



SUCHEN

NEWS

LOUNGE

TRAVELNEWS TV

PINNWAND

JOBS

FLUG



Man muss schon lange nicht mehr fliegen, um Meilen zu sammeln. Bild: Miles & More.

MEILEN SAMMELN: LUST ODER FRUST?

Miles & More, Skywards und Co: Lohnt sich das sammeln von Meilen in der heutigen Zeit überhaupt noch? Und falls ja, ab wie vielen Flügen pro Jahr?

Travelnews.ch hat bei Experten nachgefragt.

DATUM

23.11.2018 - 11:12

Sie heissen Privilege Club, Etihad Guest, SkyPriority oder Miles&More: Die Vielfliegerprogramme der Airlines - und davon gibt es über 220. Die meisten Fluggäste besitzen eine oder mehrere Mitgliedschaften. Aber lohnen sich Vielfliegerprogramme in der heutigen Zeit überhaupt noch

AUTORIN

Linda von Euw

FEEDBACK

Schreiben Sie uns, wenn Sie einen Hinweis zu diesem Artikel haben oder einen Fehler melden möchten.

und wenn ja, für wen? Wie viele Flüge muss man jährlich buchen, damit man von einem Treueprogramm profitieren kann? Travelnews.ch hat bei zwei ausgewiesenen Meilen-Experten nachgefragt.

«Die Mitgliedschaft lohnt sich nicht, wenn man nur zweimal im Jahr zum billigsten Tarif innerhalb Europas fliegt»

Die beiden Experten sind sich einig: Das Sammeln von Meilen lohnt sich grundsätzlich für jedermann. «Für preisbewusste Kunden ist das Spiel generell über die letzten Jahre zwar weniger interessant geworden, aber Meilen sind nach wie vor eine kostenlose Zugabe der meisten Fluggesellschaften, die man unbedingt mitnehmen sollten, da sie einen geldwerten Vorteil darstellen», sagt Ravindra Bhagwanani, Geschäftsführer von [Global Flight](#). Und auch Alexander Koenig, Gründer von [First Class & More](#), ist überzeugt: «Wenn man die Meilen richtig einsetzt, kann man insbesondere bei Business- und First-Class Prämienflügen einen enorm hohen Gegenwert erzielen.»

Der Namen Vielfliegerprogramm impliziert, dass sich die Mitgliedschaft nur für Vielflieger lohnt. Stimmt das? Die überraschende Antwort von Koenig: Das Meilen sammeln lohne sich auch, wenn man keine anrechnungsfähigen Flüge in einem Jahr habe. Denn zum einen gebe es viele Möglichkeiten, um auch am Boden Meilen zu sammeln (beispielsweise Kreditkarten, Coop, Hotel- oder Mietwagenbuchungen etc.) und zum anderen könne man auch über zwei oder drei Jahre hinweg die Meilen für die Wunschprämie sammeln, denn diese seien 36 Monate gültig.

Bhagwanani ist der Meinung, dass das lokale Partnernetzwerk von



Alexander Koenig ist Gründer von First Class & More, der deutschsprachigen Webseite zur optimierten Nutzung von Bonusprogrammen von Airlines und Hotels.

Miles & More - inklusive der Kreditkarten - für Kunden in der Schweiz sicher interessant sei, aber das Programm für Flugreisen eher nutzlos, weil man hier mit anderen Programmen, innerhalb und ausserhalb der Star Alliance, deutlich besser fahre. Denn beim Meilen sammeln spielt vor allem die Strecke und gewählte Klasse eine Rolle: «Während man auf der Langstrecke mit den richtigen Programmen bereits nach einem Hin- und Rückflug in der Business-Class bereits genügend Meilen für einen Freiflug innerhalb Europas erhalten kann, machen die Programme in der Tat kaum Sinn für jemanden, der nur zwei Mal pro Jahr zum billigsten Tarif innerhalb Europas fliegt.»

«Vielflieger sollten auf jeden Fall bei mehr als einem Programm Mitglied sein»



Der in der Schweiz geborene und aufgewachsene Ravindra Bhagwanani gründete 1996 im Alter von 26 Jahren Global Flight Management, die eine Reihe von Services für Vielfliegerprogramme anbietet, darunter eine Ersparnisberechnung für Fluggäste.

Als Fluggast stellt sich einem die Frage: Soll man bei mehreren Programmen Mitglied sein oder sich besser auf eines konzentrieren? Vielflieger sollten definitiv bei mehreren Programmen Mitglied sein, wie Bhagwanani sagt: «Eine solche Aufsplittung macht einen nicht nur bei der Flugauswahl flexibler, sondern erlaubt auch konkret, Programme dort - und nur dort - zu nutzen, wo sie ihre entsprechenden Stärken haben. Ein typischer Vielflieger sollte so in drei bis fünf Vielfliegerprogrammen aktiv tätig sein plus in ein bis zwei Hotelprogrammen.»

Etwas straffer handhabt es Koenig: «Wir empfehlen typischerweise, sich auf zwei Flugallianzen zu fokussieren, zum Beispiel einmal Star Alliance mit Miles & More und dann noch die oneworld mit beispielsweise dem British Airways Executive Club.»

Was hat eine Airline selbst von solchen Meilenprogrammen? Auch hier sind sich die Experten einig: Nicht nur die Kundenbindung ist ein wichtiger Bestandteil, die Meilenprogramme sind oft auch der grösste Gewinnbringer im Portfolio. Gerade beim Verkauf von Meilen an Partner erzielt die

Airline eine grosse Gewinnmarge.

«Meilenprogramme sind eine wichtige Einnahmequelle der Airlines»

Koenig rechnet vor: «Der Partner zahlt beispielsweise 12 Euro je 1.000 Meilen. Meistens ist es noch deutlich mehr. Für 60.000 Meilen kann der Kunde zum Beispiel einen Economy-Class-Flug in die USA buchen. Wenn der Kunde die Meilen über Aktionen ausserhalb des Fliegens gesammelt hat, dann hätte die Airline in dem Beispiel oben bereits 720 Euro erzielt. Die Steuern und Gebühren fallen bei Prämienflügen zusätzlich an und betragen für die USA weitere 400 Euro.» Heisst konkret: Am Ende erhält die Airline ein Vielfaches dessen, was sie für ein regulär gebuchtes Ticket erhalten würden. Ausserdem würden viele Fluggäste ihre Meilen einfach verfallen lassen.

«Lufthansa generiert beispielsweise jedes Jahr einen hohen dreistelligen Millionenbetrag mit dem Miles & More-Programm. Wenn man das ins Verhältnis zum gesamten Konzerngewinn stellt, der nur geringfügig höher ausfällt, erkennt man die Bedeutung dieses Geschäfts», sagt Bhagwanani. Will heissen: Nur wenn der Kunde seine Meilen optimiert einsetzt, sieht die Rechnung anders aus. Koenig betont: «Man sollte seine Meilen immer für Flugprämien und nicht für Sachprämien (z. B. Lufthansa Worldshop) einsetzen. Und bei den Prämien vorzugsweise für Business- oder First-Class-Flüge. Bei Economy-Class-Flügen sollte man Meilen nur dann einsetzen, wenn diese regulär relativ teuer sind.»

DAS KÖNNTE SIE AUCH INTERESSIEREN

