

Een hogere klanttevredenheid door een betere passenger flow op Luchthaven Oostende-Brugge

VERTROUWELIJK

Bachelorproef aangeboden door
Thomas De Spiegeleer
tot het behalen van de graad van bachelor
Bedrijfsmanagement - Marketing

Interne bachelorproefbegeleider: Saskia Vanden Eede
Externe bachelorproefmentor: Vanessa Flamez

Academiejaar 2018-2019

Woord vooraf

Na vijf jaar Economie – Moderne Talen gestudeerd te hebben in het middelbaar, was ik er zeker van dat ik ook in het hoger onderwijs een economische richting wou volgen die toch creatief is en waar ik mijn talen nog meer kon ontwikkelen. Een zoektocht die mij uiteindelijk bij de richting Bedrijfsmanagement – Marketing aan hogeschool Odisee Aalst bracht. Deze opleiding sloot perfect aan bij mijn competenties en interesses waardoor ik me zowel op persoonlijk als professioneel vlak heb kunnen ontwikkelen. Deze bachelorproef is een bevestiging van alle competenties die ik gedurende de laatste drie jaar heb ontwikkeld.

In het laatste semester liep ik vijftien weken stage op de marketing- en communicatieafdeling van de Internationale Luchthaven Oostende-Brugge en Internationale Luchthaven Antwerpen. Dit was een uitgelezen kans om mijn bachelorproef hieraan te koppelen. Het initiatief kwam van beide kanten en we kwamen al snel tot een onderwerp: de passenger flow op de Luchthaven Oostende-Brugge. Dit resulteerde in een stageplaats én een bachelorproef die nauw aansloten bij mijn competenties en interesses.

Mede door de uitstekende begeleiding en opvolging van het hele management van de luchthaven en Odisee is deze bachelorproef tot een goed einde kunnen komen. Daarom wens ik via deze weg een aantal mensen te bedanken. Allereerst mevr. Saskia Vanden Eede, zij was mijn interne stage- en bachelorproefbegeleider en gaf steeds correcte en volledige feedback waardoor ik in de juiste richting bleef. Vervolgens wil ik mijn externe begeleiders Vanessa Flamez en Eddy Myngher bedanken. Vanessa is Marketing & Communication Manager van beide luchthavens en was tevens mijn stagebegeleidster die me goed ondersteunde in het marketingaspect van de bachelorproef. Zij gaf mij ook de kans om de luchthaven London Southend te bezoeken, waar ik veel inspiratie uit gehaald heb. Eddy is Business Unit Manager van Luchthaven Oostende-Brugge en ondersteunde mij in het analytische en gehele flow aspect. Ten slotte wil ik Kris De Schryver bedanken voor het nalezen en feedback geven op deze bachelorproef.

Inhoudsopgave

INLEIDING	9
1 LITERATUURSTUDIE	11
1.1 Een woordje uitleg over Luchthaven Oostende-Brugge	11
1.2 De huidige uitdagingen voor luchthavens	12
1.2.1 Het belang van de passenger experience	12
1.2.2 Hoe weten we wat passagiers willen?	13
1.3 De passenger journey uitgelegd	14
1.3.1 De voordelen van passenger journey mapping	15
1.3.2 Wat is een flowchart en waarvoor wordt het gebruikt?	16
1.4 Conclusie	16
2 ONDERZOEKSVRAAG EN DEELVRAGEN	17
2.1 Onderzoeksvraag	17
2.2 Soort onderzoek	17
2.3 Deelvragen	17
2.3.1 Waarom de luchthaven London Southend als referentie?	17
3 ONDERZOEKSMETHODE	19
3.1 Onderzoeksmethode voor literatuuronderzoek	19
3.2 Onderzoeksmethode voor deelvragen	19
4 ONDERZOEKSRISULTATEN	21
4.1 Wat is de huidige flow en klanttevredenheid voor de vertrekkende passagier van bij aankomst op de luchthaven tot aan vertrek?	21
4.1.1 Wat is de huidige flow voor de vertrekkende passagier?	21
4.1.2 Wat is de huidige klanttevredenheid?	23
4.1.3 Conclusie	25
4.2 Welke verwachtingen heeft het personeel om de klantbeleving te verhogen?	26
4.2.1 Conclusie	28
4.3 Welke verwachtingen heeft de vertrekkende passagier om de klantbeleving te verhogen?	29
4.3.1 Resultaten enquêtes	29
4.3.2 Eigen suggesties	33
4.3.3 Suggesties van de passagier	35
4.3.4 Conclusie	35
4.4 Welke acties onderneemt de luchthaven London Southend om haar klantbeleving te verbeteren en in welke mate kan de luchthaven van Oostende deze ook gebruiken?	36
4.4.1 Bevindingen	36
4.4.2 Conclusie	38
CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	39
4.5 Conclusies	39
4.6 Aanbevelingen	41
5 BIBLIOGRAFIE	45
BIJLAGEN	51
WOORDENLIJST	93

ABSTRACT BACHELORPROEF

Kern- / trefwoorden bachelorproef:

Passenger experience

Passenger flow

Klanttevredenheid

Vertrekkende passagier

Luchthaven Oostende-Brugge

Onderzoeksvraag:

De onderzoeksvraag van deze bachelorproef is "Hoe kan de passagiersbeleving op de luchthaven van Oostende verbeterd worden teneinde de klanttevredenheid te verhogen?"

Korte samenvatting bachelorproef:

In deze bachelorproef onderzoek ik welke inspanningen geleverd dienen te worden om de passenger flow en bijgevolg de klanttevredenheid op Luchthaven Oostende-Brugge te verbeteren. De luchthaven is reeds volop aan het moderniseren en innoveren en wil nu kijken wat nog extra gedaan kan worden. Op deze manier wil ze passagiers dat extra duwtje in de rug geven om voor Luchthaven Oostende-Brugge te kiezen en dit in de toekomst te blijven doen.

In het eerste deel van dit onderzoek zal de huidige passenger flow geanalyseerd en uitgetekend worden in een flowchart. Daarnaast zal de huidige klanttevredenheid besproken worden a.d.h.v. een recent gevoerd tevredenheidsonderzoek door een marketing consultancy bureau. Uit dit onderzoek blijkt dat er toch enkele verbeterpunten naar boven komen bij de passagiers. Deze werden dan gelinkt aan de verschillende touchpoints in de flow die ik uittekende.

In het tweede deel werd onderzocht wat de verwachtingen zijn van het personeel zelf van de luchthaven. A.d.h.v. de door mij uitgetekende flow werd samen met hen in een workshop stilgestaan bij ieder touchpoint, waarbij zij steeds hun ideeën naar voor konden brengen. Dit diende om te kijken of er raakvlakken waren met het eerder gevoerde tevredenheidsonderzoek. Dit bleek ook effectief zo te zijn.

In het derde deel werd onderzocht wat de verwachtingen van de vertrekkende passagiers waren om hun passenger experience te verbeteren. Doordat er reeds enkele veranderingen doorgevoerd zijn sinds het laatste tevredenheidsonderzoek was het interessant om deze evolutie te bekijken. Op bepaalde punten was er ook effectief een vooruitgang, maar de passagier gaf toch nog enkele zaken aan die volgens hem beter konden of ontbraken.

In het vierde deel werd een andere regionale luchthaven bezocht om te kijken welke inspanningen zij doen om hun passenger experience te verbeteren en of deze ook in Luchthaven Oostende-Brugge kunnen gebruikt worden. Door deze zelf te bezoeken kon ik het nl. zelf ondervinden. Dit bezoek had als resultaat dat enkele van deze aspecten meegenomen werden in de aanbevelingen.

In de conclusies en aanbevelingen worden drie grote projecten beschreven waarin de resultaten en bevindingen van dit onderzoek gecombineerd worden. Verder blijkt bij passagiers de vraag groot te zijn naar nieuwe bestemmingen, daarom neem ik dit ook mee in mijn aanbevelingen.

Referentielijst:

Airports Council International. (2018). Changing passenger needs and expectations. In A. C. International, *Guidelines for passenger services at European airports* (p. 171).

Over Luchthaven Oostende. (2019). Opgehaald van Luchthaven Oostende-Brugge: <https://www.luchthaven-oostendebrugge.com/over-luchthaven-oostende/>

Van Welden, P., Coenen, L., & Vranken, L. (2018). *RESULTATEN CUSTOMER DELIGHT ONDERZOEK LEM Antwerp en Ostend-Bruges Airport 2018*. Sint-Joris-Winge.

CCD. (2013, September 19). *What is "Passenger Experience"?* Opgehaald van [designbyccd.com](https://www.designbyccd.com/thinking/what-is-passenger-experience/): <https://www.designbyccd.com/thinking/what-is-passenger-experience/>

E-mailadres:

thomasdespiegeleer@gmail.com

Inleiding

#flyrelaxflyregional, dat is de slogan die Luchthaven Oostende-Brugge de laatste maanden meer en meer typeert. Deze zet hiermee in op het regionale karakter van de luchthaven.

Zoals Vanessa Flamez, Marketing & Communication Manager het ook verwoordt: “We willen ons DNA van regionale luchthaven scherper stellen door onze ‘baseline’ - Fly relax, Fly regional – nog beter te laten voelen bij alle passagiers. Korte reistijden van thuis tot de luchthaven, parkeren tegen democratische tarieven, korte wandelafstanden van parking tot aan de check-in balies, korte doorloop bij de security. Meer het aspect van beleving uitspelen, reizigers in alle rust laten genieten met een hapje en een drankje in de boarding zone, een kidscorner waar ouders in alle rust even kunnen pauzeren terwijl kids de ‘kidscorner’ ontdekken, enz. Alles in het werk stellen om de vlucht zo ‘smoothly’ mogelijk te laten verlopen. We willen een gemodificeerde ‘Boutique Airport’ worden: klantvriendelijk met focus op onberispelijke service, ook voor gezinnen met kids.”

De uitdaging waarvoor de luchthaven staat is dat de passagier weinig loyaal blijft aan de luchthaven van Oostende en uiteindelijk toch opnieuw voor Brussel of Charleroi kiest. Hun doel is dan ook om passagiers aan te sporen voor Luchthaven Oostende-Brugge te kiezen en dit ook te blijven doen.

De luchthaven kende in 2018 een totaal aantal passagiers van 420.000 terwijl ze een minimumcapaciteit heeft van 500 000 en een maximumcapaciteit van 2 miljoen passagiers. (Over Luchthaven Oostende, 2019) Er is bijgevolg nog zeer veel potentieel en met de recente inspanningen van de luchthaven wil ze ervoor zorgen dat meer mensen hun weg vinden naar Luchthaven Oostende-Brugge. Dit is ook het doel dat ik beoog met deze bachelorproef. Luchthaven Oostende-Brugge is een zeer mooie en aangename luchthaven om via te reizen. Daarom is het nodig passagiers nog dat extra duwtje in de rug te geven om voor deze luchthaven te kiezen.

Het onderwerp dat ik gekozen heb is het in kaart brengen van de passenger flow op de Luchthaven Oostende-Brugge voor de vertrekkende passagier, van aan de parking tot op het vliegtuig. Dit onderwerp kwam er naar aanleiding van een gesprek met mijn stagementor Vanessa Flamez. Ik liep stage op de marketingafdeling van Luchthaven Oostende-Brugge en ik kreeg de kans om mijn bachelorproef hieraan te koppelen. De keuze voor dit onderwerp hangt samen met de motivatie voor de keuze van mijn stageplaats. De luchtvaart is een sector die me enorm aanspreekt daar ikzelf ook veel reis en actief als student werk op de luchthaven van Brussel-Zaventem.

Door dit onderzoek te voeren wil ik de luchthaven enkele aanbevelingen doen over welke verbeterpunten moeten doorgevoerd worden om de klanttevredenheid nog te verhogen, waardoor meer mensen voor deze luchthaven zullen kiezen. Een analyse vanuit het standpunt van de passagier is de ideale manier om de as is flow in kaart te brengen aangezien hij alles ervaart. Nadien zal ik door samenwerking met het team, bevragingen bij passagiers en een bezoek aan een andere regionale luchthaven de to be flow uittekenen en concrete adviezen geven aan de luchthaven.

Met dit in het achterhoofd kwam ik samen met de luchthaven tot de volgende praktijkvraag: “hoe kunnen we meer passagiers aantrekken naar Luchthaven Oostende-Brugge?” Hieruit leidde ik mijn onderzoeksvraag af die toegelicht wordt verder in het onderzoek.

1 Literatuurstudie

1.1 Een woordje uitleg over Luchthaven Oostende-Brugge

Luchthaven Oostende-Brugge (OST) is één van de vijf luchthavens in België van waaruit passagiersvervoer mogelijk is. De anderen zijn Brussel-Zaventem, Charleroi, Luik en Antwerpen. (Luchthavens, sd) Het is een regionale luchthaven die tot 2014 uitgebaat werd in een LOM-structuur of ook 'luchthavenontwikkelingsmaatschappij'. Hier was de luchthaven in handen van de Vlaamse Overheid. Na 2014 wijzigde deze beheersvorm naar een LOM-LEM, waarbij LEM staat voor 'luchthavenexploitatie maatschappij'. Sindsdien baten de Vlaamse Overheid en het Franse bedrijf Egis de luchthaven samen uit. De overheid staat in voor de basisinfrastructuur en Egis zorgt voor de commerciële uitbating.

De luchthaven heeft een oppervlakte van 350 hectare waarvan 292 hectare airside en 58 hectare landside. Landside omvat alles wat voor het publiek toegankelijk is (terminalgebouw, parkings, incheckbalies, ...) terwijl airside alles omvat wat enkel toegankelijk is voor reizigers (gates, tarmac, duty free shops, ...). De landingsbaan is 3200 meter lang en 45 meter breed wat betekent dat elk vliegtuig ter wereld hier kan en mag op landen. Wekelijks zijn er zo'n 80 vluchten die vertrekken vanop Oostende.

In 2018 kende Luchthaven Oostende-Brugge een globaal aantal passagiers van 420 000, wat een groei van 15% is vergeleken met 2017. Er werd 28 000 ton cargo vervoerd. De luchtvaartmaatschappijen die zorgen voor passagiersvervoer vanuit Oostende zijn TUI fly en sinds maart 2019 ook Pobeda, de lagekostenmaatschappij van het Russische Aeroflot dat driemaal per week naar Moskou vliegt. De luchthaven heeft een aanbod van 24 bestemmingen. De luchtvaartmaatschappijen die instaan voor cargo zijn Egyptair en Strike Aviation Belgium. (Over Luchthaven Oostende, 2019)

De luchthaven biedt ook een aantal commerciële diensten aan. Zo is er gratis wifi voor alle passagiers. Sedert vorig jaar is er een Junior Club aanwezig waar kinderen zich kunnen uitleven in een indoor speeltuin of kunnen gamen op een PlayStation. Er zijn twee restaurants op de luchthaven. Er is het restaurant Belair in de vertrekhal waar zowel warme als koude snacks gegeten kunnen worden. Tevens is er het nieuwe Horizon Grand Café, sinds vorig jaar geopend. Dit bevindt zich na de veiligheidscontrole en hier worden voornamelijk kleine snacks aangeboden. In de vertrekhal staat sinds maart 2019 ook een coffee truck waar passagiers een koffie, chocolademelk, cappuccino of latte macchiato kunnen drinken en een ontbijtkoek kunnen eten. (bijlage 8, fig. 28, pg 73) Klanten van TUI fly kunnen een VIP-lounge reserveren met zithoek, drank- en eetmogelijkheid. Ten slotte zijn er twee winkelmogelijkheden. Er is de Duty Free Shop waarvan het aanbod bestaat uit parfum, chocolade, alcoholische dranken, elektronische apparaten, zonnebrillen en snoepgoed. De Kiosk is een kleine krantenwinkel waar men boeken, magazines en kranten kan kopen. (Luchthaven Oostende-Brugge, sd)

In maart 2019 werd de luchthaven verkozen tot Bedrijf van het Jaar in Oostende.

1.2 De huidige uitdagingen voor luchthavens

Meer en meer luchthavens proberen om de passenger experience of passagiersbelevenis centraal te plaatsen. De reden hiervoor is dat het een zeer competitieve omgeving is waardoor alle spelers in deze markt de passenger experience als een kans zien om meer passagiers aan te trekken en hun omzet te verhogen. (CCD, 2013)

De passenger experience vertaalt zich als volgt: “een aangename, voorspelbare en naadloze reis door de luchthaven die wordt bepaald door drie belangrijke factoren: Ruimten, Processen en Mensen.”

De Ruimten (Premises) moeten functioneel zijn maar ook een goede sfeer oproepen, bijvoorbeeld een vertrekhal waar men makkelijk de weg vindt maar die ook een aangename sfeer oproept. De Processen (Processes) zijn efficiënt en begeleiden de passagier vlot, zoals een duidelijke signalisatie doorheen het luchthavengebouw. De Mensen (People) verlenen services aan de passagiers en de luchthaven moet weten op welke touchpoints personeel nodig is. Dit kan een vriendelijke check-in medewerker zijn. Deze drie elementen moeten elk positief zijn, want slechts één negatieve ervaring met een element kan de gehele passagierservaring verstoren. (Airports Council International, 2018)

1.2.1 Het belang van de passenger experience

Sinds de jaren '90 is de luchthavenindustrie sterk gecommercialiseerd. De opkomst van lagekostenmaatschappijen en hoge competitiviteit zorgde voor een verschuiving in de omzetbronnen van luchthavens. Kosten werden hoger voor o.a. veiligheid, beveiliging, ... en zetten druk op de winst. Daarom is het essentieel geworden om een uitstekende passenger experience te leveren, om zo opbrengsten te genereren die niet-luchtvaartgericht¹ zijn. Daarom is de passenger experience een essentieel onderdeel geworden in luchthavendifferentiatie, waardoor elke luchthaven zich kan onderscheiden van zowel andere luchthavens als andere transportmogelijkheden.

Communiceren is veel makkelijker geworden. Iedereen staat in contact met elkaar via internet, telefoon, e-mail, sociale media, etc. en dus kunnen passagiers luider dan ooit hun stem laten horen waardoor ze een heuse machtspositie hebben weten uit te bouwen. Een goede passenger experience geeft een goede indruk, wat de reputatie en aantrekkelijkheid van de desbetreffende luchthaven enkel verbetert. Een slechte passenger experience daarentegen zorgt voor een onaangename ervaring met de luchthaven waardoor passagiers niet meer zullen terugkeren.

Er is een bewezen verband tussen passenger experience en winst. Indien de klanttevredenheid stijgt met 1% dan zorgt dit voor een groei van 1,5% in niet-luchtvaartgerichte omzet. Een tevreden passagier spendeert tot 45% meer geld dan een ontevreden passagier. (Airports Council International, 2018)

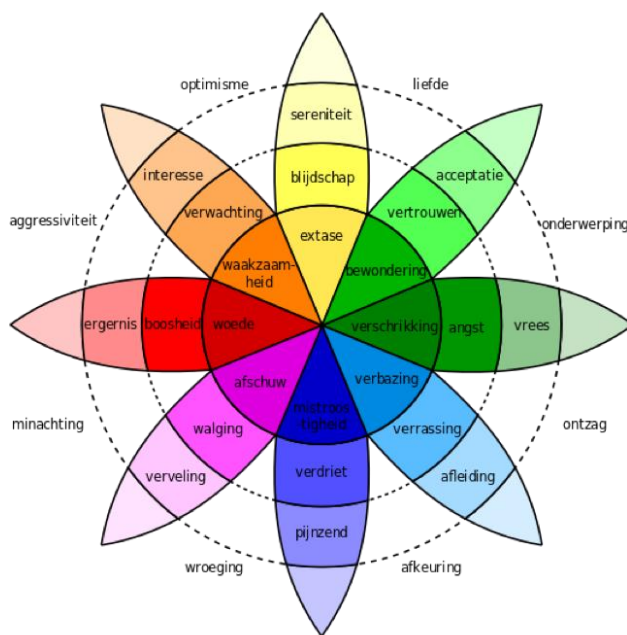
De noden en verwachtingen van passagiers veranderen continu. Vliegen is iets alledaags geworden en dus focussen passagiers zich meer en meer op de services die luchthavens aanbieden. Passagiers willen een veilige, naadloze en vlotte reis doorheen de luchthaven, maar ook aangename shopmogelijkheden, lekker eten en voldoende entertainment zijn belangrijke aspecten geworden die de tevredenheid bepalen. (Airports Council International, 2018)

¹ Opbrengsten die niet voortvloeien uit vluchten en reizen maar door aankopen in bv. winkels op de luchthaven of consumpties in de eet- en drankgelegenheden.

1.2.2 Hoe weten we wat passagiers willen?

Om het gedrag van passagiers te begrijpen, kijken we eerst en vooral naar de twee factoren die de hele passenger experience beïnvloeden. We maken hier onderscheid tussen de functionele factoren en de emotionele factoren.

De functionele factoren zijn objectief, rationeel en tastbaar. Dit kan gaan over korte wachttijden aan check-in en de veiligheidscontrole, weinig vertragingen, goedkope parking, etc. Emotionele factoren daarentegen zijn subjectief en eerder psychologisch, gebaseerd op gevoelens. Een vriendelijke check-in agent, een gezellige ruimte en met respect behandeld worden zijn aspecten die hiertoe bijdragen. Tot nu toe werd voornamelijk gefocust op de functionele factoren, terwijl het zich richtten op de emotionele factoren de algemene luchthavenervaring sterk kan verbeteren. Sterker nog, de emotionele factoren wegen minstens evenveel (of zelfs meer) door dan de functionele.



Figuur 1: Plutchik's Wheel of Emotions

We kunnen de emoties van mensen dieper gaan analyseren door te kijken naar het Plutchik's Wheel of Emotions. Robert Plutchik, psycholoog en professor, ontwierp dit om de acht primaire emoties van de mens in kaart te brengen. De primaire emoties zijn boosheid, verwachting, blijdschap, vertrouwen, angst, verrassing, verdriet en walging.

Om de intensiteit te begrijpen moeten we verticaal kijken. Gevoelens worden sterker naarmate we naar binnen gaan. Van zwak naar sterk nemen we bv. ergernis, boosheid, woede. Het is van belang te weten dat deze gevoelens sterker kunnen worden als er geen aandacht wordt aan besteed. (Airports Council International, 2018)

Belangrijk om te weten is dat passagiers die slechts kort voor hun vlucht op de luchthaven aankomen voornamelijk efficiëntie verwachten. Zij willen dat alles zo snel en vlot mogelijk verloopt en zullen bijgevolg weinig tot geen gebruik maken van het commerciële aanbod. Passagiers die lang tevoren aankomen verwachten ook nog deze efficiëntie, maar hebben meer tijd en kunnen ook gepland hebben om van deze diensten gebruik te maken. Comfortabele wachtruimtes, stimulerende commerciële aanbiedingen zoals promoties en relaxerende vrijetijdsbestedingen als een massage of kappersbehandeling zijn een must voor hen. (Airports Council International, 2018)

Passagiers hebben drie soorten percepties: vereiste, verwachte en gewaardeerde.

