

10.12.2001 - 12:20 Uhr

Aktuelle Umfrage von Booz Allen Hamilton zum Thema Reisesicherheit unter den Kunden der Airlines

Zürich (ots) -

Flugzeug gilt weiterhin als sicherstes Verkehrsmittel - Mehrzahl ist bereit, für Sicherheit mehr Geld zu bezahlen. Information ist der Schlüssel zum Vertrauen der Reisenden.

Als Folge der Terroranschläge vom 11. September sind die Einnahmen der US-Fluggesellschaften im Oktober um fast 40 Prozent gesunken, auch die Rückgänge in Europa sind ähnlich dramatisch.

Eine der wichtigsten aktuellen Herausforderungen für die Branche ist es, das Vertrauen der Reisenden zurückzugewinnen. Vor diesem Hintergrund hat die internationale Management- und Technologieberatung Booz Allen Hamilton eine umfassende Umfrage durchgeführt - unter 1.300 Geschäfts- und Privatreisenden in vier europäischen Ländern (Deutschland, Grossbritannien, Schweiz, Frankreich) sowie den USA zu den Themen Flugsicherheit (zum Beispiel Unfallrisiko) und Sicherheitsmassnahmen (zum Beispiel im Hinblick auf Terroranschläge). Die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage lauten:

- Auch nach dem 11. September werden Flugzeuge immer noch als das sicherste Massentransportmittel angesehen, verglichen mit der Eisenbahn, öffentlichen Verkehrsmitteln und dem Auto.
- 45 Prozent der Reisenden fühlen sich jedoch "nicht so gut" oder "unzureichend" über Sicherheitsmassnahmen in der Luftfahrt informiert. Beim Schienenverkehr liegt der entsprechende Anteil bei 81 Prozent.
- Kunden verlangen eine kontinuierliche Veröffentlichung von Daten über die Sicherheit bei Personentransportunternehmen sowie die Aufstellung einer Ranking-Liste.
- Für besonders effektive Sicherheitsmassnahmen halten die Befragten "regelmässige, verdeckte Inspektionen der Sicherheitsvorkehrungen" sowie "besser trainiertes Personal bei den Sicherheitskontrollen für Passagiere und Gepäck".
- Eine deutliche Polarisierung zeichnete sich bei dem Aspekt Preiszuschläge für erhöhte Sicherheit ab: 22 Prozent der Reisenden wären nicht bereit, mehr zu zahlen. 49 Prozent dagegen, wären bereit, bis zu 40 US-Dollar und mehr zusätzlich zu einem 700 US-Dollar teuren Ticket zu zahlen. 23 Prozent der regelmässigen Geschäftsreisenden wären sogar bereit, einen Zusatzbetrag von 80 US-Dollar neben dem Ticketpreis zu entrichten.

Nach Auffassung von Booz Allen Hamilton ist die individuelle Wahrnehmung von Sicherheit bei den Kunden vor allem eine psychologische Angelegenheit. Sicherheit wird an Vorfällen gemessen, die so gut wie nie geschehen. Deshalb haben die meisten Reisenden kein objektives Wissen über die Flugsicherheit. Sie verlassen sich vielmehr lediglich auf ihre subjektive Wahrnehmung und Interpretation. So zeigt die Umfrage, dass die offensichtliche Anwesenheit von Sicherheitspersonal und bewaffneten Wachmännern das Sicherheitsgefühl der Reisenden nicht unbedingt verbessert. Bei manchen Kunden wirkt eine derartige Massnahme sogar kontraproduktiv, obwohl sie durchaus faktisch die Sicherheit erhöhen kann. Die Ergebnisse der Umfrage spiegeln mithin die Einstellung der Passagiere und nicht unbedingt deren fachliches Wissen wider.

Ein zweiter Punkt: Sicherheit ist schon immer eine Selbstverständlichkeit für wettbewerbsfähige Fluggesellschaften

gewesen. Sie ist aber kein Mittel, sich von der Konkurrenz zu differenzieren. Eine Fluggesellschaft würde niemals mit den Worten "Wir sind sicherer als unsere Konkurrenz, also fliegen Sie mit uns", argumentieren. Gleichwohl belegt die Umfrage von Booz Allen Hamilton, dass Information der Schlüssel zum Vertrauen der Kunden ist. Es ist zwingend notwendig, die Kunden kontinuierlich und systematisch über Sicherheitsmassnahmen zu informieren. In dieser Hinsicht müssen Institutionen oder unabhängige dritte Gruppen eine viel aktivere Rolle übernehmen.

Schliesslich, laut Umfrage, wären die Reisenden möglicherweise bereit, deutlich höhere Zuschläge für Sicherheit zu zahlen als derzeit von den Fluglinien verlangt wird - vorausgesetzt, die Massnahmen sind glaubwürdig und sichtbar. Gleichwohl können die Luftfahrtunternehmen, so Booz Allen Hamilton, nicht willkürlich Preis- und Sicherheitszuschläge erhöhen. Denn "zum einen war bereits auf Grund der hohen Ticketpreise Ende der 90er Jahre eine Preisberichtigung nach unten notwendig, zum anderen dürfte die derzeitige konjunkturelle Abkühlung noch zusätzlich Druck auf die Preise ausüben", sagt Dr. Jens Schädler, Mitglied der Geschäftsleitung bei Booz Allen Hamilton in Zürich.

Fazit: Die Ergebnisse der Umfrage von Booz Allen Hamilton zeigen, dass glaubhafte Massnahmen sowie Informationen über Sicherheit und Sicherheitsvorkehrungen im Luftverkehr höchstwahrscheinlich effektiver als Preisnachlässe für die Zurückgewinnung von Fluggästen sind. Zwar können die Airlines Preiselastizität und Wettbewerbsaspekte nicht vernachlässigen, aber es scheint zweifelhaft, dass niedrige Preise die Menschen zum Fliegen bewegen, wenn deren wesentlicher Grund, nicht zu fliegen, "ein unsicheres Gefühl" ist.

Hintergrundinformation:

Booz Allen Hamilton zählt mit rund 10.700 Mitarbeitern und Büros in mehr als 50 Ländern zu den weltweit führenden Unternehmensberatungen. Sechs Büros befinden sich im deutschsprachigen Raum: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Zürich, Wien. Weitere Informationen im Internet unter: www.boozallen.de

Kontakt, Interviews oder Hintergrundgespräche:
Dr. Jens Schädler
Mitglied der Geschäftsleitung Booz Allen Hamilton
Tel. +41/1/206'40'54
Fax +41/1/206'40'55
E-Mail: schadler_jens@bah.com
[004]

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001952/100013129> abgerufen werden.