

Hoe bont mag Ryanair het maken?



De Standaard* - 20 Sep. 2017
Pagina 26

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

Door zijn lage prijzen wordt Ryanair veel vergeven. Maar zijn de afgeschafte vluchten de brutaliteit te veel?

Van onze redacteur Karsten Lemmens

brusselHoe grof mag een bedrijf worden voordat het klanten begint te verliezen? Ryanair is niet aan zijn proefstuk toe als het om onbeschoft gedrag gaat. Verhalen over de weinig klantvriendelijke behandeling van passagiers zijn legio. Maar door honderden vluchten op zo'n korte termijn te schrappen, is het qua klantvriendelijkheid in een nieuwe categorie terechtgekomen (DS 17 september). 'Mocht het mij als passagier overkomen, ik vloog er tien jaar niet meer mee', zegt luchtvaarteconoom Eddy Van de Voorde van de Universiteit Antwerpen.

Een sentiment dat vele andere passagiers delen, denkt VUB-professor Malaika Brengman, die onderzoek doet naar consumentengedrag. 'Hierdoor raken ze een deel van hun klanten kwijt', zegt ze beslist. 'Mensen die hun vakantie in rook zien opgaan of pas getrouwden die een huwelijksreis mislopen. Zij zullen er zeker wraakgevoelens aan overhouden. Of denk aan zakenlui die met Ryanair vliegen omdat het goedkoop én stipt is. Die zijn niet bijzonder flexibel. Zulke klanten zijn ze voorgoed kwijt.'

Je neemt het erbij

Maar dat geldt lang niet voor alle passagiers. Want een grote groep opportunistische reizigers boekt een tripje met Ryanair vooral omdat het zo goedkoop is. 'Je hebt altijd een groep die op zoek gaat naar het goedkoopste aanbod, en die het risico dat er iets mis kan gaan er maar bijneemt', zegt Brengman. 'Zij zullen opnieuw van de lage prijzen willen profiteren wanneer dit voorbij is.'

Marketingexpert Fons van Dyck plakt er zelfs een term op: 'gecontroleerd risico'. Het besef dat er al eens iets fout kan lopen, als je voor de prijsbreker kiest. 'Dat moet je er gewoon bijnemen', zegt hij. Hij merkt ook op dat de passagiers, wat forse taal op sociale media niet te na gesproken, er vrij rustig bij blijven. 'Mocht dit gebeuren bij een duurdere maatschappij zoals Brussels Airlines of Lufthansa, dan had je pas een opstand op de luchthavens gezien.'

Door het stof

Toch hielp het niet dat Ryanair een heel weekend nodig had om een lijst samen te stellen van alle vluchten die de komende zes weken worden geschrapt. Zo hebben ze vele duizenden passagiers dagenlang nerveus gemaakt.

Het deed ceo Michael O'Leary publiekelijk door het stof kruipen. 'Vrij ongezien voor hem', merkt Leroy op. De flamboyante topman staat immers bekend als een grofgebekte manager met een teflonhuid. 'We hebben het verknoeid', gaf O'Leary nu deemoedig toe. Hij bood zelfs zijn verontschuldiging aan.

'Dat is erg belangrijk', zegt Leroy. 'Ook dat hij toegaf dat de problemen nog een tijdje zouden duren, en dat Ryanair geld heeft opzijgezet om schadevergoedingen te betalen.' Want prijsbreker of niet, Ryanair werkt al enkele jaren aan een ander imago. Het wil niet langer the airline you love to hate zijn. 'Dat was vroeger', zei O'Leary een tijd geleden in een interview met De Standaard. 'Nu willen we dat mensen van ons houden.'

Ryanair wil zijn imago oppoetsen om ook salonfähig te zijn bij een ander publiek, zoals de zakenreizigers. Uitgerekend de mensen die de annulatie-saga volgens professor Brengman niet licht zullen vergeten. Iedereen verwacht daarom dat het bedrijf over zes weken een gigantische marketingcampagne lanceert om de brokken te lijmen.

'Als ze zich intussen als goedkoopste in de markt blijven zetten, is dit probleem begin volgend jaar van de baan', meent Leroy.

Winnaar

In de financiële wereld maken ze zich in elk geval niet veel zorgen. 'Wij zijn er rotsvast van overtuigd dat Ryanair de winnaar op lange termijn is in de Europese luchtvaartindustrie', zo stelde KBC onomwonden. Volgens de bank heeft 'de Ierse kampioen' nog steeds de laagste kosten van eender welke maatschappij in Europa. 'Ryanair blijft de luis in de pels van de traditionele luchtvaartmaatschappijen', klinkt het. Alle schadenfreude van de concurrentie ten spijt.

Karsten Lemmens

Copyright © 2017 Corelio. Alle rechten voorbehouden