



08-05-2009

## Reizigers willen hun on-flight voordelen vooraf bepalen

Reizigers staan open voor heel wat innovaties bij een bezoek aan een luchthaven en tijdens hun vlucht. 4 op 10 reizigers vindt dat lectuur en multimedia aanbod tijdens de vlucht vandaag te weinig afgestemd is op de persoonlijke voorkeur. Bij het boeken van een vlucht zouden reizigers ook meteen maaltijd- en entertainmentvoorkeur willen meegeven. 6 op 10 reizigers vindt het proces van check-in, douane- en ticketcontrole op een luchthaven omslachtig en tijdrovend. Er is grote openheid voor het verder uitbouwen van online check-in mogelijkheden en digitale check-in op de luchthaven zelf. Dit alles volgt uit een marktonderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in België en Nederland, in samenwerking met Living Tomorrow.

Aan Belgische en Nederlandse reizigers werd gevraagd wat hun behoeftes zijn tijdens een bezoek aan een luchthaven of tijdens een vlucht. Voor elke reizigersbehoefte werd afgetoetst welke producten of diensten de behoefte (beter) kunnen invullen in de toekomst.

### Maaltijd en entertainment voorkeur: graag bij het boeken van de vlucht meegeven

Bij het online boeken van een vlucht wil bijna de helft van de reizigers reeds herkend worden op de website van de luchtvaartmaatschappij. Dit bespaart hen de moeite om telkens opnieuw de persoonsgegevens en persoonlijke voorkeuren te moeten ingeven. Onder persoonlijke voorkeuren rekenen zij ook het type 'entertainment' dat men wil krijgen tijdens de vlucht. Vandaag vindt 4 op 10 dat de lectuur en de multimedia die aangeboden wordt tijdens de vlucht nog te weinig afgestemd is op hun persoonlijke voorkeur.

Ook meer dan de helft vindt dat het eten aan boord weinig gevarieerd is. 3 op 10 gaat zelfs zo ver dat ze graag vooraf zouden weten wat er op het menu staat. Ook hier zou je bij het boeken van de vlucht meteen je culinaire voorkeur moeten kunnen doorgeven. Meer gezonde en verse menu's op de vlucht staan op het verlanglijstje van de reizigers van de toekomst.

Alle persoonlijke voorkeuren zouden via een soort getrouwheidskaart opgeslagen moeten worden. Aan boord kan de reiziger vervolgens herkend worden op basis van het scannen van de persoonlijke voorkeurskaart.

### Check-in proces omslachtig en tijdrovend

6 op de 10 reizigers vindt het hele luchthaven proces te omslachtig en tijdrovend. Eén van de plaatsen waar men tijd kan besparen is de check-in. Online inchecken vanaf 48u voor de vlucht biedt een eerste oplossing. Verder heeft men de toekomstvisie om in de luchthaven een soort scanpaal te vinden waar check-in, ticketcontrole en veiligheidscheck in één moeite kunnen afgehandeld worden.

1 op 5 geeft aan ook problemen te ondervinden om de juiste gate te vinden op een luchthaven. Er is openheid bij de reizigers om op de luchthaven een SMS te ontvangen die aangeeft waar de gate is en hoeveel tijd er nog rest voor dat het boarden start.

Bijna de helft vindt het ook onhandig om met papieren (zoals de boarding pass) rond te lopen op een luchthaven. Een oplossing ziet men in het ontvangen van een digitale boardingpass via het GSM-toestel onder vorm van een barcode.

### Belgische reizigers willen meer zekerheid dan Nederlanders

Belgische reizigers hebben meer dan Nederlanders behoefte aan zekerheid over hun vakantie en willen vooraf meer regelen en weten. Zo staan Belgen meer open voor het ontvangen van een SMS ter bevestiging van de online boeking, als reminder van hun vluchtgegevens, en met meer boardinginformatie. Belgen vinden de kwaliteit en het aanbod van hun maaltijd tijdens de vlucht ook belangrijker dan de Noorderburen. Meer Belgen

## Persbericht - 08-05-2009

dan Nederlanders willen vooraf online kunnen aangeven wat ze willen eten en drinken en zijn meer voorstander van gezonde, verse menu's tijdens de vlucht.

Deze onderzoeksgegevens zijn het resultaat van een marktonderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in samenwerking met Living Tomorrow in augustus/september 2008. Deze studie had als doel om consumenten actief te laten meedenken over de vlucht en de luchthaven van de toekomst. In totaal hebben 811 personen deelgenomen aan dit online onderzoek, verdeeld over België (407) en Nederland (404). De cijfers zijn representatief voor de internetpopulatie van elk land, en dit naar leeftijd (18-65) en geslacht.



Contact:  
**Annelies Verhaeghe**  
R&D Consultant  
[annelies.verhaeghe@insites.eu](mailto:annelies.verhaeghe@insites.eu)  
T +32 9 269 14 06 | M +32 474 599 164

### **InSites Consulting**

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via een online panel bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden, verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketingonderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het hoofdkantoor in Gent telt 75 hooggeschoolde en ervaren medewerkers. InSites Consulting staat voor: expertise en consulting, door innovatie gedreven, excellente klantenservice en kwaliteit georiënteerd. Meer informatie op onze blog <http://blog.insites.eu> en op onze website [www.insites.eu](http://www.insites.eu)

### **Living Tomorrow**

Living Tomorrow is een ontmoetingsplaats voor innovatieve ondernemingen om bezoekers kennis te laten maken met producten en diensten die de kwaliteit van het wonen, leven en werken in de nabije toekomst kunnen verbeteren. Maatschappelijke, economische en technologische ontwikkelingen worden geobserveerd en vertaald naar realistische en herkenbare producten en services in het innovatiecomplex. Living Tomorrow is een Research organisatie op strategisch niveau. Meer informatie op [www.livingtomorrow.be](http://www.livingtomorrow.be).