

GESCHÄFTSREISEN

Wie Vielflieger punkten

Fluggesellschaften bieten vermehrt Bonusprogramme an, die auf Geschäftsreisende zugeschnitten sind

Beim Fliegen Meilen zu sammeln, lohnt sich nicht nur für Privatpersonen. Verschiedene Airlines richten sich mit speziellen Unternehmensprogrammen an Geschäftsreisende.

Denise Weisflog

Weltweit existieren rund 200 Bonusprogramme für Vielflieger. In den 1990er Jahren als Marketinginstrumente eingeführt, erlebten sie nach der Jahrtausendwende einen Boom. Damals schlossen sich viele Fluggesellschaften zu Allianzen zusammen und buhlten mit gemeinsamen Sammelangeboten um Kunden.

Mittlerweile haben solche Programme an Attraktivität eingebüsst. So schränkte beispielsweise Lufthansa letztes Jahr die Meilenvergabe in den günstigen Buchungsklassen massiv ein. Von der neuen Regelung betroffen waren auch Partner- und Tochtergesellschaften wie Swiss, Austrian Airlines oder Germanwings. Zudem kürzten zahlreiche Airlines die Gültigkeitsdauer der Boni, weshalb weltweit jede dritte gesammelte Meile verfällt. Experten schätzen, dass jährlich bis zu 300 Millionen Franken ungenutzt bleiben.

Vor- und Nachteile abwägen

Dennoch kann sich eine Registration bei einem oder mehreren Frequent-Flyer-Programmen lohnen. Da sich Laien kaum im Meilendschungel zurechtfinden, haben sich diverse Unternehmen auf die Beratung von Vielfliegern spezialisiert. Zu den Pionieren in diesem Bereich gehört die vom gebürtigen Zuger Ravindra Bhagwanani gegründete Global Flight SARL mit Sitz im französischen Plaisance du Touch. Geschäftsreisenden empfiehlt Bhagwanani, bei der Wahl der Vielfliegerprogramme die individuelle Analyse stärker zu gewichten als übergeordnete Einkaufsentscheidungen. Wichtigste Auswahlkriterien bezüglich einer dienstlichen Nutzung seien das Einsparpotenzial, die Flexibilität des Programms und die Verfügbarkeit von Prämienflügen.

«Man muss möglichst viele Aktivitäten durch Meilen honoriert bekommen. Während in der Schweiz diesbezüglich Miles & More eine führende Stellung hat, muss man sein Verhalten je nach Reisedestination anpassen», sagt Bhagwanani. Japan, Hongkong oder die baltischen Staaten gehörten zu den Märkten, in denen sich lokale Programme so entwickelt hätten, dass man sie selbst als ausländischer Reisender ganz einfach ins Portfolio aufnehmen könne. «Das kostet nichts, und man kommt schneller zu einem Freiflug, als man denkt. Diesen kann man auch ab der Schweiz nutzen», erklärt Bhagwanani. Um als Business-Traveller möglichst viele Meilen zu sammeln, müsse man die Vor- und Nachteile aller Programme kennen und gezielt gegeneinander ausspielen.



Meilenprogramme sollen auch für Business-Traveller attraktiver werden. Im Bild eine Startbahn des John-F.-Kennedy-Flughafens in New York.

DANIEL ACKER / BLOOMBERG

Laut Bhagwanani kann sich für einen Reisenden, der häufig einen Europacar-Wagen mietet, das Emirates-Programm lohnen, da er dort 600 Meilen pro Miete erhält. Im American-Airlines-Programm würde die gleiche Miete hingegen nur 50 Meilen pro Tag ergeben. Zudem empfiehlt er, alle Aktivitäten möglichst in Meilen umzuwandeln, ohne dafür mehr zu bezahlen als nötig. Dies reiche von Online-Einkäufen bis hin zur intensiven Nutzung einer Meilen-Kreditkarte. Auf neuen Hotelbuchungsplattformen wie Rocketmiles oder Kaligo etwa könne man rasch Tausende von Meilen sammeln.

