

Haben Vielfliegerprogramme ausgedient?

Fly.com-Umfrage zeigt: Jeder Zweite verzichtet auf das Einlösen von Meilen

Hamburg, 20. Dezember 2012 – Die Fluggesellschaft airberlin hat am Dienstag ihr Vielfliegerprogramm „Topbonus“ an Etihad Airways verkauft. 184 Millionen Euro bezahlte die Fluggesellschaft für das Kundenbindungsinstrument. Doch wie stehen deutsche Reisende den zahlreichen Prämienprogrammen wirklich gegenüber? Die Flugsuchmaschine Fly.com hat bei 1.500 Bundesbürgern nachgefragt.

Das Ergebnis: Jeder dritte Befragte ist nicht an den Bonussystemen interessiert. Der Grund ist simpel: Sie sehen darin keinen Nutzen. Mehr als ein weiteres Drittel der Befragten (34 Prozent) ist zwar Mitglied eines oder mehrerer Vielfliegerprogramme, lediglich 10 Prozent verwenden es allerdings regelmäßig.

„Das teils mühsam angehäuften Kapital in Form von Meilen liegt ungenutzt auf den Konten der Verbraucher, da die Einlösung zu kompliziert ist“, so Dahlia Preziosa, Country Managerin von Fly.com Deutschland. Dies könnte mit ein Grund dafür sein, warum die Hälfte der Befragten (49 Prozent) komplett auf das Einlösen der gesammelten Meilen verzichtet.

Die Flugexpertin von Fly.com empfiehlt Meilensammlern, im Vorfeld einer Reise die Flugpreise genau zu vergleichen, gegebenenfalls ein herkömmliches Flugticket zu kaufen und die Bonusmeilen für ein Upgrade in die nächsthöhere Kabinenklasse zu verwenden. „Es ist ein Trugschluss zu glauben, dass Meilenflüge umsonst sind. Zusätzlich zum Meileninvestment können Steuern und Gebühren sowie eventuelle Kreditkarten- und Gepäckkosten die Ausgaben in die Höhe treiben. Das vermeintlich kostenfreie Ticket ist dann gegebenenfalls mit einer beträchtlichen Geldsumme verbunden und mitunter nicht billiger als ein regulärer Flug mit einer anderen Fluggesellschaft.“

Methodischer Hintergrund

Travelzoo, der Mutterkonzern der Flugsuchmaschine Fly.com, hat im Oktober dieses Jahres 1511 reiseaffine deutsche Fly.com- und Travelzoo-Nutzer bezüglich Vielfliegerprogrammen befragt. Die Umfrage wurde online mit der QuestionPro-Software durchgeführt. Es wurden keine Teilnahme-Prämien angeboten.

Über Fly.com

Fly.com™ (www.fly.com) ist eine Flugsuchmaschine sowie eine anbieterunabhängige und neutrale Preisvergleichsseite in einem. Ziel ist es, die Suche nach Flügen zu vereinfachen und schnell die Verbindung mit dem besten Preis zu finden. Die Metasuchmaschine ist bereits in Deutschland, Großbritannien, Kanada und den USA aktiv. Sie durchsucht die Angebote Hunderter nationaler und internationaler Fluggesellschaften sowie bekannter Online-Reisebüros. Fly.com fragt Daten bei jeder Suche neu an. Das bedeutet für die Nutzer, dass sie auf Fly.com die aktuellsten verfügbaren Preise erhalten, die von den Fluggesellschaften und Online-Reisebüros ausgeliefert werden. Nach erfolgreicher Suche gelangt der Nutzer per Link auf die Seite seines bevorzugten Anbieters und führt dort die Buchung durch. Zusätzlich zu den vorhandenen Filterkriterien wie Abflugzeiten, Zwischenstopps, favorisierten Fluglinien und einigen anderen weist Fly.com auch Gabelflüge aus. Fly.com ist eine Tochtergesellschaft des börsennotierten Unternehmens Travelzoo (NASDAQ: TZOO).

Medienkontakt:

a+o

Ann-Catrin Boll/Friederike Zempel

Schulterblatt 58

20357 Hamburg

Mail: fly.com@a-und-o.com

Tel: +49 (0) 40 43 29 44 24