



Senator-Lounge der Lufthansa im Flughafen Frankfurt Rhein-Main: Es geht um Bevorzugung in einer Massenindustrie

LUFTFAHRT

Der Weg ist das Ziel

Eine sichere Währung gibt es noch: Flugmeilen. Mit teils skurrilen Tricks versuchen Vielflieger, ihr Meilenkonto zu optimieren – und das alles nur für ein paar Privilegien.

Der Businessjet schraubt sich ins Inntal, in vier Minuten wird er auf der Landebahn des Flughafens Innsbruck aufsetzen. Es herrscht Föhn, der Wind bläst in starken Böen. Bozidar Cvetanovic klammert sich an seinem Ledersitz fest. Noch vor ein paar Minuten hat er die anderen sieben Passagiere mit kleinen Geschichten unterhalten, jetzt wird selbst er still.

Cvetanovic und seinen Mitreisenden geht es nicht um den Ausflug, sie müssen nicht mal nach Österreich. Ihr Weg ist das Ziel, denn alle hier an Bord haben ein extremes Hobby: Sie sammeln Bonusmeilen des Lufthansa-Vielfliegerprogramms Miles & More. Der Trip von München nach Innsbruck und zurück im eigens gecharterten LH-Privatjet ist sinnfrei, bringt aber jedem der Mitreisenden – für knapp 2000 Euro Ticketpreis – 25 000 Meilen.

Das Sammeln solcher Bonusmeilen fasziniert weltweit mehr als 180 Millionen Reisende. Für die Fluggesellschaften ist es ein relativ billiges Mittel, Kunden zu binden. Aber wie jede Sammelleidenenschaft hat auch dieses Hobby mittlerweile einen kleinen Kreis echter Extremisten erschaffen.

Meilenjägern geht es nicht nur darum, Freiflüge zu bekommen oder ein Gratis-Massagekissen. Es geht ihnen um Bevorzugung in einer Massenindustrie, in der Menschen vor Sicherheitskontrollen wie in Viehgattern zusammengepfercht werden oder während der 14 Stunden nach Buenos Aires auf einem 44 Zentimeter breiten Mittelsitz ausharren müssen.

Eigentlich wollten Cvetanovic und seine Mitreisenden – ein Medizinprofessor, ein Versicherungsvorstand, ein Unternehmer, ein Banker und der Besitzer eines Unternehmens mit Milliardenumsatz – nur einmal kurz Innsbrucker Boden berühren und noch auf der Landebahn durchstarten und zurückfliegen. Doch dann wollte der Arzt noch bei einer Fortbildung vorbeischaun, und die Truppe musste eine Stunde lang Kaffee trinken, bevor es zurückging.

Weltweit existieren mehr als 150 Vielfliegerprogramme, Billionen Meilen werden jedes Jahr generiert. Längst sind die Meilen zu einer mächtigen Schattenwährung geworden. Allein die Lufthansa musste im Geschäftsjahr 2010 für ihr Bonusprogramm über 600 Millionen Euro an Rückstellungen in ihrer Bilanz

bilden – um nicht weniger als 198 Milliarden noch nicht eingelöste Meilen geht es.

Zusätzlich zu den Bonusmeilen sammelt man bei der Lufthansa auch Statusmeilen. Wer regelmäßig mit der Gesellschaft fliegt, kann so zum Frequent Traveller (35 000 Statusmeilen im Kalenderjahr), Senator (130 000 Statusmeilen) oder Mitglied im besonders exklusiven HON Circle (600 000 HON-Circle-Meilen in zwei Jahren) aufsteigen.

Weniger als fünf Prozent der 20 Millionen Miles & More-Kunden sind in einer dieser Elite-Kasten, die ihnen Privilegien am Boden wie an Bord verschaffen. „Rund um den Status wird sehr mit der Eitelkeit der Menschen gespielt. Und wir alle fallen auch darauf rein“, sagt Wolfgang Riegert, der es wissen muss, weil er zu den Profi-Sammlern gehört.