- 1 De vereiste perceptie omvat alle basisvereisten, zoals basisservices die alle traffic binnen de luchthaven mogelijk maken, services die aan de basisbehoeften van passagiers voldoen, nette ruimtes, goede signalisatie, ...
- 2 De verwachte perceptie omvat alle inspanningen die een luchthaven moet doen om als een goede luchthaven beschouwd te worden. De luchthaven doet inspanningen om aan alle types passagiers hun noden te voldoen. De verleende services zijn van een hoog niveau, voornamelijk in het commerciële aspect. Voorbeelden hiervan zijn gratis en snelle internetverbinding, goede sfeer, korte wandelafstanden, ...
- 3 De gewaardeerde perceptie omvat alle inspanningen die de luchthaven doet die de passagier positief verrassen. Dit kunnen nieuwe, innovatieve manieren zijn om de noodzakelijke stappen te voltooien (inchecken, veiligheidscontrole, ...) zoals smart lanes² of een self check-in³, exclusieve architectuur zoals de waterval in Jewel Changi Airport in Singapore. (bijlage 2, fig. 13, pg. 53)

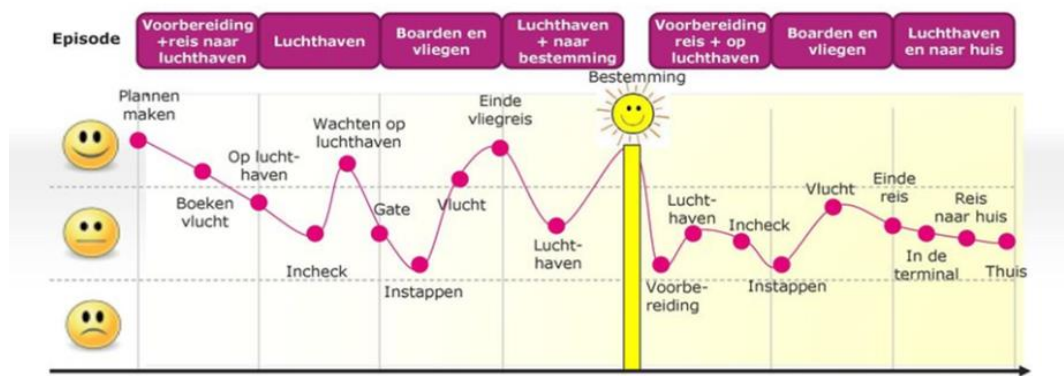
De eerste perceptie moet voldoende ingelost zijn alvorens de volgende kan ingelost worden. Als een passagier in een vuile luchthaven terechtkomt zonder enige vorm van signalisatie, dan zal een snelle internetverbinding of een makkelijke self check-in hem niet overtuigen om terug te keren.

1.3 De passenger journey uitgelegd

De passenger journey beschrijft de reis die de passagier maakt doorheen de luchthaven vanuit het perspectief van de passagier. Door dit in kaart te brengen kan men de passagier beter begrijpen, maar ook beter benaderen. (Airports Council International, 2018)

De passenger journey richt zich meer op de beleving en brengt pijnpunten of momenten van genot in kaart. Hier wordt weergegeven hoe de passagier zich op elk contactmoment voelt.

De journey van een passagier die op reis gaat en zijn humeur in elke fase ziet er als volgt uit. Dit werd onderzocht door de marketingafdeling van DHL Benelux Freight om het humeur tijdens het aankoopproces van een klant te beschrijven. (DHL Freight: Sales & Marketing, 2019)

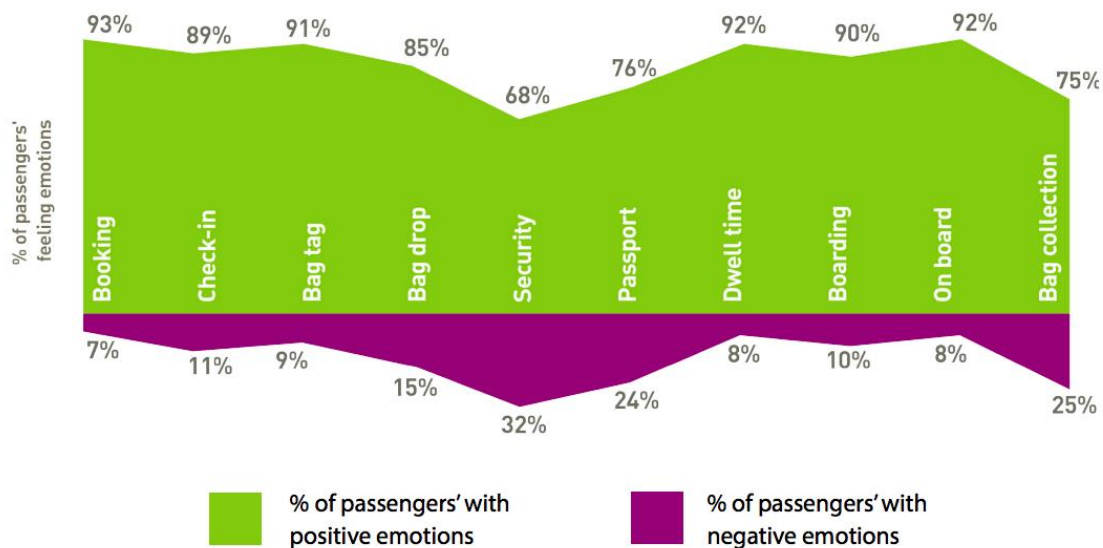


Figuur 2: Humeur van passagiers

² Hierbij gebeurt de aanreiking en het doorschuiven van de bakjes, waar de goederen die door de scanner moeten, automatisch. Meerdere mensen kunnen hier tegelijk van gebruikmaken. Dit versnelt het proces. (Kansai Airport, 2017)

³ Men plaatst de koffer op de bagageband, scant zijn/haar instapkaart waarna het bagegelabel geprint wordt. Dit bevestigt men zelf aan de koffer en eenmaal dit gebeurd is wordt de koffer getransporteerd. Het bagage afgifte bewijs wordt afgedrukt. (Brusselsairlines, 2014)

De volgende figuur geeft de percentages weer van het aantal passagiers die positieve en negatieve gevoelens ervaren doorheen het proces van op reis gaan. Het traject begint bij de boeking en eindigt bij het oppikken van de bagage op de eindbestemming: (Airports Council International, 2018)



Figuur 3: Positieve en negatieve emoties van passagiers

Wat ik vooral uit deze figuur leer is dat een passagier voornamelijk positieve emoties ervaart doorheen zijn reis door de luchthaven. Er is echter ruimte voor verbetering op sommige plaatsen (bagage drop off, security, paspoortcontrole). Deze figuur toont uiteraard een ideale situatie en daarom dient hier ook naartoe gewerkt te worden. Zo maakt men van een passagier een gelukkige passagier.

1.3.1 De voordelen van passenger journey mapping

Dit richt zich op het visualiseren van de reis die de passagier aflegt in een flowchart om zo objectief het traject weer te geven. (Thalion, 2019)

De passenger journey of passenger flow in kaart brengen (= mapping) is een geschikte manier om te kijken waar de passagier moeilijkheden ervaart. Die ervaringen worden gebundeld in een Customer Journey Map waarna er aanpassingen kunnen gedaan worden. Een passenger flow in kaart brengen biedt een aantal voordelen:

- Geeft inzicht in de match tussen de klantverwachting en business requirements: waar liggen de pijnpunten?
- Innovatie in product en dienst: design gekoppeld aan de ervaring van de klant; (DHL Freight: Sales & Marketing, 2019)
- Noden, gedragingen, verwachtingen, gevoelens en ervaringen worden zichtbaar;
- Er wordt een onderscheid gemaakt tussen hoogtepunten en laagtepunten waardoor prioriteiten kunnen gesteld worden;
- Visualiseert de interactie tussen de passagier en de luchthaven over een bepaalde tijd ongeacht het kanaal, waardoor intern beter samengewerkt kan worden;
- De focus op de realiteit verschuift van de organisatie naar de passagier. (Airports Council International, 2018)

1.3.2 Wat is een flowchart en waarvoor wordt het gebruikt?

Een flowchart (of stroomdiagram) is een manier om processen inzichtelijk te maken door deze weer te geven in een diagram. Het wordt gebruikt om complexe processen te documenteren, bestuderen, plannen, verbeteren en communiceren.

Er zijn een aantal redenen waarom flowcharts gebruikt kunnen worden. Enkele zijn:

- kijken of bepaalde (deel)processen moeten worden gecontroleerd;
- fouten in (deel)processen te vinden;
- veranderingen in (deel)processen te normaliseren;
- het uiteenzetten van keuze- en beslissingsmogelijkheden voor de gebruiker/klant.

Voor dit werkstuk wordt gebruik gemaakt van flowcharts om fouten in (deel)processen op te sporen en te verbeteren. De klantreis doorheen de luchthaven zal in een flowchart weergegeven worden om zo op een overzichtelijke manier na te gaan bij welke processen verbeterpunten aan het licht komen. (Stroomdiagram, 2019)

1.4 Conclusie

Luchthavens zetten hun passager experience centraal door de groter wordende competitieve omgeving. Uit de literatuur blijkt dat een goede passager experience een onmisbaar element is voor luchthavens. Het bepaalt nl. of een passagier al dan niet zijn/haar volgende reis op deze luchthaven zal beginnen en hoeveel deze passagier al dan niet zal besteden aan niet-luchtvaartgerichte aankopen. Passagiers verwachten steeds betere services en het is de taak van de luchthaven deze te verlenen.

2 Onderzoeksvraag en deelvragen

2.1 Onderzoeksvraag

Na het formuleren van de eerder genoemde praktijkvraag ben ik tot de volgende onderzoeksvraag gekomen: “Hoe kan de passagiersbeleving op de luchthaven van Oostende verbeterd worden teneinde de klanttevredenheid te verhogen?”

2.2 Soort onderzoek

Ik zal een beschrijvend onderzoek voeren omdat ik in de conclusie zal beschrijven welke stappen Luchthaven Oostende-Brugge kan nemen om de huidige passenger flow te verbeteren en hoe ze dit kunnen aanpakken. Aan de andere kant is het onderzoek ook evaluerend aangezien het om een verbeterproces gaat en ik de huidige situatie ook zal evalueren.

2.3 Deelvragen

Het onderzoek dat ik voer wordt opgedeeld in deze deelvragen:

- 1 Wat is de huidige passenger flow en tevredenheid voor de vertrekkende passagier van bij aankomst op de luchthaven tot aan vertrek?
- 2 Welke verwachtingen heeft het personeel om de passagiersbeleving te verhogen?
- 3 Welke verwachtingen heeft de vertrekkende passagier om de passagiersbeleving te verhogen?
- 4 Welke acties onderneemt de luchthaven London Southend om haar passagiersbeleving te verbeteren en in welke mate kan de luchthaven van Oostende deze ook gebruiken?

2.3.1 Waarom de luchthaven London Southend als referentie?

London Southend (SEN) is een internationale luchthaven in Londen, gelegen op 68 km van het centrum. Het is de zesde grootste luchthaven in de omgeving van Londen. Ze is in handen van Stobart Group, een Engels infrastructuur en support services bedrijf. De twee hoofdgebruikers van de luchthaven zijn de luchtvaartmaatschappijen Flybe en Easyjet. (Londen Southend Airport – trein, bus, taxi, auto huren, vliegtickets Easyjet / Flybe, sd)

In 2014 werd er een nieuwe luchthaventerminal gebouwd en sindsdien zijn ze vijf jaar op rij verkozen tot Beste Luchthaventerminal van Londen. Ook wonnen ze reeds vijf jaar op rij de trofee van Beste Luchthaven van het Verenigd Koninkrijk.

Ze behaalden de maximaal haalbare score op zes aspecten: wachtrijen aan check-in, veiligheid, bagageafhandeling, toiletten en prijzen van de shops en van het eten. (London Southend, sd)

London Southend is een pionier op het vlak van passenger experience. Daarom was dit de ideale gelegenheid om deze luchthaven te bezoeken om zelf te ondervinden welke inspanningen zij doen om de beleving van de passagier optimaal te maken en om na te gaan welke aspecten van passenger experience ook op Luchthaven Oostende-Brugge gebruikt kunnen worden.

3 Onderzoeksmethode

3.1 Onderzoeksmethode voor literatuuronderzoek

In deze bachelorproef heb ik gebruik gemaakt van meerdere onderzoeksmethoden. Voor het literatuuronderzoek heb ik mij ingelezen aan de hand van desk research. Hiermee wou ik vooral te weten komen wat de huidige uitdagingen zijn voor luchthavens en waarom deze passenger experience nu net zo belangrijk is. Dit was ook de ideale manier om een beeld te schetsen van wie/wat Luchthaven Oostende-Brugge nu net is als luchthaven.

3.2 Onderzoeksmethode voor deelvragen

Ik heb zowel gebruik gemaakt van kwalitatief als kwantitatief onderzoek, maar ook van desk en field research.

Kwalitatief onderzoek heb ik gevoerd door te observeren. Om de huidige flow in kaart te brengen heb ik zelf het traject van de passagier doorheen de luchthaven afgelegd en de touchpoints uitgetekend in een flowchart. Deze flowchart werd gebruikt in de volgende stap welke een andere kwalitatieve methode was: een workshop. Dit was een brainstorm op 14 februari 2019 met het management en had als doel de huidige flow te analyseren. Per touchpoint werden mogelijke verbeterpunten geformuleerd. Een volgende observatie was een bezoek aan de luchthaven London Southend. Van 7-9 mei 2019 ben ik met het marketingteam van Luchthaven Oostende-Brugge naar Londen gereisd. Het doel hiervan was om de luchthaven London Southend te bezoeken om zelf te ervaren welke inspanningen zij doen om hun passenger experience te verbeteren.

Voor het kwantitatief onderzoek heb ik zowel online als offline enquêtes afgenomen. Online werden de enquêtes opgesteld in Qualtrics en via mijn eigen Facebookpagina en deze van de luchthaven verspreid. De offline enquêtes werden face-to-face afgenomen met een tablet die de luchthaven ter beschikking stelde, op de luchthaven zelf. De enquêtes werden afgenomen tussen 23 april 2019 en 10 mei 2019. In totaal werden 343 mensen bevroegd waarvan 251 enquêtes zijn weerhouden. 92 enquêtes werden niet volledig ingevuld en konden dus niet gebruikt worden. De enquêtes werden als proef afgenomen bij mijn collega's en nadien bijgewerkt. De resultaten hiervan werden nadien verwerkt in SPSS.

Als desk research heb ik een eerder gevoerd tevredenheidsonderzoek van D-Sense gebruikt om de huidige klanttevredenheid te analyseren.

Op 14 mei 2019 werd een tweede workshop gehouden, na het afnemen en analyseren van de enquêteresultaten en het bezoek aan de luchthaven London Southend. Hier werden alle bevindingen geanalyseerd en werden beslissingen genomen over welke punten al dan niet weerhouden en uitgevoerd zullen worden o.b.v. mijn aanbevelingen.

1. Wat is de huidige passenger flow en tevredenheid voor de vertrekkende passagier van bij aankomst op de luchthaven tot aan vertrek?

Kwalitatief onderzoek – observatie (field research)

Deze deelvraag heb ik op twee manieren onderzocht. Voor het eerste deel (de flow) heb ik zelf het traject afgelegd doorheen de luchthaven zoals de passagier het ziet. D.w.z. vanaf ik op de parking aankwam tot wanneer ik op het vliegtuig zat. Dit traject heb ik dan visueel weergegeven in een flowchart. Deze flowchart is terug te vinden in bijlage 5 vanaf pg. 57.

Desk research

Het tweede deel (de tevredenheid) heb ik geanalyseerd d.m.v. een eerder gevoerd onderzoek door het marketing consultancy bureau D-Sense. Deze vraagstelling wordt ook in bijlage 3 bijgevoegd vanaf pg. 54.

2. Welke verwachtingen heeft het personeel om de passagiersbeleving te verhogen?

Kwalitatief onderzoek - workshop

Om deze deelvraag te beantwoorden werd een workshop georganiseerd met het volledige management van de luchthaven. Deze workshop had als doel de huidige flow te analyseren en per touchpoint mogelijke verbeterpunten te formuleren.

3. Welke verwachtingen heeft de vertrekkende passagier om de passagiersbeleving te verhogen?

Kwantitatief onderzoek – enquêtes

Om de verwachtingen van passagiers te leren kennen heb ik kwantitatief onderzoek gedaan door enquêtes af te nemen. In totaal werden 251 passagiers bevroegd. Deze vragenlijst is ook terug te vinden in bijlage 6 vanaf pg. 59.

4. Welke acties onderneemt de luchthaven London Southend om haar passagiersbeleving te verbeteren en in welke mate kan de luchthaven van Oostende deze ook gebruiken?

Kwalitatief onderzoek – observatie (field research)

Van 7-9 mei 2019 ben ik met het marketingteam van Luchthaven Oostende-Brugge naar Londen gereisd. Het doel hiervan was om de luchthaven London Southend zelf te bezoeken om te ervaren welke inspanningen zij doen om hun passenger experience te verbeteren.

4 Onderzoeksresultaten

4.1 Wat is de huidige flow en klanttevredenheid voor de vertrekkende passagier van bij aankomst op de luchthaven tot aan vertrek?

4.1.1 Wat is de huidige flow voor de vertrekkende passagier?

Om de huidige customer flow te beschrijven onderscheiden we zeven zones waarin de passagier zich zal bevinden doorheen zijn reis door de luchthaven. De flow begint vanaf het moment dat de passagier de parking op rijdt en eindigt wanneer hij op het vliegtuig zit. De zones die we onderscheiden zijn: parking, vertrekhal, security, vertrekhal na security, boarding gate, tarmac en aircraft (= vliegtuig). Foto's van de zones met bijhorende touchpoints vindt u terug in bijlage 8 vanaf pg. 72.

De passagier komt aan met de wagen en kan kiezen tussen drie parkings, dit is zone 1: P1, P2 en P3. P1 is de parking het dichtst bij de luchthaven op ongeveer 30 seconden wandelen van de luchthaven. Deze biedt 260 parkeerplaatsen. (fig. 24) P2 is de parking iets verder gelegen, op ongeveer 1 minuut 30 wandelen en biedt 500 parkeerplaatsen. (fig. 25) P3 is het verst gelegen op ongeveer 6 minuten wandelen tot de ingang van het luchthavengebouw. Deze parking biedt 550 parkeerplaatsen. Eenmaal aangekomen op de parking wandelt de passagier naar het luchthavengebouw. Dit traject is in geen van de drie gevallen overdekt.



Figuur 4: Luchtfoto parkings

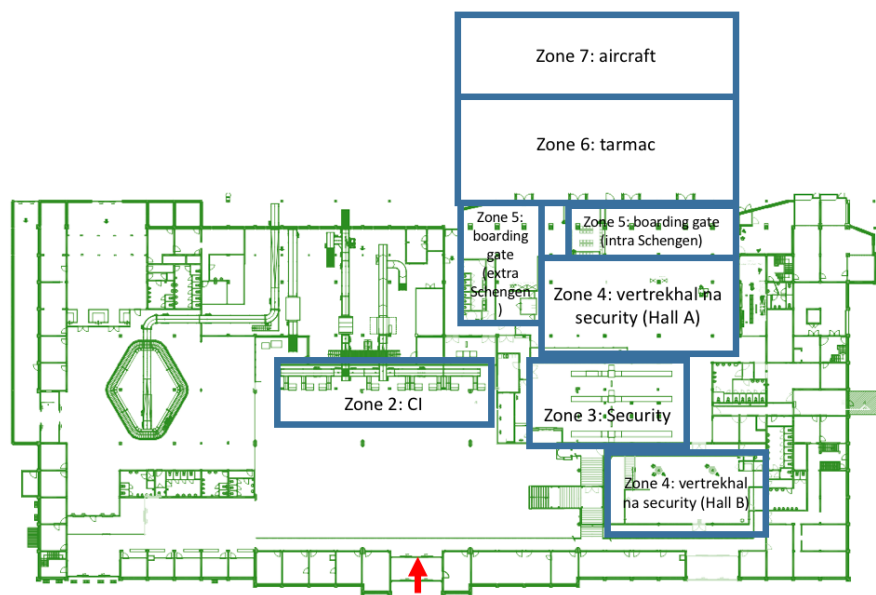
De tweede zone is de vertrekhal. (fig. 26) De passagier komt aan en het vervolg hangt af van een aantal factoren: heeft hij een e-ticket? Indien ja, stelt zich de vraag of hij ook ruimbagage heeft. Indien 'ja', moet hij kijken of check-in (CI) open is. Als dit open is dan gaat hij naar de manuele CI desk en checkt de CI agent de passagier in waarna de passagier een papieren boarding card krijgt. (fig. 27) Heeft de passagier een e-ticket en geen ruimbagage, kan hij meteen naar security indien deze open is. Heeft de passagier geen e-ticket, dan moet hij ook naar CI indien deze open is. Als de CI balie nog gesloten is, dan wacht de passagier in de vertrekhal tot wanneer de desk opent. Zolang security niet geopend is, wacht de passagier in de vertrekhal, ook al is hij ingecheckt.

De derde zone is security. Zodra security geopend is, gaat de passagier door de screening die volledig manueel gebeurt. De passagier neemt zelf de bakjes en legt zijn/haar voorwerpen hierin. (fig. 29)

Hierna komt hij aan in de vierde zone, de vertrekhal na de security. Hij kan hier kiezen tussen Hall A of B. Indien hij naar Hall B gaat, kan de passagier in de Cosy Corner plaats nemen. (fig. 30) Dit is een ruimte die veel potentieel biedt maar niet wordt benut. Voorlopig bestaat dit enkel uit stoelen en tafels waar de passagier kan zitten, maar niets kan consumeren. Voor de kinderen is hier ook de Junior Club. (fig. 31) Gaat de passagier naar Hall A, dan komt hij terecht in Horizon Grand Café (fig. 32) waar hij kan eten en/of drinken. In Hall A bevindt zich ook de Duty Free Shop (fig. 33) en de Kiosk (fig. 34) alsook de VIP-ruimte welke kan gereserveerd worden bij TUI fly. (fig. 35)

De vijfde zone is de boarding gate. (fig. 36) Als de passagier wil boarden, moet hij kijken of de boarding reeds open is. Indien niet, dan wacht hij in de vertrekhal na security. Zodra boarding geopend is hangt het ervan af of het een intra-Schengen-⁴ of extra-Schengenvlucht is. Voor Luchthaven Oostende-Brugge gelden volgende bestemmingen als extra-Schengen: Antalya, Bodrum, Burgas, Djerba, Enfidha, Eskisehir, Hurghada, Izmir, Moskou, Sharm-el-Sheikh en Varna. Als het een intra-Schengenvlucht betreft, dan kan hij rechtstreeks naar de gate. Is het een extra-Schengenvlucht, dan moet de passagier kijken of de grenscontrole open is. Is deze open, dan gaat hij naar de grenscontrole. (fig. 37) Is deze nog gesloten, dan wacht hij opnieuw in de vertrekhal.

