

Zwischenklasse mit verwirrender Angebotsvielfalt

Verschärfter Konkurrenzkampf in der Premium Economy

Ab August führt auch Singapore Airlines die Premium Economy-class ein. Mit Champagner, Zahnpasta im Amenity-Kit, in Leder veredelten Sitzen sowie Priority-Check-in will man die Hauptzielgruppen gewinnen.

Werner Knecht

Alle Zutaten einer Promi-Hochzeit à la Hollywood werden beigemischt: blau oszillierendes Licht, blütenweisse Stühle, wohltemperierte Musik und eiskalter Champagner à discrétion. Doch Singapore Airlines präsentiert den internationalen Medien in Singapur kein Traumpaar, sondern die ab August zum Einsatz kommende Premium Economy-class – die ab 27. Dezember 2015 auch auf Flügen ab Zürich verfügbar ist.

Dass die Investitionssumme bei 80 Millionen Dollar liegt, erstaunt nicht; eher die Tatsache, dass die Airline – sonst mit dem Ruf als First Mover oft mit der Nase vorn – eher spät die Premium-Karte zückt. So starteten doch beispielsweise Air France und KLM bereits 2009 mit Economy-de-luxe-Angeboten. Mak Swee Wah, Executive Vice President Commercial, pariert da schon einmal präventiv: «Wir hatten vor über zwei Jahren mit der Planung begonnen, stützten uns auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Hauptzielgruppen und wollten ein ausgereiftes Produkt präsentieren.» Zum Premium-Economy-Paket der SQ gehören bequemere Sitze (Sitzbreite je nach Flugzeugtyp 47 bis 49,5 cm, Sitzabstand 96,5 cm und eine um 20,3 cm verstellbare Rückenlehne) sowie ein Amenity-Kit, Geräusche reduzierende Kopfhörer und ein 33,8 cm grosser Full-HD-Bildschirm geben Zugang zum erweiterten Unterhaltungsprogramm. Zur Komfortsteigerung tragen neben der Lederveredelung des gesamten Sitzes eine Waden- und Fussstütze bei, ferner ein Stromanschluss, zwei USB-Anschlüsse, eigenes Leselicht, ein Cocktaillisch sowie mehr Stauraum für persönliche Gegenstände. Und da die Kulinarik ein Trumpf ist, haben die Premium-Eco-Kunden auch Zugriff auf ein erweitertes Angebot an Essen und Getränken und bekommen nach dem Start bereits den ersten Drink (auch Champagner) serviert. Im Rahmen des Book-the-Cook-Services können sie schon vor Abflug das gewünschte von drei Hauptgerichten auswählen. Weitere Premium-Lockstoffe sind der

Priority-Check-in, bevorzugte Gepäckbeförderung sowie 35 Kilo Freigepäck.

Qual der Wahl

Da immer mehr Airlines die profitable Zwischenklasse anbieten, ist inzwischen eine verwirrende Angebotsvielfalt entstanden, die den Konkurrenzkampf weiter verschärft. Er dürfte mit dem Markteintritt immer neuer Player noch zunehmen. So ist es mittlerweile schlicht unmöglich geworden, angesichts der unterschiedlich gebündelten, gewichteten und mit abweichenden Leistungen ausgestatteten Pakete das perfekte Produkt zu finden. Je nach Statur, Körpergrösse, Fitness, Flugzeit und Destination muss man sich entscheiden, ob der Sitzabstand (beispielsweise 97 cm bei Air France, 84 cm bei KLM und Icelandair) wichtiger ist als die Sitzbreite (43–46 cm bei Delta Air Lines, 50 cm bei Edelweiss Air). Oder spielt vielleicht das Freigepäck das Zünglein an der Waage? Je nach Airline sind da einmal 23 kg (American Airlines, Delta Air Lines, Edelweiss Air) oder zweimal so viel (Air Canada, Air France, LOT Polish Airlines) zugelassen, wobei Edelweiss Air zusätzlich ebenfalls das normale Sportgepäck gratis befördert. Icelandair erlaubt gar zweimal 23 kg plus zweimal 10 kg Handgepäck. Bei der Swiss herrscht laut Auskunft von Mediensprecherin Sonja Ptassek unverändert der Status quo. Relevante Entscheide würden im Rahmen der langfristigen Produktentwicklung gefällt. Swiss-Mutter Lufthansa hat hingegen bereits die Hälfte der Flotte umgerüstet und will bis Herbst auf allen Langstreckenflügen Premium Economy anbieten. Während Swiss offensichtlich keinen dringenden Bedarf erkennt, hat Lufthansa laut Pressesprecher Klaus Gorny geradezu «den Nerv der Kunden getroffen». Erhebliche Unterschiede zeigen sich auch bezüglich Menüauswahl. Bei Air Canada wird in der Premium Economy das gleiche Essen serviert wie in der Businessclass, während die Main-Cabin-Extra-Passagiere der American Airlines kulinarisch ein Downgrading erleben und das Gleiche auf ihrem Teller vorfinden wie in der Economy. Mehrere Airlines (Air Canada, Air France, American Airlines, LOT) offerieren ein Priority Boarding; Icelandair wiederum bietet einen frei bleibenden Mittelsitz.

Flexibles Pricing

Zentral bei der Klassenwahl ist natür-

lich der Preis. Auf unsere Frage, nach welchen Kriterien Singapore Airlines das Pricing gestalte, antwortet Mak höchst sibyllinisch: «Die Tarife sind höher als in der Eco und tiefer als in der Businessclass.» Im Gespräch präzisiert er, dass die Tarife sehr flexibel festgelegt würden und – je nach Auslastung, Jahreszeit, Konkurrenzsituation – gegebenenfalls extremen Schwankungen unterlägen. Man verfolge nun genau, wie der Markt das neue Produkt akzeptiere. Hauptgrund für die Einführung sei die wachsende Segmentierung selbst innerhalb der Hauptzielgruppen.

Insbesondere fokussiert das neue Produkt auf den global rasch wachsenden Mittelstand. Dieser boomt vor allem in China – und will sich etwas Komfortableres als die immer engeren Eco-Sitze leisten. Eine weitere wichtige Klientel erhofft man sich vom «Golden Ager» – denn auch das Seniorensegment wächst überproportional, ist reiselustig und spendabel wie nie zuvor.