

## Volwaardige dochter met een eigen smoel



De Standaard\* - 26 Apr. 2016  
Pagina 24

\* De Standaard/Limburg, De Standaard/Vlaams-Brabant/Brussel, De Standaard/Antwerpen, De Standaard/Oost-Vlaanderen, De Standaard/West-Vlaanderen

Neemt Lufthansa de Belgische maatschappij toch helemaal over, dan is het afwachten welke plannen het er nadien mee heeft.

Eén optie is het merk 'Brussel Airlines' zo veel mogelijk intact te houden. De naam blijft bestaan, net als het logo en de inkleding van de vliegtuigen. Ook het management blijft op post. Brussels Airlines wordt zo een volwaardige dochter van Lufthansa, met een eigen smoel.

Voor dat scenario valt heel wat te zeggen. Brussels Airlines heeft de afgelopen jaren sterk op branding ingezet, met succes. 'De loyaliteit bij de Belgen is enorm geëvolueerd,' weet luchtvaartspecialist Van de Voorde. 'Zelf bij Sabena was ze nooit zo groot als bij Brussels Airlines nu.'

Die Belgische verankering, dat sentiment à la 'de luchtvaartmaatschappij van bij ons' zou te waardevol zijn om overboord te gooien.

Ook bij buitenlandse reizigers heeft Brussels Airlines intussen een solide reputatie opgebouwd door zijn efficiënt netwerk van korte-afstandsvluchten naar Brussel en aansluitende intercontinentale vluchten. Het zogenaamde hub and spoke model.

Brussels Airlines zou zo eenzelfde soort maatschappij worden als het Zwitserse Swiss en het Oostenrijkse Austrian. Beide zijn volwaardige dochters van Lufthansa met een stevige eigen reputatie.

Bovendien levert het model van aparte maatschappijen binnen een algemene structuur nog een strategisch voordeel op voor de Duitsers. 'Zo kan Lufthansa ook druk zetten op hun eigen, duurdere piloten', zegt Van de Voorde. 'Ze kan dan naar die andere maatschappijen wijzen waar ze minder verdienen en zeggen: mond houden.'

Copyright © 2015 Corelio. Alle rechten voorbehouden