



Schlicht, schön, schweizerisch: So präsentieren sich die Flugzeuge der früheren Germania Schweiz, die neu als «Chair» in der Luft ist. Bild: Rendering Chair Airlines AGheisst

GERMANIA HEISST AB SOFORT CHAIR

Das Rebranding war mit Spannung erwartet worden und der effektiv gewählte Name «chair» lag seit geraumer Zeit in der Luft. Nun ist die Katze aus dem Sack - und wir haben uns mit den «Chair-Men» zum Rebranding unterhalten.

Es ist raus: Germania fliegt künftig als «Chair» durch die Lüfte. Die jüngste Schweizer Fluggesellschaft setzt damit auf Swissness, denn der Name setzt sich aus «CH» für die Schweiz und «Air» für die Luft bzw. die Fluggesellschaft zusammen. Und dass dies zusammen eben «Stuhl» auf Englisch ergibt, sei ganz OK, sagt Urs A. Pelizzoni, CCO und Verwaltungsrat der neuen Chair Airlines AG: «Der Stuhl steht hier für den Sitzplatz im Flugzeug, den wir verkaufen. Mit der farblichen Trennung des roten «ch» und des blauen «air» im Logo deuten wir auf unsere Schweizer Herkunft hin. Ich war anfangs auch skeptisch, habe aber inzwischen erkannt, wie viele Möglichkeiten den fünf Buchstaben unseres Namens stecken.»

Dass sich Germania Schweiz nach dem Konkurs von Germania Deutschland und der [Umwandlung in eine hundertprozentig schweizerische Fluggesellschaft](#) ein Rebranding verpassen würde, war schon länger klar. Natürlich wurde die neue Marke geheim gehalten, doch der nun letztlich gewählte Name «Chair» [geisterte schon seit fast zwei Monaten durch die Medienwelt](#).

Mit diesem Namen rücke die Zürcher Agentur Branders, die nach erfolgreichem Pitch mit dem nun gewählten Namen mit dem Neuauftritt betraut wurde, die Essenz der Fluggesellschaft in den Fokus: «Ein junges, unkompliziertes und dynamisches Unternehmen, das einen fröhlichen, humor- und respektvollen sowie zugleich familiären Umgang mit seinen Partnern, Kunden und Mitarbeitenden pflegt und dabei durchaus auch einmal etwas frecher auftritt».

Rebranding ist nur ein Teil des Neustarts

Der soeben erfolgte Markenwechsel und die Umfirmierung zur Chair Airlines AG per 1. Juli 2019 bilden eine wichtige Etappe im intensiven Transformationsprozess, in welchem sich die Germania Flug AG seit Anfang 2019 befindet - aber beileibe nicht die einzige: In den vergangenen Monaten wurden die gesamte Operation, die Buchungsplattform sowie unzählige Abläufe und Prozesse angepasst und erneuert. «Unser Neustart ist mehr als nur ein Rebranding - es ist eine Wiedergeburt», erklärt Pelizzoni.

Statt grün-weiss fliegt man nun also rot-weiss-blau, doch das bisherige Servicekonzept hält die Airline aufrecht. So sind auf allen Flügen sämtliche Taxen und Gebühren, Softdrinks und je nach Reisedauer ein Snack oder eine warme Mahlzeit im Flugpreis inbegriffen. Bei den Flex- und Flex-Plus-Tarifen ist auch ein Check-in-Gepäckstück inklusive, beim Basic-Tarif kann dieses zusätzlich erworben werden. Was bleibt, sind der IATA-Code GM sowie der ICAO-Code GSW und das Rufzeichen Eiger.

Der erste Airbus A319 trägt bereits das neue Chair-Outfit - und wurde heute Abend auch schon am Flughafen Zürich gesichtet. Nach der Vorstellung des Flugzeugs bei den Chair-Angestellten wurde der A319 in Position gerollt: Morgen früh, auf Flug GM6032 nach Prishtina, wird das Flugzeug in der neuen Bemalung erstmals in die Lüfte abheben. Auch bei Chair prangt ein Schweizer Kreuz auf dem Heck; ansonsten ist die Maschine mehrheitlich weiss. Im Aussenauftritt wird viel mit dem rot-blauen «i» gespielt, welches in leicht geneigter Position an eine sitzende Person erinnern soll. Die beiden weiteren Airbusse A319 in der Chair-Flotte werden in den kommenden Tagen umgespritzt.

Trotz ihrer Namensänderung behält die Fluggesellschaft auch die strategische Ausrichtung bei. Dies betreffe in erster Linie die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Reiseveranstaltern und Reisebüros. Sowohl der Einzelplatzverkauf – neu über www.chair.ch (die Website wird heute Abend freigeschaltet; der Link funktioniert möglicherweise noch nicht) – als auch das Subcharter-, ACMI- und Adhoc-Geschäft werden nahtlos weitergeführt. Auch hinsichtlich der Destinationsausrichtung bleibt Chair Airlines der bisherigen Linie treu: Angeflogen werden angesagte Warmwasserdestinationen in Europa und in Nordafrika sowie ethnische Ziele wie zum Beispiel Beirut, Ohrid, Pristina oder Skopje. Das Flugangebot soll künftig wieder ausgebaut werden, «wir setzen jedoch wie gehabt auf ein kundenorientiertes und nachhaltiges Wachstum», verspricht Pelizzoni.