De zesde zone is het tarmac. (fig. 38) Dit is het terrein op de luchthaven waar de vliegtuigen geparkeerd staan. (vrt, sd) Eenmaal de passagier door de gate is en dus op het tarmac staat wacht hij buiten, op een niet-overdekte plaats. Hierna legt hij het traject af naar de laatste zone, zijnde aircraft. Hij stapt het vliegtuig op via trappen en zet zich neer. (fig. 39)



Figuur 5: Plattegrond met verschillende zones

⁴ Als iemand inwoner is van de Europese Unie (EU) kan hij/zij vrij reizen binnen 26 Europese landen die tot het Schengen gebied behoren. Dit betekent dat men met één visum door al deze landen kan reizen. De Schengenlanden zijn België, Denemarken, Duitsland, Estland, Finland, Frankrijk, Griekenland, Hongarije, Italië, Letland, Liechtenstein, Litouwen, Luxemburg, Malta, Nederland, Noorwegen, Oostenrijk, Polen, Portugal, Slovenië, Slowakije, Spanje, Tsjechië, IJsland, Zweden en Zwitserland (Europa Nu, sd)

4.1.2 Wat is de huidige klanttevredenheid?

In 2018 heeft het marketing consultancy bureau D-Sense een customer delight onderzoek (tevredenheidsonderzoek) gevoerd in opdracht van Luchthaven Oostende-Brugge en Luchthaven Antwerpen. Voor het belang van het onderzoek gaan we hier enkel in op de resultaten die betrekking hebben op de Luchthaven van Oostende.

Dit onderzoek is gevoerd d.m.v. face-to-face enquêtes welke plaatsvonden van 25 september tot en met 21 oktober 2018 in Oostende-Brugge en een online bevraging via e-mail van 7 juni tot en met 5 juli 2018.

De persoonlijke bevraging werd gedaan bij 38 respondenten waarvan 31 deze volledig hebben beantwoord. De online bevraging werd ingevuld door 96 respondenten, waarvan 88 respondenten de enquête volledig ingevuld hebben. Dit geeft een totaal van 134 personen waarvan 119 volledige vragenlijsten. Voor de analyse zijn 121 enquêtes weerhouden.

Er zijn drie soorten klanten: de ontevreden klant, tevreden klant en delighted / enthousiaste klant.

Om de tevredenheid te meten en de drie soorten klanten te kunnen onderscheiden werd de Netto Delight Index berekend (NDI). Deze wordt als volgt berekend: $NDI = (\% \text{ Delighted} - \% \text{ Ontevreden}) + 100$. Het delightniveau wordt onderzocht door twee parameters te bevragen: de algemene tevredenheid en de mate van spontaan aanbevelen. Passagiers moesten aanduiden hoe tevreden ze waren en of ze de luchthaven reeds al dan niet spontaan aanbevelen hebben.

Wanneer iemand ontevreden, tevreden of delighted is kunnen we illustreren met deze tabel uit het onderzoek. Let wel, deze tabel geeft een combinatie van de resultaten van Luchthaven Oostende-Brugge en Luchthaven Antwerpen en is enkel ter illustratie. Iemand is dus delighted van zodra hij/zij minstens uiterst tevreden is en in de toekomst spontaan de luchthaven zal aanbevelen. Door de drie groene vakjes op te tellen komen we aan een percentage van 17% delighted klanten voor beide luchthavens.

		Algemene tevredenheid					
		Niet tevreden	Weinig tevreden	Redelijk tevreden	Zeer tevreden	Uiterst tevreden	
Mate van spontaan aanbevelen	Nee, en ik zou het nooit doen	0,0%	0,0%	0,8%	0,8%	0,0%	1,5%
	Neen, maar ik zou dit wel doen indien iemand mij raad vraagt	0,0%	0,0%	7,9%	12,4%	1,2%	21,4%
	Neen, maar ik zal dit in de toekomst zeker spontaan doen	0,0%	0,0%	1,7%	10,0%	1,2%	12,9%
	Ja, één keer spontaan	0,0%	0,2%	1,2%	5,0%	0,6%	6,9%
	Ja, zelfs meer dan één keer spontaan	0,0%	0,0%	4,1%	37,3%	15,6%	56,9%
		0,0%	0,2%	15,6%	65,4%	18,5%	
		Ontevreden		Tevreden		Delighted	

Figuur 6: NDI Oostende en Antwerpen

De drie soorten klanten zijn:

- 1 De ontevreden klant kent geen emotionele loyaliteit. Hij zoekt actief naar alternatieve mogelijkheden, maakt antireclame, onderhandelt sterk over de prijs en voorwaarden en heeft geen marktinformatie. Concreet wil dit zeggen dat hij in de toekomst andere luchthavens zal kiezen om via te reizen en deze zal afraden bij andere mensen.
- 2 De tevreden klant kent ook geen emotionele loyaliteit. Hij staat open voor alternatieven, is neutraal en onverschillig in het al dan niet maken van reclame, onderhandelt over prijs en voorwaarden en heeft weinig marktinformatie. Deze passagier zal dus voor Luchthaven Oostende-Brugge kiezen, tenzij er een andere luchthaven is die een betere prijs of voorwaarden aanbiedt.
- 3 De delighted klant heeft een emotionele loyaliteit van 100%, terwijl dit bij ontevreden en tevreden klanten 0% is. Hij verdedigt de Luchthaven Oostende-Brugge en realiseert haar objectieven. Hij maakt spontaan reclame, onderhandelt nauwelijks over de prijs en voorwaarden en heeft veel marktinformatie. Concreet betekent dit dat hij de volgende keer zeer waarschijnlijk via Luchthaven Oostende-Brugge zal reizen en de prijs een kleine rol speelt.

Er werd onderzoek gedaan op drie niveaus: macro-, meso- en microniveau.

4.1.2.1 Macroniveau

Luchthaven Oostende-Brugge kent een NDI van 125,0 waardoor ze beter doet dan Luchthaven Antwerpen (112,6). Van de bevroegden (n = 121) is 2% ontevreden, 71% is tevreden en 27% is delighted. Bij Oostende-Brugge is er dus een groot aandeel delighted customers.

4.1.2.2 Meso- en microniveau

Op mesoniveau werden vijf aspecten bevroegd: Bereikbaarheid, Inrichting, Check-in en Exit, Vluchtfrequenties en Sociale Media (deze laatste is niet relevant voor dit onderzoek, dus dit aspect wordt niet verder besproken). Op microniveau werd op deze aspecten dieper ingegaan door de passagiers stellingen te geven waarop ze moesten aanduiden in hoeverre ze hier tevreden over waren. Ze konden kiezen uit Niet tevreden – Weinig tevreden – Redelijk tevreden – Zeer tevreden – Uiterst tevreden. Passagiers die 'niet tevreden' of 'weinig tevreden' kozen, worden gezien als ontevreden passagiers. Zij die 'redelijk tevreden' of 'zeer tevreden' kozen zijn tevreden passagiers en zij die 'uiterst tevreden' kozen zijn uiterst tevreden passagiers.

Om de tevredenheid weer te geven per vraag wordt gebruik gemaakt van de Performance Index. Deze wordt berekend als volgt: % uiterst tevreden – % ontevreden. Scores <0 betekenen een prestatie onder de norm en dus ontevreden passagiers. Scores 0-20 betekenen een prestatie op de norm en dus tevreden passagiers. Scores >20 betekenen een prestatie boven de norm en dus delighted passagiers.

Voor **bereikbaarheid** waren passagiers delighted over de bereikbaarheid met de wagen en de nabijheid van de luchthaven tot de eindbestemming (= de afstand van de luchthaven tot de eindbestemming in België, bv. de woonplaats). Passagiers waren tevreden over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer. Ze waren ontevreden over de keuze in openbaar vervoer van en naar de luchthaven en de betaalbaarheid van de parking.

Voor **inrichting** waren passagiers delighted over de weg vinden binnen de luchthaven, het veiligheidsgevoel, de gemoedelijke sfeer, het klantvriendelijk personeel, de kind- en familievriendelijkheid en de netheid. Passagiers waren iets minder tevreden over het aantal eet- en drinkgelegenheden en over het aantal zitplaatsen op de luchthaven.

Bij **check-in en exit** waren passagiers delighted over de snelheid van inchecken, de snelheid van bagageafhandeling, de snelheid van de veiligheidscontrole, de korte wandelafstanden en de duidelijkheid van vluchtinformatie op de schermen.

Bij **vluchtfrequenties** waren passagiers zeer ontevreden over het aantal bereikbare bestemmingen vanuit de luchthaven en de frequentie van vluchten.

4.1.2.3 Ergernissen

De ergernissen werden bevroegd als open vraag en nadien opgelijst. In totaal zijn er maar 14 mensen (12%) die een ergernis uitgedrukt hebben. Deze zijn: geen rechtstreeks transport naar De Panne, het is niet mogelijk om de instapkaart digitaal (dus via smartphone) te scannen, de parkings zijn duur (n = 2), beperkt aantal vliegtuigmaatschappijen (toen slechts één, nu twee), weinig mogelijkheden tot consumptie en animatie na veiligheidscontrole, weinig zitplaatsen, vieze toiletten (n = 2), geen reactie op verstuurde e-mail, duurdere ticketprijzen vergeleken met andere luchthavens, het gaat traag om nieuwe luchtvaartmaatschappijen aan te trekken, bureaucratische veiligheidsdiensten (n = 2), onbeleefdheid aan veiligheidscontrole en overdreven controles.

4.1.2.4 Bijkomende verlangens

Passagiers konden ook zelf hun wensen uitdrukken indien ze vonden dat er iets ontbrak. 64 mensen (53%) gaven een suggestie. Hier werd ook het aantal mensen vermeld die dit verlangen aangaven. Meer bestemmingen (n = 12), meer winkels (n = 3), rolstoelvriendelijkere toegang (n = 2), beter openbaar vervoer (n = 2) en een passagiersbrug⁵ (n = 2). (Van Welden, Coenen, & Vranken, 2018)

4.1.3 Conclusie

Door deze deelvraag op twee manieren te onderzoeken heb ik een beter zicht gekregen op de as is flow van de passagier en de huidige tevredenheid. In het gevoerde onderzoek door D-Sense zijn enkele pijnpunten naar boven gekomen waardoor het mogelijk is deze te linken aan de touchpoints in de flow. Dit zal ook weergegeven worden onder 'conclusies en aanbevelingen' later in dit document. In de volgende deelvraag zal ik onderzoeken wat de verwachtingen zijn van het personeel m.b.t. het verhogen van de klantbeleving en welke punten uit de voorbije deelvraag overeenkomen.

⁵ Een passagiersbrug (of vliegtuigslurf) is een overdekte brug die langs de ene kant wordt bevestigd aan de deur van het vliegtuig, en aan de andere kant aan de terminal van het luchthavengebouw. Het laat passagiers toe om meteen van het vliegtuig naar het gebouw over te stappen.

4.2 Welke verwachtingen heeft het personeel om de klantbeleving te verhogen?

Op 14 februari 2019 werd er op Luchthaven Oostende-Brugge een workshop georganiseerd met alle lijnmanagers en directieleden. In totaal waren elf mensen aanwezig. Het doel van deze workshop was om met het gehele team te brainstormen over mogelijke pijnpunten en verbeterpunten in de huidige passenger flow. Ter voorbereiding heb ik de as is (huidige) situatie in kaart gebracht door het traject van de passagier zelf af te leggen en dit in een flowchart te gieten. Deze werd geprojecteerd waarna bij elk touchpoint stilgestaan werd en elke aanwezige zijn/haar bevindingen kon mededelen. Ook werd er samen met het team een SWOT-analyse gemaakt van de huidige situatie. Deze vindt u terug in bijlage 4 op pg. 56.

Hier zal per touchpoint aangegeven worden wat de inbreng van het personeel was (indien verbeterpunten aanwezig zijn).

Touchpoint	Mogelijke verbeterpunten
PAX (= passagier) parkeert auto	<ol style="list-style-type: none"> 1 Een overdekte en dichterbij gelegen parkeergarage bij de ingang van het PAX-gebouw + stopplaats voor openbaar vervoer tussen deze garage en het bestaande luchthavengebouw; 2 Mogelijkheid tot discountparking⁶ of VIP-parking; 3 Meer informatie over parkeergelegenheden (route naar de parking, aantal plaatsen) reeds voor de luchthaven aanduiden; 4 Digitalisering parkeerinformatie (op afstand kunnen controleren via app, parkeerplaats reserveren van op afstand); 5 Uitbreiding openbaar vervoer met tram; 6 Valet parking service: medewerker rijdt auto naar parking, bagage wordt in- en uitgeladen, wagen wordt bewaakt, kan opgeladen worden, medewerker brengt wagen na schoonmaken terug bij aankomst PAX. Is verbonden met overdekte parkeergarage; 7 Intensievere communicatie rond openbaar vervoer naar de luchthaven. Beter aanduiden hoe men de bus/trein kan nemen, waar er bushokjes zijn; 8 Shared economy trend: principe van delen van vervoersmiddelen als auto, fiets, scooter; 9 Prijzen parking duidelijker aangeven op website; 10 Oplaadpalen voor auto's, elektrische fietsen, ...
PAX stapt naar PAX gebouw (niet overdekt)	<ol style="list-style-type: none"> 1 Toegankelijkheid mindervaliden verbeteren. Traject is niet rolstoelvriendelijk; 2 Zebrapad, duidelijke signalisatie voor voetgangers.
PAX komt toe in vertrekhal	Betaalmogelijkheid parking binnen beter situeren. Best net voor uitgang.
E-ticket?	

⁶ De discountparkings zouden P2 en P3 worden die goedkoper zullen zijn dan de overdekte parking die op de huidige P1 komt.

Ruimbagage?	
PAX wacht in vertrekhal	<ol style="list-style-type: none"> 1 Betere inkleding rokersruimte. Iedereen staat aan de uitgang te roken en dit is zeer onaangenaam voor binnen- en buitenkomende passagiers; 2 Upgraden hele beleving in vertrekhal (kunst, meer F&B⁷, coffee truck, ...); 3 All round services (kapper, barbier, manicure). Services die de klantbeleving verhogen en compensatie zijn voor hogere ticketprijzen. Deze zullen niet gratis zijn maar voegen wel een extra dimensie aan de beleving toe; 4 Afbouwen huidige set-up Belair. Een deel zou van landside naar airside verplaatst moeten worden; 5 ATM⁸ plaatsen; 6 Energieopwekkende hometrainer; 7 Massagezetels; 8 Apart gebouw voor aankomende PAX zodat het bestaande gebouw enkel voor vertrekkende PAX dient.
Is CI open?	
PAX gaat naar de manuele CI desk en checkt in	Self CI met directe drop-off van bagage
PAX krijgt boarding card	
Is security geopend?	
PAX gaat naar security	
PAX gaat door screening	<ol style="list-style-type: none"> 1 Verder digitaliseren en automatiseren security lanes en dus de overstap maken naar smart lanes. 2 Ruimere openingsuren security (24/7)
PAX komt aan in vertrekhal na security en gaat naar Hall A of Hall B	<ol style="list-style-type: none"> 1 Rokersruimte airside met overkapping; 2 Junior Club verbeteren, uitbreiding F&B, live film cockpit waarbij men beelden vanuit het vliegtuig ziet op een scherm; 3 Apotheek (schoonheidsproducten); 4 Meer mogelijkheid tot consumptie in Hall B; 5 Centrale informatie- en servicedesk; 6 Oplaadpunten voor gsm's, laptops, ... 7 Experience hall (mini-cinema, energieopwekkende hometrainers, massagezetels)
Is boarding open?	
PAX gaat naar de boarding gate	Capaciteit van boarding area uitbreiden, zowel voor intra- als extra-Schengenvluchten. Nu zijn er slechts vier gates.

⁷ Food & Beverages

⁸ ATM = Automated Teller Machine, geldautomaat

Intra Schengenvlucht?	
Is grenscontrole open?	
PAX gaat naar grenscontrole	Creëren pre-boarding areas voor extra-Schengen en in geval van korte grondtijd van het vliegtuig. Zo kan PAX reeds de instapkaart en identiteitskaart laten zien waarna hij kan wachten in een extra ruimte. Als het inkomende vliegtuig dan geland is, kunnen alle PAX meteen opstappen en kan het vliegtuig meteen vertrekken.
PAX stapt naar de gate	
PAX stapt via het tarmac naar het vliegtuig	Gates aan de buitenkant overdekken i.g.v. regen of sneeuw.
PAX stapt het vliegtuig op en zet zich neer	<ol style="list-style-type: none"> 1 Betere begeleiding naar juiste vliegtuig (door medewerkers, afgebakend traject); 2 Overdekte trappen naar het vliegtuig.

4.2.1 Conclusie

Bij deze brainstorm met het hele team zijn heel wat verwachtingen naar boven gekomen. Deze werden nadien met Eddy overlopen om de belangrijkste eruit te filteren. Deze worden ook opgelijst onder 'conclusies en aanbevelingen'. Enkele van deze verwachtingen zullen in de volgende deelvraag opnieuw aan bod komen. Ik ga deze nl. bevragen aan de passagier om zo te weten te komen welke voor hen een meerwaarde vormen en welke niet. Andere verwachtingen worden dan weer meegenomen in de laatste deelvraag.

4.3 Welke verwachtingen heeft de vertrekkende passagier om de klantbeleving te verhogen?

Om een antwoord op deze deelvraag te kunnen formuleren heb ik enquêtes afgenomen bij de vertrekkende passagiers van Luchthaven Oostende-Brugge. De grafieken en tabellen vindt u terug in bijlage 7 vanaf pg. 64. Hier zal ook regelmatig naar verwezen worden. Enkel de grafieken die nodig zijn ter visuele ondersteuning zullen hier in de onderzoeksresultaten getoond worden.

Iets meer dan de helft van de respondenten waren mannen (54%). Opmerkelijk is dat slechts een klein deel van de respondenten jonger was dan 36 jaar (22%). 18% gaf aan tussen de 36-45 jaar te zijn. De leeftijdsgroep die het vaakst voorkwam was 46-65 jaar (46%) en als we de 65-plussers hierbij optellen maakt dit een totaal uit van 60%. De luchthaven zit dus met een eerder ouder publiek en dit is een aspect dat ze ook willen veranderen door de luchthaven te moderniseren. Zo kunnen ze een jonger publiek aantrekken. (fig. 14)

De voornaamste reden waarom passagiers het vliegtuig namen in Oostende was vakantie (84%). Als we hierbij de andere redenen bij optellen maakt dit een totaal van 95% dat voor zijn/haar plezier het vliegtuig nam. Deze redenen waren 'bezoeken van familie/vrienden', 'tweede woning' en 'citytrip'. Slechts 5% nam het vliegtuig voor zakelijke redenen. (fig. 15)

95% van de respondenten woonde in België, 4% in Spanje en slechts een kleine minderheid in Nederland, Verenigd Koninkrijk en 'Andere' (0,40% voor elk van de drie).

Het grootste deel van de respondenten had al meer dan vijf keer gevlogen via Oostende (58%). Voor 14% was het de eerste keer. Voor tweede, derde en vierde keer waren de percentages respectievelijk 8%, 13% en 7%. Er is dus een totaal van 42% dat nog geen vijf keer via Luchthaven Oostende-Brugge heeft gevlogen. Deze mensen moeten dus aangespoord worden dit in de toekomst te doen.

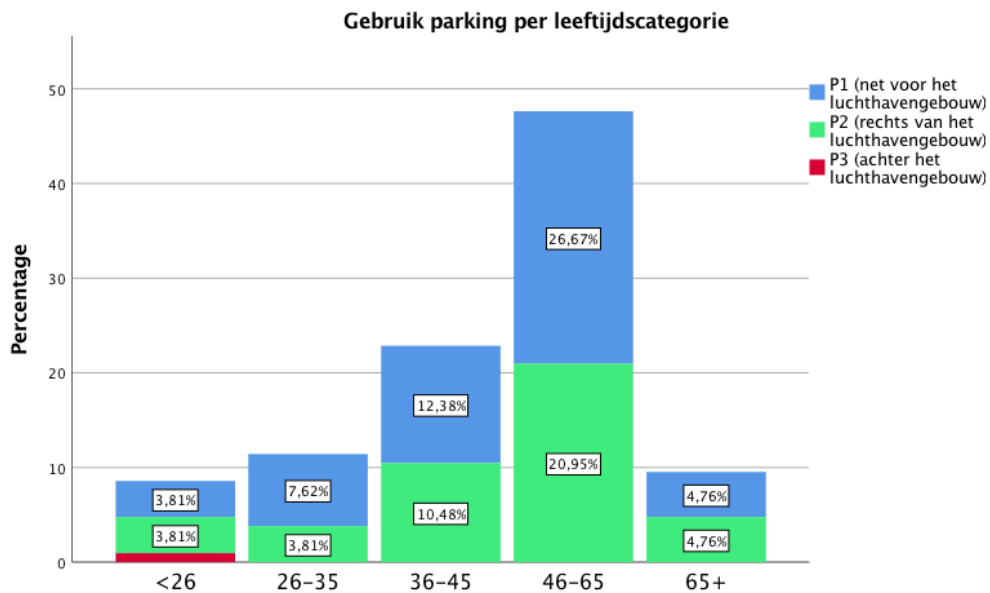
4.3.1 Resultaten enquêtes

Het doel van de enquêtes was de tevredenheid van de passagier te kennen over volgende meetpunten: parking, check-in, veiligheidscontrole, shops, F&B, grenscontrole en hotels. Daarnaast ook vijf suggesties waarop de passagier moest antwoorden in welke mate hij ermee akkoord ging dat dit een meerwaarde zou vormen. Deze worden op het einde van deze deelvraag toegelicht. Dit diende om te weten te komen in welke zaken de luchthaven moet investeren en in welke niet.

4.3.1.1 Meetpunt 1: Parking

Ik heb gepeild naar hoeveel mensen gebruik maakten van de betaalparking, welke parking ze gebruikt hebben en wat ze van de prijs en veiligheid vonden van de parking tegenover andere luchthavens. Iets minder dan de helft (42%) gaf aan gebruik gemaakt te hebben van één van de parkings. Van de passagiers die de parking gebruikten parkeerde de meerderheid zich op P1 (55%). 44% parkeerde zich op P2 (rechts van het luchthavengebouw) en slechts 1% stond op P3 geparkeerd (achter het luchthavengebouw).

Het grootste deel dat gebruik maakte van de parking waren de 46-65-jarigen (48%), wat ergens wel logisch is aangezien zij de grootste groep respondenten waren. Toch is er ergens een verschil. Van alle passagiers die gebruik maakten van de parking was 10% jonger dan 26 jaar. Ook al zijn ze minder vertegenwoordigd, het verschil is groot (-38%). Jongeren willen uiteraard besparen en een parking blijft duur. Naarmate men ouder wordt (tot de leeftijd van 65) gebruikt men de parking meer en meer. Opmerkelijk is dat vanaf dan het gebruik van de parking daalt. Slechts 10% van de passagiers die de parking gebruikte was 65-plus.



