

KLM vernieuwt cateringconcept voor economy class op Europese vluchten

Vanaf 30 november kunnen passagiers in de economy class op Europese vluchten van KLM weer een wijntje of een biertje gebruiken. De maatschappij komt met een nieuw cateringconcept dat tot stand is gekomen na diverse onderzoeken onder passagiers en in overleg met diverse fabrikanten. Met de aanpassingen is de catering ook meer in lijn met het Europese economyproduct van Air France, aldus KLM.

Naast de terugkeer van alcoholische dranken zijn er verschillende A-merken in het assortiment opgenomen. Zo worden naast de Bertolli-sandwich, die al op een aantal Europese vluchten wordt geserveerd, bijvoorbeeld ook Old Amsterdam- en Maaslander-kaas aangeboden.

De Economy passagiers op vluchten langer dan 170 minuten die voor 10.00 uur vertrekken, krijgen een Hero Wellness Box met onder meer een B'tween-reep, jam, een flesje Fruit2day en een warme croissant. Op extra lange Europese vluchten die na 10.00 uur vertrekken, serveert de bemanning een Heinz Box met onder meer een koude pastasalade, Cantadou-kaas en een warme slice focaccia.
Luchtvaartnieuws, 30/11/05

Copyright ©2005 AgriHolland B.V.

www.Foodholland.nl

► Wijn en bier terug in KLM's Europese economy class

30-11-2005

AMSTELVEEN - Vanaf vandaag (30 november) kunnen passagiers in KLM's economy class op Europese vluchten weer genieten van een wijntje of een biertje. Het nieuwe concept is tot stand gekomen na diverse onderzoeken onder KLM passagiers en in overleg met diverse fabrikanten van topmerken. "Met deze laatste aanpassingen is de catering meer in lijn met het Europese economyproduct van Air France", zo meldt de maatschappij.

Naast de terugkeer van alcoholische dranken zijn diverse A-merken in het assortiment opgenomen. Zo worden naast de Bertolli-sandwich, die al op een aantal Europese vluchten wordt geserveerd, ook meerdere A-merken zoals Old Amsterdam- en Maaslander-kaas aangeboden.

"KLM is klantgericht. We blijven daarom voortdurend investeren in het verbeteren van het product, zowel op de grond als in de lucht", zegt commercieel directeur Paul Gregorowitsch. "Doelstelling daarbij is een hogere passagierswaardering en dus een tevreden klant."

KLM Economy passagiers op extra lange vluchten (langer dan 170 minuten) die voor 10.00 uur vertrekken, krijgen een Hero Wellness Box met onder meer een Hero B'tween-reep, Hero Wellness-jam, een flesje Fruit2day en een warme croissant. Op extra lange Europese vluchten die na 10.00 uur vertrekken, serveert de bemanning een Heinz Box met onder meer een koude pastasalade, Cantadou-kaas en een warme slice focaccia.

www.luchtvaartnieuws.nl

Bier en wijn terug bij KLM

Bier en wijn zijn terug op Economy vluchten van KLM. Reizigers naar bestemmingen binnen Europa krijgen behalve alcoholische versnaperingen ook een nieuw aanbod aan ontbijt en lunch voorgeschoteld. Op vluchten langer dan drie uur die voor 10.00 uur vertrekken, krijgt de passagier een "Wellness-box", met daarin onder meer een warme croissant, jam, een snackreep en een fruitdrankje. Reizigers na 10.00 uur mogen rekenen op een pastasalade, kaas en warm focaccia brood. De KLM koos voor een nieuw cateringassortiment na onderzoek onder de passagiers.

AD 3 december



Herintroductie wijn en bier op vluchten KLM

(Novum) - Passagiers van KLM krijgen weer gratis wijn en bier tijdens vluchten. Dat heeft de luchtvaartmaatschappij woensdag bekendgemaakt. De dranken werden een jaar lang niet gratis geserveerd bij goedkopere vluchten. Bij de duurdere was de drank wel inbegrepen bij de prijs van het ticket.

Nu gratis wijn en bier opnieuw geïntroduceerd worden, blijven de prijzen van tickets gelijk. Volgens een woordvoerder van KLM is niet bekend of het aantal passagiers achteruit ging omdat aan boord geen gratis drank werd verstrekt.

Tot een jaar geleden had KLM veel last had van concurrentie van prijsstunters als Easyjet. Op dit moment gaat het goed met KLM en kan de luchtvaartmaatschappij weer investeren in een goed product. Dat zegt een woordvoerder.

KLM investeert tevens in de kwaliteit van het geserveerde voedsel. Het bedrijf wil daarbij op het niveau komen van partner Air France.