

Marktforschung für den Einsatz von Geschäftsflugzeugen bei Linienfluggesellschaften

Bei europäischen Netzwerk-Fluggesellschaften kann der Trend beobachtet werden, dass sich der gebotene Service den Standards der Billigfluggesellschaften angleicht. Allerdings wollen und können nicht alle Kunden Abstriche an der Servicequalität in Kauf nehmen. Eben diese Kundengruppe ermöglicht die Aufgleisung einer innovativen Dienstleistung: Ein Business Jet Shuttle-Service, welcher zu fixen Zeiten zwischen ausgewählten europäischen Städtepaaren operiert.

Im Rahmen einer quantitativen Erhebung soll die aufgestellte Hypothese geprüft werden. Die Arbeit setzt sich hierfür mit den Themen Marketing und Marktforschung auseinander. Insbesondere liegt das Augenmerk auf den Teilgebieten Datengewinnung, Datenanalyse und Prognose. Die Umfrage erfolgt als Paper-and-Pencil-Erhebung. Sie hat die Ermittlung eines allfälligen Interesses aus der Perspektive der Passagiere an einem Business Jet Shuttle-Service zum Ziel. Darüber hinaus dient die Befragung dazu, die geforderten Leistungen an das Produkt sowie den Preis zu ermitteln, welchen die Kunden für diese spezifische Beförderungsart bezahlen würden. Im Zentrum der Befragung stehen dabei primär Geschäftsreisende, die mit SWISS von Zürich nach London, Paris, Berlin, Wien, Brüssel und Madrid fliegen.

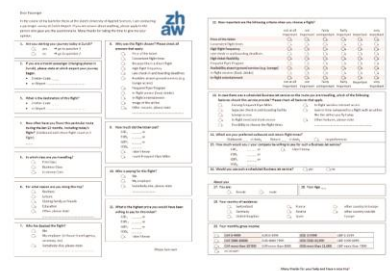
Die Stichprobengrösse beläuft sich auf 254 Personen. Die Erhebung zeigt, dass der Preis, der Direktflug sowie die passenden Flugzeiten den Befragten bei der Auswahl eines Linienfluges wichtiger sind als der gebotene Service am Boden und in der Luft. Diesem allgemein bevorzugten Bedürfnis der Passagiere liegt wohl die Ursache zugrunde, dass die Netzwerk-Fluggesellschaften immer mehr das No-frills-Konzept der Billigfluggesellschaften übernehmen.

Nichtsdestotrotz offenbart die Umfrage ein Interesse an einem Business Jet Shuttle-Service. Insbesondere durch den für den Passagier resultierenden Zeitgewinn könnte sich die Shuttle-Dienstleistung von jener der Linienfluggesellschaften abheben. Die Kosten für das Shuttle-Ticket können unter bestimmten Umständen sogar unter dem Preis eines entsprechenden Linienflugtickets liegen. Dennoch erlaubt es diese Erhebung nicht, schlüssige Aussagen bezüglich der zu erwartenden Nachfrage und damit der Rentabilität des Shuttle-Service zu liefern. Aufbauend auf der durchgeführten Befragung sind deshalb weitere quantitative und qualitative Erhebungen zu erwägen, welche in erster Linie Business Klasse Passagiere sowie Vielflieger erfassen.

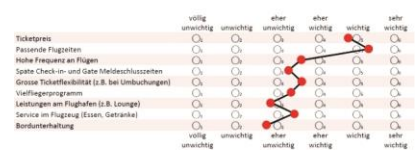


Diplomand
Sandro Koster

Dozent
William Agius



Fragebogen in englischer Sprache



Stellenwert der
Entscheidungskriterien für die Wahl
eines Fluges