

Klein karierte Abzocker



Kolumne Wer (Kunden-)Könige zum Narren hält, pokert und verliert hoch: Das kann die CS von den SBB lernen.

Am 2. November 2002 wurde ich ein besserer Mensch. Damals mutierte ich vom «Homo sapiens» zum «Homo sapiens platinensis». Anders gesagt: American Express teilte mir mit, angesichts meiner jährlich fünf- bis sechsstelligen Verdienste um ihr Kommissionsgeschäft habe man mich vom plebejischen Gold- zum erhabenen Platinkartenhalter «upgradet». Und dies erst noch gratis – mindestens im ersten Jahr. Ich gestehe, dass mich diese Gunst des weltweit renommiertesten Kreditkartenunternehmens emotionalisierte. Und nachdem mir im beigelegten Prospekt noch versichert wurde, mit der Platinumkarte sei ich auch gegen beinahe jede Art von Unbill versichert, überkam mich zudem ein Gefühl selten gefühlter Sicherheit.

Nun, seit einem Monat plagen mich wieder Existenzängste. Denn Mitte Dezember sah ich mich gezwungen, folgendes Mail an die Amex-Versicherung Axa Assistance in München zu schicken: «Ich verzichte auf die Rückerstattung der Fr. 165.50. Überweisen Sie den Betrag in meinem Namen einem Schweizer Kinderwerk. Ich bedanke mich für Ihre sehr kulantem, kompetenten Dienste. Ihr neuer Visa-Kunde S. W.» Was war geschehen? Ganz einfach, Amex tat das Schlimmste, was eine Marke tun kann: ihr Versprechen brechen. Nachdem ich nämlich eine Reise annulliert hatte, weil mein Vater notfallmässig operiert werden musste, wagte ich es, bei Swisscard AECS, einem Joint Venture von Credit Suisse und American Express, die Ticketkosten von 550 Franken zurückzufordern.

Es folgte ein dreimonatiges Hin und Her mit den Verantwortlichen, die ein Arztzeugnis refüsierten, dann Einblick in die Krankengeschichte meines Vaters verlangten, diesen schliesslich aufforderten, seinen Arzt von der Schweigepflicht zu entbinden und auf dessen zweites Zeugnis hin dann 165 Franken erstatteten. Dies mit der Begründung, das Flugticket meiner Lebenspartnerin sei zwar – obschon ebenfalls mit meiner Platinumkarte bezahlt – nicht versichert gewesen, weil sie selbst nur Goldkarteninhaberin sei. Ausserdem werde mir für die Beanspruchung der Reisekostenversicherung ein Selbstbehalt von 120 Franken verrechnet.

In der Hoffnung, es lasse sich eine einvernehmliche Lösung finden, hatte ich mich sogar an den mir bekannten AECS-CEO Urs Baumann gewandt. Dieser schrieb auch höflich zurück und schenkte mir 40000 Flugmeilen mit der Swiss. Der Effekt dieser Geste wurde jedoch dadurch zunichte gemacht, dass er die Geschäftsbedingungen mitschickte und mich mit einem roten Kleber auf Unterpunkt 10.3.2 «Reiseversicherung» aufmerksam machte.

Ich war schon geneigt, dies als typisch Schweizer Bünzli-Servicementalität abzubuchen, da machte ich mit einem anderen Ticket eine völlig andere Erfahrung. Diesmal handelte es sich um ein SBB-Billett für die Strecke Zürich–Winterthur, und zwar eines, das ich nicht gekauft hatte.

Mit einem Kollegen war ich in Winterthur nach einer Sitzung spätabends im Eiltempo in die S-Bahn gestürmt – allerdings ohne Billett. Klar, dass wir erwischt wurden. Doch statt uns beide mit je 80 Franken zu büssen, wie es das Reglement verlangt hätte, hörte sich der Zugbegleiter unsere Entschuldigung an, schaute prüfend auf die dicken Aktentaschen und sagte: «Ich glaube Ihnen und werde die 80 Franken deshalb nur einmal verrechnen.» Dieser SBB-Beamte hat mir schlagartig das Vertrauen in unser Land zurückgegeben.

Dem CS-Boss Oswald Grübel gebe ich deshalb folgende kleine Empfehlung: «Verzichten Sie auf Produkte wie American Express in Ihrem Sortiment. Denn deren Markenversprechen beruht auf individueller Kundenbehandlung, nicht dem Rezitieren von Kleingedrucktem. Oder noch besser: Bitten Sie SBB-Chef Benedikt

Weibel, Ihnen ein paar Zugbegleiter auszuleihen. Diese können Ihren Leuten bestimmt beibringen, was Kundenbetreuung ist. Und wie ich Herrn Weibel kenne, wird er Ihnen dafür erst noch keine McKinsey-Stundensätze verrechnen.»

> Sacha Wigdorovits ist Chef der Zürcher Kommunikationsagentur