



Änderungen beim **VIELFLIEGER-PROGRAMM MILES & MORE** sorgen bei Kunden für Ärger. Mancher Travel Manager verfolgt die Entwicklung dagegen mit Freude.

Absturzgefahr

MARTIN JÜRS

Drei Tage wird in der kommenden Woche auf der Konferenz Loyalty 2014 in Amsterdam über aktuelle Entwicklungen von Kundenbindungsprogrammen diskutiert und referiert. Die Frequent-Flyer-Angebote der Airlines stehen bei der Veranstaltung im Mittelpunkt. Zu den Höhepunkten zählt die Vergabe der Loyalty Awards. Damit zeichnen die Konferenzmacher kreative neue Ideen bei Bonusprogrammen aus. Lufthansa (LH) mit Miles & More dürfte diesmal nicht zu den Preisträgern zählen.

Dieser Eindruck drängt sich auf, wenn man die anhaltenden Diskussionen im Internet zu Miles & More verfolgt. In Foren wie Vielfliegertreff.de, Vielflieger-Lounges.de oder Vielfliegerforum.de machen Kritiker ihrem Unmut über die ihrer Meinung nach zusehends schlechteren Leistungen bei dem Bonusprogramm lautstark Luft. Als „Kundenvertreibungsprogramm“ wird Miles & More da geschmäht, LH-CEO Christoph Franz als „bester Marketing Manager von Air

FOTOS: (V) THINKSTOCK, (LH) GLOBALFLIGHT

Berlin und Emirates“ (Vielflieger-Lounges.de) kritisiert. Jüngster Stein des Anstoßes ist die seit Jahresbeginn in Kraft getretene reduzierte Meilenvergabe bei Flügen in mehreren Economy-Buchungsklassen.

So erhalten Passagiere, die zum Beispiel einen innerdeutschen Flug in den Buchungsklassen Q, S, V und W buchen, seit Januar nur noch 250 statt wie bisher 500 Bonusmeilen gutgeschrieben. Für im Economy-Tarif T ausgestellte Flugscheine sinkt die Meilengutschrift bei Flügen innerhalb Europas von 750 auf 125 Meilen. Betroffen sind nicht nur LH-Flüge, sondern auch Buchungen bei diversen Partner-Airlines wie Air Dolomiti, Austrian Airlines, Brussels Airlines, LOT, Luxair und Swiss. Bei der Lufthansa rechtfertigt man diesen Schritt damit, dass man die Meilenvergabe stärker als bisher an die Wertigkeit der Flugtickets anpassen wolle. Es gelte, die langfristige Wirtschaftlichkeit des Programms von Zeit zu Zeit zu überprüfen, heißt es im Airline-Konzern. Das Argument ist

In Turbulenzen: Miles & More von Lufthansa wird zurzeit von zahlreichen Teilnehmern kritisiert.

nicht von der Hand zu weisen, wenn man bedenkt, dass Miles & More mehr als 1,6 Mrd. Euro Rückstellungen für bis dato nicht eingelöste Bonusmeilen erfordert.

Trotzdem hält der Meilen-Experte Ravindra Bhagwanani die jüngste Entscheidung für bedenklich. Die reduzierte Meilenvergabe sei zwar nur eine „unwesentliche Verschlechterung“, so der Geschäftsführer des Dienstleisters Global Flight. Allerdings passe sie nahtlos zu einer ganzen Reihe anderer Maßnahmen, die die Attraktivität des LH-Bonusprogramms zusehends beeinträchtigen. Die Lufthansa schlage einen „gefährlichen Weg“ ein, warnt er. Die Loyalität der wichtigsten Kunden stehe auf dem Spiel. Zumal andere Airlines ihre Vielflieger-Programme verbessern.

MITGLIEDERZAHL STEIGT WEITER

Bei hiesigen Unternehmen sieht man die Entwicklung bei Miles & More mitunter ähnlich. Beurteilt diese aber nicht so negativ wie Bhagwanani. Eher im Gegenteil. Denn in der Vergangenheit hat die Attraktivität von Miles & More nicht selten für Ärger gesorgt: Mitarbeiter erwiesen sich als überaus findig, wenn es darum ging, die Reisevorgaben des Arbeitgebers zu umgehen, nur um sich Bonusmeilen für private Prämien zu sichern. Wird der Anreiz, Lufthansa zu buchen, infolge reduzierter Meilengutschriften geringer, dürfte sich dies positiv auf die Steuerung der Reisenden auswirken – sehr zur Freude von Travel Managern. Die Lufthansa lässt die Kritik zumindest äußerlich kalt. Miles & More sei das größte Bonusprogramm in Europa und zähle 25 Mill. Mitglieder. Tendenz steigend. Auch würde die Anzahl der eingelösten Prämienmeilen stetig zunehmen, heißt es beim Kranich-Carrier. Kein Grund zur tieferen Besorgnis also. Zumal die Airline versucht, Status-Kun-



Meilen-Experte und Global-Flight-Chef Ravindra Bhagwanani hält den Kurs von Miles & More für einen „gefährlichen Weg“.

den wie Frequent Flyer, Senatoren oder die Mitglieder des exklusiven HON Circle mit neuen Programmelementen zu ködern.

Dazu zählen die neuen Status Stars. Je nach Dauer der Mitgliedschaft als Status-Kunde bekommen Miles-&More-Teilnehmer nun Sterne verliehen. Die „veredeln“ – so Lufthansa – Mitgliedskarten und Kofferanhänger. Konkrete Vorteile sind mit den neuen LH-Sternen bisher nicht verbunden. Für Ravindra Bhagwanani sind sie daher auch „Humbug“. Andere Programme wie Flying Blue von Air France-KLM seien wesentlich attraktiver. Dort bleibe man nach zehn Jahren auf der höchsten Mitgliedsstufe lebenslang Elitemitglied. Das sei ein echter Mehrwert. Ein solcher sei bei den Status Stars derzeit nicht zu erkennen. Noch nicht, denn die Lufthansa hat bereits im vergangenen Jahr Service-Verbesserungen für langjährige Status-Kunden angekündigt. Seitdem allerdings herrscht Funkstille. Doch das ändert sich ja vielleicht auf der Bonusprogrammkonferenz in Amsterdam. Dann gibt's unter Umständen 2015 auch einen Loyalty Award. **fvw**

MILES & MORE EIGENSTÄNDIG?

➔ **DAS VIELFLIEGER-PROGRAMM** der Lufthansa gehört bislang zum Bereich Passage. Es halten sich Spekulationen, dass Miles & More in eine eigene LH-Tochtergesellschaft ausgegliedert wird. Die Airline hält sich hierzu bedeckt.

➔ **ZIEL:** Lufthansa könnte flexibler agieren und die inaktive Mehrheit der Miles-&More-Teilnehmer besser als bisher erreichen.

➔ **NICHT ZULETZT** würde eine Auslagerung einen kompletten oder teilweisen Verkauf des Pakets erleichtern.