

Lufthansa: 16 Euro Zusatzgebühr pro Ticket

Ab 1. September müssen Travel Manager auf alle Tickets, die sie übers Reisebüro (Reservierungssysteme) buchen, diesen Betrag zahlen. Befreit sind die Buchungen direkt über Lufthansa.com.

Damit will Lufthansa die steigenden Vertriebsgebühren auffangen. Wie die Airline mitteilt, fällt vom 1. September 2015 an für jedes via Reisebüro (Reservierungssystem) gebuchte Ticket – egal ob online oder offline – die Zusatzgebühr von 16 Euro an. Der 1. September gilt dabei als Ticket-Ausstellungsdatum. Die Regelung betrifft auch die Lufthansa-Töchter Austrian, Swiss und Brussels, gilt jedoch zum Beispiel nicht für einen von Lufthansa ausgeführten Flug anderer Gesellschaften wie United Airlines etwa von Frankfurt nach New York.

Auf die Gebühr, die Lufthansa „Distribution Cost Charge“ DCC nennt, gibt es keine Großkundenrabatte; Germanwings und Eurowings sind von der Regelung ausgenommen. Ziel von Lufthansa-Vertriebsvorstand Jens Bischof ist es, Firmenkunden direkt auf die Website der Lufthansa zu locken und dort zu buchen.

Die Gebühr können nur solche Firmenkunden vermeiden, die direkt über Lufthansa.com buchen oder über das Agentenportal LH-Agent.com. Es gibt dann einen Log-in, der Zugriff auf alle Firmenpreise bietet, die auf der .com-Seite hinterlegt werden.

Wie Bischof sagt, verdiene Lufthansa immer weniger am Verkauf ihrer Flugscheine, während die Reservierungssysteme steigende Gewinne verbuchten. „Diesem Trend steuern wir nun entgegen“, so der Manager. Sein Emirates-Kollege Tim Clark hatte Amadeus & Co bereits als „Parasiten“ bezeichnet, die es zu bekämpfen gelte.

Bereits vor einigen Jahren hatte Lufthansa einen ähnlichen Schritt mit der Tochter Germanwings gewagt: Unter der Bezeichnung „Vorzugspreise“ waren die günstigsten Tickets nicht über die Reservierungssysteme erhältlich. Dies wurde jedoch wieder zurückgenommen.

Angehörige der Travel-Management-Branche reagieren in ersten Stellungnahmen verärgert über die neue Gebühr. „Veränderungen sind ein notwendiger Teil des Geschäftslebens“, sagt etwa Jörg Martin, Inhaber der Beratung CTC Corporate Travel Consulting. „Bedauerlich ist jedoch, dass Lufthansa es immer noch nicht für nötig hält, ihre Geschäftspartner frühzeitig in solche Prozessänderungen einzubinden. Dann könnten sie wenigstens rechtzeitig tragfähige Alternativen anbieten.“ (*Oliver Graue*)