

MOBILITÄT FLIEGEN

Was ist den Fluggästen generell wichtiger: der Preis oder der Luxus?

Für Schweizer ist das Preis-Leistungs-Verhältnis wichtig. Geschätzt werden der Komfort an Bord und gute Verbindungen. Auch Zuverlässigkeit ist ein entscheidender Faktor. Gerade bei Geschäftsreisenden können wir damit punkten, dass wir auch in der Luft einen Arbeitsort bieten, der keine Wünsche offenlässt. Von unserem Internetzugang an Bord, der sogar 15 Minuten kostenlos zur Verfügung steht, sind alle Reisenden begeistert. Es wird immer wichtiger, auch in luftiger Höhe in Verbindung zu bleiben. Solche Extras sind für Schweizerinnen und Schweizer wichtig. Unsere Angebote sind auf ganz unterschiedliche Reisetypen und Bedürfnisse zugeschnitten.

Die europäischen und die amerikanischen Fluggesellschaften stehen unter Druck. Wie sehen Sie die Zukunft dieser Anbieter mit so starken Konkurrenten aus dem Mittleren Osten?

Dass das Fluggeschäft ein umkämpftes Business ist, steht außer Frage. Das gilt für alle Fluggesellschaften. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen wir uns weiterentwickeln und unsere Produkte und unseren Service laufend verbessern. Das bringt Vorteile sowohl für das Fluggeschäft als auch für die Kundinnen und Kunden. Wir haben neue Standards gesetzt, was Innovation und Servicequalität anbelangt. Unsere Flugzeuge sind im Durchschnitt weniger als vier Jahre alt. Und natürlich müssen das Produkt an sich sowie das Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugen. Wenn eine Fluggesellschaft diese Punkte beachtet, bleibt sie auch in Zukunft konkurrenzfähig.

Für die Performance einer Airline ist ja nicht nur das Mobilitätsaufkommen ein Faktor sondern auch der Ölpreis und die Währungssituation. Wie sehen Sie die Entwicklung?



HANDOUT

«Für Schweizer ist das Preis-Leistungs-Verhältnis wichtig.»

Morena Bronzetti
General Manager
Qatar Airways Schweiz

Es gibt zahlreiche Faktoren, welche die Performance einer Fluggesellschaft beeinflussen. Dazu zählen sicherlich auch schwankende Ölpreise und die sich verändernden Währungskurse. Dies sind externe Faktoren, welche wir einplanen und denen wir uns laufend anpassen. Unseren Expansionskurs setzen wir ungeteilt dieser Schwankungen fort. Wir konzen-

trieren uns weiterhin darauf, unser Angebot kontinuierlich zu optimieren, um möglichst viele Geschäfts- und Ferienreisende davon zu überzeugen, dass Qatar Airways die richtige Wahl ist. Mit Erfolg, wie die beeindruckenden Wachstumszahlen der letzten Jahre zeigen.

Qatar Airways baut das Streckennetz in Indien stetig aus. Verzeichnet dieser Markt, global betrachtet, künftig eine der grössten Wachstumsraten?

Indien ist ein Zukunftsmarkt. Im Moment fliegen wir in Indien 15 Städte an, darunter Goa, Delhi und Mumbai. Die neuste Destination ist Nagpur, die seit Dezember zum Netzwerk von Qatar Airways gehört. Wir bauen das Streckennetz dort aus, wo für unsere Kunden Bedarf besteht. Dies ist in Indien der Fall. Potenzial sehen wir aber nicht nur in Indien, auch Australien steht für uns im Fokus. Zudem wird das Netz in den USA weiter ausgebaut. Bis Mitte 2016 werden neu Los Angeles, Boston und Atlanta in das Portfolio von Qatar Airways aufgenommen.

Wer dominiert bei Qatar Airways die Langstreckenmobilität? Geschäftsreisende oder Ferienpassagiere?

Wie bereits erwähnt, ist uns eine Mischung aus beidem wichtig, sowohl auf Kurz- als auch auf Langstrecken. Der B787 Dreamliner, der täglich ab Zürich nach Doha verkehrt, bietet eine hervorragende Business Class. Das zieht einerseits natürlich viele Geschäftsreisende an. Andererseits entscheiden sich auch viele Ferienpassagiere für Qatar Airways. Nicht nur, um in Doha Sonne zu tanken. Sondern auch, um über den Hamad International Airport bequem und ohne Stress auf Langstreckenflüge umzusteigen. Neben Australien sind auch Thailand, Bali, Vietnam, die Malediven, die Philippinen und Sri Lanka bei den Schweizer Reisenden sehr beliebt.

Kommentar

Für mich beginnt Mobilität im Kopf



IVO BRACHER

Präsident des Verwaltungsrats und Vorsitzender der Geschäftsleitung bonainvest Holding AG

Für bonacasa ist Mobilität einer der Treiber für unsere bisherigen und künftigen Anstrengungen: Unsere Wohnungen sind so gebaut, dass man in den eigenen vier Wänden mobil bleibt, auch wenn man zum Beispiel Gehhilfen benötigt. Architektur und unterstützende Bereiche wie Sicherheits- und Dienstleistungsinfrastruktur ermöglichen Mobilität in jeder Lebenslage – in Form von mehr Komfort für jüngere Menschen und für mehr Autonomie für ältere.

Doch auch ganz klassisch legen wir grossen Wert auf Mobilität: Unsere Überbauungen sind so positioniert, dass sie Jung und Alt gute Erreichbarkeit von Infrastrukturanlagen und Einkaufsmöglichkeiten bieten und wenn immer möglich direkt an den öffentlichen Verkehr angebunden sind. Für Automobilisten sind die Einstellhallen so eingerichtet, dass das Auftanken eines Elektrofahrzeuges einfach gewährleistet werden kann.

Für mich beginnt Mobilität im Kopf. Dies, indem die Möglichkeiten der Kommunikation, der Bewegung und des Transportes rechtzeitig und umfassend geplant, umgesetzt und weiterentwickelt werden.