Generell rät Bhagwanani dazu, sich vor Aussagen über «beste Programme» in acht zu nehmen, da solche nie die individuellen Besonderheiten in Betracht zögen. Ausserdem müsse man vom Irrglauben wegkommen, dass man zwingend das Programm jener Airline nutzen müsse, mit der man fliege. «Konkret nimmt Swiss derzeit an rund 25 verschiedenen Programmen teil, von denen viele für Privat- und Firmenkunden attraktiver sind als Miles & More. Dazu zählen unter anderem diejenigen von Aegean Airlines, Air Canada / Aeroplan, All Nippon, Turkish Airlines oder United», sagt Bhagwanani.

Eine weitere klassische Fehlannahme sei, dass man am geschicktesten agiere, wenn man alle Meilen in einem einzigen Programm konzentriere. «Die richtige Lösung ist, gezielt drei bis vier Programme zu nutzen, aber jedes nur dort, wo es klare Stärken hat. Also bei-

spielsweise Miles & More nur für die Kreditkarte», meint Bhagwanani. Neben den klassischen Meilenprogrammen haben diverse Airlines spezielle Bonusprogramme für Unternehmen lanciert. Auf einem zentralen Firmenkonto werden Punkte gesammelt, die anschliessend in Freiflüge, Prämien, Upgrades, Vouchers oder Barauszahlungen umgewandelt werden können. Je nach Airline profitieren Unternehmen zusätzlich von Rabatten. Anstelle einer Karte erhalten Firmen eine Kundennummer, die bei der Buchung angegeben werden muss.

Wie Robert Berger, CEO des Geschäftsreise-Spezialisten «bta first travel», erklärt, sind diese explizit für KMU konzipiert. «Kleine und mittlere Unternehmen haben in der Regel keine Möglichkeit, von Streckenabkommen zu profitieren», sagt Berger. Solche Programme hätten durchaus ihre Berechtigung, auch wenn es genau abzuwägen gelte, wann es sinnvoll sei, Punkte zu sammeln und dafür auf günstigere auf dem Markt angebotene Tarife zu verzichten, und wann nicht.

Zu den wichtigsten Unternehmensprogrammen für Geschäftsflüge ab der Schweiz gehören Partner Plus Benefit des Lufthansa-Verbunds, BlueBiz von Air France-KLM und Delta sowie On Business von British Airways, American Airlines und Iberia. Die Günstig-Airline Air Berlin hat diesen Frühling «airberlin business benefits» lanciert, das die Programme «business points» (für KMU), «business pro» (für Unter-

nehmen mit mindestens 15 000 Euro Flugumsatz pro Jahr) und «business prime» (für Unternehmen mit regelmässigem Geschäftsreise-Aufkommen) umfasst. «Business benefits» zählt heute mehr als 15 000 Firmenmitglieder. Air Berlin offeriert ihren Kunden die Möglichkeit, auf einem Flug sowohl Punkte für das Firmenkonto als auch eigene Meilen zu sammeln, die für Flüge oder Upgrades genutzt werden können.

Dem Zeitgeist entsprechend

Kein Bonusprogramm, sondern eine Vorteilskarte für 199 Euro bietet Easy Jet Unternehmen und Einzelpersonen. Diese belohnt die Loyalität der Firmen mit Zusatzleistungen, die bei einer gewöhnlichen Easy-Jet-Buchung kostenpflichtig wären. Laut Thomas Haagensen, Commercial Director Nordeuropa bei Easy Jet, zahlt sich der Kauf einer solchen Karte bereits ab zehn Hin- und Rückflügen pro Jahr aus. Die Leistungen umfassen schnelles Boarding, Sitzplatzzuweisung, Fast-Track-Sicherheitskontrolle, ein Stück Handgepäck sowie einen speziellen Gepäckabgabeschalter.

