

Es war eine hochkarätige Veranstaltung, die am 10. und 11. Februar im Wiener InterCont stieg. Der Veranstaltung von Global Flight, Europas erster Adresse in Sachen Vielfliegerprogramme und der Fachzeitschrift Airline Business folgten 250 Experten aus aller Welt.



Loyalty 2009

Die Teilnehmerliste liest sich wie ein kleines Who-is-who der Luftfahrt, der Hotellerie, der Technologiekonzerne bis hin zu den Anbietern von Kundenbindungsprogrammen. Manager von Accor bis Virgin Blue diskutierten an den zwei Tagen über die Zukunftschancen und Umsetzungen, mit denen die wertvolle Kundschaft an das Produkt bzw. die Dienstleistung gebunden werden kann.

Dass dabei Praktiker statt Theoretikern die Vorträge gestalteten, war vor allem dem Einsatz und der Umsicht von Global Flight-Managing Director Ravindra Bhagwanani zu danken (TRAVEL EXPRESS®-Leser kennen den Fachmann von seinen Fachbeiträgen über Meilenprogramme von Airlines). AUA-Vorstand Dr. Andreas Bierwirth hielt das Eröffnungsreferat mit dem provokanten Titel, ob loyale Kundschaft überhaupt existiert. Jeff Robertson, Vice President-Loyalty Programme bei Delta Air Lines, vermittelte in 20 spannenden Minuten einen Überblick, wie der Zusammenschluß von Delta mit Northwest vonstatten geht, was dabei die größten Hürden waren/sind - und wo die weltgrößte Airline am Ende des Wegs stehen will. Und Carsten Schaeffer, Managing Director von Miles & More International, gewährte einen eindrucksvollen Einblick ins Marketing des weit über Europas Grenzen hinaus bekannten Vielfliegerprogramms.

Natürlich wurde viel gefachsimpelt - und auch die Kulinarik kam nicht zu kurz. Da aber war die Würze die mit viel Spannung erwartete Preisverleihung der Loyalty Awards 2009, gesponsert von Amadeus.

Die diesjährigen Preise gingen an Air New Zealand, Corsairfly und Emirates. Das neuseeländische Star Alliance-Mitglied - den Preis nahm Anita Hawthorne, Manager Air-



Ravindra Bhagwanani/Managing Director Global Flight, Shahab Shadman/Director Business Intelligence Amadeus, Martin Gross/Emirates Airline Österreich-Boß und Mark Pilling/Editor Airline Business

points entgegen - wurde vom Gros der 250 Delegierten geadelt, weil es die kreative Nutzung von mobiler Technologie mit dem Internet-Auftritt verbindet, erklärte Jury-Mitglied Iain Webster, ein Loyalty Business Development Consultant.

Die Preisvergabe an Corsairfly begründete Jury-Mitglied Santiago Ontañón, General Manager bei Mexicana Loyalty: „Die französische Gesellschaft hat ein sehr einfaches, aber zugleich sehr effizientes Loyalty-Programm mit einem glasklaren Marketing mit Blickrichtung Familien und den Leisure Traffic entwickelt.“

Und schließlich überreichte Herbert Verschuren, Director Flying Blue bei Air France KLM die dritte Auszeichnung an Emirates Airline, die Österreich-Direktor Martin Gross entgegen nahm: „Emirates hat das getan, was viele anderen Airlines gerne machen würden - sie bieten Upgrades an Bord.“ Emirates hat eine last-minute-upgrade-Option für Top-Klienten entwickelt, die das Fliegen in einer höheren Klasse ermöglicht, zu entscheiden beim check-in - oder sogar an Bord!

Die nächstjährige Loyalty findet in Kuala Lumpur statt.

Näheres bei Ravindra Bhagwanani, Managing Director, Global Flight (Tel: +33 5 61 71 16 57, E-mail: info@globalflight.net)