

Seitenblick des Präsidenten

Regard en coin du président



Matthias Samuel Jauslin
president@aeroclub.ch

Zentralpräsident
Aero-Club der Schweiz
Président central
Aéro-Club de Suisse

Geiz ist gar nicht so geil

«**Goodbye, das war's.** Danke, dass Sie trotzdem mit <Air LCC> geflogen sind.» So oder ähnlich wird jeweils die letzte Durchsage der Crew an die Passagiere von gestrandeten Airlines sein. Air Berlin führte am 27. Oktober mit dem Flug AB6210 nach Berlin-Tegel ihren letzten Flug durch. Die insolvente Fluggesellschaft wird für immer vom Radar verschwinden. Es gibt weitere Betreiber, denen es nicht anders ergehen wird. Der harte Kampf um Prestige, Preis und Passagier setzt zu, höhlt Firmenbilanzen aus.

Natürlich ist es für uns Fluggäste attraktiv, auf den unzähligen Internetplattformen nach den billigsten Verbindungen zu stöbern. Und wenn man auch noch das grosse Los zieht und zum Beispiel ein Ticket Genf-Madeira retour für 44 Euro ergattert oder unter 18 Euro mal schnell von Basel nach London jettet, kommt in uns der Jäger und Sammler hoch. Stolz berichten wir am Biertisch vom direkt gebuchten Schnäppchen und wie uns das vorgängig beratende Reisebüro mit einem höheren Ticketpreis vermutlich über den Tisch ziehen wollte.

In einem Interview meint Jean-Marc Thévenaz, CEO von EasyJet Schweiz, dass eine echte Lowcost-Airline erfolgreich betrieben werden kann und auch Gewinne erzielt werden. Ich frage mich einfach, zu welchem immateriellen Preis. Man muss nicht Betriebswirtschaftler sein, um zu erkennen, dass bei einem Sitzplatzpreis von einigen wenigen Euro eine A320 mit rund 180 Plätzen kaum kostendeckend betrieben werden kann. Neben den Billigtickets sind also noch Querfinanzierungen notwendig. Ich denke, dem Image und der Wertigkeit der Luftfahrt wäre mehr gedient, wenn die Passagiere auch die tatsächlich anfallenden Betriebskosten berappen müssten.

In Frankreich steht bereits die nächste Billig-Airline in den Startlöchern. Das Zielpublikum der Fluggesellschaft mit dem Namen Joon sollen die «Millennials», also die jungen Erwachsenen zwischen 18 und 35 Jahren, sein. Eine Generation, die sich gekonnt im Umfeld der elektronischen Medien bewegt und gemäss einer Studie verständlicherweise auch gut verdienen möchte. Doch wer angemessen verdienen will, kann auf der anderen Seite nicht nur billige Dienstleistungen beziehen. Es ist zu hoffen, dass es den Konsumenten in Zukunft wieder vermehrt um Werte statt um Preise geht. Denn fehlende Gewinne führen zu Abbau und irgendwann mal zur Insolvenz. Dann ist Geiz gar nicht mehr so geil.

L'avarice n'est pas si cool

«**Goodbye, c'est fini.** Merci d'avoir tout de même volé avec <Air LCC>.» C'est à peu près en ces termes que l'équipage aura adressé son dernier message aux passagers de la compagnie aérienne naufragée. Le 27 octobre, Air Berlin a accompli son dernier voyage avec le vol AB6210 à destination de Berlin-Tegel. La compagnie aérienne insolvable disparaîtra pour toujours de l'écran de radar. Il existe d'autres exploitants dont le sort ne sera pas meilleur. L'âpre combat pour le prestige, le prix et le passager met la finance à rude épreuve et sape les bilans des entreprises.

Il est bien entendu attrayant pour nous passagers de fureter sur les innombrables plateformes Internet à la recherche des vols les moins chères. Et si l'on décroche le jackpot, par exemple un billet Genève-Madeira retour pour 44 euros, ou pour moins de 18 euros à l'occasion de Bâle vers Londres, l'instinct de chasseur et de quêteur se réveille en nous. C'est alors avec fierté que nous clamons au bar la bonne affaire réservée directement et comment le bureau de voyage qui nous conseillait auparavant voulait probablement nous rouler dans la farine avec un prix de billet plus élevé.

Dans une interview, Jean-Marc Thévenaz, CEO d'EasyJet Suisses, a avancé qu'une véritable compagnie aérienne Low-cost pouvait être exploitée avec succès et également réaliser des bénéfices. Là, franchement, je me demande à quel prix immatériel. Pas besoin d'être économiste d'entreprise pour admettre qu'avec un prix par siège de quelques euros, un A320 avec 180 places ne peut guère être exploité à prix coûtant. À côté des billets bon marché, des financements transversaux s'imposent donc. Je pense que l'image et la valence de l'aviation seraient mieux servies si les passagers devaient aussi déboursier pour les coûts d'exploitation effectivement occasionnés.

La prochaine compagnie aérienne à bas prix est déjà parée pour le lancement en France. Sous le nom de Joon, elle vise les «Millennials», donc les jeunes adultes entre 18 et 35 ans. Une génération à l'aise dans l'environnement des médias électroniques et qui bien entendu, selon une étude, souhaiterait bien gagner sa vie. Toutefois, quiconque veut être rémunéré de manière acceptable ne peut d'un autre côté pas seulement faire appel à des services bon marché. Il est à espérer que les consommateurs, à l'avenir, portent de nouveau plus d'attention aux valeurs qu'aux prix. En effet, des bénéfices manquants conduisent à la dégradation et à un certain moment à l'insolvabilité. L'avarice n'est alors plus aussi cool.