Über den Wolken Markus Müller über bekannte und weniger bekannte Produkte im Linienflugzeug

Airlines und Markenprodukte

Heute sind es Influencer, die auf Brands und Trends aufmerksam machen, früher waren es oft Airlines mit ihren Flugbegleiterinnen und dem Bordverkauf. Es gibt Brands, die muss man zwingend im Bordservice führen, wie Coca-Cola oder Heineken. Als die zuckerarmen Getränke aufkamen, hatten wir, wohl ein Versehen des Cateringbetriebs, auf dem Flug Atlanta–Zürich nur Diet Coke geladen. Zufälligerweise war eine Gruppe Angestellter der Coca-Cola-Company, die ihren Hauptsitz in Atlanta hat, an Bord. Es waren Mitarbeiter, die für besondere Leistungen belohnt wurden. Die Stimmung war ziemlich im Keller, als sie mit dem für sie zum damaligen Zeitpunkt offenbar minderwertigen Diätprodukt vorliebnehmen mussten. Keine richtige Coke in ihren Augen.
Was für Amerikaner Coca-Cola ist, ist für Schweizer Rivella. Danach fragt man aber vergeblich an Bord von Swiss-Flugzeugen. Die ausländischen Passagiere würden es weder kennen noch nachfragen oder schätzen und es gibt keine Bestrebungen, unser Nationalgetränk international zu promoten. Wegen fehlender Nachfrage würde nur Ballast in der Welt herumgeflogen. Immerhin wurde ein Navigationspunkt in der Gegend von Rothrist mit «Rivel» benannt – der Bezug ist natürlich nur Schweizer Piloten bekannt. Appenzell hingegen kennen die ausländischen Passagieren mittlerweile als Bierbraukanton aus dem Bierangebot auf Langstreckenflügen.

Auch Schaffhauser Weine haben es geschafft

Im Rahmen der wechselnden Menüs von Spitzenköchen aus Schweizer Kantonen standen zu den Kreationen von André Jäger Schaffhauser Weine zur Auswahl. Nach dem Start in Los Angeles genossen die Passagiere hoch über den Lichtern von Las Vegas den Apéro. Eine Flight Attendant aus der ersten Klasse verwöhnte uns ebenfalls mit feinen Häppchen, natürlich zu Wasser. Ein Passagier habe sich wahnsinnig gefreut über den Löhninger Riesling-Sylvaner, berichtete sie. Der USA-Auswanderer sei gebürtiger Löhninger. Als ebensolcher, dort wohnhaft und Hobbyrebbauer, bat ich ihn natürlich ins Cockpit. Tatsächlich wuchs sein Vater in Löhningen auf und die Familie besitzt immer noch Reben und Land. Jakob S. genoss über den Wolken nicht nur den Wein aus seinem Heimatort, er lernte auch seine spätere Ehefrau, eine Flight Attendant, aufgewachsen in Siblingen, auf seinen Geschäftsflügen kennen. Den Kontakt pflegen wir noch heute. Ich habe im Rahmen der Gourmetwochen mit den Lieferanten von Schaffhauser Wein, Bier und Spirituosen das Operationscenter besucht, wo die Flight-Crews ihre Flugvorbereitungen machen und sich über die zu servierenden Produkte informieren. Es war ein lustiger Ausflug, da jeder sein Produkt mitnahm, von der Weinflasche über das Bierfässchen bis zur Schnapsflasche. Es brauchte zwar etwas Überzeugungsarbeit, dass der Zöllner am Crew-Zoll uns Nichtuniformierte durchliess, nach dem Versprechen, wir würden alles wieder zurückbringen und weder selber trinken noch ausschenken. An verschiedenen Langstreckenflugzeugen liessen sich Mechaniker und Sicherheitspersonal erstaunt aber bereitwillig einspannen fürs Fotoshooting (Bild von 2004).

Kleines braunes Fläschchen als Türöffner

Die grossen Tuben mit Handcreme von La Prairie Switzerland in der Erstklasstoilette sind äusserst beliebt. Sie müssen öfters ersetzt werden von der Kabinencrew, nachdem sie nicht nur gebraucht, sondern auch stibitzt werden. Piloten sind als Übeltäter nicht auszuschliessen. Ich habe immer noch einen Vorrat davon. Zahnpasta der Neuhauser Firma Trybol stand den Swissair-Passagieren zur Verfügung. Ob sich das auf den Bekanntheitsgrad ausgewirkt hat, weiss ich nicht. Auf Swissair-Langstreckenflügen lag jeweils eine Box mit kleinen «Azzaro pour Homme»-Fläschchen auf. Das von den Parfümeuren Gerard Anthony und Richard Wirtz 1978 kreierte Parfüm traf offensichtlich den südländischen Geschmack besonders. Und zwar vor allem den weiblichen, obwohl «pour homme» angepriesen. Die Boxen waren nach jedem Flug leer. Die Essenz diente der Besatzung weniger als persönlicher Geruchsverstärker, sondern als begehrtes Give-away in Afrika oder Brasilien. Man konnte sich mit den kleinen braunen Sechskant-Fläschchen viel Goodwill schaffen und Türen öffnen, sei es bei Zollbehörden, beim Personal im Hotel oder Restaurant, im Ausgang, beim Taxifahrer oder beim Türsteher, der einen gegen ein Fläschchen sicher ins Hotel begleitete.

