



## Chair Airlines – Die jüngste Fluggesellschaft der Schweiz

von Urs Huebscher

Juni 12, 2019

Posted in Highlight News Special Destinations Swissness

Mit Chair Airlines geht eine neue und frische Schweizer Fluggesellschaft an den Start. Dabei handelt es sich um die Weiterentwicklung der Germania Flug AG, die bereits seit 2014 am Flughafen Zürich aktiv ist.

Lange wurde darüber spekuliert, nun ist es offiziell: Die jüngste Schweizer Fluggesellschaft heisst Chair Airlines. Die neue Airline ist die Weiterentwicklung der Germania Flug AG in der Schweiz. «Wir haben die vergangenen Monate dazu genutzt, unseren Neustart in die Wege zu leiten und mit einer neuen Marke frische Akzente im Schweizer Luftverkehr zu setzen», sagt Urs A. Pelizzoni, CCO und Verwaltungsrat Chair Airlines.

Für den Namen Chair – der englischen Bezeichnung für «Stuhl» – hat man sich ganz bewusst entschieden. «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. Sie stellt aber vor allem auch eine optimal verbildlichte Doppeldeutigkeit dar, mit der wir grafisch spielen können», erklärt Pelizzoni.

Frech, frisch, fröhlich, familiär, flexibel und serviceorientiert Mit dem Namen Chair rückt die Zürcher Agentur Branders, die 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. «In einem jungen Unternehmen mit flachen Hierarchien und kurzen Wegen darf man auch einmal

anders denken und mit Mut zur Andersartigkeit im Markt auftreten. Die Wahl des Namens «Chair» stellt dies bereits eindrücklich unter Beweis», so René Allemann, CEO Branders.

Der soeben erfolgte Markenwechsel und die Umfirmierung zur Chair Airlines AG per 1. Juli 2019 gehören zu den wichtigsten Etappen im intensiven Transformationsprozess, in welchem sich die Germania Flug AG seit Anfang des Jahres 2019 befindet. In den vergangenen Monaten wurden die gesamte Operation, die Buchungsplattform sowie unzählige Abläufe und Prozesse geshiftet, angepasst und erneuert. «Unser Neustart ist mehr als nur ein Rebranding. Es ist eine Wiedergeburt», bekennt Urs A. Pelizzoni. Mit dem neuen Auftritt habe sich die Airline zwar optisch und rechtlich komplett von ihrer grün-weissen Vergangenheit gelöst, sie fliege aber wie gewohnt stabil, verlässlich und sicher ihre Passagiere zu deren gewünschtem Ziel. Auch das 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.

Der erste Airbus A319 trägt bereits das neue Chair-Outfit. Gut sichtbar prangt das rot-blaue Logo im vorderen Bereich des Maschinenrumpfes. Die Heckflosse ziert ein Ausschnitt des iTüpfelchens aus dem Logo, in dem ein Schweizer Kreuz integriert ist. Ansonsten ist die gesamte Maschine dezent in Weiss gehalten. Im Aussenauftritt wird künftig viel mit dem rotblauen «i» gespielt, welches in leicht geneigter Position an eine sitzende Person erinnert. Die beiden weiteren Airbuse A319 in der Chair-Flotte werden in den kommenden Tagen der optischen Anpassung unterzogen.

Unveränderte Ausrichtung und Strategie – Ausbau des Managements Trotz ihrer Namensänderung behält die Fluggesellschaft die strategische Ausrichtung bei. Dies betrifft in erster Linie die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Reiseveranstaltern und Reisebüros. Sowohl der Einzelplatzverkauf – neu über [www.chair.ch](http://www.chair.ch) – 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 wird künftig wieder ausgebaut werden, «wir setzen jedoch wie gehabt auf ein kundenorientiertes und nachhaltiges Wachstum», verspricht Urs A. Pelizzoni.

Wie wird der Name Chair ausgesprochen?

Der Name Chair wird wie das englische Wort für «Stuhl» ausgesprochen, [t e]. Der vollständige Name der Fluggesellschaft lautet Chair Airlines. Das Unternehmen firmiert ab dem 1. Juli 2019 als Chair Airlines AG.

Weshalb hat man sich für diesen Namen entschieden?

Chair bedeutet auf Deutsch Stuhl und steht für den Sitzplatz im Flugzeug, den wir als Fluggesellschaft letztlich verkaufen. Auf der anderen Seite beginnt der Name mit den Buchstaben «ch», welche den Bezug zur Schweiz herstellen, gefolgt von «air», das für die Airline steht. Mit dieser Doppeldeutigkeit lässt sich spielen, das hat uns gefallen.

Welche Assoziation gibt es zum Wort chair/Stuhl?

Unser Name beschreibt kurz und knapp, was wir anbieten: einen Sitzplatz über den Wolken. Wir legen den Fokus auf das Wesentliche, auf unser Kerngeschäft: die Leute bequem, unkompliziert und rasch von A nach B zu bringen. Wir schlagen die Brücke zwischen der Schweiz und dem Ferienziel oder der Heimat unserer Fluggäste.

Für welche Werte steht der Name Chair Airlines?

# IMAGINE MAGAZIN

---

Chair ist zuverlässig, geradlinig, frisch, unkompliziert, herzlich, humorvoll und familiär.

Behält Chair Airlines die GM-Flugnummer?

