

PRESSEMITTEILUNG

Digital-Studie: Fluggastrecht-Anbieter 2019

Positive Resonanz auf Portale für Fluggastrechte – Große Social-Media-Unterschiede – Flightright auf Platz eins

Hamburg, 11.07.2019 – Reisende denken noch mit Grausen an die Zustände auf den Flughäfen im letzten Sommer – Flugverspätungen und -ausfälle sorgten für reichlich Frust bei den Passagieren. Eine finanzielle Entschädigung kann hier trösten, aber den Aufwand, die Ansprüche anzumelden, scheuen viele Betroffene. Helfen können hier Portale für Fluggastrechte. Wer deren Leistung in Anspruch nimmt, muss nichts zahlen, das Portal behält aber ein Teil der ausgezahlten Kompensation als Provision ein. Oder aber das Portal kauft dem betroffenen Fluggast die Entschädigungsansprüche ab und setzt die Forderungen auf eigenes Risiko bei der Airline durch. So oder so eine Win-Win-Situation oder sorgen auch die Portale selbst für Ärger? Dies ist Gegenstand der Digital-Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv Fluggastrecht-Anbieter im Internet analysiert hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 11.07.2019, 18:35 Uhr*).

Positive Berichte und Kommentare

Die Fluggastrecht-Portale verzeichnen insgesamt ein sehr positives Stimmungsbild im Internet. Die Basis bilden über 25 Millionen Websites, Foren, Blogs, Reviews, Presseseiten und Beiträge in sozialen Netzwerken, die mittels Brandwatch Analytics ausgewertet wurden. Sieben der acht Portale schneiden gut bis sehr gut ab; nur bei einem Anbieter überwiegen die negativen Beiträge die positiven.

Unterschiedliche Popularität in sozialen Netzwerken

Sowohl für Facebook als auch für Twitter galt: Während einige wenige Portale mit sehr guten Beliebtheitswerten punkten, bleiben die Mitbewerber teils weit zurück. Am ausgeprägtesten zeigt sich dies bei den Facebook-Fans: Der beste Anbieter verfügt über deutlich mehr als die 1.000-fache Zahl an Anhängern als der Letztplatzierte in diesem Bereich. Allerdings überzeugt nur ein Unternehmen mit durchgehend sehr hohen Werten hinsichtlich der Fans respektive Follower und „Gefällt-mir“-Angaben bei Facebook und Twitter.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, bilanziert: „Das für Fluggäste interessante Prinzip der Portale schlägt sich in einem positiven Stimmungsbild nieder. In den sozialen Netzwerken gibt es aber teils gravierende Unterschiede, was die Popularität der einzelnen Anbieter angeht. Die Kommentare können für Interessierte auch eine Entscheidungshilfe sein, welchem Portal man sein Vertrauen schenkt.“

Ergebnisse der Fluggastrecht-Anbieter

Platz eins belegt Flightright mit einem sehr guten Gesamtergebnis. Der Fluggastrecht-Anbieter überzeugt insbesondere in puncto Beliebtheit in den sozialen Netzwerken. Hierzu tragen die im Branchenvergleich jeweils mit Abstand zahlreichsten „Gefällt-mir“-Angaben auf Facebook und Twitter sowie

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:

Brigitte Zypries (Vorsitz),

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

die sehr hohen Fan- und Follower-Zahlen auf diesen Kanälen bei. Das anhand verschiedener Online-Quellen erhobene Stimmungsbild ist insgesamt positiv.

Den zweiten Rang erreicht Airhelp, ebenfalls mit dem Gesamtergebnis „sehr gut“. Das Unternehmen punktet mit einer sehr positiv ausgeprägten Tonalität in den Web-Beiträgen und guten Beliebtheitswerten. Der Anbieter weist die höchste Anzahl an Facebook-Fans auf. Zudem verzeichnet das Portal im Untersuchungszeitraum eine verhältnismäßig große Anzahl an „Gefällt-mir“-Angaben auf Twitter.

EUclaim (Gesamtergebnis: „gut“) belegt Rang drei und punktet insbesondere mit einem sehr positiv ausgeprägten Stimmungsbild im Internet. Im Bereich Beliebtheit erzielt das Unternehmen das viertbeste Ergebnis, wozu die im Vergleich häufigen „Gefällt-mir“-Angaben bei Facebook sowie bei Twitter beitragen.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete 13 Fluggastrecht-Anbieter. Im Mittelpunkt der Analyse, die sich über einen Zeitraum von über einem Jahr (01.04.2018 bis 05.04.2019) erstreckte, standen die Bereiche Beliebtheit in den sozialen Netzwerken sowie das Stimmungsbild im Internet gegenüber den Unternehmen. Zum Einsatz kam ein Social-Media-Monitoring mithilfe von Brandwatch Analytics. Ausgewertet wurden insgesamt rund 25 Millionen Websites, Foren, Blogs, Reviews und Presseseiten sowie Beiträge in sozialen Netzwerken. In der Einzelauswertung wurden alle Unternehmen berücksichtigt, für die im Untersuchungszeitraum mindestens 80 Beiträge in den verschiedenen Online-Quellen zu verzeichnen waren. Dies traf auf acht Fluggastrecht-Anbieter 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

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
www.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. Über 2.000 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.