Die Geschäftsreise-Angebote der Günstig-Airlines scheinen dem Zeitgeist zu entsprechen. Wie Haagensen erklärt, arbeiten rund 60 Prozent der 20 SMI-Unternehmen mit Easy Jet zusammen, darunter Novartis. Der Pharmamulti unterschrieb vor zwei Jahren einen Vertrag mit dem Low-Cost-Carrier. Was Konzernen billig ist, kann den KMU nur recht sein.

Swiss mit neuem Tarifkonzept

Light-Preise auf Europaflügen

Swiss passt ihre Preisstruktur sowohl auf Langstrecken- als auch auf Europaflügen an. Während Langstreckenflüge teurer werden, gibt es innerhalb Europas mehr Buchungsoptionen.

Denise Weisflog

Ab sofort gelten für Swiss-Langstreckenflüge höhere Ticketpreise. Ein Retourflug in der Economy Class kostet 50 Franken mehr, einer in der Business Klasse 150 Franken, und ein Rückflugticket in der First Class wird 300 Franken teurer. Von der Preiserhöhung ausgenommen sind Flüge nach Nordamerika und Japan, wie Swiss-Sprecherin Sonja Ptassek gegenüber der Nachrichtenagentur SDA sagte. Auf diesen Strecken seien die Tarife schon früher angepasst worden. Auch für die Europaflüge von Swiss gilt seit kurzem ein neues Preissystem. Zur Wahl stehen drei Economy-Class-Tarife sowie ein Business-Class-Tarif, die unterschiedliche Dienstleistungen umfassen.

► **Economy Light:** Der neue Light-Tarif ist die günstigste Wahl für Reisende, die nur mit Handgepäck unterwegs sind und keine Ticketflexibilität benötigen. Gegen eine Gebühr kann sowohl ein Gepäckstück (ab 19 Franken) als auch ein Sitzplatz (ab 12 Franken) dazugebucht werden. Der Light-Tarif kann ab 99 Franken für einen Hin- und Rückflug ab Zürich gebucht werden.

► **Economy Classic:** Dieser Tarif umfasst alle Services, die bereits bisher bei einer Buchung in der Economy Class inbegriffen waren, sowie Leistungen wie ein Freigeäck und eine Sitzplatzreservierung. Den Classic-Tarif gibt es für alle europäischen Destinationen zu einem Aufpreis gegenüber dem Light-Tarif von 25 Franken für einen einfachen bzw. 50 Franken für einen Retourflug.

► **Economy Flex:** Der Flex-Tarif richtet sich an Geschäftsreisende, die volle Flexibilität in ihrer Reiseplanung benötigen und ein erweitertes Produktangebot wünschen. Zudem ermöglicht er die Sitzplatzreservierungen in der «bevorzugten Sitzzone» zuvorderst in der Economy Class sowie die kostenlose Umbuchung des Fluges. Die Preisdifferenz zum Classic-Tarif variiert je nach Route zwischen 30 und 100 Franken für einen einfachen Flug. Den Flex-Tarif gibt es ab 209 Franken für einen Hin- und Rückflug ab Zürich.

► **Business Class:** Der Business-Class-Tarif umfasst nach wie vor Services wie den Zugang zur Lounge, mehr Freigeäck, die Sitzplatzreservierung inklusive eines freien Nebensitzes, Priority-Boarding und neu volle Flexibilität bei Umbuchung und Erstattung des Tickets.

Swiss führt das neue Tarifsystem als gemeinsames Konzept mit Lufthansa und Austrian Airlines (AUA) ein. Laut Konzern soll so mehr Konsistenz bei Buchungen innerhalb der Gruppe geboten werden. Bei Lufthansa und AUA gelten die neuen Tarifoptionen ab dem 1. Oktober 2015.



Analyn und Mburu rechnen mit Ihrer Hilfe.

CO-OPERAID ermöglicht Kindern aus armen Familien in Afrika und Asien, eine Schule zu besuchen und später ein selbstbestimmtes Leben zu führen. Danke für Ihre Spende! PC 80-444-2

CO:OPERAID
Bildung für Kinder in Afrika und Asien

www.co-operaid.ch

