

Dem Flugplan der Swiss werden die Flügel gestutzt

Veraltete Infos, weniger attraktiv als die Online-Version: Swiss verzichtet erstmals auf einen gedruckten Flugplan. Mutter Lufthansa sieht es anders.

Von **Andreas Güntert**

Dieses Knistern, 206 Seiten Fernweh, von Amsterdam (AMS) über København (CPH) bis Toronto (YTO), Yaoundé (YAO) und natürlich Zürich (ZRH). Der Swiss-Flugplan, der zweimal jährlich in einer Auflage von 320 000 Stück zu den Passagieren gelangt, gehört zur Fluggesellschaft wie das Schweizer Kreuz.

Ende März ist ausgeblättert. Dann stellt die Swiss ihren gedruckten Flugplan ein, wie Sprecher Jean-Claude Donzel bestätigt: «Das noch bis zum 29. März 2008 gültige Nachschlagewerk ist der letzte gedruckte Flugplan der Swiss.» Durch die ständige Zunahme der Änderungen sei er immer mehr zu einem veralteten Produkt geworden. «Kommt dazu, dass unsere Passagiere immer stärker auf die Internetausgabe zugreifen.»

Ärger über veraltete Info ist zu gross

Schweizer Kommunikationsprofis verstehen den Schritt der Swiss: «Flugpläne müssen nicht zum Träumen verleiten, sondern schlichtweg informieren. Dazu ist das Internet das schnellste und aktuellste Medium. Wer will, kann sich die Flugangebote zu seinen Lieblingsdestinationen ja jederzeit ausdrucken», sagt etwa Andrea Hemmi, ehemalige Kuoni-Kommunikationschefin und heute selbstständige PR-Beraterin. Kaspar Loeb, Markenexperte und Chef der Genfer Werbeagentur Saatchi & Saatchi Simko, sieht es gleich: «Swiss geht in die richtige Richtung, weil bei den dauernden Änderungen eine verlässliche Druckversion des Flugplans nicht zu haben ist. Der Ärger über einen falschen Flugplan und die daraus folgende Notwendigkeit, entweder zu telefonieren und in einer längeren Warteschlange zu landen oder am Ende eben doch auf das Internet zu gehen, sind grösser als der Ärger darüber, nun keinen ausgedruckten Flugplan mehr zu haben.»



BILD MATTHIAS JURT

Der Flugplan der Swiss in gebundener Form hat ausgedient. Künftig gibts die Informationen nur noch im Internet.

Digitaler Nutzwert obsiegt über das haptische Erlebnis, das dem gedruckten Swiss-Flugplan innewohnt – zusammen mit einer Menge Knowhow, von Flugzeug-Sitzplänen über Handgepäckregeln bis zu Bahnverbindungen und Flughafeninfos. Mit der Aufgabe des gedruckten Flugplanes wird auch eine Kommunikationsbrücke zum Passagier abgerissen, gibt Donzel zu: «Möglicherweise verlieren wir so eine Visitenkarte.»

Billigflieger Air Berlin verzichtet nicht

Bei der Konkurrenz sieht man das genauso – und bleibt beim gedruckten Flugplan. Die im Internet sehr aktive Air Berlin

etwa behält das Nachschlagewerk, «weil da noch viele andere Services drin sind», wie Sprecherin Claudia Löffler sagt: «Es gibt doch immer noch viele Menschen, die trotz all der Internetinformation gerne etwas Gedrucktes in der Hand haben.» So sieht man es auch bei der Swiss-Mutter: «Die Lufthansa wird auch weiterhin ihren gedruckten Taschenflugplan dreimal pro Jahr herausgeben», sagt Sprecher Boris Ogursky. 700 000 internationale und 250 000 europäische Exemplare des 360

Seiten starken Werks gehen diesen Sommer an die Passagiere. «Aus unserer Sicht ein nützlicher Begleiter, vor allem unterwegs, aber auch dort, wo keine Onlineabfrage möglich ist», sagt Ogursky. «Ausserdem ist der Flugplan eine bekannte Visitenkarte der Airline.»

Lufthansa sieht den Flugplan als Visitenkarte – und behält ihn bei.

Was man bei der Tochter Swiss so zur Kenntnis nimmt. Und im aktuellsten Fall gern darauf hinweist, dass man nicht immer der Mutter folgen müsse: «Das unterstreicht unsere Eigenständigkeit.»