easyjet am besten ab (gesamt: Rang 6). Hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses erreicht die Fluggesellschaft die höchste Kundenzufriedenheit aller Anbieter: 88,0 Prozent der Befragten zeigen sich hiermit zufrieden. Im Vergleich mit den anderen „Billigfliegern“ fallen zudem die Kundenbeurteilungen für die Zuverlässigkeit und den Service besser aus.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.112 Bewertungen von Personen ein, die in den letzten zwölf Monaten eine Fluggesellschaft in Anspruch genommen hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Fluggäste zu den Aspekten Preis-Leistungs-Verhältnis, Zuverlässigkeit, Service sowie Flug- und Reiseangebot. Zudem flossen die Weiterempfehlungsbereitschaft und Kundenärgernisse in die Gesamtwertung ein. In der Einzelauswertung wurden alle Unternehmen berücksichtigt, zu denen sich jeweils 100 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf zehn von insgesamt 22 bewerteten Airlines zu.

Veröffentlichung unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.