



© Austrian Airlines

einfach weg. AUA hat sich eingeeignet und wird teilweise noch in der Presse verwendet. Aber der Corporate Name ist Austrian Airlines, das ‚my‘ wird wieder verschwinden.

medianet: Sie machen auch bei den Skytrax Awards mit. Heuer haben Sie wieder abgeräumt: den Award für das Beste Staff Service in Europa, für das Beste Business Class on Board Catering gemeinsam mit Do & Co weltweit. Wie wichtig ist das?

Reichl: Diese Awards sind sehr relevant, auch weil das Publikum selbst bewertet. Wir sind zum fünften Mal Europameister und jetzt sogar Weltmeister. Wir haben uns gegen viele und große Airlines durchgesetzt. Auch die interne Wirkung ist schön – die Awards motivieren!

medianet: Heute geht im Flugbusiness viel über den Preis; wie relevant ist da noch die Marke?

Reichl: Die Marke verspricht Qualität und gibt Vertrauen. Heute wird nach Empfehlungen und Bewertungen ausgewählt. Wenn wir preislich konkurrenzfähig sind gegenüber Billigcarrier-

ern, wird häufig die AUA als Preferred Carrier gewählt. Hoppla, jetzt habe ich selbst AUA gesagt.

medianet: Apropos Billigcarrier, diese scheinen die neue Konkurrenz in Österreich zu sein.

Reichl: Ja, die Low-Coster haben den Hub Wien entdeckt. Lunda Motion, Level, Wizzair oder Vueling sind ernstzunehmende Konkurrenten. Sie beleben das Geschäft, aber es ist umso wichtiger, dass wir als Austrian unsere Positionierung stärken und Vertrauen vermitteln mit Qualität am Boden und an Bord.

medianet: Welche Vorgaben gibt es durch den Lufthansa-Konzern?

Reichl: Wir arbeiten im Marketing sehr eng zusammen, aber die einzelnen Marken wie Austrian, Lufthansa oder Swiss werden vor Ort geführt. Wir sind eine Multi-Marken-Airline. Die Abstimmung passiert in München, die Durchführung in Wien.

medianet: Gibt es Fokus-Destinationen?

Reichl: Wir sind stark in Europa und im CEE-Raum. Unser Lang-

60 Jahre AUA

Zum Jubiläum gibt es nicht nur Neuerungen auf diversen Kommunikationskanälen, sondern auch ein Rebranding aller 85 Flugzeuge der AUA-Flotte.

streckennetz führt nach Asien, in die USA und seit Oktober wieder nach Capetown.

medianet: Haben Sie selbst eine Lieblingsdestination?

Reichl: Ich pendle privat zwischen München und Wien und ich mag die europäischen Städte und ihre Geschichte. Eine Lieblingsdestination ist sicher New York. Mein liebster Kontinent ist Afrika, die Menschen, die Natur, die unglaubliche Tierwelt sind faszinierend.

60%

Online-Budget

60% des Marketingbudgets fließen in digitale Medien, soziale Netzwerke, Influencer und die Kundendatenbanken der AUA, um die Community bestmöglich zu erreichen.

”

Low-Coster sind ernstzunehmende Konkurrenten. Da ist es umso wichtiger, dass wir als Austrian Airlines unsere Positionierung stärken und Vertrauen durch Qualität vermitteln.

Isabella Reichl

zum Billigflug-Boom in Wien

“