

+++ Pressemitteilung vom 25.02.2009 +++

YouGov BrandIndex

Billigflieger Ryanair und Easyjet haben schlechten Ruf

Köln, 25.02.2009. Die Billigfluggesellschaften Ryanair und Easyjet haben in Deutschland ein auffallend schlechtes Image, das zeigt eine aktuelle Untersuchung des Kölner Marktforschungsinstituts YouGovPsychonomics, die mithilfe des Markenmonitors YouGov BrandIndex durchgeführt wurde.

Mit derzeit minus 37 BrandIndex-Punkten wird vor allem die irische Fluggesellschaft Ryanair von den Deutschen sehr skeptisch bewertet. Die britische Airline Easyjet schneidet mit minus 25 Punkten zwar etwas besser, aber ebenfalls schlecht ab. Zum Vergleich: Die deutsche Linienfluggesellschaft Lufthansa erreicht derzeit rund 76 BrandIndex-Punkte und ist damit die beliebteste Airline der Deutschen. Die BrandIndex-Werte basieren auf sechs Dimensionen und repräsentieren die Stärke bzw. die Beliebtheit einer Marke.

Aber auch die deutschen Billigflieger Germanwings und Tuifly sind wesentlich beliebter als die ausländischen Konkurrenten: Germanwings erreicht im BrandIndex derzeit rund 36 und Tuifly sogar 45 Punkte. Noch besser ist das Image der zweitgrößten deutschen Fluggesellschaft Air Berlin mit 64 BrandIndex-Punkten. Die vor allem mit Charterflügen bekannt gewordenen Marken LTU und Condor stehen mit jeweils rund 70 Punkten in der Beliebtheitsskala hinter Lufthansa auf dem zweiten Platz.

Besonders interessant ist, dass es den Anbietern Ryanair und Easyjet trotz ihrer aggressiven Preispolitik nicht gelingt, die Deutschen im Hinblick auf das Preis-Leistungs-Verhältnis zu überzeugen. Im Vergleich zu anderen Airlines wird das Preis-Leistungs-Verhältnis der beiden Billigflieger von den Befragten mit Abstand am schlechtesten bewertet. Unter allen Anbietern am besten schneidet in diesem Punkt der Untersuchung zufolge Air Berlin ab.

Eine im vergangenen Jahr in Kraft getretene EU-Verordnung, die zur Steigerung der Preistransparenz beitragen sollte, hat sich noch nicht erkennbar auf die Imagewerte der Airlines ausgewirkt. Hintergrund ist, dass die Fluggesellschaften statt mit günstigen Lockangeboten nur noch mit den tatsächlichen Endpreisen werben dürfen. Zwar haben sich die BrandIndex-Werte der meisten Airlines seit November 2008 etwas verbessert, allerdings

sind die gemessenen Werte noch immer schwächer als noch vor einem Jahr. Außerdem ist bislang auch nicht ersichtlich, dass Billigfluggesellschaften aufgrund der aktuellen Wirtschaftskrise überdurchschnittlich an Beliebtheit gewinnen.

+++

Über den YouGov BrandIndex

Der YouGov BrandIndex ist der tägliche Markenmonitor. Auf der Basis einer täglichen Befragung von 1000 Personen ermöglicht dieses forschungsbasierte Tool zur Markenführung tagesaktuelle Imageanalysen von über 500 Marken aus 20 Branchen.

Kontakt:

Simon Wolf

T: +49 (0)221 42061-596

simon.wolf@yougov.de