Figuur 7: Gebruik parking per leeftijdscategorie

Het grootste deel van de passagiers die geen gebruik maakten van de parking werd afgezet door familie en vrienden (42%). 13% kwam met de bus en 19% met de taxi. De overige 26% gaf steeds diverse redenen aan waarvan elke reden slechts een minimaal aantal keer voorkwam. Enkele hiervan waren: luchthavenvervoer, parkeren in de nabije omgeving, te voet gekomen, ...

41% vindt de prijzen vergelijkbaar en 25% zelfs goedkoper. Er is dus maar een minderheid van 19% die de parking duur vindt. In de antwoorden per leeftijdscategorie zijn er ook geen uitschieters bij 'duurder'. Bij bijna elke leeftijdscategorie vindt het grootste deel de prijs 'vergelijkbaar' of 'goedkoper'. Enkel bij de leeftijdsgroepen <26 en 36-45 is er een ex aequo tussen 'duurder' en 'vergelijkbaar' met respectievelijk percentages van 22% en 25%. (tabellen 1 en 2)

De veiligheid scoort iets minder goed dan de prijs. 47% vindt ze vergelijkbaar met andere luchthavens en 16% vindt ze beter. 28% van de passagiers vindt ze slechter en 9% weet het niet. De reden die alle passagiers hiervoor opgaven was dat het een open parking is zonder beveiliging. Een oplossing hiervoor komt later aan bod. Per leeftijdscategorie zijn het vooral de 26-35-jarigen die de veiligheid niet zo goed vinden. 58% van hen vindt ze slechter, 33% vergelijkbaar en de rest weet het niet. Er is niemand van hen die de veiligheid beter vindt. (tabellen 3 en 4)

4.3.1.2 Meetpunt 2: Check-in

De volgende zone die ik bevroegd heb is CI. Hier wou ik nagaan wat de meest voorkomende wachttijd is van de passagier om in te checken. Met wachttijd wordt bedoeld vanaf dat de passagier achteraan in de rij staat tot wanneer hij ingecheckt is. Nadien moest de passagier aangeven of hij deze wachttijd lang, middelmatig of niet lang vond. Het doel van deze vraag was na te gaan of het proces van inchecken voldoende efficiënt gebeurt en of er iets moet veranderen.

Deze bevraging werd gedaan over een periode van twee weken. Bij de persoonlijke bevragingen werden zowel ochtend- als namiddagvluchten bevragingd. Het is bijgevolg geen momentopname van één vlucht.

70% van de respondenten gaf aan minder dan 10 min. gewacht te hebben en van alle passagiers gaf 80% aan zijn/haar wachttijd niet lang te vinden. De resultaten liggen in lijn met deze in het eerder gevoerde onderzoek door D-Sense, nl. dat het inchecken vlot verloopt. (fig. 16)

Het grootste deel van de passagiers die zijn/haar wachttijd middelmatig of lang vond was tussen de 46-65 jaar oud. In totaal maakte dit 10% uit van het totaal aantal beoordelingen van de wachttijd. De rest is verwaarloosbaar. De reden hiervan is opnieuw dat ze meer vertegenwoordigd zijn, maar dit hoger percentage wijst toch op een grotere ongeduldigheid in deze leeftijdsgroep. (tabel 5)

4.3.1.3 Meetpunt 3: Veiligheidscontrole

Ook hier werd gepeild naar de wachttijd van de passagier aan de veiligheidscontrole omwille van dezelfde reden.

67% van de ondervraagden gaf aan minder dan 10 min. gewacht te hebben. 72% van alle respondenten oordeelde dat het niet lang wachten was. Deze lichte daling in aantal “niet lang” antwoorden is waarschijnlijk te wijten aan het feit dat een veiligheidscontrole langer duurt dan inchecken. Net zoals bij CI is de grootste groep die zijn/haar wachttijd middelmatig of lang vond tussen de 46-65 jaar oud (14% van alle respondenten). (fig. 17 en tabel 6)

Ook hier kunnen we uiteindelijk concluderen dat de veiligheidscontrole voldoende efficiënt verloopt.

4.3.1.4 Meetpunt 4: Shops

De volgende zone die werd bevragingd is shops. De passagier moest aangeven of hij iets gekocht had en waar. Ik wou nagaan of er volgens de passagiers voldoende shops aanwezig waren en of er voldoende variatie aan producten is in zowel de Duty Free shop als in de Kiosk.

De meerderheid (64%) gaf aan iets gekocht te hebben in de shops. 78% kocht één of meerdere producten in de Kiosk en slechts 22% kocht iets in de Duty Free shop.

De reden waarom weinig mensen iets kochten in de Duty Free vergeleken met de Kiosk kan liggen aan de variatie van producten. 1 op 3 respondenten (32%) die iets kochten in de Duty Free vond het aanbod onvoldoende gevarieerd, terwijl dit bij de Kiosk maar 17% was. Het is wel zo dat de Kiosk (enkel leesvoer) een gerichter assortiment heeft dan Duty Free, maar dit laat vooral zien dat deze 32% misschien wel iets wou kopen, maar zijn/haar keuze niet vond. Hier zit dus potentieel in. (tabellen 7 en 8)

Passagiers dienden aan te geven wat ze graag zouden toegevoegd zien indien ze ‘onvoldoende’ of ‘eerder onvoldoende’ aanduiden. In de Duty Free wouden passagiers meer Belgische producten zoals bier, chocolade en koeken (39%), meer parfum (38%), meer kledij (11%) en meer snacks om mee te nemen op het vliegtuig (12%). In de Kiosk ging het enkel over meer boeken, magazines en (internationale) kranten. (tabel 9)

Over het aantal shops waren meer mensen eerder ontevreden (39%) dan tevreden (24%). Er moet dus gekeken worden of de mogelijkheid bestaat een extra shop te openen of de huidige eventueel uit te breiden. (fig. 18)

4.3.1.5 Meetpunt 5: F&B

Voor F&B volgde ik hetzelfde principe als voor de shops. Ook hier gaf de passagier aan of hij iets gegeten of gedronken had en waar: Belair, coffee truck of Horizon. Nadien moest de passagier aangeven of hij vond dat er al dan niet voldoende eet- en drankgelegenheden waren en hoe tevreden hij was over de kwaliteit van het eten. Hij kon kiezen uit zeer slecht – slecht – middelmatig – goed – zeer goed.

87% gaf aan iets gegeten of gedronken te hebben. Bijna de helft hiervan (49%) at of dronk iets in de Horizon, 34% in de Belair en slechts 17% at of dronk iets aan de coffee truck.

De meerderheid (73%) vindt dat er voldoende eet- en drankgelegenheden zijn. Dit is toch een contrast met de eerdere bevraging van D-Sense waar mensen minder tevreden waren over het aantal faciliteiten. Het is wel zo dat sinds het onderzoek van D-Sense er de Horizon en de coffee truck zijn bij gekomen. Hier is de luchthaven dus positief geëvolueerd. (fig. 19)

2 op 3 respondenten die iets at of dronk in de Belair of de Horizon vond de kwaliteit en de variatie goed tot zeer goed (respectievelijk 67% en 68%). Voor de coffee truck bedraagt dit percentage 37%. Het groot aandeel passagiers dat “geen idee” aanduidde (53%) komt uiteraard doordat slechts 17% iets at of dronk aan de coffee truck. Als we de passagiers die geen idee hadden buiten beschouwing laten, vond 79% de kwaliteit en variatie goed tot zeer goed en 18% middelmatig. (tabellen 10, 11 en 12)

4.3.1.6 Meetpunt 6: Grenscontrole

Deze zone kon enkel bevraagd worden indien de passagier naar een extra-Schengenland vloog. Ook hier peilde ik opnieuw naar de wachttijd aan de grenscontrole en of de passagier dit lang, middelmatig of niet lang vond. Het doel was opnieuw te weten te komen of de controle voldoende efficiënt verloopt volgens de passagier. 26% gaf aan naar een extra-Schengenbestemming gevlogen te hebben.

68% vond zijn/haar wachttijd niet lang. Iets meer dan een kwart (26%) vond dit middelmatig en slechts 6% vond de wachttijd lang. Opnieuw antwoordden passagiers uit de leeftijdscategorie 46-65 het meest ‘middelmatig’ tot ‘lang’ (14%). (fig. 20 en tabel 13)

Wetende dat een grenscontrole relatief lang duurt, zijn dit goede resultaten.

4.3.1.7 Meetpunt 7: Hotels

Ik wou te weten komen of passagiers het een meerwaarde vonden indien de luchthaven de mogelijkheid zou bieden er te kunnen overnachten. Daarom ging ik eerst na hoeveel procent van de passagiers in een hotel in de buurt van de luchthaven overnachtte en wat ze vonden van het aantal accommodaties in de buurt. Hiervoor konden ze kiezen om te antwoorden uit onvoldoende – eerder onvoldoende – neutraal – eerder voldoende – voldoende.

Zo goed als niemand gaf aan in een hotel overnachten te hebben net voor zijn/haar vlucht. Bijna de helft van de passagiers (48%) gaf aan geen kennis van het aantal overnachtingsmogelijkheden in de buurt van de luchthaven. Daarom houden we in deze analyse enkel rekening met de andere helft passagiers die wel op de hoogte zijn. Hiervan gaf 40% aan dat er voldoende hotels zijn in de buurt van de luchthaven en 37% was neutraal. Er is dus bijna een kwart (23%) die vindt dat er onvoldoende hotels zijn in de buurt van de luchthaven. (fig. 21)

4.3.2 Eigen suggesties

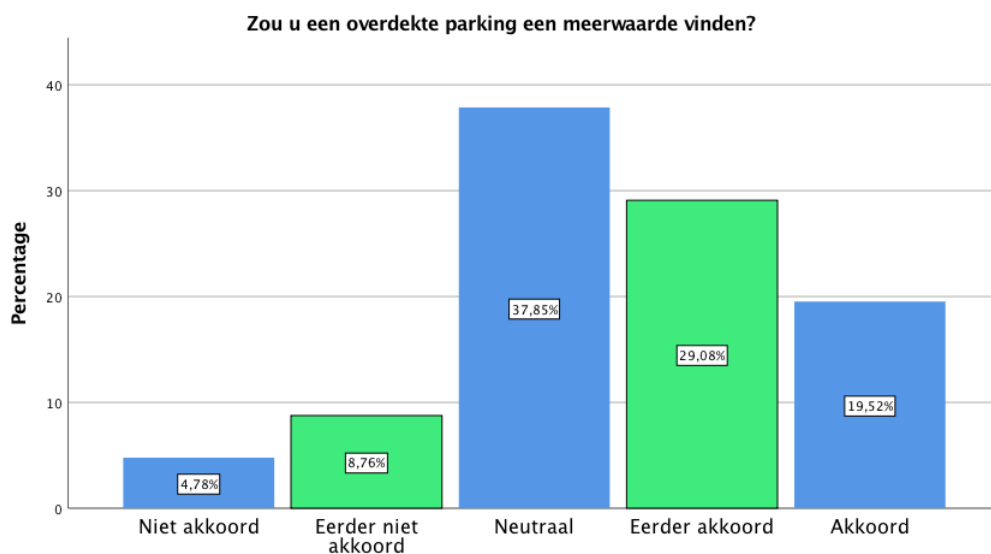
De vijf suggesties die de passagiers voorgelegd kregen zijn:

- 1 Zou u een overdekte parking een meerwaarde vinden?
- 2 Mocht u uw bagage thuis kunnen laten ophalen tegen betaling, zou u dit een meerwaarde vinden?
- 3 Zou u gebruik maken van een self check-in? (= er is geen baliebediende, u hoeft dus niet te wachten tot er iemand aanwezig is)
- 4 Zou u het een meerwaarde vinden uw wachttijd in te vullen in een experience hall? (mini-cinema, energieopwekkende hometrainers, massagezetels, ...)
- 5 Zou u het een meerwaarde vinden indien de luchthaven de mogelijkheid biedt hier te kunnen overnachten?

4.3.2.1 Overdekte parking

Dit gaat over een overdekte parking voor passagiers die de huidige P1 zal vervangen. Deze parking bevat gewone staanplaatsen, gehandicaptenplaatsen, oplaadpalen voor elektrische wagens en een motor- en fietsenparking.

De helft van de ondervraagden (49%) vindt dit een meerwaarde. 38% van de passagiers neemt voorlopig een neutrale houding aan.

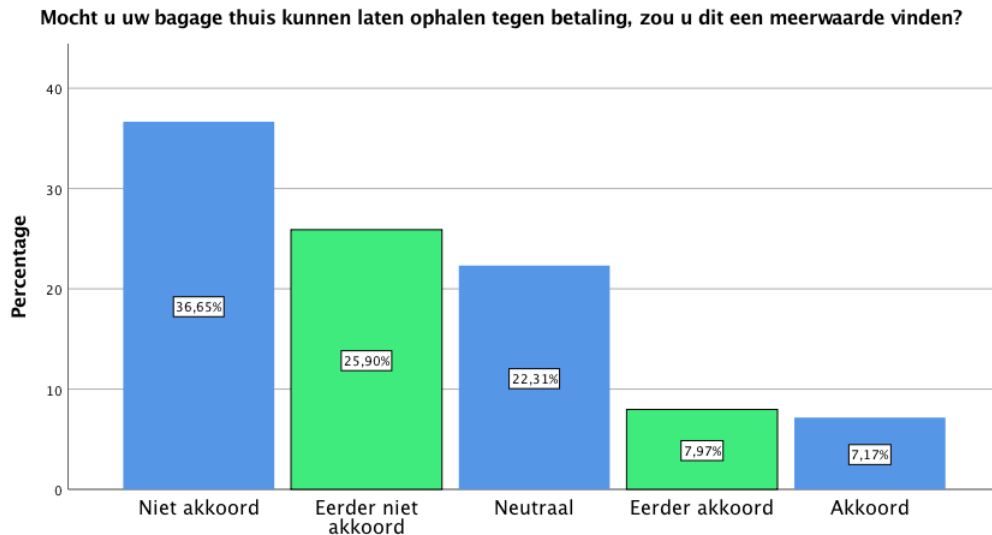


Figuur 8: Overdekte parking

4.3.2.2 Bagage thuis laten ophalen

De idee is om bagage thuis bij de passagier te laten ophalen tegen betaling, zodat de passagier hier zelf niet mee hoeft te sleuren tot aan de luchthaven. Voor bv. passagiers die dichtbij de luchthaven komen kan dit handig zijn omdat ze in dat geval zelfs met de fiets of te voet kunnen komen.

Slechts 15% van de respondenten zou hier gebruik van maken. 63% beschouwt deze service niet als een meerwaarde.



Figuur 9: Bagage thuis laten ophalen

4.3.2.3 Self check-in

Bij een self CI is er geen CI agent die achter de balie staat om de bagage in te checken. Momenteel zijn er negen CI balies. Indien er een self CI komt worden vijf manuele CI desks geschrapt en vervangen door drie self CI desks. Er blijven dan vier manuele CI desks over zodat mensen die er geen gebruik van willen maken toch nog manueel hun bagage kunnen laten inchecken.

Dit idee kon op veel steun rekenen van de passagiers. 67% zegt hiervan gebruik te zullen maken. Dit idee dient dus zeker overwogen te worden.

4.3.2.4 Experience hall

Het concept is een experience hall die in Hall B zou komen, aangezien deze voorlopig niet voldoende benut wordt. Enkele elementen die hierin voorzien zouden worden zijn een mini-cinema waar voortdurend kortfilms gespeeld worden over o.a. de luchtvaart, energieopwekkende hometrainers waar men zijn/haar gsm kan op aansluiten die dan door te trappen opgeladen wordt en massagezetels waarin wachtende passagiers kunnen ontspannen.

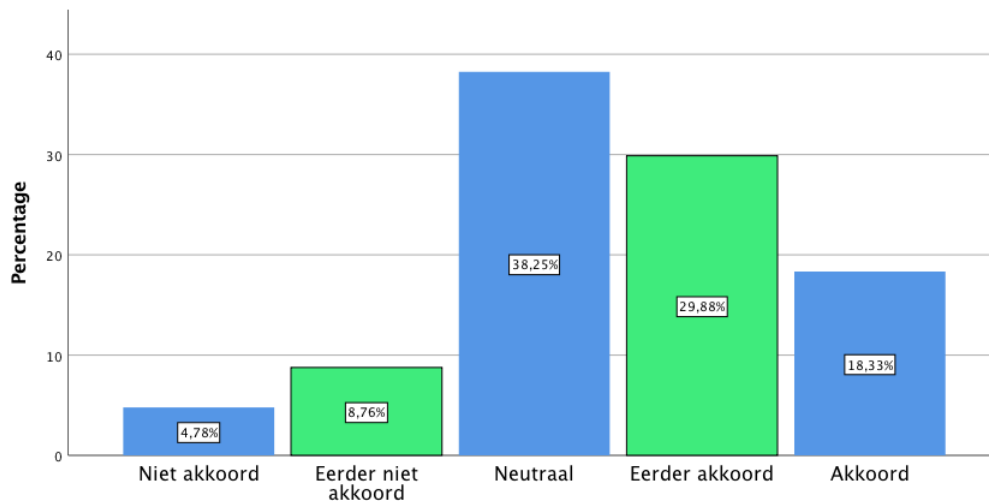
Slechts 27% van de respondenten vindt dit een meerwaarde en iets minder dan de helft (45%) niet. Globaal waren de passagiers hier dus niet heel enthousiast over. Dit idee zal dus niet verder uitgewerkt worden. (fig. 22)

4.3.2.5 Overnachting op luchthaven

Indien de overdekte parking er komt kan dit gekoppeld worden aan een klein hotel dat door de luchthaven zelf uitgebaat zal worden. Luchthaven Oostende-Brugge heeft gemiddeld twee à drie ochtendvluchten per dag. Passagiers kunnen dus volledig ontspannen aan hun reis beginnen als ze reeds op de luchthaven overnachten.

Bijna de helft (48%) vindt dit een meerwaarde. Als hier een deel van de passagiers die er neutraal tegenover staan ook nog kan overgehaald worden is ook dit een opportuniteit en moet de mogelijkheid tot overnachting overwogen worden.

Vindt u het een meerwaarde indien de luchthaven de mogelijkheid biedt hier te kunnen overnachten?



Figuur 10: Overnachten op luchthaven

4.3.3 Suggesties van de passagier

Op het einde van de enquête kon de passagier zelf suggesties geven om de dienstverlening en beleving op Luchthaven Oostende-Brugge te verbeteren.

Meer dan de helft van de passagiers (58%) had geen extra suggesties voor de luchthaven. 18% gaf aan dat het aantal bestemmingen dient verhoogd te worden. Egis is beheerder van de luchthaven en is dus verantwoordelijk voor de exploitatie. De vraag is groot dus men moet zeker eens rond de tafel zitten hiervoor om eventueel nieuwe luchtvaartmaatschappijen aan te trekken zodat het aantal bestemmingen automatisch verhoogt.

6% van de passagiers vinden dat de luchthaven moderner mag worden. Dit omvat o.a. de self CI, smart lanes, maar ook modernere toiletten werden een aantal keer spontaan vermeld.

Er is ook vraag naar meer eet- en shopmogelijkheden. Dit omvat zowel het aantal faciliteiten als de variatie aan producten door 6% van de passagiers.

5% van de passagiers verwacht een betere bereikbaarheid van de luchthaven. Er is vraag naar een shuttlebus die van en naar het station van Oostende rijdt, vaste taxi's en meer bussen. (fig. 23)

4.3.4 Conclusie

Na het afnemen van de enquêtes zijn enkele van de verwachtingen uit deelvraag 2 door de passagier als meerwaarde bevestigd, zoals de overdekte parking, self CI en mogelijkheid tot overnachting. Uit de resultaten bleek ook dat de passagier nog andere verwachtingen had. Deze zullen ook onder 'conclusies en aanbevelingen' opgelijst worden. In de volgende deelvraag zullen mijn bevindingen geformuleerd worden na het bezoek aan London Southend en zal ik vermelden welke ideeën weerhouden kunnen worden.

4.4 Welke acties onderneemt de luchthaven London Southend om haar klantbeleving te verbeteren en in welke mate kan de luchthaven van Oostende deze ook gebruiken?

4.4.1 Bevindingen

Tijdens het bezoek aan de luchthaven zijn enkele elementen blijven hangen in het achterhoofd. Foto's genomen op London Southend vindt u terug in bijlage 9 vanaf pg. 79.

4.4.1.1 Vertrekhal

Eerst en vooral was er een banner die boven de CI balie hing met de woorden "Check-in & bag drop". Dit kan op dezelfde manier gedaan worden op de luchthaven van Oostende met de tekst "Welcome to Ostend-Bruges International Airport".



Figuur 11: Banner London Southend

4.4.1.2 Glazen tunnel

Het probleem van de luchthaven van Oostende waarbij de gates niet afgedekt zijn, kan opgelost worden door het voorbeeld van London Southend te volgen. Wanneer men zijn/haar instapkaart heeft laten zien en gaat boarden wandelt men eerst door een glazen tunnel over het tarmac tot men aan het vliegtuig is. Er is nog een heel kort stuk (+/- 20 meter) dat niet overdekt is tot aan het vliegtuig. Zo is iedereen afgeschermd van regen, sneeuw en wind.



Figuur 12: Glazen tunnel

4.4.1.3 Smart lanes

Bij de veiligheidscontrole maken ze gebruik van smart lanes. Zoals reeds toegelicht dienen deze ervoor om de controle sneller en efficiënter te laten verlopen. We hebben zelf ondervonden dat het systeem van automatisch aanreiken van bakjes het gemak en comfort verhoogt. Men hoeft ze niet meer manueel te stapelen. Foto's van deze smart lanes waren niet toegestaan omwille van veiligheidsredenen.

4.4.1.4 Shops en F&B

De luchthaven biedt tevens een aanzienlijk aantal shop-, eet- en drinkgelegenheden aan.

1 Giraffe Stop

Dit 'to go' restaurant is vooral gericht op de meer basic producten. Hun assortiment bestaat uit smoothies, koffie, ontbijt, hamburgers en salades. Naar mijn mening was dit nogal sober en beperkt qua assortiment en niet echt een inspiratiebron voor Luchthaven Oostende-Brugge.

