



Edelweiss Air nach Havanna und Las Vegas

Charly Kistler im Interview

Military Aviation

Die Israelis mit neuem Trainings-Flugzeug

Civil Aviation

Helvetic erobert l'Aquitaine

Airport

Bordeaux wird immer wichtiger



Monatsinterview



Als «besonders hübsche Tochter» bezeichnete an der Swiss-Bilanz-Pressekonferenz der neue Swiss-Finanzchef Roland Busch die Edelweiss Air. In all den Jahren hat die frühere Künig-Fochter und heutige Swiss-Schwester immer einen Gewinn erwirtschaftet. Das Bild des A320 entstand über der griechischen Insel Santorini.

«Ich bin mit Leib und Seele Pilot»

Karl Kistler, kurz Charly genannt, ist seit Jahren die Verkörperung der Edelweiss Air. Er leitet die Ferien-Fluggesellschaft umsichtig und wie eine Familie. Mit 62 Jahren wird der CEO seinen Posten spätestens Ende Jahr räumen und sich wieder ganz seinem Beruf als Pilot widmen.

Herr Kistler, wie gut ist Edelweiss Air unterwegs?

Karl Kistler: Sehr gut. Wir sind heute fast doppelt so gross wie zu Kuoni-Zeiten, als wir noch 220 Mitarbeiter zählten. Heute beschäftigen wir gut 500 Angestellte und platzten an unserem Sitz im Operation Center am Flughafen aus allen Nähten. Ich musste sogar mein Büro räumen und in ein kleineres umziehen. Wir haben unsere Passagierzahlen innerhalb von knapp zehn Jahren verdoppelt. Gut 1 Million Kunden flogen letztes Jahr mit uns.

Wie sieht das in Zahlen aus?

Zu Kuoni-Zeiten erwirtschafteten wir jeweils einen Umsatz von ungefähr 180 Millionen Franken jährlich. Heute sind es mehr als doppelt so viel. Letztes Jahr waren es zwischen 360 und 365 Mio. Franken.

Wie viel bleibt Ende Jahr in der Kasse übrig?

Genau Zahlen geben wir nicht bekannt, wir sind ja in der Lufthansa-Group konsolidiert. Das machen wir schon alleine aus Mitbewerber-Gründen nicht. Die Vorgabe des Konzerns lautet, eine Ebit-Marge zwischen 6 und 8 Prozent zu erwirtschaften. Die erreichen wir, aber nicht immer. Wir haben es jedoch geschafft, jedes Jahr einen Gewinn zu schreiben. Mal war er grösser, mal kleiner. Wir haben aber grosse Freude, dass es uns gelungen ist, seit Bestehen der Firma immer schwarze Zahlen zu schreiben.

Im letzten Herbst liess Edelweiss Air eine kleine Bombe platzen und kündigte Direktflüge nach Havanna und Las Vegas an. Noch bevor der Erstflug stattfand, scheinen sich die Kunden um die Flüge zu reißen. Was macht Edelweiss Air besser als die Konkurrenz?

Unsere Mitarbeitenden haben Freude am Fliegen. Es sind Direktflüge, die es ab der Schweiz noch nicht gibt. Das sind grosse Vorteile. Las Vegas wird rege gebucht,



Foto: Patrick Huber

Charly Kistler hat sich immer dafür eingesetzt, dass Edelweiss Air ihr Hauptquartier direkt am Flughafen hatte. Nicht zuletzt auf Wunsch seiner Mitarbeiter.

Havanna noch etwas zurückhaltender. Havanna ist so etwas wie ein Geheimtipp; ich bin überzeugt, dass auch diese Destination zu einem Erfolg wird.

Wann ist eine Strecke gewinnbringend?

Das ist eine schwierige Frage und nicht so einfach zu beantworten. Auch mit einem vollausgelasteten Flugzeug kann man

Verluste schreiben. Das Yield-Management muss man im Griff haben. Wer das Feintuning beherrscht, kann auch mit 80 Prozent Auslastung gutes Geld verdienen. Bei 60 Prozent wirds dann doch schwierig.

Lebt Edelweiss Air wie die Linienfluggesellschaften in erster Linie von den Business-Class-Passagieren?

