

Laut Travelgenio 93 Prozent der spanischen Passagiere kaufen ihre Tickets nach Preisen

Die zweite Studie von [Travelgenio](#) und Travel2be über Zufriedenheit und Entwicklung der Flugpassagiere zeigen wichtige Parameter über die endgültige Zufriedenheit der Passagiere.

Während der Weihnachtszeit hat das Online Reisebüro [Travelgenio](#) und seine Zweitmarke, Travel2be, die zweite Studie über Zufriedenheit und Entwicklung der Passagiere herausgegeben um die wichtigsten Fragen der Fahrgäste zu beantworten.

Das Ergebnis des Online-Fragebogen bei dem 200.000 Passagiere befragt wurden, vielen die meisten Antworten sehr positiv für die Fluggesellschaften aus. 58,11% würden ihren Flug mit der gleichen Gesellschaft ohne zu zögern wiederholen.

Das Beispielprofil der Reisenden: Männer (59,22%) wohnhaft in Spanien (74,71%) mit der höchsten Rate in Madrid und Katalonien, repräsentieren 44,7% der Käufer, mit Hochschulausbildung (79,6%) in Beschäftigung (79,8%) im Alter zwischen 41 und 55 Jahren (27,41%).

In den nächsten Wochen wird sich das Passagieraufkommen wegen der Feiertage und um die Liebsten und Familie zu besuchen, erhöhen. Aber ist es wirklich die Familie die sie zu einem Flug motivieren? Definitiv nicht. Nach den neuesten Ergebnissen der Studie von Travelgenio ist die primäre Motivation in ein Flugzeug zu steigen: [Tourismus](#) und Freizeit (46,27%), während Familie- und Freundesbesuche 27,41% ausmachen.

An diesem Punkt, wohin gehen die Flüge? Die Ergebnisse zeigen, dass die meisten Flüge in europäischen Ländern (37,61%) erfolgen. Gefolgt von Inlandsflügen (21,54%) und schließlich transozeanische Flüge und Ziele in Asien (hauptsächlich Japan, China, Indonesien).

Spezifische Aspekte des Reiseerlebnisses sind als positive Wertparameter zu werten. Einfacher Check-In (65,5%), die Freundlichkeit des Bodenpersonals (77,10%) und in der Kabine (79,6%) oder die Tatsache, dass das Gepäck im Preis inbegriffen ist werten 50,68% als positiv und bestimmen die endgültige Zufriedenheit des Käufers.

Überraschend in dieser zweiten Studie ist, dass die Zufriedenheit und Trends der Fluggesellschaften zu Themen wie Priority Boarding, mehr Beinfreiheit auf Reservierung, Management oder Abrechnungstarife ausschlaggebend sind für die Entscheidung und die Zufriedenheit des Käufers.

Contact:

<mailto:press@travelgenio.com>