Manchmal sitzt er nächtelang vor dem Buchungscomputer und sucht nach besonders günstigen Tarifen mit maximaler Meilenausbeute. Gerade war er in New York. Samstags hin, sonntags zurück. Und, „wie es sich für einen echten Meilensammler gehört“, fliegt er nicht einfach nur zurück. Von New York geht es



BORIS ROESSLER / DPA

Urlauber am Check-in: Wie in Viehgattern zusammengepfercht

über Miami nach Zürich und dann weiter nach Stuttgart, denn das bringt mehr.

Direktflüge sind unbrauchbar; je mehr Umwege sich in eine Strecke einbauen lassen, desto mehr Meilen lassen sich verdienen. Weihnachten war für Riegert „sehr entspannt“: am 22. Dezember von München nach Los Angeles. Nicht direkt natürlich, sondern über Genf, Zürich, San Francisco. An Heiligabend, zwei Tage später, landete Riegert in Basel.

Sein Chef Matthias Levinger, selbst HON und Inhaber des Reisebüros mit der selbstreferentiellen Web-Adresse „Vorne-Sitzen“, das auch auf Meilenfragen spezialisiert ist, sagt: „Die Anziehungskraft der Meilenprogramme ist enorm. Es ist ja schon schön, an Bord ehrfurchtsvoll behandelt zu werden.“

American Airlines (AA) war die erste Fluggesellschaft, die 1981 ein Vielfliegerprogramm gründete. Sein Name: AAd-

vantage. Schnell zogen fast alle großen Linien nach. Das Geheimnis: Der damalige AA-Chef Robert Crandall hatte herausgefunden, dass 5 Prozent seiner Kunden für 40 Prozent des Umsatzes verantwortlich waren und entsprechend belohnt werden müssten.

Die Lufthansa führte ihr Programm erst 1993 ein. Anfangs wurde Miles & More dort nur als ungeliebter Kostenfaktor gesehen. Heute haben selbst Billigflieger wie Germanwings oder die strauchelnde Air Berlin eigene Programme.

Sogar Hollywood hat den Stoff für sich entdeckt: George Clooney spielte in „Up in the Air“ einen Manager und Meilenmillionär. Echte Vielflieger können angesichts der Fiktion nur milde lächeln. Sie kennen ganz andere Tricks als jene im Film, um maximale Meilenrendite rauszuschlagen.

Ein Weg sind Tariflücken. Einmal bekannt, verbreiten die sich rasch über

Foren im Netz. Meilenjäger Riegert schwärmt heute noch von einem Alitalia-Tarif: von Sri Lanka nach New York über Bangkok. Er staunte nicht schlecht, als er an die Strecke bis zu 14 weitere Flugsegmente ranhängen konnte.

Der Preis änderte sich auch kaum, als er andere Fluggesellschaften in die Buchung integrierte. So bastelte er ein Ticket für wenig mehr als 1000 Euro mit Zielen auf der ganzen Welt – bei normaler Buchung hätte das mehr als 20 000 Euro gekostet. Zehntausende Meilen waren inklusive. Und wer zudem Tickets ab Kairo, Tel Aviv oder Athen bucht, bekommt sie meist erheblich günstiger als mit Startflughafen Frankfurt oder München.

Besonders ausgefeilt war unter echten Freaks die Operation „AIRail“. Weil die Strecke zwischen Stuttgart und Frankfurt am Main für einen Flug zu kurz ist, begann die Lufthansa damit, einfach einen ICE-Waggon mit einer Flugnummer zu versehen, Meilen für das Bahnticket wurden ebenfalls gutgeschrieben. Unzählige Meilensammler fuhren daraufhin den ganzen Tag lang in diesen Zügen hin und her – virtuell. Sie kauften die Tickets, checkten von zu Hause aus ein und kassierten die Meilen, ohne ihr Sofa zu verlassen. Irgendwann kam die Lufthansa dahinter und verlangte fortan, dass die Fahrgäste am Bahnhof ganz real einchecken.

Nun machte ein harter Kern von Fettschisten eine kleine Industrie daraus. Sie stellten eine Studentin an, die mit einem Stapel Vielfliegerkarten zum Check-in-Automaten ging und die Bordkarten zog. Bis die Lufthansa auch diese Lücke erkannte und das Angebot stoppte, verdiente mancher ein paar Millionen Meilen damit. Leute bekamen eine Senator-Card, ohne ein einziges Mal geflogen zu sein.

