



Nachricht

Frankfurt, 28. September 2017

Service-Apps von Lufthansa und Eurowings erreichen Top-Platzierungen

Nutzerfreundlichkeit sowie Funktionsumfang hervorragend bewertet

Auf ihrem Smartphone haben Millionen Kunden deutscher Dienstleistungs-Unternehmen umfangreichste Servicefunktionen immer in Griffweite. Das Wirtschaftsmagazin FOCUS MONEY und DEUTSCHLAND TEST stellten gemeinsam mit Statista in einer groß angelegten Vergleichsstudie Service-Apps von 40 Unternehmen aus verschiedenen Branchen auf den Prüfstand. Ganz oben auf dem Siegereppchen: Lufthansa auf Platz 1 und Eurowings auf Platz 3.

Sowohl die Lufthansa-App als auch die Eurowings-App erreichen ein phantastisches Ergebnis: Auf einer Bewertungsskala von 1 (sehr schlecht) bis 4 (sehr gut) erzielt Lufthansa ein Ergebnis von 3,17, Eurowings bekommt die Note 3,04. Sowohl in der Branchenuntersuchung „Personentransport“ als auch im Gesamtranking setzt sich die Lufthansa-App an die Spitze, immer dicht gefolgt von Eurowings. Besonders glänzen können die Applikationen bei Nutzerfreundlichkeit sowie Umfang des Funktionsangebots.

„Dass unsere App von den Testern so gute Bewertungen erhalten hat, zeigt, dass sich unsere Investitionen in digitale Services auszahlen“, freut sich Heike Birlenbach, Senior Vice President Sales Lufthansa Hub Airlines. „Unsere Kunden können heute Services bequem, unkompliziert und schnell mit ihrem Smartphone in Anspruch nehmen. Damit machen wir die Reise wieder ein Stück einfacher und komfortabler. Auch in Zukunft werden wir die Lufthansa App kontinuierlich für die Bedürfnisse unserer Kunden weiterentwickeln.“

Für Eurowings als dynamisches und stark wachsendes Unternehmen unter den getesteten Dienstleistern ist der dritte Platz ein sehr großer Erfolg. Eurowings Geschäftsführer Oliver Wagner: „Wir haben jeden Tag bis zu 90 000 Passagiere, davon bucht ein Großteil über unsere digitalen Kanäle wie etwa die App und eurowings.com – Tendenz steigend.“ Dank der Eurowings App können Kunden jederzeit mobil ihre Reise planen und buchen – „und zwar schnell, schnörkellos und so einfach wie möglich“, betont Wagner. Aktuell werde die App weiterentwickelt: „Wir werden sie für unsere Kunden weiter verbessern, aber gleichzeitig auch massiv in unsere Website eurowings.com investieren“, sagt Wagner. „Unser Ziel ist eine digitale Plattform die alle wesentlichen Teile der Reisekette unter einem Dach zusammenführt und vermarktet.“

Deutsche Lufthansa AG
Media Relations
T +49 69 696-2999
<http://newsroom.lufthansagroup.com/>
Follow us on Twitter: [@lufthansaNews](https://twitter.com/lufthansaNews)

Eurowings Unternehmenskommunikation
T +49 2203 2970 7310
presse@eurowings.com
www.eurowings.com

2 / 2