Nein. Im neu ausgestatteten Airbus A330-200 haben wir noch 22 Business-Class-Sitze, 50 Eco-Max-, 203 Eco-Sitze. Im A330-300 werden es 27 Business-Class-Passagiere, 56 Eco-Max und 232 Economy-Class sein. Die Business Class kann gar nicht so viel Gewinn abwerfen. Wir müssen auch in der Economy Class Geld verdienen, sonst geht die Rechnung nicht auf.

—
Mit 80 Prozent Auslastung kann man gutes Geld verdienen. Bei 60 Prozent wirds dann doch schwierig.
—



Foto: Hansjörg Egger

Start in Zürich zu einer Feriendestination: Edelweiss Air ist die Schweizer Ferienairline schlechthin.

Edelweiss Air streicht dafür Mauritius, einen langjährigen Klassiker auf dem Edelweiss-Netz, aus dem Programm. Warum?

Das ist ein gutes Beispiel für meine vorherigen Ausführungen. Ich habe in den letzten fünf Jahren gelernt, dass einmal kein Mal ist. Zu Kuoni-Zeiten war ich es gewohnt, dass eine neueröffnete Destination einmal wöchentlich angefliegen wird. In den letzten Jahren hat sich dies geändert: Wer zweimal wöchentlich fliegt, dem stehen viel mehr Möglichkeiten offen. Beispiele sind Tampa und Las Vegas, die uns wegen der erhöhten Frequenz auf zwei Flüge wöchentlich auch Business-Class-Passagiere und generell eine höhere Auslastung bringen. Das Ziel muss drei bis vier Flüge sein. Und das ist für Mauritius nicht möglich.

Wir haben immer knapp schwarz geschrieben. Ein Hit war die Verbindung Zürich–Mauritius jedoch nie.

Wenn das Flugangebot nur eine Verbindung pro Woche umfasst, wählt ein Passagier eine andere Airline. Mauritius haben wir deshalb aufgeben müssen; uns fehlte schlicht die Kapazität, diese wunderschöne Destination vermehrt anfliegen zu kön-

nen. Kommt dazu, dass Emirates Mauritius sieben Mal wöchentlich via Dubai anfliegt. Da sind wir chancenlos.

Anders gefragt: Ist die Konkurrenz zu billig geworden oder war die Strecke nicht rentabel?

Wir haben knapp schwarz geschrieben, ein Hit war die Destination aber nie. Aber die Airlines aus dem arabischen Raum haben ganz andere finanzielle Möglichkeiten und Rahmenbedingungen.

Sie überlassen das Feld kampflos der Konkurrenz!

Nein, aber wir stellen die Flugverbindung ein, weil wir das Flugzeug andernorts besser einsetzen können. Ein dritter Flug nach Phuket zum Beispiel bringt uns mehr. Es tut weh, aber so sind die Tatsachen.

Die Öffentlichkeit nimmt die Edelweiss immer mehr als Teil der Swiss wahr. Was unternehmen Sie, um den Charme der Marke als Ferienairline zu erhalten?

Die Swiss hat auch ein gutes Produkt. Der Unterschied liegt im Geschäftsfeld: Wir führen das Leisure- (Freizeit) und das VFR-Geschäft (visit friends and relatives) aus, die Swiss das traditionelle Airline-Business. Kommt dazu, dass jede Firma ihre kulturellen Unterschiede hat. Für unsere Kunden beginnen die Ferien schon vor dem Flug. Ein

Geschäftsmann freut sich selten, wenn er fliegen muss. Da haben wir es ein bisschen einfacher. Aber wir müssen uns voll einsetzen, um unserer Philosophie «little extra» treu bleiben zu können.

Edelweiss Air hat sich schon immer den exklusiven Service auf ihre Fahne geschrieben. Ich nehme an, dass der Servicegedanken zentrales Element der Edelweiss-Philosophie bleibt. Auf jeden Fall. Das grösste Kompliment für mich ist, wenn mir ein Kunde, der in der Economy-Class fliegt, sagt, er werde genau gleich zuvorkommend behandelt wie derjenige in der Business Class. Bei unseren Flügen sind viel mehr Emotionen im Spiel: Im Normalfall beginnen bei uns für viele die schönsten beiden Wochen des Jahres, wenn sie mit ihrer Familie Ferien verbringen dürfen. Und dem müssen wir Rechnung tragen.

