

11.06.2025 – 11:35 Uhr

Flying Blue feiert sein 20-jähriges Bestehen

Flying Blue feiert sein 20-jähriges Bestehen

Im Juni 2025 feiert Flying Blue, das Treueprogramm der Air France-KLM-Gruppe, sein 20-jähriges Bestehen und steht damit für zwei Jahrzehnte Loyalität, starke Beziehungen zu den Mitgliedern, Innovation und herausragende Leistungen über das Reiseerlebnis hinaus. Flying Blue entstand 2005 aus der Fusion der Programme Fréquence Plus von Air France und Flying Dutchman von KLM und hat sich mit fast 30 Millionen Mitgliedern weltweit zu einem der beliebtesten Treueprogramme der Branche entwickelt.

Wachsende Mitgliederzahlen und internationale Anerkennung

Ursprünglich für Kundinnen und Kunden von Air France, KLM und Aircalin gegründet, expandierte Flying Blue mit der Aufnahme von TAROM im Jahr 2010 und Transavia im Jahr 2013. Heute hat Flying Blue fast 30 Millionen Mitglieder auf der ganzen Welt und arbeitet mit rund 40 Fluggesellschaften zusammen. Mehr als 100 kommerzielle Partner sind an das Programm angeschlossen und ermöglichen es den Mitgliedern, sowohl auf Reisen als auch im Alltag Meilen zu sammeln und auszugeben.

Flying Blue wurde kürzlich vom Treueprogramm-Spezialisten Point.me zum «Weltbesten Airline-Prämienprogramm» und von den renommierten Freddie Awards zum «Besten Eliteprogramm in Europa und Afrika» prämiert und zeichnet sich nach wie vor durch seine zahlreichen Vorteile, den hochwertigen Kundenservice und die Benutzerfreundlichkeit aus.

Immer stärker in den Alltag der Mitglieder integriert

Seit seiner Gründung hat Flying Blue eine Reihe wichtiger Produkte und Dienstleistungen eingeführt: die 1998 eingeführte Karte von Air France und American Express, die 2010 durch die Co-Branding-Karte Flying Blue x American Express ersetzt wurde, ein Autovermietungsangebot mit Hertz, Innovationen wie Cash & Miles und Flying Blue Shop for Miles im Jahr 2018 und die 2019 eingeführte Partnerschaft mit All, dem Treueprogramm der Accor-Gruppe. Im Jahr 2022 wurde die Flying Blue Family-Funktion eingeführt, die es Familienmitgliedern ermöglicht, ihre Meilen zusammenzulegen. Zwischen 2023 und 2025 wird das Treuesystem durch neue Partnerschaften mit Amazon, Uber, Hertz und der französischen Eisenbahngesellschaft SNCF (für den Kauf von Zuggutscheinen in Frankreich) weiter ausgebaut. Ziel ist es, die Möglichkeiten zum Sammeln von Meilen zu vervielfachen und den Mitgliedern den Zugang zu Prämien und Vorteilen zu erleichtern. Ursprünglich für Vielreisende konzipiert, hat sich Flying Blue inzwischen zu einem vollwertigen Treueprogramm entwickelt, bei dem das Sammeln und Ausgeben von Meilen nicht mehr auf den Reisesektor beschränkt ist.

Mit der neuen mobilen App Flying Blue+, die derzeit in Grossbritannien und den USA verfügbar ist, setzt das Programm diesen Wandel fort. Mitglieder können bei Einkäufen bei Macy's, Burberry und Apple Meilen sammeln. Die App sollte bald in weiteren Ländern verfügbar sein.

Flying Blue bietet seinen Mitgliedern auch die Möglichkeit, zum Kauf von nachhaltigem Flugbenzin beizutragen oder ihre Meilen an NGOs wie das Rote Kreuz, UNICEF und The Ocean Cleanup zu spenden. Allein im Jahr 2024 haben Flying Blue-Mitglieder 450 Millionen Meilen gespendet und damit die Arbeit und Missionen dieser Organisationen unterstützt.