2 Costa Coffee

Een koffieshop zoals deze algemeen bekend is in de luchthavens. Een zestal soorten koffie, een aanbod aan ontbijtkoeken en enkele broodjes. Het concept zelf was niet overtuigend maar gaf wel inspiratie voor een nieuw idee: een coffee wall in samenwerking met Chaqwa. Het concept van een coffee wall is heel simpel. Een muur wordt omgebouwd en geautomatiseerd tot koffiemachine waar passagiers op ieder moment koffie kunnen kopen. Er is niemand nodig ter bediening en dus kan dit heel efficiënt gebeuren. Een foto van een mogelijk concept vindt u in bijlage terug. (fig. 40)

3 The Navigator

Een typisch Engelse pub met een chique uitstraling. Hun aanbod bestaat vooral uit typische Engelse bieren, gins, wodka, cocktails, wijn, frisdranken en warme dranken. Er kan ook ontbeten en gegeten worden. Zo zijn er voornamelijk tapas maar ook hamburgers, pasta's, salades en pizza's. Dit concept van een pub zal geen meerwaarde bieden voor Luchthaven Oostende-Brugge, maar de gerechten kunnen wel op de kaart gezet worden. (fig. 41)

4 Bourgee

Dit is een luxueuze lounge bar met duurdere producten. Er worden verschillende soorten champagne, cocktails, sterkedranken, kleine tapas en gerechten aangeboden. Naar mijn mening ontvangt Luchthaven Oostende-Brugge niet het juiste publiek om dit soort diensten aan te bieden omdat deze niet echt gericht zijn op luxe. (fig. 42)

5 Duty Free Shop

Deze shop heeft een zeer ruime oppervlakte en biedt erg veel producten aan met ook een erg grote variatie binnen deze producten. Een handige manier om mensen aan te trekken is de zgn. tasting table. Hier worden proevertjes uitgesteld zodat mensen aangespoord worden deze te kopen: (fig. 43)

- parfum (heren en dames);
- gin, wodka, rum, whisky, champagne;
- horloges (heren en dames);
- zonnebrillen (heren en dames);
- souvenirs van Londen;

- elektronica (adapters, kabels, powerbanks);
- snoep.

6 WHSmith

Deze shop biedt dagelijkse producten aan en entertainment voor onderweg: (fig. 44)

- verzorgingsproducten (make-up, zonnecrème);
- magazines, boeken, kranten;
- hoofdtelefoons;
- speelgoed voor kinderen en souvenirs (magneten, modelvliegtuigen, tassen, sleutelhangers, ...);
- broodjes, sandwiches, snoepgoed en dranken.

4.4.1.5 Automaat met elektronica

Iets wat op luchthavens meer en meer wordt gebruikt zijn automaten waar elektronische apparaten kunnen aangeschaft worden: hoofd- en oortelefoons, luidsprekers, oplaadkabels, adapters, ... Dit zijn producten die vaak gebruikt maar ook vergeten worden op reis en dus interessant kunnen zijn voor passagiers. Vooral omdat op de luchthaven van Oostende enkel nog maar adapters verkocht worden. (fig. 45)

4.4.2 Conclusie

Na dit bezoek heb ik een aantal elementen kunnen weerhouden die Luchthaven Oostende-Brugge ook zou kunnen gebruiken. Deze worden ook besproken onder 'conclusies en aanbevelingen'. Ik heb ook zelf kunnen ondervinden hoe bepaalde zaken werken die reeds eerder aan bod kwamen, zoals de smart lanes en de overdekte tunnel van de boarding gate naar het vliegtuig. Deze ervaring was steeds positief.

Hieronder worden alle conclusies per deelvraag besproken om een goed overzicht te krijgen welke punten per deelvraag het belangrijkst zijn.

Conclusies en Aanbevelingen

4.5 Conclusies

Deze bachelorproef diende om een antwoord te vinden op de volgende onderzoeksvraag: “Hoe kan de passagiersbeleving op de luchthaven van Oostende verbeterd worden teneinde de klanttevredenheid te verhogen?”. Om deze vraag te beantwoorden zal dit verdeeld worden over de vier deelvragen.

1. Wat is de huidige passenger flow en tevredenheid voor de vertrekkende passagier van bij aankomst op de luchthaven tot aan vertrek?

Volgens het onderzoek van D-Sense heeft de luchthaven een NDI van 125,0. Van de ondervraagde passagiers is 2% ontevreden, 71% tevreden en 27% van de passagiers gaf aan delighted te zijn.

We kunnen de verbeterpunten die door de passagiers zijn aangegeven in het onderzoek van D-Sense aan de touchpoints koppelen in de passenger flow die ik uitgetekend heb:

Touchpoint in flow	Verbeterpunt
PAX parkeert auto	<ol style="list-style-type: none">1 Parking is te duur2 Keuze van openbaar vervoer van en naar luchthaven is te laag
PAX stapt naar PAX gebouw (niet overdekt)	<ol style="list-style-type: none">1 Geen rolstoelvriendelijke toegang
PAX komt toe in vertrekhal	<ol style="list-style-type: none">1 Te weinig eet- en drankgelegenheden2 Te weinig zitplaatsen op de luchthaven
PAX gaat naar security	<ol style="list-style-type: none">1 Het is niet mogelijk om de instapkaart digitaal te scannen
PAX komt toe in vertrekhal na security	<ol style="list-style-type: none">1 Te weinig eet-en drankgelegenheden2 Te weinig animatie3 Te weinig shops
PAX stapt via het tarmac naar het vliegtuig	<ol style="list-style-type: none">1 Passagiersbrug installeren

Verder dienen ook het **aantal bestemmingen** en de **vluchtfrequenties** opnieuw bekeken te worden samen met TUI fly.

2. Welke verwachtingen heeft het personeel om de passagiersbeleving te verhogen?

Na overleg met Eddy Myngher bleken dit de belangrijkste punten te zijn die in de workshop werden besproken en dus verder dienen onderzocht te worden:

- Een overdekte en dichterbij gelegen parkeergarage bij de ingang van het PAX-gebouw + stopplaats voor openbaar vervoer tussen deze garage en het bestaande luchthavengebouw + kijken wat hierin geïntegreerd kan worden;
- Apart gebouw voor aankomende PAX zodat het bestaande gebouw enkel voor vertrekkende PAX dient;
- Self CI met directe drop-off van bagage;
- Verder digitaliseren en automatiseren security lanes en dus de overstap maken naar smart lanes;
- Capaciteit van boarding area uitbreiden, zowel voor intra- als extra-Schengen;
- Creëren pre-boarding areas voor extra-Schengen en in geval van korte grondtijd van het vliegtuig.

3. Welke verwachtingen heeft de vertrekkende passagier om de passagiersbeleving te verhogen?

Uit de afgenomen enquêtes bleken passagiers volgende verwachtingen te hebben:

- Een overdekte parking;
- Mogelijkheid tot overnachting op de luchthaven;
- Self CI;
- Meer Belgische producten (bier, chocolade en koeken), parfum, souvenirs, kledij en snacks voor op het vliegtuig in Duty Free;
- Meer (internationale) kranten, boeken en magazines in Kiosk;
- Meer bestemmingen;
- Meer eet- en shopmogelijkheden.

4. Welke acties onderneemt de luchthaven London Southend om haar passagiersbeleving te verbeteren en in welke mate kan de luchthaven van Oostende deze ook gebruiken?

Na het bezoek aan London Southend zijn er enkele elementen die weerhouden kunnen worden om te gebruiken in Luchthaven Oostende-Brugge:

- Banner in vertrekhal met tekst "Welcome to Ostend-Bruges International Airport";
- Glazen tunnel van de boarding gate tot aan het vliegtuig;
- Smart lanes aan de veiligheidscontrole;
- Coffee wall;
- Ruimer assortiment aan dranken, parfums en snoepgoed;
- Tasting table;
- Een automaat met elektronica.

Als ik terugblik op het literatuuronderzoek, zijn die resultaten ook van toepassing op het onderzoek dat ik gevoerd heb. Luchthaven Oostende-Brugge wil inzetten op de passenger experience omdat ze het competitieve belang hiervan inzien. De aantrekkelijkheid van de luchthaven moet groter worden en de inspanningen die geleverd moeten worden zullen hiervoor zorgen. Het belang van functionele en emotionele factoren laat zich ook zien in de resultaten, en dan nog iets meer het belang van de emotionele. Uit de verwachtingen van de passagiers blijkt dat ze een overdekte parking willen (voor het veiligheidsgevoel), willen overnachten op de luchthaven (voor het comfort), meer Belgische producten willen in de shops (en dus geen andere producten) en lekker willen eten. De vereiste en verwachte perceptie zitten dus goed, want het zijn voornamelijk elementen die onder gewaardeerde perceptie vallen die gevraagd worden door de passagier. In bijlage 10 vanaf pg. 82 wordt ook de to be flow ingevoegd die weergeeft hoe de passenger flow er nu zou kunnen uitzien.

4.6 Aanbevelingen

Op 14 mei 2019 werd er opnieuw een workshop gehouden met het management. Hier werd de inmiddels uitgewerkte to be flow overlopen en werd gekeken welke punten uit de eerste workshop weerhouden zouden worden. Ook de resultaten van de afgenomen enquêtes werden bekeken en de reis naar Londen. Al mijn bevindingen en aanbevelingen werden besproken en reeds gebundeld in drie specifieke projecten. De volledige uitwerking van deze projecten inclusief motivatie, financiering, etc. wordt in bijlage 11 vanaf pg. 85 bijgevoegd.

Project	Activiteiten
<p>Het eerste project is een nieuw gebouw net voor de luchthaven met een overdekte parking en geïntegreerd hotel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Een overdekte parking ter vervanging van P1 en P3 met een capaciteit van >1000 parkeerplaatsen welke gereserveerd kunnen worden via applicatie; • Parkeerplaatsen voor personen wagens, motors, fietsen en mindervaliden alsook oplaadpalen voor elektrische wagens en (motor)fietsen; • Volledige integratie met het hotel voor passagiers alsook voor niet-passagiers (zorgt voor bijkomende hotelcapaciteit voor Oostende als Stad aan Zee); • Package deals voor passagiers. Overnachten in hotel = korting op parking; • Het hotel is een middenklasse hotel, maar ook met voorzieningen voor bedrijven (vergaderzaal, kantoren, etc.); • Integratie van de stopplaats van openbaar vervoer, taxi's en kiss & ride zone, etc. tussen de nieuwbouw en bestaand luchthavengebouw; • Traject tussen parking en luchthavengebouw wordt overdekt waardoor PAX niet meer in slecht weer naar het gebouw dient te wandelen.
<p>Het tweede project is een upgrade van de structuur en het commerciële aanbod.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Welkomstbanner boven CI met "Welcome to Ostend-Bruges International Airport";

	<ul style="list-style-type: none"> • Glazen tunnel die dient als passagiersbrug van aan de boarding gate tot aan het vliegtuig om zo het onoverdekte traject probleem op te lossen; • Plaatsen automaat met elektronische apparaten (hoofd- en oortelefoons, luidsprekers, oplaadkabels, sloten, ...); • Coffee wall aan landside; • Vergroten commerciële ruimten (Hall B en ex security lanes). Groter Duty Free aanbod (parfum, Belgische streekproducten, kledij, snacks voor op vliegtuig) met tasting table; • Groter Kiosk-aanbod (boeken, kranten en magazines); • Extra F&B mogelijkheden; • Extra oplaadpunten voor smartphones, computers, ... zowel landside als airside; • Herlokalisering van security lanes in niet-gebruikte ruimte tussen Hall B en voorgevel; • Smart lanes aan security voor een efficiëntere en snellere doorstroming; • 3 self CI desks i.p.v. 5 manuele CI desks.
<p>Het derde project is een nieuw gebouw voor alle aankomende passagiers waardoor de huidige passagiersterminal volledig benut wordt door vertrekkende passagiers.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aparte nieuwe aankomst terminal; • Deze hall wordt voorzien van basisinfrastructuur om 6 tot 7 vluchten tegelijk te kunnen afhandelen, met aparte intra- en extra-Schengen ingangen en voldoende bagagebanden; • Het project omvat ook een nieuwe huisvesting voor de douane en de federale politie; • Deze zullen worden voorzien langs de meest rechtse kant van het gebouw (gezien vanuit de voorkant/landside), zodat er een directe toegang is naar de vertrekhal; • Door het vrijmaken van de ruimte die vroeger werd gebruikt voor de douane, de federale politie en de aankomsthal (intra- en extra-Schengen ruimte), kan de capaciteit voor het vertrek verder worden uitgebreid; • Uitbreiding van vier naar acht boarding gates; • Uitbreiding van de intra-Schengen en extra-Schengen wachtzalen; • Creatie van een nieuwe echte VIP lounge (concept hierrond dient nog uitgewerkt te worden); • Uitbreiding van het aanbod F&B in extra-Schengen; • Creëren van pre-boarding ruimte; • Het deels overdekken/overkappen van het traject tussen de boarding gates en het vliegtuig met een passagiersbrug.

Wat ik ten slotte buiten deze projecten zeker zou aanbevelen is om samen met TUI fly de bestemmingen te bekijken. Er is zeer veel vraag naar bestemmingen zoals Barcelona, Rome, ... als citytrips. De luchthaven wil een jonger publiek aantrekken en het zijn vooral jongeren die citytrips doen. Dit kan m.i. zeker een opportuniteit zijn.

5 Bibliografie

- Airports Council International. (2018). Changing passenger needs and expectations. In A. C. International, *Guidelines for passenger services at European airports* (p. 171).
- Airports Council International. (2018). Enhancing the passenger experience. In A. C. International, *Guidelines for passenger services at European airports* (p. 171).
- Airports Council International. (2018). Passenger Journeys - The Same Journey, Different Experiences. In A. C. International, *Guidelines for passenger services at European Airports* (p. 171).
- Airports Council International. (2018). The importance of the passenger experience. In A. C. International, *Guidelines for passenger services at European airports* (p. 171).
- Airports Council International. (2018). Understanding Passenger Emotional Behaviour. In A. C. International, *Guidelines for passenger services at European airports* (p. 171).
- CCD. (2013, September 19). *What is "Passenger Experience"?* Opgehaald van designbyccd.com: <https://www.designbyccd.com/thinking/what-is-passenger-experience/>
- DHL Freight: Sales & Marketing. (2019, Maart 3). Customer Journey Mapping: Klantenreis in kaart brengen. Kontich, Antwerpen, België.
- Europa Nu. (sd). *Schengen- en visabeleid*. Opgehaald van Europa nu: https://www.europa-nu.nl/id/vh1alz099lwi/schengen_en_visabeleid
- Kansai Airport. (2017). *Smart lanes*. Opgehaald van Kansai Airport: <https://www.kansai-airport.or.jp/en/flight/route/smart.html>
- London Southend Airport – trein, bus, taxi, auto huren, vliegtickets Easyjet / Flybe. (sd). Opgehaald van Southend Airport: <https://www.southend-airport.nl/>
- London Southend. (sd). *We've won!* Opgehaald van London Southend: <https://southendairport.com/news/ranked-best-airport-2017>
- Luchthaven Oostende-Brugge. (sd). *Restaurants & shops*. Opgehaald van Internationale Luchthaven Oostende-Brugge: <https://www.luchthaven-oostendebrugge.com/restaurants/>
- Luchthavens. (sd). Opgehaald van belgium.be: https://www.belgium.be/nl/mobiliteit/lucht-en_scheepvaart/luchthavens
- Over Luchthaven Oostende. (2019). Opgehaald van Luchthaven Oostende-Brugge: <https://www.luchthaven-oostendebrugge.com/over-luchthaven-oostende/>
- Stroomdiagram. (2019). Opgehaald van Leaninfo.nl: <https://www.leaninfo.nl/stroomdiagram/>
- Thalion. (2019, Februari 19). *User Journey Maps or User Flows, what to do first?* Opgehaald van Medium.com: <https://medium.com/sketch-app-sources/user-journey-maps-or-user-flows-what-to-do-first-48e825e73aa8>
- tuxx. (sd). *Stroomdiagram symbolen*. Opgehaald van tuxx.be: <https://www.tuxx.be/nl/stroomdiagram/symbolen/uitleg/>

Van Welden, P., Coenen, L., & Vranken, L. (2018). *RESULTATEN CUSTOMER DELIGHT ONDERZOEK LEM Antwerp en Ostend-Bruges Airport 2018*. Sint-Joris-Winge.

vrt. (sd). *tarmac*. Opgehaald van vrttaal: <https://vrttaal.net/taaladvies-taalkwestie/tarmac>

Brusselsairlines. (2014, 9 juni). *Type22 Scan&Fly @ BRU instuction video NL* [Video]. Geraadpleegd op 29 april 2019, van <https://www.youtube.com/watch?v=AXLFqKIOJYg>

Bourgee. (n.d.). Photograph. Geraadpleegd op <https://southendairport.com/explore/bourgee>

Figuurlijst

Figuur 1: Plutchik's Wheel of Emotions.....	13
Figuur 2: Humeur van passagiers	14
Figuur 3: Positieve en negatieve emoties van passagiers	15
Figuur 4: Luchtfoto parkings.....	21
Figuur 5: Plattegrond met verschillende zones.....	22
Figuur 6: NDI Oostende en Antwerpen	23
Figuur 7: Gebruik parking per leeftijdscategorie.....	30
Figuur 8: Overdekte parking.....	33
Figuur 9: Bagage thuis laten ophalen	34
Figuur 10: Overnachten op luchthaven.....	35
Figuur 11: Banner London Southend.....	36
Figuur 12: Glazen tunnel	36
Figuur 13: Waterval Jewel Changi Airport.....	53
Figuur 14: Leeftijd.....	64
Figuur 15: Doel van de vlucht.....	64
Figuur 16: Wachtijd aan CI	66
Figuur 17: Wachtijd aan veiligheidscontrole	66
Figuur 18: Aantal shops.....	68
Figuur 19: Aantal eet- en drankgelegenheden.....	68
Figuur 20: Wachtijd aan grenscontrole.....	69
Figuur 21: Aantal hotelaccomodaties	70
Figuur 22: Experience hall	70
Figuur 23: Suggesties PAX	71
Figuur 24: P1.....	72
Figuur 25: P2.....	72
Figuur 26: Vertrekhal.....	72

Figuur 27: CI.....	73
Figuur 28: Coffee truck.....	73
Figuur 29: Veiligheidscontrole.....	74
Figuur 30: Hall B met Cosy Corner.....	74
Figuur 31: Junior Club.....	74
Figuur 32: Horizon Grand Café.....	75
Figuur 33: Duty Free.....	75
Figuur 34: Kiosk.....	76
Figuur 35: VIP-Room.....	76
Figuur 36: Boarding area met boarding gate.....	77
Figuur 37: Grenscontrole met boarding area extra-Schengen.....	77
Figuur 38: Tarmac.....	77
Figuur 39: Aircraft.....	78
Figuur 40: Mogelijke coffee wall.....	79
Figuur 41: The Navigator.....	79
Figuur 42: Bourgee (Bourgee, sd).....	80
Figuur 43: Duty Free London Southend.....	80
Figuur 44: WHSmith.....	80
Figuur 45: Automaat met elektronica.....	81
Tabel 1: Prijszetting per parking.....	65
Tabel 2: Prijszetting parking per leeftijdscategorie.....	65
Tabel 3: Veiligheid per parking.....	65
Tabel 4: Veiligheid parking per leeftijd.....	65
Tabel 5: Wachtijd aan CI per leeftijd.....	66
Tabel 6: Wachtijd aan veiligheidscontrole per leeftijd.....	67
Tabel 7: Variatie aan producten in Duty Free.....	67
Tabel 8: Variatie aan producten in Kiosk.....	67

Tabel 9: Productcategorieën Duty Free	67
Tabel 10: Kwaliteit eten Belair	68
Tabel 11: Kwaliteit eten coffee truck	69
Tabel 12: Kwaliteit eten Horizon	69
Tabel 13: Wachtijd aan grenscontrole per leeftijd	70

Bijlagen

Bijlage 1: Tijdsplanning onderzoek

Bijlage 2: Foto waterval

Bijlage 3: Vragenlijst D-Sense

Bijlage 4: SWOT-analyse

Bijlage 5: Flowchart as is

Bijlage 6: Vragenlijst enquête

Bijlage 7: Grafieken en tabellen

Bijlage 8: Foto's Luchthaven Oostende-Brugge

Bijlage 9: Foto's London Southend

Bijlage 10: To be flow

Bijlage 11: Officiële documenten uitwerking projecten

Bijlage 1: Tijdsplanning onderzoek

Deelvragen

1	Wat is de huidige klantbeleving en klanttevredenheid van de vertrekkende passagier van bij aankomst op de luchthaven tot aan vertrek?
2	Wat is de huidige klantbeleving en klanttevredenheid voor de vertrekkende passagier?
3	Welke verwachtingen heeft het personeel om de klantbeleving te verhogen?
4	Welke verwachtingen heeft de vertrekkende passagier om de klantbeleving te verhogen?
5	Welke acties onderneemt de luchthaven London Southend om haar klantbeleving te verbeteren en in welke mate kan de luchthaven van Oostende deze ook gebruiken?

Onderzoeksmethodiek WAT	Onderzoeksgroep WIE	Februari				Maart				April				Mei			
<i>desk research</i>	-																
<i>Huidige flow zelf afleggen</i>	-																
<i>Workshop + brainstorm</i>	<i>Personeel luchthaven</i>																
<i>Enquêtes (online + persoonlijk)</i>	<i>251 passagiers</i>																
<i>Field research</i>	-																

Bijlage 2: Foto waterval



Figuur 13: Waterval Jewel Changi Airport

Bijlage 3: Vragenlijst D-Sense

Cluster	Verwachtingen
Bereikbaarheid	De luchthaven is gemakkelijk bereikbaar met de wagen.
Bereikbaarheid	De luchthaven is gemakkelijk bereikbaar met het openbaar vervoer.
Bereikbaarheid	Er is voldoende keuze in openbaar vervoer naar/vanuit de luchthaven.
Bereikbaarheid	De parking van de luchthaven is betaalbaar.
Bereikbaarheid	De luchthaven bevindt zich dichtbij de eindbestemming van uw reis (i.e., de plaats waar u naartoe ging nadat u aankwam op de Luchthaven van Antwerpen).
Inrichting	U vindt gemakkelijk mijn weg op de luchthaven.
Inrichting	U voelt zich veilig op de luchthaven.
Inrichting	Er hangt een gemoedelijke sfeer op de luchthaven.
Inrichting	Het personeel is (klant)vriendelijk.
Inrichting	De luchthaven heeft voldoende eet- en drinkgelegenheden.
Inrichting	De luchthaven is kind- en familievriendelijk.
Inrichting	De luchthaven is proper.
Inrichting	Er zijn voldoende zitplaatsen op de luchthaven.
Check-in en exit	Het inchecken bij vertrek verloopt snel.
Check-in en exit	De bagageafhandeling bij aankomst verloopt snel.
Check-in en exit	De veiligheidscontrole gebeurt snel en efficiënt.
Check-in en exit	De wandelafstanden zijn kort.
Check-in en exit	De vluchtschermen geven duidelijke informatie over vertrekkende/aankomende vluchten.
Vluchtfrequentie	Er zijn voldoende bestemmingen bereikbaar vanuit de luchthaven.
Vluchtfrequentie	De luchthaven biedt frequent genoeg vluchten aan naar haar bestemmingen.
Vluchtfrequentie	Er zijn voldoende frequent vluchten naar beide luchthavens.

