

„Abheben inklusive“ | ALPHA.CH - Blog für Online-Kaderstellen

<http://content.alpha.ch/b2c/1-ratgeber-hr-informationen/4-wissen-weiterbildung/business-travel/abheben-inklusive/>

August 8, 2011

Wer kennt sie nicht, die weit verbreiteten Vielfliegerprogramme oder auch «frequent flyer programs» genannt?

© Dr. Markus Hess, MBA



Das erste Vielfliegerprogramm Anfang der '80er Jahre wurde von American Airlines ins Leben gerufen. Man stellte damals in Dallas fest, dass 40% des Umsatzes von nur 5% der Kunden erfliegen wurde und man hatte das Ziel, diese Kundschaft an sich zu binden. Hat es funktioniert? Da kann man vermutlich geteilter Meinung sein. Sicherlich bescherte es in den '80er Jahren American Airlines erstmal einen «competitive edge», der aber schnell durch Vielfliegerprogramme anderer Airlines aufgeholt wurde. Mittlerweile hat sich weltweit ein Berg an Meilen angehäuft, der im Jahre 2005 einen Wert von 700 Milliarden Dollar hatte und zum heutigen Zeitpunkt vermutlich die

Billionengrenze gesprengt hat. Die Verbindlichkeiten, die die Luftfahrtgesellschaften so mit sich schleppen, sind enorm und betrugen alleine bei der Lufthansa im Jahre 2005 einen Wert von 491 Millionen Euro. Dies ist aber ein anderes Thema. Dem Autor geht es vorrangig um die soziologische und psychologische Komponente und schlussendlich um den Einfluss auf die Gewinn- und Verlustrechnung der vielen Unternehmen, deren Mitarbeiter/Innen diese Meilen erfliegen.

90% dieser «Quasi Ersatzwährung» werden auf geschäftlichen Reisen erfliegen. Während der letzten Jahre meiner Tätigkeit als Unternehmer/Innenberater konnte ich erkennen, dass das Ansammeln der Meilen nicht mehr vorrangig der eventuell anstehenden «Urlaubsplanung mittels Freiflügen» dient, sondern vornehmlich die Eitelkeit vieler Manager/Innen bedient. Ansonsten hätten sich auch nie solche Berge an Meilen angehäuft.

Die Fluggesellschaften, u. a. auch die Lufthansa und Swiss haben es hervorragend verstanden, mit Ihren Einteilungen in Frequent Flyer, Senator Status und zuletzt den «erlauchten» Hon Status in «Vielfliegerkreisen» ein «Promeniergehebe» zu erzeugen. Ein Marsbewohner, der sehr wenig über menschliche Verhaltensweisen weiss, würde staunen. Der Drang unter den beruflichen Vielfliegern den «Hon Status» zu erreichen, ist enorm. Gehen Sie davon aus, dass wenn Sie einen Senator oder «Hon» auf einer Party treffen, Sie im Laufe des Abends erfahren werden, dass er/sie diesen Status hat. Der «Vielfliegerstatus» ist ein Prestigesymbol und hat einen höheren «Unterhaltungs- und Differenzierungswert» als die neue Panerai oder die Portugieser von IWC. Vielflieger, die aufgrund zu wenig geflogener Meilen Gefahr laufen, ihren Status zu verlieren, können diesen für einen vierstelligen Betrag für ein weiteres Jahr verlängern. Von dieser Option wird reichlich Gebrauch gemacht.

Vielfliegerprogramme haben damit bei Ihren Kunden genau das erreicht, was Flugzeuge täglich tun. Die Kunden haben abgehoben und den Boden unter den Füßen verloren. Manager fliegen Umwege, um mehr Meilen zu kassieren, Gabelflüge werden gebucht wegen mehr Meilen und vieles mehr. Der Fantasie sind auch in diesem Bereich kaum Grenzen gesetzt und ein Blick in verschiedenste Foren im Internet gibt einen kleinen Einblick in die «Geheimnisse» des Vielfliegens. Michael Kimberger, Präsident des Verbandes Deutsches Reisemanagement sagte vor einiger Zeit hierzu: «Jeder Mitarbeiter will den Senator-Status erreichen und daher natürlich so viel wie möglich fliegen. Gerade gegen Jahresende sind verstärkt Reisen zu beobachten, die dienstlich vielleicht gar nicht nötig wären und nur der Sicherung oder des Erreichens des begehrten Status dienen.»

Schauen Sie im Interesse Ihres Unternehmens genau auf das Verhalten, die Umstände und die Ziele Ihrer Vielflieger. Sorgen Sie dafür, dass die erfliegenen Meilen auch wiederum Ihrem

Unternehmen zugute kommen. Fakt ist, dass in dem einen oder anderen Fall, die Manager/Innen zeitlich gar nicht mehr oft genug am Boden sind, um noch «gegroundet» zu sein. Bei all Ihrer Reisetätigkeit entfernen sie sich immer mehr von Ihren Kollegen/Innen und kriegen gar nicht mehr «den Beat» des Unternehmens mit. Hinzu kann ein zusätzlicher «Sozialneid» der am Boden gebliebenen Mitarbeiter die Situation verschärfen. In einer Zeit, in der darüber vor Gericht gestritten wird, wann ein Mitarbeiter den Boden der Rechtschaffenheit verlässt, erscheint das Verhalten vieler vielreisender Manager/Innen in einem ganz anderen Licht. Interessant ist schon, dass in dem Jahrzehnt der «Corporate Governance» überhaupt eine solche Inanspruchnahme persönlicher Vorteile geduldet bzw. gesellschaftlich anerkannt ist. Übertragen auf die Situation in einer Kantine würde dies bedeuten, dass der Disponent einer Kantine an einem «Meat and More» Programm teilnimmt, bei dem er pro 50 bestellte Steaks eines für sich bekommt?!

Es liegt nun an Ihnen als Unternehmenseigner(in) zu überprüfen, was in den jeweiligen Fällen die «wahren» Gründe für die vielen Flüge sind. Mit Sicherheit erwartet Sie bei näherer Betrachtungsweise so manche Überraschung!

Dr. Markus Hess, geboren 1964, ist geschäftsführender Partner der Unternehmer/Innenberatung «Think-Beyond» (<http://www.think-beyond.com/>) und Eigentümer von <http://www.schoggimail.com/>. Er war in vier Geschäftsleitungen mittelständischer Unternehmen tätig und hat drei Unternehmen aufgebaut. Er promovierte über «Strategisches Management von Regionalfluglinien» und ist begeisterter Privatpilot. Seit einigen Jahren arbeitet er als Coach und Berater für mittelständische Unternehmen und verwendet erfolgreich Erkenntnisse aus der Natur (u. a. verwendet er auch Pferde für seine Führungstrainings), um mit Hilfe der Bionik unkonventionelle Lösungen für organisatorische und technische Probleme in Unternehmen zu finden. Nebenberuflich arbeitet er noch als Dozent für Marketing, Strategie und Organisation. E-Mail: Markus.Hess@think-beyond.com