Überhaupt lassen sich ziemlich viele Meilen mit ziemlich wenig Flügen verdienen. Ein beliebter Weg: Zeitschriften- und Zeitungsabos. Viele Blätter mit mehr oder weniger großen Auflagenproblemen bieten Abos zu großen Rabatten über Miles & More an, Prämienmeilen gibt es bei Abschluss gratis dazu.

Die Faustregel echter Kenner: 1000 Lufthansa-Meilen sollten nicht mehr als 13 Euro kosten, Profis schaffen es, eine Bonusmeile für weniger als einen Cent zu generieren. Egal, ob Mobilfunkvertrag, Kontoeröffnungen, Versicherungsabschluss oder Autoanmietung – Meilen sind fast überall inklusive.

Selbst beim Shoppen mit einer zum Programm gehörenden Kreditkarte gibt es für jeden Euro Umsatz eine Meile gratis. Rund 550 000 Miles & More-Kreditkarten sind derzeit im Umlauf. Mancher Mittelständler lässt seine gesamten Firmenumsätze über die oft sogar kostenlosen Karten laufen und hortet auf diesem Weg schnell Hunderttausende

Flugträume Status im Miles & More-Programm der Lufthansa ...



ab 35 000 Meilen pro Kalenderjahr

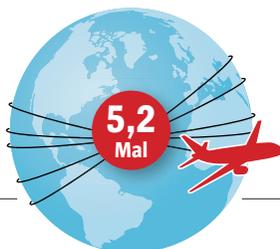


ab 130 000 Meilen pro Kalenderjahr
für Teilnehmer mit Wohnsitz in Deutschland



ab 600 000 Meilen in zwei Kalenderjahren
nur auf Flügen der Miles & More-Partner ohne Germanwings

... und wie oft man dafür theoretisch um die Welt fliegen müsste



DER SPIEGEL

Meilen. Andere überweisen sich regelmäßig größere Geldbeträge hin und her, nur um Prämienmeilen zu generieren. Nicht selten zu viel, um sie jemals abzufliegen.

Und da fängt das Problem an, denn viele Sammler müssen für ihre Meilen auch tatsächlich fliegen. Sie wollen Status statt Bonusmeilen kassieren. Die bekommt nur, wer auch wirklich in einem Flugzeug sitzt.

Je nach Statusniveau werden die Passagiere auf der Warteliste besser behandelt, dürfen mehr Gepäck mitnehmen; ab dem Senator-Level wird häufig der Nachbarsitz im Flugzeug geblockt. Doch selbst im exklusiven HON Circle, dem Club der absoluten Vielflieger, sind die Vorteile letztlich überschaubar: In einigen wenigen Flughäfen gibt es spezielle Lounges sowie einen Limousinen-Fahrdienst, wenn das Flugzeug auf dem Vorfeld parkt. Die Besatzung sollte den Kunden mit seinem Namen ansprechen, in manchen Ländern gibt es Hilfe bei der Einreise.

ein gültiges Flugticket braucht, kaufte er stets eins, teuerster Tarif, trat den Flug jedoch nie an und gab seinen Flugschein schließlich kostenfrei zurück.

In den Senator-Status lädt die Lufthansa noch eine größere Gruppe ein. Bundestagsabgeordnete zum Beispiel bekommen die Karte einfach so zugeschickt. In den HON Circle dagegen kann man sich nur durchs Fliegen befördern.

„Es hat nie auch nur eine Ausnahme gegeben“, versichert Harald Deprosse, Chef des Programms Miles & More. Das führt bisweilen zu dramatischen Szenen, denn so mancher Konzernchef wollte partout nicht, dass Mitarbeiter seiner unteren Hierarchieebenen die Top-Kundenkarte haben, er aber nicht. „Es gab schon einige Gespräche von Dax-Vorstand zu Lufthansa-Vorstand. Doch wir bleiben hart. Ohne 600 000 Meilen keine HON-Karte“, sagt Deprosse.