Sociale media	De vertrek- en aankomsttijden worden duidelijk aangegeven op de website.
Sociale media	De website biedt een duidelijk overzicht van alle bestemmingen die via de luchthaven te bereiken zijn.
Sociale media	De website biedt een duidelijk overzicht van alle luchtvaartmaatschappijen die op de luchthaven actief zijn.
Sociale media	De Facebookpagina van de luchthaven biedt duidelijke informatie over nieuwe routes en bestemmingen.
Sociale media	De Facebookpagina geeft voldoende updates over nieuwe initiatieven en ontwikkelingen van de luchthaven.
Sociale media	De Twitteraccount van de luchthaven geeft voldoende updates over nieuwe initiatieven en ontwikkelingen van de luchthaven.
Sociale media	De Twitteraccount van de luchthaven biedt duidelijke informatie over vertragingen.
Sociale media	Het LinkedIn-profiel van de luchthaven biedt voldoende nuttige info voor zakenreizigers.
Sociale media	Het LinkedIn-profiel geeft voldoende updates over nieuwe initiatieven en ontwikkelingen van de luchthaven.
Sociale media	Het Instagram-profiel van de luchthaven biedt aantrekkelijke foto's aan van de faciliteiten en omgeving.

Bijlage 4: SWOT-analyse

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Korte wandelafstanden binnen luchthaven (compact) • Eenvoud, makkelijke toegang en goed overzicht (comfortabel, geen gedoe) • Familiale sfeer (cosy gevoel, dicht bij de klant, klantvriendelijk personeel) • Relax en rustig gevoel • Vlotte en efficiënte doorstroming • Korte cycle time tussen parkeren en opstappen (<1u) • Veel parkeerplaatsen (geen nood om te zoeken) • Geen files in de buurt van en naar de luchthaven • Luchthaven op mensenmaat • Gevoel van veiligheid 	<ul style="list-style-type: none"> • Geen keuze in soort parking (discount, VIP, ...) • Niet overdekt traject parking -> luchthaven • Onveilige situaties voetgangers P2 en P3 • Grote afstand van P3 naar luchthavengebouw • Niet overdekt traject boarding -> aan boord vliegtuig • Beperkte faciliteiten F&B • Geen pre-boarding area • Beperkte boardingcapaciteit, vooral extra-Schengen (180 PAX) • Geen centraal aanspreekpunt na security (informatiebalie) • Betaling parking moet buiten gebeuren • In- en uitgang vertrekhal zijn niet efficiënt, vertrekkende en aankomende PAX zijn gemixt • Parking is duur vergeleken met andere luchthavens
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> • Intensievere communicatie over het merk van de luchthaven • Verdere digitalisering van services en activiteiten (Self CI, smart lanes, ...) • Ruimte wordt niet volledig benut (Hall B, vertrekhal, ...) • Beter communiceren bereikbaarheid en mogelijkheden openbaar vervoer • Gebruik Junior Club verhogen in Hall B • Ruimte en activiteiten op landzijde verminderen en vergroten op airside • Creëren mogelijkheden opladen elek. apparatuur • Plaatsen oplaadpalen auto's & fietsen passagiers • Mogelijkheid creëren voor bagage drop-off 	<ul style="list-style-type: none"> • Prijszetting TUI ligt hoger dan op andere luchthavens • Limiet bereikt van boarding capaciteit met huidige activiteit • Weinig keuze in openbaar vervoer • Lage frequentie in vluchten • Weinig hotelaccommodatie in de buurt • Ouder doelpubliek • Gratis parkeermogelijkheden in de buurt (Duinkerksesweg) • Afhankelijk van 1 bagageafhandelaar (Aviapartner)

Bijlage 5: Flowchart as is

In een flowchart kan een enorm aantal symbolen gebruikt worden die van de eerste keer niet altijd duidelijk lijken. Meestal wordt een flowchart van boven naar onder gelezen en van links naar rechts. De reden hiervoor is dat een flowchart een proces weergeeft dat evolueert in de tijd. Hoe meer we naar onder en naar rechts gaan, hoe verder we in de tijd gaan. Hier bespreek ik de symbolen die aan bod komen in deze bachelorproef.



Dit symbool geeft een begin- of eindsignaal van een proces aan. Het wordt meestal gebruikt als eerste of als laatste stap in een flowchart.



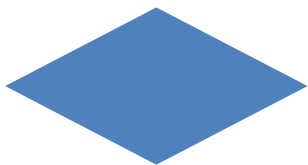
Een rechthoek geeft in dit geval een proces aan of een actie die genomen wordt. Dit wordt ook het vaakst gebruikt om achtereenvolgende stappen aan te geven.



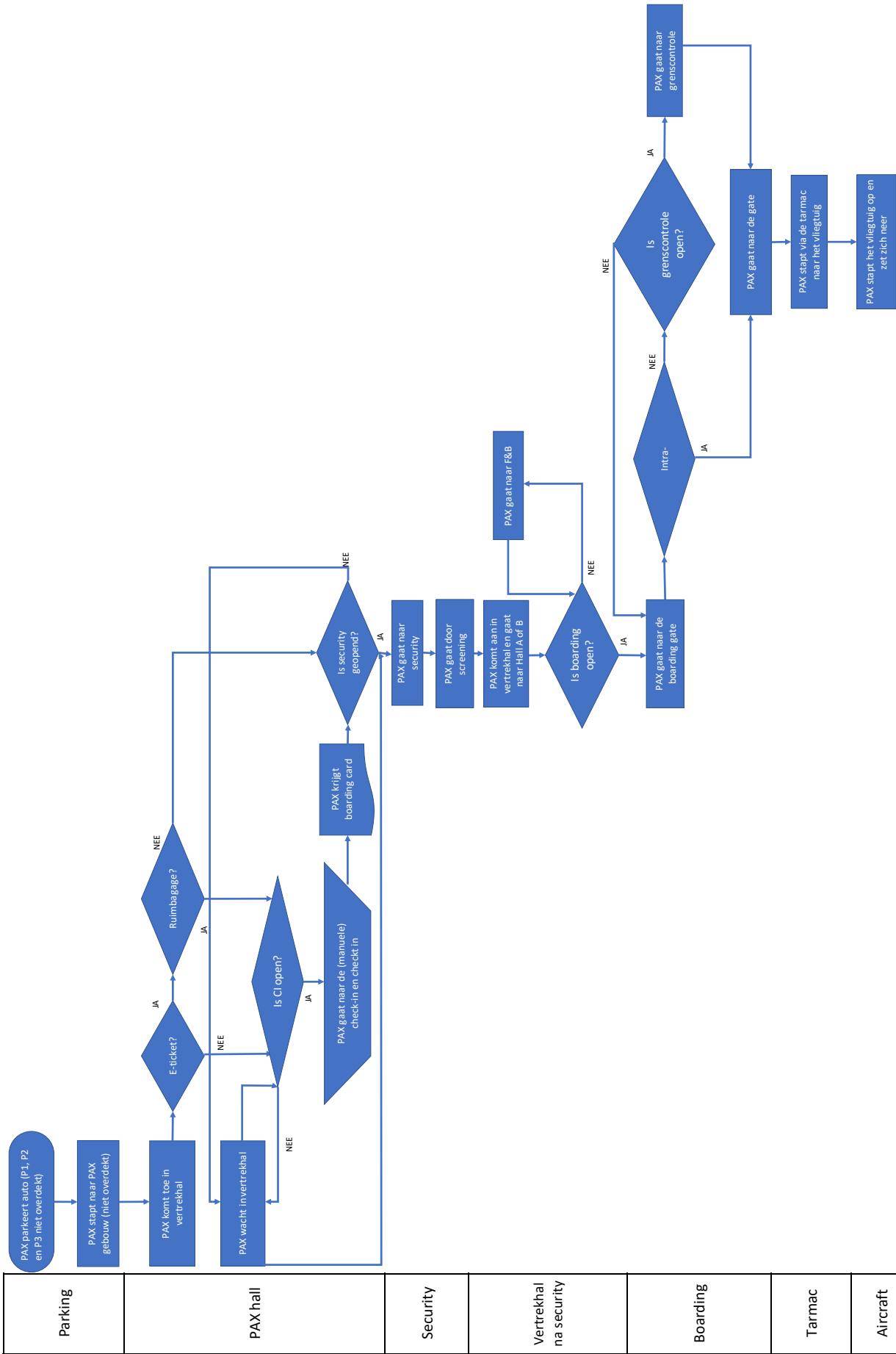
Dit symbool geeft een document weer dat wordt gebruikt of geleverd in het proces. In het geval van de luchthaven kan dit bv. een instapkaart zijn.



Dit geeft een handmatige bewerking weer, m.a.w. processen die niet geautomatiseerd zijn.



Vanuit dit symbool kunnen meerdere opties vertrekken uit de 4 punten. Meestal wordt dit gebruikt om een beslissing weer te geven waarbij men kiest tussen 'ja' en 'nee'. (tuxx, sd)



Parking						
	PAX hall	Security	Vertrekhal na security	Boarding	Tarmac	Aircraft

Bijlage 6: Vragenlijst enquête

Inleidende tekst:

Beste passagier,

Mijn naam is Thomas De Spiegeleer, laatstejaarsstudent Marketing aan Odisee in Aalst. In het kader van mijn bachelorproef voer ik in samenwerking met Luchthaven Oostende-Brugge een onderzoek naar de tevredenheid van de passagier over de luchthaven.

Het doel van deze enquête is een beter zicht krijgen in wat uw algemene ervaring is als passagier zodat wij als luchthaven hier nog beter rekening kunnen mee houden in de toekomst. Deze enquête is anoniem en neemt max. 6 minuten van uw tijd in beslag. Uw mening telt!

Hartelijk dank voor uw deelname,

Thomas De Spiegeleer

Vragen enquête:

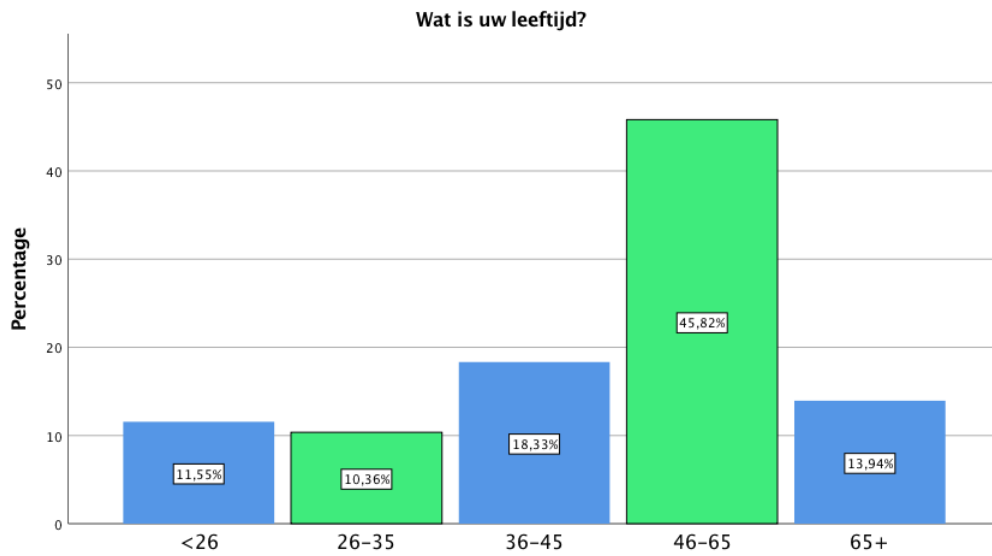
- 1 Hoe vaak heeft u al gereisd via Luchthaven Oostende-Brugge?
 - a 1 keer
 - b 2 keer
 - c 3 keer
 - d 4 keer
 - e 5+ keer
 - f Nooit (indien dit geantwoord werd eindigde de enquête)
- 2 Heeft u gebruik gemaakt van de betaalparking?
 - a Ja
 - b Nee
- 3 Indien ja, welke?
 - a P1 (net voor het luchthavengebouw)
 - b P2 (rechts van het luchthavengebouw)
 - c P3 (achter het luchthavengebouw)
- 4 Indien nee, waarom niet?
 - a Open vraag.
- 5 Wat vindt u van de prijszetting tegenover andere luchthavens?
 - a Duurder
 - b Vergelijkbaar
 - c Goedkoper
 - d Geen idee
- 6 Wat vindt u van de veiligheid van de parking t.o.v. andere luchthavens? (veiligheid: of uw auto goed beveiligd staat)
 - a Slechter
 - b Vergelijkbaar
 - c Beter
 - d Geen idee
- 7 Indien slechter, waarom?
 - a Open vraag.
- 8 Hoe vindt u de afstand van de parking tot het luchthavengebouw? (vertrekhal)
 - a Ver
 - b Middelmatig
 - c Dichtbij
- 9 Zou u een overdekte parking een meerwaarde vinden?
 - a Niet akkoord
 - b Eerder niet akkoord
 - c Neutraal
 - d Eerder akkoord
 - e Akkoord
- 10 Indien niet akkoord, waarom niet?
 - a Open vraag.
- 11 Hoelang was uw wachttijd aan check-in?
 - a 0-5 min
 - b 5-10 min
 - c 10-20 min
 - d 20+ min
- 12 Vindt u dat lang, middelmatig of niet lang?
 - a Lang
 - b Middelmatig
 - c Niet lang

- 13 Zou u gebruik maken van een self check-in? (= zonder baliebediende, u hoeft dus niet te wachten tot er iemand aanwezig is)
- a Ja
 - b Nee
- 14 Mocht u uw bagage thuis kunnen laten ophalen tegen betaling, zou u dit een meerwaarde vinden?
- a Niet akkoord
 - b Eerder niet akkoord
 - c Neutraal
 - d Eerder akkoord
 - e Akkoord
- 15 Hoelang was uw wachttijd aan de veiligheidscontrole?
- a 0-5 min
 - b 5-10 min
 - c 10-20 min
 - d 20+ min
- 16 Vindt u dat lang, middelmatig of niet lang?
- a Lang
 - b Middelmatig
- 17 Hebt u iets gekocht in de shops?
- a Ja
 - b Nee
- 18 Indien ja, waar?
- a Duty Free
 - b Kiosk (krantenwinkel, links van Horizon Café)
- 19 Indien nee, waarom niet? (werd getoond indien vraag 17: 'nee')
- a Open vraag.
- 20 Wat vindt u van het aantal shops?
- a Onvoldoende
 - b Eerder onvoldoende
 - c Neutraal
 - d Eerder voldoende
 - e Voldoende
- 21 Wat vindt u van de variatie aan producten in de shops?
- a Duty Free
 - i Onvoldoende
 - ii Eerder onvoldoende
 - iii Neutraal
 - iv Eerder voldoende
 - v Voldoende
 - vi Geen idee
 - b Kiosk
 - i Onvoldoende
 - ii Eerder onvoldoende
 - iii Neutraal
 - iv Eerder voldoende
 - v Voldoende
 - vi Geen idee
- 22 Indien onvoldoende, wat zou u graag toegevoegd zien?
- a Open vraag.
- 23 Zou u het een meerwaarde vinden om uw wachttijd in te vullen in een experience hall? (mini-bioscoop, energieopwekkende hometrainers, massagestoelen, ...)

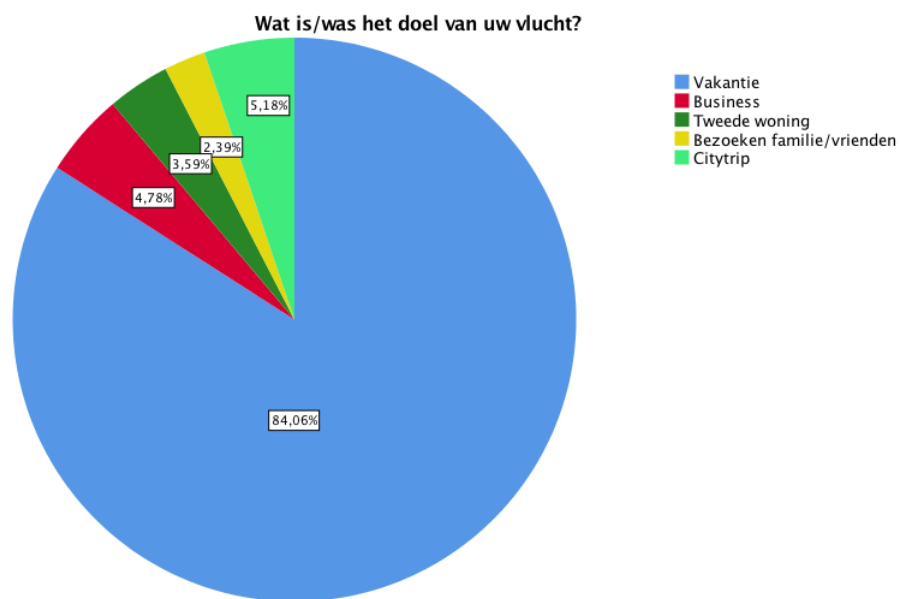
- a Niet akkoord
 - b Eerder niet akkoord
 - c Neutraal
 - d Eerder akkoord
 - e Akkoord
- 24 Hebt u gegeten of gedronken in één van onze faciliteiten?
- a Ja
 - b Nee
- 25 Indien nee, waarom niet?
- a Open vraag.
- 26 Indien ja, waar? (meerdere antwoorden mogelijk)
- a Belair (eerste verdiep vóór security)
 - b Coffee truck (beneden in vertrekhal)
 - c Horizon (gelijkvloers ná security)
- 27 Wat vindt u van het aantal eet- en drinkgelegenheden?
- a Onvoldoende
 - b Eerder onvoldoende
 - c Neutraal
 - d Eerder voldoende
 - e Voldoende
 - f Geen idee
- 28 Wat vindt u van de kwaliteit en variatie van het eten/drinken?
- a Belair
 - i Zeer slecht
 - ii Slecht
 - iii Middelmatic
 - iv Goed
 - v Zeer goed
 - vi Geen idee
 - b Coffee truck
 - i Zeer slecht
 - ii Slecht
 - iii Middelmatic
 - iv Goed
 - v Zeer goed
 - vi Geen idee
 - c Horizon
 - i Zeer slecht
 - ii Slecht
 - iii Middelmatic
 - iv Goed
 - v Zeer goed
 - vi Geen idee
- 29 Indien u ontevreden was, wat was er slecht?
- a Open vraag.
- 30 Hebt u extra Schengen gevlogen? (Bulgarije, Turkije, Tunesië, Egypte, Rusland)
- a Ja
 - b Nee
- 31 Hoelang was uw wachttijd aan de grenscontrole?
- a 0-5 min
 - b 5-10 min
 - c 10-20 min

- d 20+ min
- 32 Vindt u dat lang, middelmatig of niet lang?
 - a Lang
 - b Middelmatig
 - c Niet lang
- 33 Hebt u gebruik gemaakt van één van de hotels in de buurt van de Luchthaven Oostende-Brugge?
 - a Ja
 - b Nee
- 34 Wat vindt u van het aantal hotelaccommodaties in de buurt van de luchthaven?
 - a Onvoldoende
 - b Eerder onvoldoende
 - c Neutraal
 - d Eerder voldoende
 - e Voldoende
 - f Geen idee
- 35 Vindt u het een meerwaarde indien de luchthaven de mogelijkheid biedt hier te kunnen overnachten?
 - a Niet akkoord
 - b Eerder niet akkoord
 - c Neutraal
 - d Eerder akkoord
 - e Akkoord
- 36 Heeft u zelf nog suggesties om de dienstverlening en de beleving op Luchthaven Oostende-Brugge te verbeteren of zijn er zaken die volgens u ontbreken?
 - a Open vraag.
- 37 Wat is uw geslacht?
 - a Man
 - b Vrouw
- 38 Wat is uw leeftijd?
 - a <26
 - b 26-35
 - c 36-45
 - d 46-65
 - e 65+
- 39 Wat is/was het doel van uw vlucht?
 - a Vakantie
 - b Business
 - c Tweede woning
 - d Bezoeken familie/vrienden
 - e Citytrip
- 40 Wat is het land van uw woonplaats?
 - a België
 - b Nederland
 - c Verenigd Koninkrijk
 - d Duitsland
 - e Spanje
 - f Italië
 - g Zwitserland
 - h Rusland
 - i Andere: ...
- 41 Wat is uw postcode?
 - a Open vraag.