Neue Gesichter in der Geschäftsleitung

Eine Neuerung gibt es auch im Management von Chair Airlines: Neu zur Geschäftsleitung mit CEO Tobias Somandin und CCO/Verwaltungsrat Urs A. Pelizzoni stossen Anri Fontanive als Chief Financial Officer sowie Shpend Ibrahimimi als Chief Information Officer und neues Mitglied im Verwaltungsrat. Shpend Ibrahimimi ist der Ehemann von Leyla Ibrahimimi-Salahi, der CEO von Prishtina Airlines. Zur Erinnerung: Chair Airlines gehört zu 50,01 % der Schweizer Albex Aviation AG (zu welcher Air Prishtina gehört), 49,99 % liegen in den Händen der polnischen Charterfluggesellschaft Enter Air.

Vertreter beider Grossaktionäre waren denn auch an der Kickoff-Pressekonferenz vor wenigen Stunden am Flughafen Zürich mit dabei. Auf die Frage, was denn ihre Pläne mit der Beteiligung konkret sind, entgegnet Marcin Kubrak (Flight Ops Director): «Wir wollten uns besser in den deutschsprachigen Märkten etablieren; ein Investment in eine kleinere, aber solide Schweizer Airline erschien uns optimal. Wir verstehen uns nicht als Konkurrenten, sondern als valable Alternative zu Swiss oder Edelweis; wir kämpfen nicht um Low-End-Kundschaft, sondern wollen mit einem guten, zuverlässigen Produkt punkten.»

Enter Air, welche bereits jetzt ein Flugzeug bei Chair einsetzt, plant nicht, langfristig irgendetwas am Namen zu ändern. Andrzej Kobielski (CCO) führt weiter an: «Chair soll wachsen - sowohl im Charterverkehr, wo der Markenname weniger relevant ist, als auch im Einzelplatzverkauf, wo die Swissness entscheidend ist.» Und wo liegt der aktuell Anteil des Einzelplatzverkaufs? Pelizzoni weicht der Frage aus, mit Verweis auf das aktuelle Umstrukturierungsjahr: «Der Sommer 2019 ist im Kasten, da geht es nur noch ums Lückenfüllen. Und beim Wintergeschäft weiss man, dass dieses hauptsächlich auf Charterverkehr und weniger auf Einzelplatzverkehr fusst. Das 'Meisterstück' müssen wir im Sommer 2020 liefern. Dann muss der Flottenbedarf klar, dann müssen wir alle Verträge unter Dach und Fach haben und den Rest im Einzelplatzverkauf anbieten.» Pelizzoni geht davon aus, dass der Anteil an Letzterem zwischen 10 und 20 Prozent liegen wird. Und: Pelizzoni rechnet damit, dass schwarze Zahlen «bereits ab Sommer 2020 realisierbar» sein müssten.

Mit den Reiseveranstaltern sei man bereits in Kontakt. Morgen gehen Taskforces in diversen Bereichen an die Arbeit und auch die Chair-gebrandeten Verträge liegen vor. Mit an Bord sei auch wieder Hotelplan, mit welchem es früher [unter der Marke Holidayjet zu einer «gescheiterten Ehe» gekommen](#) sei, wie es Pelizzoni ausdrückt. Leyla Ibrahimy lässt ihrerseits durchblicken, dass die drei Maschinen für den Sommer 2020 «schon fast ganz verplant» seien - womit das Zuziehen von weiteren Flugzeugen definitiv im Raum stehen dürfte.



Keine Bedenken zum Namen

Im Raum steht somit nur noch die Frage, wie die Kundschaft den Namen aufnimmt. René Allemann (CEO, Branders) habe zwar keine Zeit gehabt für intensive Marktforschungen hinsichtlich der Rezeption des Namens, ist aber überzeugt, dass der «frische und unverbrauchte» Name einschlagen wird. Und bekanntlich ist auch sanft-negative Publicity immerhin Publicity. Klar, der Name kann im Französischen phonetisch als «teuer» (cher) oder auch «Fleisch» (chair) oder «Kanzel» (chaire) verstanden werden, und bietet auch im Englischen wie im Deutschen Raum für Kalauer.

Die «Chair-Men» (haha) wird das wenig kümmern. Der neuen Schweizer Airline ist auf jeden Fall viel Publicity sicher.



Damit wird das Bordpersonal von Chair ausgerüstet sein - eine gewisse Ähnlichkeit zu den Uniformen der Schweizer Ski-Nationalmannschaft ist nicht von der Hand zu weisen... Bild: Chair Airlines AG