



<https://biz.li/4kec>

THOMAS FLOHRS FOKUS AUF PRIVATSPHÄRE UND DISKRETION FÜR VISTAJET-KUNDEN

Veröffentlicht am 11.02.2025 um 13:37 von Redaktion Burgwedel-Aktuell

Privatsphäre wird immer seltener – doch VistaJet setzt alles daran, seinen Kunden höchste Diskretion zu garantieren. Viele der Passagiere zählen zu den bekanntesten Wirtschaftsgrößen und Prominenten der Welt. Deshalb hat Gründer Thomas Flohr VistaJet so aufgestellt, dass Komfort, Effizienz und absolute Vertraulichkeit Hand in Hand gehen.

Diese Philosophie basiert auf einer klaren Nachfrage. Wenn Persönlichkeiten wie Barack Obama, Taylor Swift oder George Clooney an Bord sind, darf es keine Kompromisse beim Datenschutz und der gebotenen Privatsphäre geben.



Ein Schlüsselfaktor dabei: Die VistaJet-Flotte besteht aus einheitlich designten Jets mit wechselnden Kennungen. Dadurch bleiben 99 % der Kunden während ihrer Reisen anonym – ein Konzept, das offenbar sehr gut ankommt, denn VistaJet verzeichnete in Sachen gebuchter Flugstunden einen Rekord.

Laut Thomas Flohr liegt der Erfolg von VistaJet in dem einzigartigen Geschäftsmodell - und einem konstant hohen Serviceniveau. Im Gegensatz zu anderen Anbietern der privaten Luftfahrt bietet VistaJet ein Abonnementmodell: Kunden zahlen nur für die tatsächlich genutzten Flugzeiten – und sparen sich die hohen Kosten für den Besitz eines eigenen Jets.

„Eine starke Marke aufzubauen, ist heute extrem schwer“, sagte Flohr in einem Interview mit McKinsey & Co. „Aber genau das haben wir geschafft. Unser Erfolgsrezept ist nicht radikal – es geht darum, über lange Zeiträume hinweg erstklassigen Service zu bieten, ohne Abstriche bei der Qualität zu machen.“

Gerade in einer Zeit, in der die Bewegungen prominenter Personen oft öffentlich verfolgt werden, hebt sich VistaJet durch seinen kompromisslosen Fokus auf Privatsphäre von der Konkurrenz ab.

VistaJet-Flotte: Einheitliches Design für maximale Anonymität

Die Jets von VistaJet sind durch ihr markantes silber-rotes Design sofort erkennbar. Doch die einheitliche Lackierung hat nicht nur einen Wiedererkennungswert, sondern dient auch als Schutzschild für die Privatsphäre der Passagiere. Während andere Anbieter individuelle Designs oder personalisierte Jets haben, sorgt die Standardflotte von VistaJet dafür, dass keine Maschine unnötige Aufmerksamkeit erregt.

Luftfahrzeug-Kennungen, sogenannte Tail Numbers, sind das Äquivalent zu Autokennzeichen und können genutzt werden, um Flugbewegungen nachzuverfolgen. Genau das kann jedoch ein Risiko für die Privatsphäre darstellen. Ein bekanntes Beispiel: Ein US-amerikanischer Student verfolgte jahrelang die Flüge von Elon Musks Privatjet – erst auf X (ehemals Twitter), dann auf Mastodon. Musk bezeichnete dies als „direkte Bedrohung seiner persönlichen Sicherheit“.

VistaJet-Kunden umgehen dieses Problem, da sie bei jedem Flug ein anderes Flugzeug nutzen können. Zudem verfolgt das Unternehmen eine strikte Datenschutzrichtlinie: Während immer wieder Medienberichte über prominente Passagiere auftauchen, stammen diese Informationen ausschließlich von Drittquellen oder den Prominenten selbst – nie von VistaJet. Das Unternehmen gibt keinerlei Hinweise darauf, wer mit seinen Jets reist.