Bijlage 7: Grafieken en tabellen



Figuur 14: Leeftijd



Figuur 15: Doel van de vlucht

		Wat vindt u van de prijszetting van de parking tegenover andere luchthavens?							
		Duurder		Vergelijkbaar		Goedkoper		Geen idee	
		Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Welke parking heeft u gebruikt?	P1	10	9,5%	25	23,8%	16	15,2%	7	6,7%
	P2	10	9,5%	18	17,1%	10	9,5%	8	7,6%
	P3	0	0,0%	0	0,0%	1	1,0%	0	0,0%

Tabel 1: Prijszetting per parking

		Wat vindt u van de prijszetting van de parking tegenover andere luchthavens?							
		Duurder		Vergelijkbaar		Goedkoper		Geen idee	
		Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Wat is uw leeftijd?	<26	2	22,2%	2	22,2%	3	33,3%	2	22,2%
	26-35	0	0,0%	7	58,3%	3	25,0%	2	16,7%
	36-45	6	25,0%	6	25,0%	9	37,5%	3	12,5%
	46-65	9	18,0%	22	44,0%	12	24,0%	7	14,0%
	65+	3	30,0%	6	60,0%	0	0,0%	1	10,0%

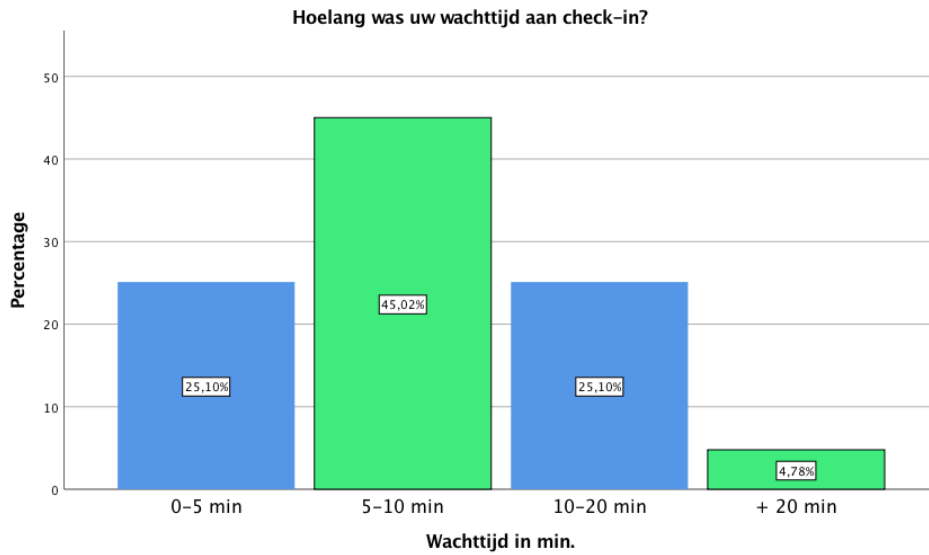
Tabel 2: Prijszetting parking per leeftijdscategorie

		Wat vindt u van de veiligheid van de parking t.o.v. andere luchthavens?							
		Slechter		Vergelijkbaar		Beter		Geen idee	
		Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Welke parking heeft u gebruikt?	P1	16	15,2%	28	26,7%	8	7,6%	6	5,7%
	P2	13	12,4%	21	20,0%	9	8,6%	3	2,9%
	P3	1	1,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 3: Veiligheid per parking

		Wat vindt u van de veiligheid van de parking t.o.v. andere luchthavens?							
		Slechter		Vergelijkbaar		Beter		Geen idee	
		Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Wat is uw leeftijd?	<26	2	22,2%	7	77,8%	0	0,0%	0	0,0%
	26-35	7	58,3%	4	33,3%	0	0,0%	1	8,3%
	36-45	6	25,0%	12	50,0%	2	8,3%	4	16,7%
	46-65	13	26,0%	22	44,0%	11	22,0%	4	8,0%
	65+	2	20,0%	4	40,0%	4	40,0%	0	0,0%

Tabel 4: Veiligheid parking per leeftijd

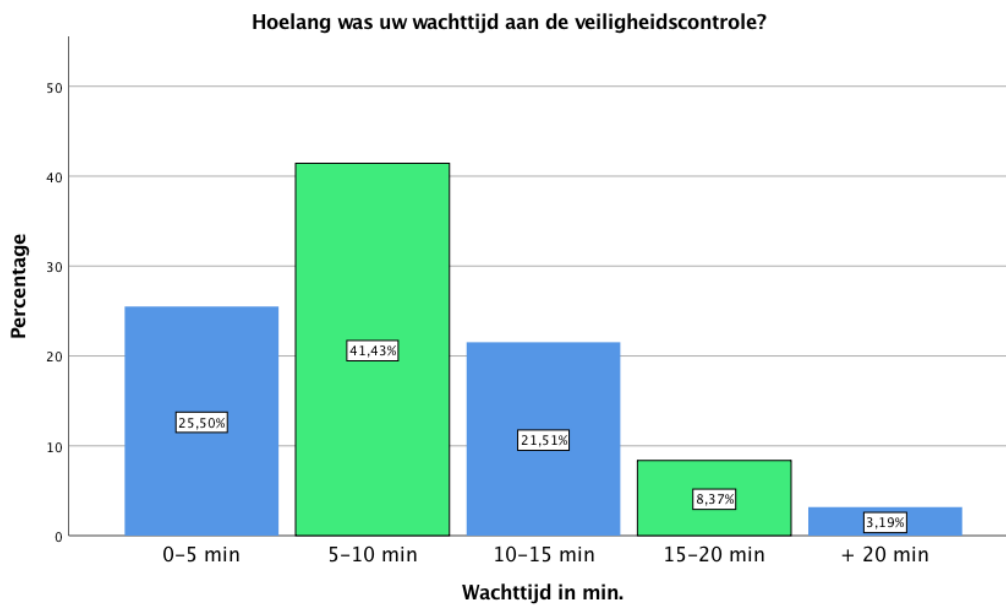


Figuur 16: Wachttijd aan CI

Hoe vond u uw wachttijd aan CI?

		Lang		Middelmatig		Niet lang	
		Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Wat is uw leeftijd?	<26	2	0,8%	6	2,4%	21	8,4%
	26-35	1	0,4%	3	1,2%	22	8,8%
	36-45	2	0,8%	4	1,6%	40	15,9%
	46-65	3	1,2%	23	9,2%	89	35,5%
	65+	0	0,0%	5	2,0%	30	12,0%

Tabel 5: Wachttijd aan CI per leeftijd



Figuur 17: Wachttijd aan veiligheidscontrole

		Hoe vond u uw wachttijd aan de veiligheidscontrole?					
		Lang		Middelmatig		Niet lang	
		Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Wat is uw leeftijd?	<26	2	0,8%	4	1,6%	23	9,2%
	26-35	0	0,0%	7	2,8%	19	7,6%
	36-45	1	0,4%	7	2,8%	38	15,1%
	46-65	9	3,6%	25	10,0%	81	32,3%
	65+	2	0,8%	14	5,6%	19	7,6%

Tabel 6: Wachttijd aan veiligheidscontrole per leeftijd

		Aantal	%
Wat vindt u van de variatie aan producten in de shops? - Duty Free	Onvoldoende	28	11,2%
	Eerder onvoldoende	53	21,1%
	Neutraal	76	30,3%
	Eerder voldoende	27	10,8%
	Voldoende	24	9,6%
	Geen idee	43	17,1%

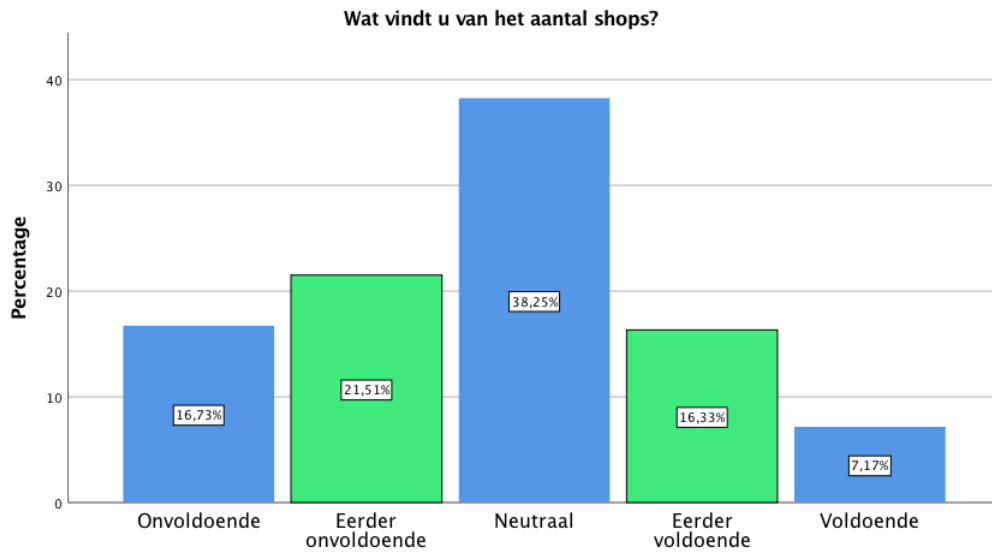
Tabel 7: Variatie aan producten in Duty Free

		Aantal	%
Wat vindt u van de variatie aan producten in de shops? - Kiosk	Onvoldoende	9	3,6%
	Eerder onvoldoende	33	13,1%
	Neutraal	70	27,9%
	Eerder voldoende	46	18,3%
	Voldoende	49	19,5%
	Geen idee	44	17,5%

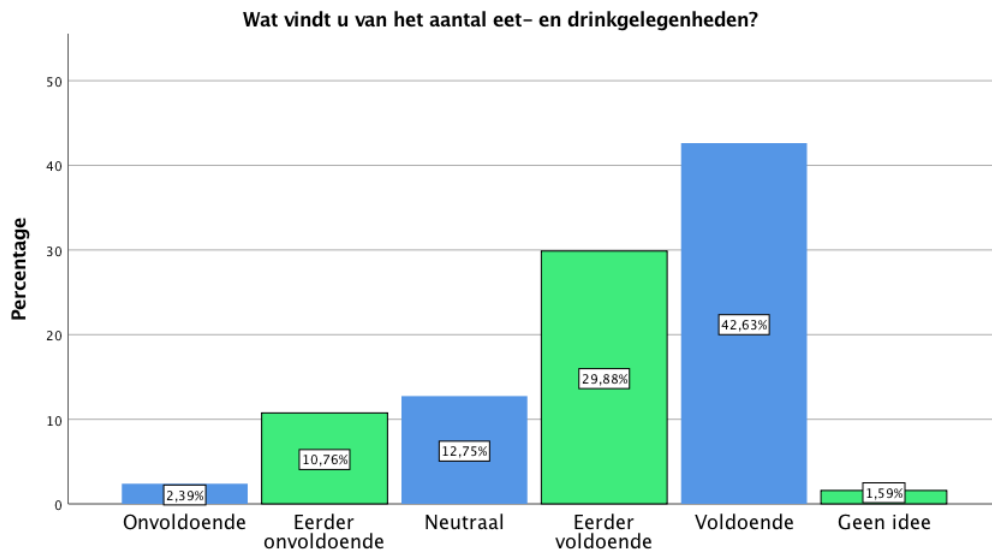
Tabel 8: Variatie aan producten in Kiosk

		Indien onvoldoende, welke producten had u graag toegevoegd gezien?							
		Belgische producten		Parfum		Kledij		Snacks	
		Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Wat vindt u van de variatie aan producten in de shops? - Duty Free	Onvoldoende	13	16,0%	11	13,8%	1	1,3%	3	3,8%
	Eerder onvoldoende	18	22,5%	19	23,8%	8	10,0%	7	8,8%

Tabel 9: Productcategorieën Duty Free



Figuur 18: Aantal shops



Figuur 19: Aantal eet- en drinkgelegenheden

		Aantal	%
Wat vindt u van de kwaliteit en variatie van het eten/drinken? - Belair	Zeer slecht	0	0,0%
	Slecht	2	0,9%
	Middelmatig	27	12,4%
	Goed	82	37,6%
	Zeer goed	64	29,4%
	Geen idee	43	19,7%

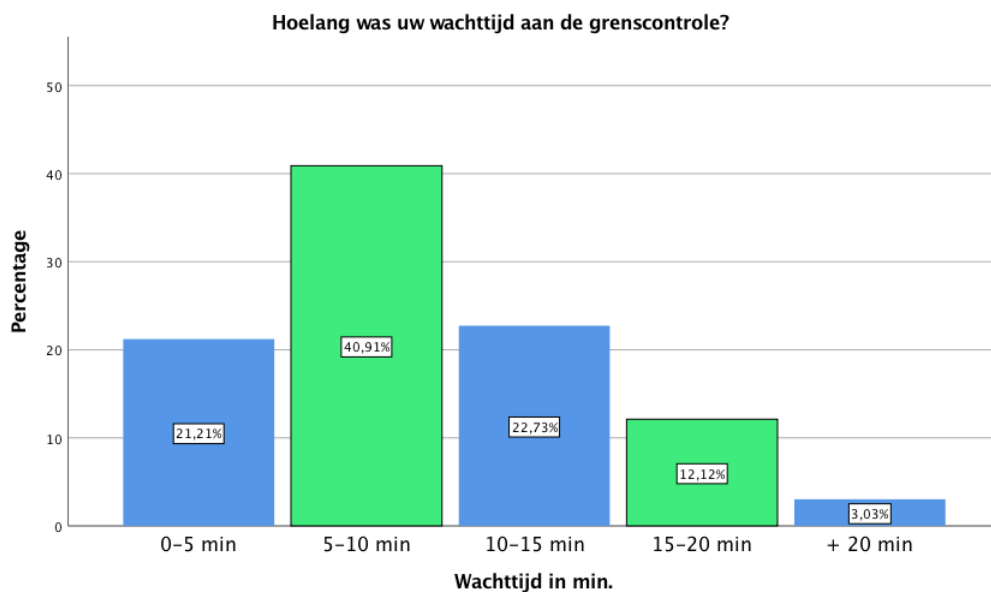
Tabel 10: Kwaliteit eten Belair

		Aantal	%
Wat vindt u van de kwaliteit en variatie van het eten/drinken? - Coffee truck	Zeer slecht	2	0,9%
	Slecht	1	0,5%
	Middelmatig	18	8,3%
	Goed	52	23,9%
	Zeer goed	29	13,3%
	Geen idee	116	53,2%

Tabel 11: Kwaliteit eten coffee truck

		Aantal	%
Wat vindt u van de kwaliteit en variatie van het eten/drinken? - Horizon	Zeer slecht	0	0,0%
	Slecht	0	0,0%
	Middelmatig	27	12,4%
	Goed	95	43,6%
	Zeer goed	54	24,8%
	Geen idee	42	19,3%

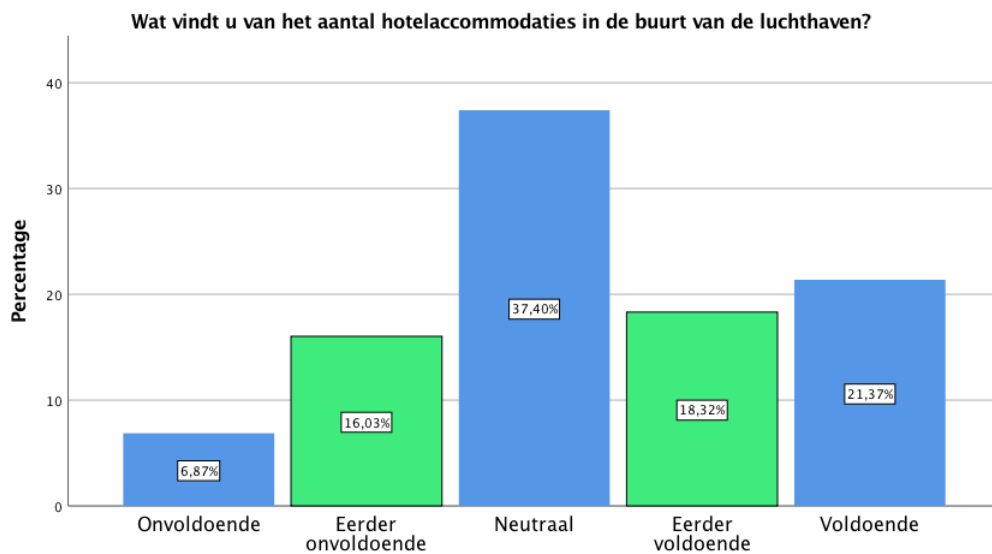
Tabel 12: Kwaliteit eten Horizon



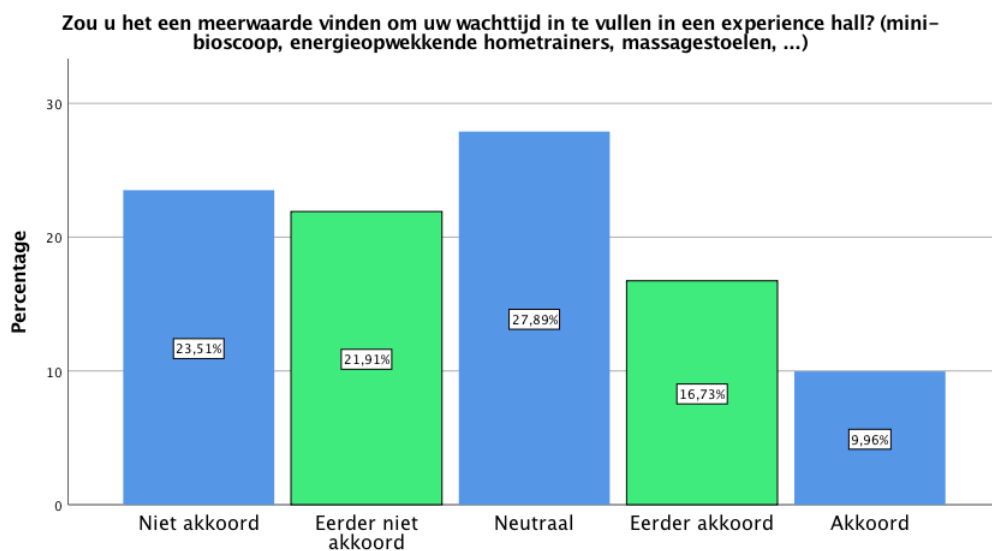
Figuur 20: Wachttijd aan grenscontrole

		Hoe vond u uw wachttijd aan de grenscontrole?					
		Lang		Middelmatig		Niet lang	
		Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Wat is uw leeftijd?	<26	2	3,0%	2	3,0%	7	10,6%
	26-35	0	0,0%	1	1,5%	10	15,2%
	36-45	1	1,5%	3	4,5%	5	7,6%
	46-65	1	1,5%	8	12,1%	16	24,2%
	65+	0	0,0%	3	4,5%	7	10,6%

Tabel 13: Wachttijd aan grenscontrole per leeftijd

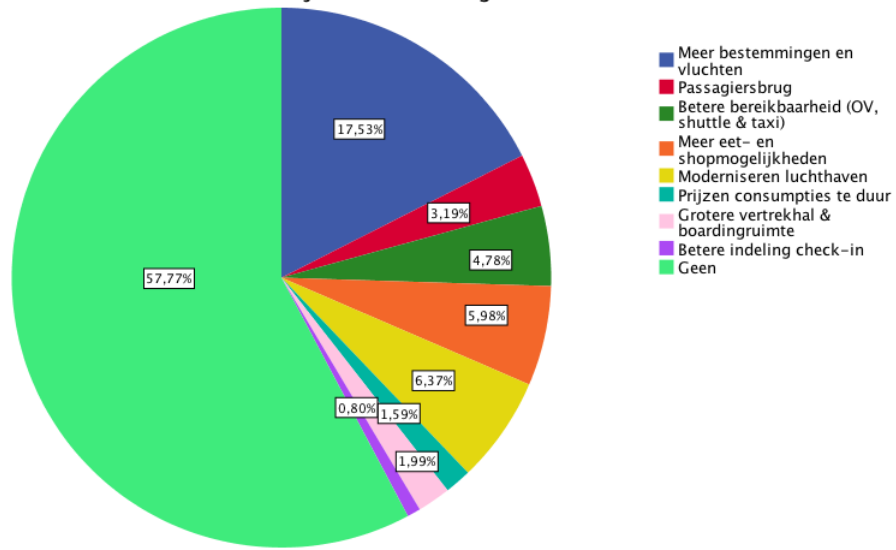


Figuur 21: Aantal hotelaccommodaties



Figuur 22: Experience hall

Heeft u zelf nog suggesties om de dienstverlening en de beleving op Luchthaven Oostende-Brugge te verbeteren of zijn er zaken die volgens u ontbreken?



Figuur 23: Suggesties PAX

Bijlage 8: Foto's Luchthaven Oostende-Brugge



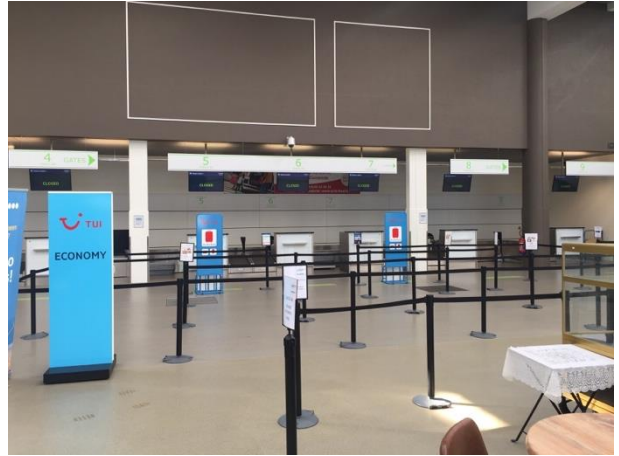
Figuur 24: P1



Figuur 25: P2



Figuur 26: Vertrekhal



Figuur 27: CI



Figuur 28: Coffee truck



Figuur 29: Veiligheidscontrole



Figuur 30: Hall B met Cosy Corner



Figuur 31: Junior Club



Figuur 32: Horizon Grand Café



Figuur 33: Duty Free



Figuur 34: Kiosk



Figuur 35: VIP-Room



Figuur 36: Boarding area met boarding gate



Figuur 37: Grenscontrole met boarding area extra-Schengen



Figuur 38: Tarmac



Figuur 39: Aircraft

Bijlage 9: Foto's London Southend



Figuur 40: Mogelijke coffee wall



Figuur 41: The Navigator



Figuur 42: Bourgee (Bourgee, sd)



