



Die "neue Germanwings startet als größte deutsche Low Cost Airline und stellt sich mit einem Premierenflug vor

Die "neue Germanwings" startet als größte deutsche Low Cost Airline und stellt sich mit einem Premierenflug vor. Mit "Fliegen à la carte" individuelle Angebote für alle Kundengruppen. Germanwings schlägt heute ein neues Kapitel in der deutschen Luftfahrtgeschichte auf: Die Airline startet als "neue Germanwings" mit einem vollkommen neuen Produkt- und Markenkonzept und baut damit ihre gute Position im europäischen Low Cost Markt deutlich aus. Sie bietet ab sofort "Fliegen à la carte". Ihre Gäste haben nun die Auswahlmöglichkeit zwischen drei Varianten in unterschiedlichen Preissegmenten mit verschiedenen Komfortmerkmalen. "Best" kennzeichnet das hochwertigste Angebot, das insbesondere die Bedürfnisse von Geschäftsreisenden abdeckt, aber auch für anspruchsvolle Privatreisende attraktiv ist. "Smart" bildet das Tarifangebot mit einem attraktiven Paket umfangreicher Zusatzleistungen, und "Basic" ist ein reines Low Cost Flugangebot. In der "neuen Germanwings" werden die dezentralen Europaverkehre der Lufthansa außerhalb der Drehkreuze Frankfurt und München und die von Germanwings zusammengeführt. Sie stellte das neue Konzept am Montag bei einem Premierenflug in Berlin, Hamburg, Stuttgart und Köln/Bonn vor. In Berlin-Tegel begrüßte Hartmut Mehdorn, Vorsitzender der Geschäftsführung der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH, die "neue Germanwings" nach der Landung des Flugzeugs im neuen Germanwings-Design. "Wir freuen uns, dass der Auftakt des Premierenflugs am Standort Berlin stattfindet und wünschen der "neuen Germanwings" eine erfolgreiche Produkt- und Markeneinführung", sagt Hartmut Mehdorn, Vorsitzender der Geschäftsführung der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH. "Germanwings ist im Verbund mit Lufthansa auch in der Hauptstadt gut aufgestellt und ein wichtiger Kunde für uns. Der Streckenausbau ab Berlin hat zu deutlichem Wachstum geführt. 2012 flogen fast 6 Millionen Passagiere ab und nach Berlin. Das ist ein Plus von 16 Prozent und damit ein deutliches Bekenntnis zum Standort. Wir wünschen der Germanwings allezeit gute Auslastung." Carsten Spohr, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Lufthansa AG: "Die Germanwings ist nicht nur Deutschlands größte Low Cost-Airline, sondern als Qualitätscarrier in diesem Segment auch das beste Angebot im europäischen Markt. Wir verbinden die Stärken der Germanwings mit den Vorteilen der Lufthansa. Ich bin sicher, dass unsere Fluggäste - Geschäftsreisende wie Privatreisende - die neue Marke und das neue Produkt sehr schätzen werden. Dieser Ansatz ist zugleich der Schlüssel für Lufthansa, um auf innereuropäischen Strecken abseits unserer Drehkreuze wieder profitabel zu fliegen. Wir verbessern also durch die Schaffung eines hochattraktiven Angebots für unsere Kunden zugleich die Wirtschaftlichkeit der Lufthansa." Thomas Winkelmann, Sprecher der Germanwings-Geschäftsführung: "Für unser Unternehmen ist heute ein historischer Tag: Mit einem neuen Produkt, vielen neuen Strecken und einer größeren Flotte starten wir ab heute noch einmal durch in die zweite Phase der Erfolgsgeschichte Germanwings. Das neue Design unserer Flugzeuge markiert den Neustart hier in Berlin. Wir versprechen unseren Kunden, dass wir weiterhin das beste Preis-/Leistungsverhältnis in Europa bieten und dass wir auch in Zukunft mit unserer Kreativität die Zeichen für unsere gesamte Branche setzen." In Berlin festigt die "neue Germanwings" ihre Präsenz weiter. Sie bietet im aktuellen Sommerflugplan derzeit insgesamt 204 Flüge pro Woche ab und nach Berlin/Tegel an. Die Airline beschäftigt 133 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Berlin - hunderte weitere sind bei anderen Unternehmen im Umfeld der Germanwings-Dienstleistungen unter Vertrag. Nach Übernahme aller vorgesehenen Strecken von Lufthansa kommt die Fluggesellschaft auf 624 Starts und Landungen pro Woche. Für die "neue Germanwings" werden dann in der Hauptstadt insgesamt zehn Flugzeuge im Einsatz sein, sie kommt auf einen Marktanteil von 14,4 Prozent im stark fragmentierten hiesigen Markt. Die Airline fliegt nach der kompletten Umstellung aller Strecken ab