So bleibt es ein elitärer Club, in dem mehrheitlich Vertriebsleiter, Ingenieure

mand, der ein paarmal im Jahr First Class fliegt, ist natürlich preiswerter als ein Vielflieger, der jeden Tag durch Deutschland reisen muss und die Lounges und Vorzüge stärker in Anspruch nimmt“, sagt Deprosse.

Albert Eskenazy gehört statistisch gesehen zu den besten Kunden. Der Besitzer einer Übersetzungsfirma aus Essen reist das ganze Jahr durch die Welt. Gerade war er für ein paar Tage in Indien, regelmäßig fliegt er nach Israel, fast immer in der First Class. Eskenazy ist HON, war mal mehr als zehn Millionen Bonusmeilen schwer und kann die Aufregung über das Programm nicht verstehen.

Absurd findet er, dass manche Menschen ihr Leben danach ausrichten, den Status zu bekommen, und dafür auch noch viel Geld ausgeben. „Die Lufthansa bietet mit Abstand eines der schlechtesten Produkte an, aber die Leute rennen denen wegen des Programms die Bude ein.“



Meilensammler Eskenazy, First-Class-Lounge im Flughafen London-Heathrow: „Erfüllung ihres Geltungsdrangs“

Der Olymp der Statusritter ist das First Class Terminal am Frankfurter Flughafen, ein eigenes Gebäude neben dem Terminal der Normaltouristen. Dort gibt es keine trockenen Cracker, sondern Entenbrust, edle Weine und Champagner. Die Duschräume hier sind komplette Bäder, die Kosmetik ist hochwertig, auf dem Badewannenrand steht eine Quitscheente.

Jeder Gast wird von einem Lufthansa-Mitarbeiter betreut. Sie führen durch die diskrete Sicherheitskontrolle und holen kurz vorm Start den Fluggast ab, der dann in einem Porsche oder Mercedes zum Jet gefahren wird.

Es sind Annehmlichkeiten, die für echte Vielflieger mit Termindruck nützlich sind und Hobby-Vielflieger auf ganz andere Art anziehen: Einer, so berichtet die Lufthansa, sei nahezu täglich gekommen. Er habe nur zu Mittag essen wollen. Weil man für den Zutritt zum Terminal aber

und Unternehmensberater Mitglied sind, denn kaum eine andere Berufsgruppe kann und muss so viel im Flugzeug sitzen. Immerhin: Man müsste binnen zwei Jahren fast tausendmal von Hamburg nach München fliegen, um den Traumstatus zu erreichen.

Bei der Unternehmensberatung McKinsey gilt das ungeschriebene Gesetz, die Privilegien des HON Circle nur zurückhaltend in Anspruch zu nehmen. Grund: Der eigene Kunde, der aller Wahrscheinlichkeit nach kein Mitglied ist, hat die Vielfliegerei der Berater ja letztlich bezahlt. LH-Manager Deprosse lächelt: „Es gibt HONs, die uns vorher anrufen und sagen, dass sie mit ihrem Chef gemeinsam verreisen und unter keinen Umständen bevorzugt werden wollen. Daran halten wir uns dann.“

Für den Lufthansa-Manager ist dabei nicht jeder Kunde gleich angenehm. „Je-

Er ist sich sicher: „Für viele ist die HON-Karte nicht mehr als die Erfüllung ihres Geltungsdrangs. Man will zeigen, dass man was ist, den schwarzen Anhänger am Gepäck tragen und dem Gemeinvolk beweisen, dass man dazugehört.“

Lufthansa-Mann Deprosse sagt: „Natürlich kann man auch in ein gutes Restaurant gehen und muss dafür nicht ins First-Class-Terminal. Der Unterschied ist: Ins Restaurant kann jeder, ins First Class Terminal nicht.“

Dafür tun manche wirklich alles. In einem Vielflieger-Forum hat ein Meilenjäger sein ganzes Dilemma verewigt: „Da ich mich für den Erwerb der HON-Karte stark verschuldet habe, kann ich mir derzeit leider keine Flugtickets leisten. Und so, wie es aussieht, kann man die meisten HON-Vorteile nur nutzen, wenn man auch oft fliegt. Schon irgendwie blöd, finde ich.“

MARTIN U. MÜLLER