Diese Diskretion gilt für alle Kunden. In einem Interview mit The Extravagant sprach Flohr über exklusive Reiseziele:

„Unsere Piloten sind für schwierige Landungen zertifiziert, unsere Schulungen übertreffen die strengsten Vorschriften weltweit“, erklärte er. „Unsere Kunden wollen zu privaten Inseln oder auf Berggipfel geflogen werden – jederzeit. Mehr Details kann ich Ihnen leider nicht geben, um ihre Privatsphäre zu schützen.“

Auch beim Schutz persönlicher Daten setzt VistaJet höchste Standards. Das Unternehmen hält sich an strenge Datenschutzgesetze wie die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und den California Consumer Privacy Act (CCPA). Diese Vorschriften stellen sicher, dass sensible Kundendaten – von Reiseplänen bis hin zu persönlichen Vorlieben – vor unbefugtem Zugriff geschützt sind.

Um Datenschutz auf höchstem Niveau zu garantieren, führt VistaJet regelmäßige Audits durch und stellt sicher, dass alle Maßnahmen den internationalen Standards entsprechen.

Thomas Flohr: Privatsphäre, Luxus und Service als Erfolgsrezept

Die strengen Datenschutzrichtlinien von VistaJet spiegeln die Vision seines Gründers Thomas Flohr wider. Der Schweizer begann seine Karriere im Finanzsektor, bevor er 2004 VistaJet in Malta gründete. Seine Idee: eine globale Privatjet-Dienstleistung mit kompromissloser Diskretion und Luxus.

VistaJet setzt nicht nur auf Datenschutz, sondern auch auf erstklassige Flug-Erlebnisse. Das Kabinenpersonal wird an renommierten Instituten wie dem British Butler Institute, MedAire, Norland College und der Wine and Spirit Education Trust geschult. Zusätzlich bietet das Unternehmen ein exklusives Wellness-Programm mit Preflight-, Inflight- und Postflight-Services an.

Das einheitliche Design der VistaJet-Flotte setzt sich auch im Inneren fort. Die Kabinen sind mit dunklem Holz und italienischem Leder ausgestattet und bieten neben luxuriösem Komfort auch moderne Büroausstattung für maximale Produktivität.

„Das Besondere an VistaJet ist, dass unsere gesamte Flotte identisch gestaltet ist – das Interieur ist in jedem Jet gleich“, sagte Flohr in The Extravagant.

Die Strategie geht auf. Unter Flohrs Führung wuchs VistaJet von einem kleinen europäischen Start-up mit zwei Flugzeugen zu einem globalen Marktführer, der Kunden auf allen Kontinenten verbindet. Ein weiterer Beweis für den Erfolg: Bei der Leaders of Luxury Summit Best of the Best Gala des Robb Report Hong Kong wurde VistaJet als Beste Private Aviation Company ausgezeichnet.

Ein zentraler Faktor für den Erfolg ist das Abonnementmodell. Laut Flohr bietet es nicht nur finanzielle Vorteile, sondern auch mehr Flexibilität und Privatsphäre.

„Wenn Unternehmen ein Flugzeug kaufen, planen sie meist mit einer Nutzungsdauer von mindestens fünf Jahren“, erklärte er im Gespräch mit McKinsey & Co. „Wir bieten eine Laufzeit von drei Jahren – danach kann der Kunde den Vertrag verlängern oder aussteigen. Das schafft maximale Flexibilität.“

Ein weiterer Vorteil der globalen Flotte: Kunden sind nicht auf einen bestimmten Jet beschränkt, sondern können für jede Reise das optimale Modell wählen. Flohr erklärt:

„Unsere Kunden müssen sich nicht für ein einziges Flugzeug entscheiden. Sie können für jeden Flug das passende Modell buchen – egal ob für einen Langstreckenflug oder einen kurzen Trip, bei dem ein großer Jet nur Ressourcen verschwenden würde.“