Die GM-Flugnummer sowie der ICAO-Code GSW werden beibehalten. Auch das Rufzeichen «Eiger» bleibt.

Chair Airlines verzichtet auf das Schweizer Kreuz im Logo und tritt nicht klassisch rotweiss auf. Weshalb?

Das «ch» im Logo hat die Farbe der Schweizer Flagge (Verkehrsrrot), während «air» sinnbildlich für die Luft, in der wir uns bewegen, in Hellblau gehalten ist. Das Schweizer Kreuz wird dezent und nur an wenigen, wichtigen Stellen verwendet, zum Beispiel auf der Heckflosse des Flugzeugs oder auf den Accessoires der Besatzung. Wir haben unseren Auftritt bewusst so gestaltet, um uns von den Mitbewerbern abzuheben. Chair Airlines ist jung und frisch und steht für die moderne Schweiz. In der Kommunikation arbeiten wir viel mit der Grundfarbe Weiss. Das sorgt für die nötige Sauberkeit und Ordnung, die eine Schweizer Marke ausstrahlen muss.

Gibt es neue Uniformen für die Besatzung von Chair Airlines?

Im Moment tragen die Piloten und die Cabin-Crew nur neue Foulards und Krawatten. Ein kompletter Uniformwechsel ist im Moment nicht geplant.

Der Name ist englisch, die Airline zu 49,99 % polnisch. Wie viel Swissness steckt in der Airline?

Als Schweizer Unternehmen mit Hauptsitz in der Schweiz, einer Schweizer Flugbetriebsgenehmigung mit dem operativen Hub und Ausgangspunkt aller Flüge ab Zürich produzieren wir für unsere Partner und Kunden ein Schweizer Produkt. Im Mittelpunkt steht dabei der Sitzplatz, auf welchem der Passagier sicher und komfortabel an sein Ziel befördert wird. Alles dreht sich um diesen. Beginnend bei der Auslastung über den Komfort bis hin zum Preis und der Verfügbarkeit ist er zentrales Element im Fluggeschäft. Unsere Schweizer Herkunft rundet das ganze Produkt ab. Chair Airlines steht ein für typische Schweizer Werte, so etwa Sicherheit, Pünktlichkeit und Freundlichkeit. Wie die Besitzverhältnisse aufgeteilt sind, spielt dabei eine untergeordnete Rolle. Zudem liegt es auch im Interesse unserer polnischen Beteiligung Enter Air, dass wir in der Schweiz eine Marke etablieren, die den Schweizer Kunden anspricht.

Welche Vorteile hat Chair Airlines durch die Beteiligung der polnischen Enter Air? Enter Air verfügt über zehn Jahre Erfahrung in der Aviatik. Sie unterstützen uns vor allem in den Bereichen Einkauf, Operations und Maintenance. Zudem können wir von Synergien in der Flugzeugbeschaffung und bei Unregelmässigkeiten profitieren. Alles was die Marke und das Produkt betrifft, wird von Zürich aus geführt und gesteuert.

Ändert sich etwas in der Zusammenarbeit mit den Reiseveranstaltern und Reisebüros?

Bei der Zusammenarbeit mit den Reiseveranstaltern und Partnern verändert sich nichts. Durch die neue Marke und die damit verbundene Swissness entstehen noch mehr Vorteile, mit welchen uns die Reiseveranstalter und Reisebüros noch besser bei der Schweizer Bevölkerung verkaufen können.

Ändert sich die Strategie der Airline?

Die Strategie ändert sich nicht. Unsere Hauptkunden sind seit jeher die Reiseveranstalter, und das soll auch weiterhin so bleiben. Ziel ist es, dass wir mit der neuen Marke dieses Geschäft weiter ausbauen und parallel dazu unsere Auslastung über den Einzelplatzverkauf optimieren. Das ACMI\*- und Adhoc-Geschäft rundet unser Tätigkeitsfeld ab. In puncto Destinationen bleiben wir ebenfalls unserer Linie treu. Wir fliegen an die angesagten Warmwasserdestinationen und an ethnische Ziele wie beispielsweise Beirut, oder für unseren Partner Air Prishtina

# IMAGINE MAGAZIN

---

nach Pristina, Ohrid und Skopje. \* ACMI steht für Aircraft, Crew, Maintenance, Insurance. Dies ist die Bezeichnung einer Form des Subcharters, mit der man ein ganzes Flugzeug auf Stundenbasis mieten kann.

Wie sieht die Flotten-/Wachstumsstrategie von Chair Airlines aus?

Unsere Wachstumsstrategie hat sich nicht verändert. Wir legen Wert darauf, dass wir gemeinsam und analog der Ausrichtung unserer Partner und Kunden nachhaltig wachsen.

Chair Airlines wurde 2019 gegründet. Die Fluggesellschaft operiert aktuell ab Zürich mit drei Flugzeugen vom Typ Airbus A319 mit je 150 Sitzplätzen. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 150 Mitarbeitende in der Kabine, im Cockpit sowie im administrativen Bereich. Chair Airlines ist die Weiterentwicklung der Germania Flug AG in der Schweiz. Chair Airlines gehört zu 50,01 % der Schweizer Albex Aviation AG, 49,99 % liegen in den Händen der polnischen Charterfluggesellschaft Enter Air.

[www.chair.ch](http://www.chair.ch)