Figuur 43: Duty Free London Southend

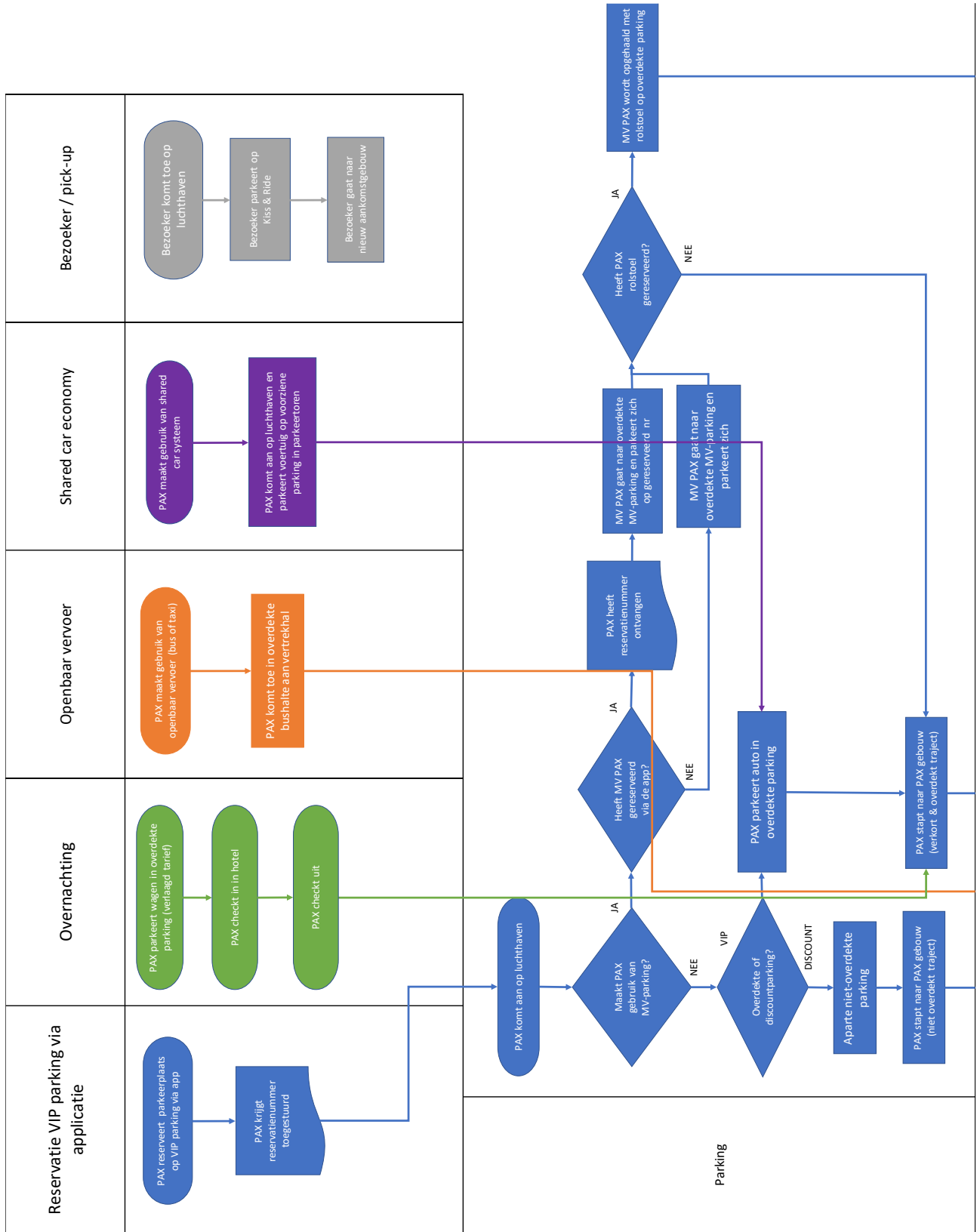


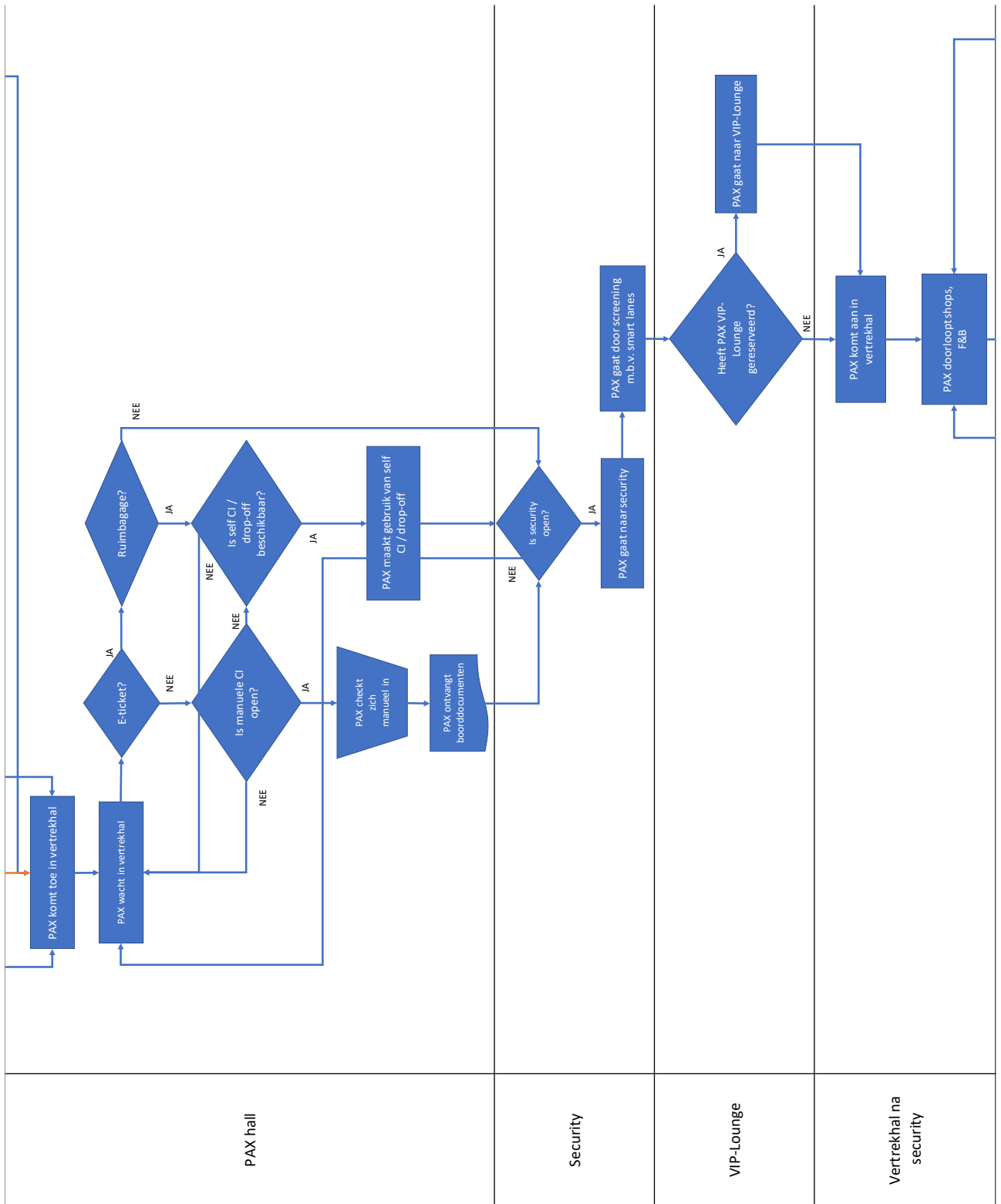
Figuur 44: WHSmith

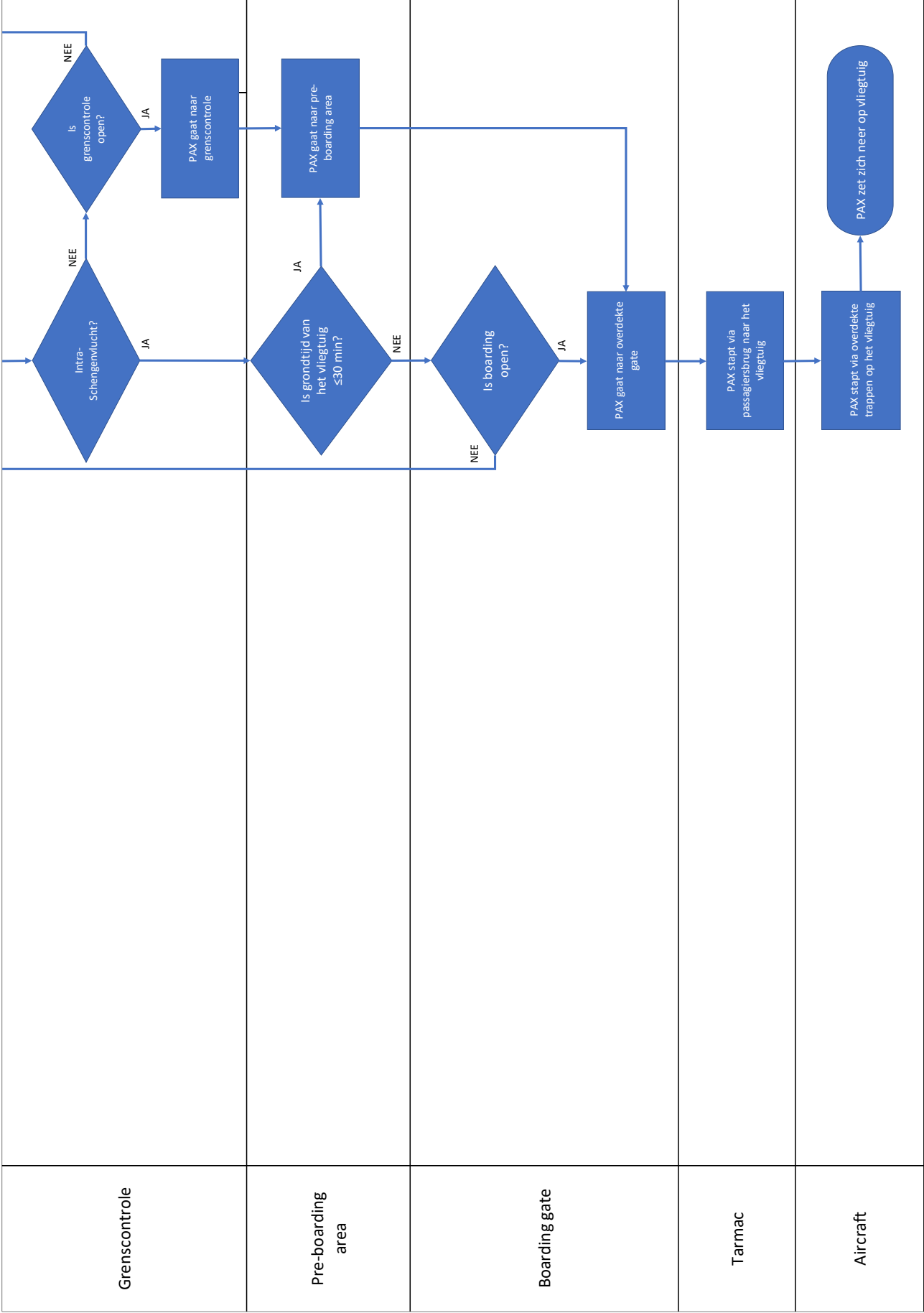


Figuur 45: Automaat met elektronica

Bijlage 10: To be flow









Project: Parking met integratie hotel

Het nieuwbouwconcept bestaat uit een nieuwe overdekte parking met geïntegreerd middenklasse hotel en kantoren. Dit is ter vervanging van de huidige P1 parking en wordt ingepland op dezelfde locatie. Het nieuwbouwproject zal naast zijn functie als parking, hotel en kantoorruimtes ook zorgen voor een totaal nieuwe look van de luchthaven.

Motivaties

- Creëren van meer parkeercapaciteit in het algemeen, maar ook het compenseren van het verlies aan parkeercapaciteit door het verdwijnen van de P3 parking tegen 2022 (P3 verdwijnt door de komst van de SAR in 2023).
- Tegemoet komen aan de vraag voor meer comfort en veiligheid op de parking (cfr. enquêtes: 49% van de ondervraagden is gevonden voor een gesloten parkeergebouw in de directe nabijheid van de luchthaven)
- Het geven van een totaal nieuwe hedendaagse look aan de luchthaven door het parkeergebouw en hotel in te plannen op de huidige locatie van P1. Volledige nieuwe look & feel vanuit de Duinkersesteenweg.
- Integratie van de groene ruimte en de vijver vooraan, zodat het geheel rust en vakantie uitstraalt.

Beschrijving project

Volgende elementen worden meegenomen in het concept:

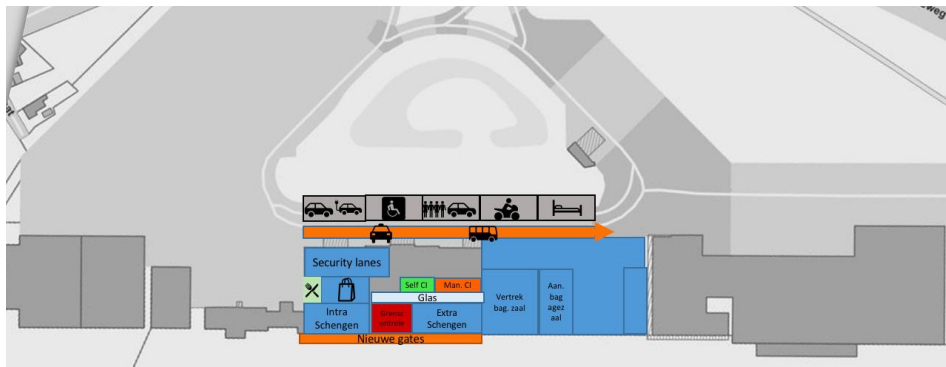
- Een overdekte parking ter vervanging van P1 en P3 met een capaciteit van > 1000 parkeerplaatsen.
- Parkeerplaatsen voor personen wagens, motors, fietsen en mindervaliden alsook oplaadpalen voor elektrische wagens en (motor)fietsen.
- Volledige integratie met het hotel voor passagiers alsook voor niet-passagiers (bijkomende hotelcapaciteit voor Oostende als Stad aan Zee).
- Commercieel: package deals voor passagiers. Overnachten in hotel = korting op parking
- Het hotel is een middenklassehotel, maar ook met voorzieningen voor bedrijven (vergaderzaal, kantoren, enz...)
- Integratie van de stopplaats voor het openbaar vervoer, taxi's, buscharters, kiss & ride zone, enz. tussen de nieuwbouw en bestaand luchthavengebouw. Traject tussen parking en luchthavengebouw wordt een hellend overdekt vlak. De parking inrijden gebeurt vanuit het westen en uitrijden naar het oosten. De huidige hoofdingang wordt afgebroken.
- In het concept worden ook een aantal kantoren voorzien die kunnen worden verhuurd aan bedrijven (gebonden en niet gebonden luchthavenactiviteiten).

Financiering

- Zoeken naar externe partners voor de bouw en uitbating van de parking en het hotel
- Externe financierders en bouwpromotoren
- LEM OST investeert zelf niet, geeft enkel concessie

Situering

Grondplan luchthaven (bovenaanzicht)



Mogelijk vooraanzicht



Timing

Opening lente 2021.

Project: Commerciële en structurele upgrade vertrekhal

Dit project omvat een upgrade van de infrastructuur in de vertrekhal (zowel landside als airside) alsook het uitbreiden van het commerciële aanbod voor de passagiers.

Motivaties

Verdere modernisering van de luchthaven teneinde de passenger experience te verhogen.

- Optimaliseren van de flow:
 - Maximaal inzetten op de passagiersbeleving
 - Maximaal gebruik van de beschikbare ruimtes: inzetten van onbenutte en te weinig gebruikte ruimtes (lokalen en gangen in PAX hall, Hall B)
- Tegemoetkomen aan de vraag van de passagiers:
 - 32% vindt dat er een te klein aanbod is aan producten in Duty Free;
 - 39% vindt dat er te weinig shops zijn;
 - 67% vindt een self CI een meerwaarde.

Verhogen comfort van de passagier en hierbij ideale combinatie vinden tussen snel & efficiënt werken en commerciële aanbod laten renderen.

Beschrijving project

Look & Feel

- Welkomstbanner boven CI met “Welcome to Ostend-Bruges International Airport”;
- Glazen tunnel die dient als passagiersbrug van aan de boarding gate tot aan het vliegtuig om zo het onoverdekte traject probleem op te lossen;
- Plaatsen automaat met elektronische apparaten (hoofd- en oortelefoons, luidsprekers, oplaadkabels, sloten, ...);
- Coffee wall aan landside;
- Vergroten commerciële ruimten (Hall B en ex security lanes). Groter Duty Free aanbod (parfum, Belgische streekproducten, kledij, snacks voor op vliegtuig) en Kiosk aanbod (boeken, kranten en magazines);
- Extra F&B mogelijkheden;
- Extra oplaadpunten voor smartphones, computers, ... zowel landside als airside.

Security

- Herlokalisering van security lanes in niet-gebruikte ruimte tussen Hall B en voorgevel;
- Smart lanes aan security voor een efficiëntere en snellere doorstroming.

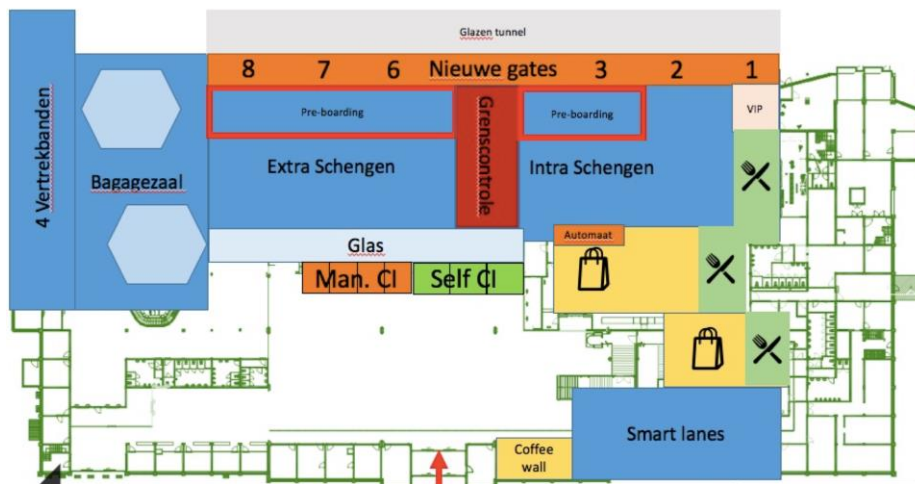
Vertrekhal

5 manuele CI-desks sluiten en vervangen door 3 zelf CI-desks.

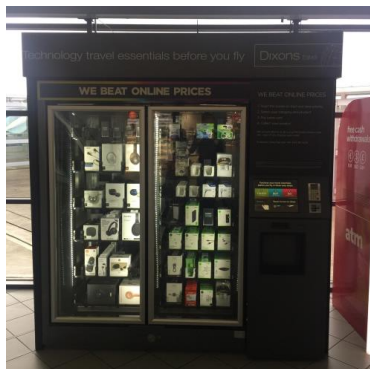
Financiering

Business case te maken voor investering LEM/EGIS, maar met financiële steun en inbreng met Belgawel voor F&B en Duty Free.

Situering



Voorbeelden



Automaat



Welkomstopschrijf



Timing

Go live zomer 2020

Project: Nieuwbouw voor aankomende PAX

Er zal een nieuw apart gebouw komen voor alle aankomende passagiers. Hierdoor wordt de huidige luchthaventerminal 100% gereserveerd voor de vertrekkende passagiers. Dit nieuwe gebouw zal worden ingepland op de huidige 'IT parking'.

Motivaties

- Verdere modernisering van de luchthaven alsook het uittrekken van de vertrekkende en aankomende passagiers;
- Creëren van meer ruimte voor zowel de vertrekkende passagiers als de aankomende, wat resulteert in meer comfort;
- Het ter beschikking stellen van nieuwe huisvesting die voldoet aan de normen voor zowel douane als federale politie;
- Beduidend verhogen van de capaciteit van de luchthaven in het kader van de groei naar meer dan 1 miljoen passagiers (ruimte, boarding gates, wachtzalen, F&b, ...);
- Het kunnen afhandelen van verschillende extra-Schengen vluchten tegelijkertijd.

Beschrijving project

Nieuwe aankomsthal:

- Aparte nieuwe aankomsterminal op de site van de huidige 'IT' parking.
- Deze hall wordt voorzien van basisinfrastructuur om 6 tot 7 vluchten tegelijk te kunnen afhandelen, met aparte intra- en extra-Schengen ingangen en voldoende bagagebanden.
- Het project omvat ook een nieuwe huisvesting voor de douane en de federale politie.
- Deze zullen worden voorzien langs de meest rechtse kant van het gebouw (gezien vanuit de voorkant/landside), zodat er een directe toegang is naar de vertrekhal.

Uitbouw capaciteit vertrekhal:

- Door het vrijmaken van de ruimte die vroeger werd gebruikt voor de douane, de federale politie en de aankomsthal (intra- en extra-Schengen ruimte), kan de capaciteit voor het vertrek verder worden uitgebreid.

Volgende aanpassingen zijn voorzien in het plan: (uiteraard uit te werken door studie bureau)

- Uitbreiding van 4 naar 8 boarding gates
- Uitbreiding van de intra-Schengen en extra-Schengen wachtzalen
- Creatie van een nieuwe echte VIP lounge
- Uitbreiding van het aanbod F&B in extra-Schengen (automaten)
- Creëren van pre-boarding ruimte

- Het deels overdekken/overkappen van het traject tussen de boarding gates en het vliegtuig



Glazen tunnel

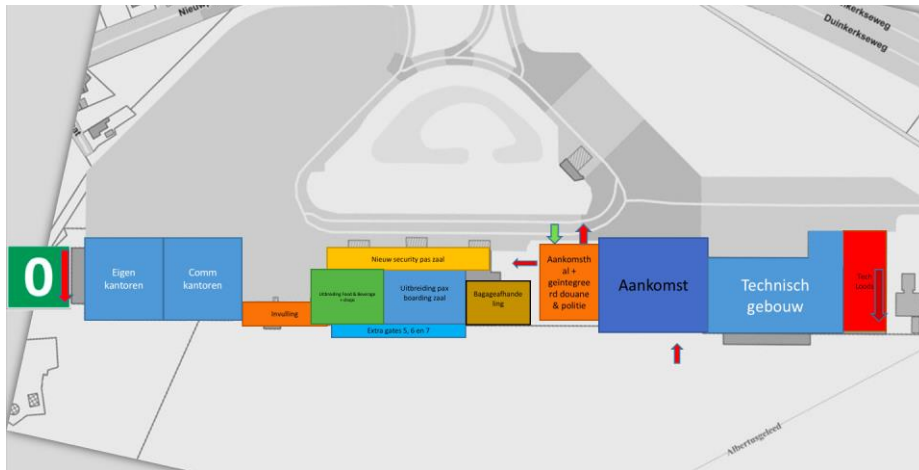


Vip-room

Financiering

Business case maken voor een investering door LEM/EGIS, maar ook met financiële steun van de commerciële partners zoals Belgawel.

Situering





Timing

Ingebruikname nieuwe aankomsthal: Lente 2022.

Na ingebruikname van de nieuwe aankomsthal, kan er gestart worden met de uitbreidingswerken in de vertrekhal. Datum afwerking: Lente 2023.

Woordenlijst

Landside: omvat alles wat voor het publiek toegankelijk is (terminalgebouw, parkings, incheckbalies, ...)

Airside: omvat wat enkel toegankelijk is voor reizigers (gates, tarmac, duty free shops, ...)

Cargo: een lading goederen die moet vervoerd worden.

Touchpoint: momenten of kanalen die de passagier en de luchthaven met elkaar in contact brengen.

Aircraft: vliegtuig

PAX: passagier

CI: check-in

F&B: Food & Beverages

Intra-Schengen: Als iemand inwoner is van de Europese Unie (EU) kan hij/zij vrij reizen binnen 26 Europese landen die tot het Schengengebied behoren. Dit betekent dat men met één visum door al deze landen kan reizen. De Schengenlanden zijn België, Denemarken, Duitsland, Estland, Finland, Frankrijk, Griekenland, Hongarije, Italië, Letland, Liechtenstein, Litouwen, Luxemburg, Malta, Nederland, Noorwegen, Oostenrijk, Polen, Portugal, Slovenië, Slowakije, Spanje, Tsjechië, IJsland, Zweden en Zwitserland.

Tarmac: terrein op de luchthaven waar de vliegtuigen geparkeerd staan.

Passagiersbrug: Een passagiersbrug (of vliegtuigslurf) is een overdekte brug die langs de ene kant wordt bevestigd aan de deur van het vliegtuig, en aan de andere kant aan de terminal van het luchthavengebouw. Het laat passagiers toe om meteen van het vliegtuig naar het gebouw over te stappen.

Discountparking: een goedkopere parking.

Valet parking service: medewerker rijdt auto naar parking, bagage wordt in- en uitgeladen, wagen wordt bewaakt, kan opgeladen worden, medewerker brengt wagen na schoonmaken terug bij aankomst PAX. Is verbonden met overdekte parkeergarage.

Shared economy trend: principe van delen van vervoersmiddelen als auto, fiets, scooter.

ATM: Automated Teller Machine, geldautomaat

Self CI: Men plaatst de koffer op de bagageband, scant zijn/haar instapkaart waarna het bagegelabel geprint wordt. Dit bevestigt men zelf aan de koffer en eenmaal dit gebeurd is wordt de koffer getransporteerd. Het bagage afgifte bewijs wordt afgedrukt.

MV: mindervalide