Berlin 36 Destinationen an und wird 2014 etwa 2,6 Millionen Gäste befördern. Germanwings hat in den vergangenen Monaten die im Dezember angekündigten und vorgestellten Neuerungen im Produkt- und Markenkonzept konsequent und in Rekordgeschwindigkeit umgesetzt. Innerhalb von nur sechs Monaten wurde die aktuell aus 38 Flugzeugen bestehende Flotte der Airline außen und innen komplett auf das neue Design umgestellt. Nach den derzeitigen Planungen soll die "neue Germanwings" Ende 2014 eine Flotte von 87 Flugzeugen umfassen. Dazu werden 64 eigene Flugzeuge der Typen Airbus A319 und A320 gehören sowie weitere 23 Jets vom Typ CRJ-900 der Eurowings-Luftverkehrs AG, die in Zukunft ausschließlich für Germanwings tätig sein sollen. Zudem erarbeitete ein hoch motiviertes Arbeiterteam die Ausgestaltung des neuen, differenzierten Angebots in Rekordzeit. Auch die Implementierung der technischen Prozesse, die mit der Umstellung auf die "neue Germanwings" verbunden sind, funktionierten reibungslos und zügig. Die drei neuen Tarifangebote sind seit Montag im Internet buchbar, über die Reisebüros konnten sie bereits ab dem 12. April gebucht werden. Die Check-in-Systeme sind umgestellt, die Kunden finden bereits überall das neue Logo, und die Smartphone-Apps für mobile Dienstleistungen der Germanwings sind neu gestaltet. Nach dem Motto "Günstig aber nicht billig" arbeiten die Mitarbeiter der "neuen Germanwings" noch intensiver an einer optimalen Erfüllung der Kundenwünsche. Dafür stehen innerhalb der Economy Class die drei Grundmodule Best, Smart und Basic zur Auswahl: Der Best-Tarif beinhaltet das beste Produkt, das es derzeit für innereuropäische Low Cost Flugverbindungen gibt und Maßstäbe in der Branche setzt. Für den Fluggast ist ein Platz in einer der drei vordersten Reihen reserviert. Dort genießt er den sehr großzügigen Sitzabstand von 32 Zoll (81,3 Zentimetern) und den freien Mittelsitz neben sich. Weitere Komponenten des neuen Best-Tarifs sind Zugang zu Lufthansa-Lounges, Priority Check-in und Benutzung der Fastlane bei der Sicherheitskontrolle, erhöhte Meilengutschrift bei Miles More, HON Circle Meilen, doppelte Freigepäck-Menge (zweimal 23 Kilogramm), Catering à la carte an Bord, flexible Umbuchung und Stornierbarkeit des Tickets. Der Kabinenbereich mit den Best-Sitzen ist - ähnlich wie bei einer klassischen Business Class - durch einen Sichtschutz deutlich abgetrennt. Der Best-Tarif ist ab sofort über sämtliche Buchungskanäle auf allen innerdeutschen Verbindungen verfügbar und für die europäischen Kernmärkte von Germanwings, das heißt für Österreich, die Schweiz, Belgien, Russland, Frankreich und Großbritannien. Der Smart-Tarif der neuen Germanwings ist der neue Standard-Tarif und entspricht einem klassischen Economy-Produkt mit sehr hoher Qualität. In diesem Tarif sind für die Passagiere die Reihen im vorderen Bereich des Flugzeugs reserviert, die mit 32 Zoll (81,3 Zentimetern) denselben großzügigen Sitzabstand wie beim Best-Tarif bieten. Smart beinhaltet Catering in Form eines Snacks und alkoholfreien Getränken sowie 23 Kilogramm Freigepäck. Der günstigste Tarif ist der Basic-Tarif, der einem klassischen Low Cost Produkt entspricht. Wer ihn bucht, verzichtet zum Beispiel auf freies Catering und Freigepäck und kann im Flugzeug ab Reihe elf Platz nehmen. Bei der umfangreichen Neuausrichtung wurde Germanwings von Lufthansa Consulting beraten. Die Lufthansa-Konzerntochter mit weitreichender Erfahrung im Management von komplexen Großprojekten begleitete die Zusammenführung der unterschiedlichen Geschäftsmodelle unter Beibehaltung der Low Cost-Strukturen. Die Projektunterstützung reichte von der strategischen Integrationsidee über die Implementierung der Maßnahmen hinsichtlich Marke, Produkt, Flotte und Netz bis hin zu den notwendigen Anpassungen in den administrativen Bereichen. Ansprechpartner: Ralf Kunkel, Leiter Pressestelle, Flughafen Berlin Brandenburg. Tel.: +49 30 6091-70100, Fax: +49 30 6091-70070, Lars Wagner, Pressesprecher, Flughafen Berlin Brandenburg. Tel.: +49 30 6091-70100, Fax: +49 30 6091-70070. 

Pressekontakt

Flughafen Berlin Brandenburg (BER)

12521 Berlin

Firmenkontakt

Flughafen Berlin Brandenburg (BER)

12521 Berlin

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage