

Die Freshairline

MARKE DES MONATS: CHAIR

AUTOR STEFAN VOGLER

Kein Scherz: Am 1. April titelte «Zeit-Online» «Insolvenzverwalter eröffnet Verfahren gegen Pleiteairline». Damit war der Untergang der deutschen Fluggesellschaft Germania besiegelt. Die einst erfolgreiche Marke mit dem grünen Logo wird nie mehr abheben. Das gilt nicht nur für den Himmel über deutschen Landen. Auch die Schweizer Tochtergesellschaft wäre untergegangen, hätte das Management mit Investoren an der Seite nicht blitzschnell reagiert und Germania Schweiz übernommen beziehungsweise wie Phönix aus der Asche eine neue, echt schweizerische Airline gegründet. Man hat hierzulande ja Erfahrung mit dieser Strategie. Zur Rettung der Swissair wurde die neue SWISS auf der Asche der ehemaligen Crossair erbaut.

Die Insolvenzmeldung der Germania wurde auf Sozialen Medien treffend kommentiert: «Keine Airline geht wegen ihres

Namens pleite. Sehr wohl aber wegen schlechtem Management.» Für eine neue Marke gilt diese Aussage im hoch kompetitiven Airline-Markt nur bedingt. Sie kann nicht wegen des Namens pleite gehen, aber ein guter Name kann dazu beitragen, dass sie rasch bekannt wird und die Herzen der Kunden erobert.

Die neueste Schweizer Airline hat sich nach einem Pitch für den Namen «chair» entschieden. Er beruht auf der Idee «ch» für Schweiz und «air». Im Fluggeschäft ist und bleibt ein Sitz ein «seat». Niemand käme auf die Idee, plötzlich einen «chair» zu buchen. Er wurde als neu- und einzigartiger Name im Fluggeschäft angepriesen: «Chair, ein

DER AUTOR



Stefan Vogler berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.
www.markenexperte.ch

Stuhl, steht für stabile Beine, eine tragende Sitzfläche und eine starke Lehne. Ein Platz zum Sitzen, Träumen, Fliegen.» Und selbstbewusst deklarierte sich «chair» als die «fresheste Fluggesellschaft der Schweiz», obwohl mit einem Sessel eher Gemütlichkeit und weder Dynamik noch Frische assoziiert wird. Der neue Name polarisierte denn auch und erzielte damit das, was jede neue Marke anstrebt: Aufmerksamkeit und Bekanntheit. Ob «chair» nachhaltig durchstarten wird, hängt aber weniger vom Namen, als vom guten Management ab. Und dieses hat bisher gute Arbeit geleistet: Die neue Airline konnte grosse Reiseveranstalter an Bord behalten und neue holen. ■

ÜBER CHAIR



Chair Airlines wurde 2019 gegründet. Die Fluggesellschaft operiert ab Zürich

mit drei Flugzeugen vom Typ Airbus A319 mit je 150 Sitzplätzen. Das Unternehmen beschäftigt rund 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. Trotz ihrer Namensänderung behält die Fluggesellschaft die strategische Ausrichtung bei. Dies betrifft in erster Linie die Zusammenarbeit mit den Reiseveranstaltern und Reisebüros. Sowohl der Einzelplatzverkauf – neu über www.chair.ch – als auch das Subcharter-, ACMI- und Adhoc-Geschäft werden 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 Beirut, Ohrid, Pristina oder Skopje.

WWW.CHAIR.CH

Anzeige

WENIGER PAPIERKRAM. MEHR BUSINESS!

BUSINESS SOFTWARE FÜR RECHNUNGEN, MEHRWERTSTEUER, FINANZEN UND LÖHNE. DIGITALE ZUSAMMENARBEIT MIT IHREM TREUHÄNDER.

BE SAGE. BUILD ON.
www.sage.com/ch