«Turning Miles into Memories, for 20 years»

In den vergangenen 20 Jahren hat sich Flying Blue erfolgreich an die technologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen in der Reisebranche angepasst – und ist dabei seiner Mission treu geblieben: seinen Mitgliedern unvergessliche Erlebnisse zu ermöglichen. Anlässlich dieses Jubiläums startet Flying Blue die innovative globale [Kampagne «Turning Miles into Memories, for 20 years»](#), welche die Entwicklung des Programms und die im Laufe der Jahre geschaffenen Reiseerlebnisse aufzeigt. Die Kampagne unterstreicht die Rolle, die Flying Blue bei den Reiseerlebnissen seiner Mitglieder spielt, indem es sie in jeder Lebensphase begleitet und unvergessliche Momente schafft, während es sich an ihre Bedürfnisse und an die Veränderungen der Gesellschaft anpasst.

Seit dem 6. Juni 2025 ist die Kampagne an den Flughäfen Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly, Amsterdam Schiphol und New York JFK zu sehen, ebenso auf den Social-Media-Kanälen von Air France-KLM und Flying Blue, darunter Facebook, Instagram und die Musikplattform Spotify. Und schliesslich bietet die Sonderaktion «Miles of Memories» einigen wenigen glücklichen Mitgliedern aus zehn Ländern die Möglichkeit, ikonische Ziele im Air France-KLM Netzwerk erneut zu besuchen – und neue Erinnerungen zu schaffen.

Über Flying Blue

Flying Blue ist das Treueprogramm der Air France-KLM-Gruppe. Es wurde 2005 ins Leben gerufen und ermöglicht mehr als 29 Millionen Mitgliedern weltweit, zahlreiche Vorteile und Prämien zu geniessen, indem sie bei verschiedenen Flug-, Geschäfts- und Finanzpartnern Meilen sammeln und einlösen. Flying Blue unterstützt seine Mitglieder auf ihren Reisen und im Alltag. Ob für einen Kurzurlaub in der Nähe der Heimat oder eine Reise ans andere Ende der Welt, Flying Blue macht jeden Moment zu einem unvergesslichen Erlebnis.

Über Air France-KLM

Die Air France-KLM-Gruppe ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit einer starken europäischen Basis, dessen Hauptgeschäftsfelder die Passagier- und Frachtbeförderung sowie die Wartung von Luftfahrzeugen sind.

Air France-KLM ist eine führende Akteurin im internationalen Flugverkehr ab Europa. Sie bietet ihren Kundinnen und Kunden Zugang zu einem weltweiten Streckennetz, das dank Air France, KLM Royal Dutch Airlines und Transavia mehr als 320 Destinationen abdeckt, hauptsächlich von ihren Drehkreuzen in Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly und Amsterdam-Schiphol.

Flying Blue ist das Treueprogramm der Air France-KLM-Gruppe mit mehr als 26 Millionen Mitgliedern.

Zusammen mit ihren Partnern Delta Air Lines und Virgin Atlantic betreibt Air France-KLM das grösste transatlantische Joint Venture mit mehr als 375 täglichen Flügen. Air France-KLM ist auch Mitglied der SkyTeam-Allianz, die 19 Fluggesellschaften umfasst und die es sich zum Ziel gesetzt hat, den Fluggästen in ihrem globalen Netzwerk ein nahtloses Reiseerlebnis auf jeder Etappe der Reise zu bieten.

Die Air France-KLM-Gruppe ist seit 20 Jahren als Branchenführerin im Bereich der nachhaltigen Entwicklung anerkannt und ist entschlossen, den Übergang zu einer nachhaltigeren Luftfahrt zu beschleunigen.

Medienstelle Air France-KLM Schweiz

c/o Panta Rhei PR AG
Weinbergstrasse 81
CH-8006 Zürich
+41 (0)44 365 20 20
airfrance-klm@pantarhei.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018582/100932482> abgerufen werden.