Es wird immer wieder von Synergieeffekten gesprochen. Wo macht sich dies zwischen LX und EDW bemerkbar?

Synergien nutzen wir nur, wenn es sich um eine Win-win-Situation handelt. Ich achte aktiv darauf, dass wir nie als Profiteure auftreten. Das ist für das Verhältnis der beiden Schwestern enorm wichtig. Die Synergie äussert sich beispielsweise darin, dass wir frühmorgens für die Swiss nach Amsterdam fliegen, und dann zu einer perfekten Abflugzeit um 10 Uhr ans Rote Meer. So las-

sen sich die Fluggeräte optimal ausnutzen. Wir können nicht zweimal pro Tag nach Ägypten fliegen.

Sie dürften auch von besseren Reservations-systemen profitieren.

Das ist richtig. Das Code-Share-System hilft beiden. Beispiel: Wir haben polnische Gäste, die mit uns über Zürich nach Punta Cana fliegen. Das wäre früher nicht möglich gewesen. Ein weiterer Synergieeffekt ist die Kombinierbarkeit der Flüge. Ein Kunde kann mit der Edelweiss nach Kapstadt fliegen und dann mit der Swiss von Johannesburg zurück. Oder mit uns nach Phuket und nach einem zweitägigen Aufenthalt in Bangkok mit der Swiss zurück.

Inwiefern wirkt sich diese Zusammenarbeit beim Flugzeugkauf aus?

Nur positiv. Es ist ein ganz grosser Unterschied, ob eine Fluggesellschaft 200 Flugzeuge hat oder wie wir früher nur zwei oder drei Maschinen. Da kann man ganz anders auftreten. Das Gleiche gilt auch für die Versicherungsprämien, wo die Vorteile im-

Auf ein Wort

Ihre Lieblingsdestination? Tampa.

Wo wollten Sie immer schon mal hin? Südamerika.

Mit wem würden Sie gerne in die Ferien reisen? Nur mit meiner Frau.

Ihr Lebensmotto? Durchschnittlichkeit ist nicht erfolgreich.

Welches Buch liegt auf dem Nachtschisch? Spencer Johnson: «Die Mäusestrategie für Manager».

Sind Sie in den sozialen Netzwerken tätig? Auf Linked-in, und passiv auf Facebook.

mens sind, wenn eine Airline über einen grossen Flottenpark verfügt. Da kann man über eine ganz andere Prämie verhandeln.

Um Ihre Person gibts Gerüchte. Sie seien müde, heisst es. Wollen Sie sich wirklich ins zweite Glied zurückziehen?

Was heisst hier müde? Ich bin schliesslich

62 geworden. Ich habe immer gesagt, dass ich am Ende meiner beruflichen Karriere nochmals ganz ins Cockpit zurück will. Ich musste oft mit einem weinenden Auge meinen Piloten-Kollegen nachschauen, wenn sie irgendwo an eine exotische Destination flogen. Jahrelang absolvierte ich nur die kürzesten Flüge, damit ich schnell wieder im Büro war. Jetzt will ich das Piloten-Dasein noch etwas geniessen.

Aber Sie geben den Posten des CEO ab?

Ja. Ich arbeite weiterhin als Captain mit einem reduzierten Pensum. Ich bin mit Leib und Seele Pilot. Fliegen ist ein Privileg. Nur der Zeitpunkt ist offen und hängt vom Arbeitsbeginn meines Nachfolgers ab.

Gibt es schon einen möglichen Nachfolger?

Nein. Wir sind auf der Suche. Die Stelle ist innerhalb der Lufthansa-Group, der Swiss und bei uns ausgeschrieben. Die ersten Assessments stehen an. **CP**

Interview: Patrick Huber



Die neue Business Class zum Träumen...

Die neue Business Class von Edelweiss. Mit Fully Lie-Flat-Sitzen, die sich im Handumdrehen in zwei Meter lange Betten verwandeln, dreht sich in der neuen Business Class alles um den optimalen Komfort und den exzellenten Service auf unseren Langstreckenflügen. Das neue Unterhaltungssystem, mit dem grossen 16" HD Touchscreen, garantiert grosse Kinomomente über den Wolken. Der Sonne entgegen. Mit Edelweiss direkt an über 40 Traumdestinationen.

flyedelweiss.com