«Piloten brauchen keine Uhr und schon gar keine Pilotenuhr, da in jedem Cockpit eine Borduhr installiert ist.»

Flugpersonal und Bordverkauf für ein Stück Schweiz

Fast ein halbes Jahrhundert führte der Bordverkauf Fabric-Frontline-Produkte. Ab 1980 trug das weibliche Flugpersonal Foulards und die neuen Kreationen wurden im Bordverkauf angeboten. Sie waren sehr gefragt und oft erstanden Passagiere auch eines dieser edlen Tücher, um es einer Flugbegleiterin für die gute Betreuung im Flug zu schenken. Die Männer trugen Krawatten vom Seidenkönig Andi Stutz. Ein Oberst der Schweizer Armee sammelte Uniformkrawatten. Ich machte ihm eine riesige Freude, wenn ich beim Einrücken jeweils ein paar Exemplare mitbrachte. Sein Angebot, er könnte mir dafür den Aufstieg zum nächsthöheren Dienstgrad ermöglichen, lehnte ich aber ab und ging lieber fliegen.
Mit dem Einstellen der Geschäftstätigkeit von Fabric-Frontline Ende dieses Jahrs verschwindet ein Stück Heimat. Die Designer von neuen Airline-Uniformen fanden jeweils Beachtung in der Schweizer Presse wie damals Luigi Colani. Neben Spirituosen und Parfums als Notmitbringsel ist das Sortiment an Schweizer Uhren und Schmuckstücken im Bordverkauf gross. Als damals Swatch neue Modelle in monatlicher Frequenz herausbrachte und Kultcharakter hatte, wurden die neuen Modelle den Flight Attendants fast aus dem Verkaufswagen gerissen. Mit allen Tricks und Angeboten wurde versucht, das Stück zu ergattern, das im Uhrengeschäft schon bei Ankündigung vergriffen war. Die Airline gab Weisungen heraus, dass die Crew-Mitglieder selber nur limitiert oder gar nicht einkaufen durften, da sonst alle Uhren weg waren, bevor sie der Passagier zu sehen bekam.
Die Schaffhauser Uhrenfirma ist im Flug und am Flugplatz präsent mit auffälliger Werbung. Das Banner bei der Ankunft in Zürich mit dem frechen Werbespruch «welcome to Zurich – a pretty little suburb of Schaffhausen» bleibt sicher mehr in Erinnerung als das «kleine Paradies». Eine andere von einem ehemaligen erfolgreichen Schaffhauser Uhrenunternehmer geführte Uhrenmanufaktur setzt voll auf das Prädikat «Fliegeruhr». Sicher ein schönes Schmuckstück, aber Piloten brauchen eigentlich gar keine Uhr und schon gar keine Pilotenuhr. In jedem Cockpit hat es nämlich eine installierte Borduhr. Sämtliche Uhren in Verkehrsflugzeugen auf der ganzen Welt zeigen dabei die gleiche Uhrzeit an, um koordiniert fliegen zu können. Die sogenannte «Zulu Time» wird technisch definiert als Greenwich Mean Time, bezogen auf den Nullmeridian, der den englischen Stadtteil Greenwich durchläuft.

Markus Müller
Linienpilot und Kantonsrat

Anzeigen

VERANSTALTUNGSKALENDER

Fr., 21. 10. **GAMBLING NIGHT OKTOBER** 10'000.– GEWINNEN
Die unvergessliche Spielshow im Casino Schaffhausen.
Freier Eintritt. Herrenacker 7, 8200 Schaffhausen. A1533037

So., 23. 10. **DANKESCHÖN SCHAFFHAUSEN** SCHNÄGGE SUNNTIG
Ab 11 Uhr als Dankeschön für das regionale Wohlwollen gegenüber den Besuchern des Rheinfalls laden wir Sie an den Rheinfallquai ein. Eine Schiffschaukel, Live-Musik und diverse Angebote für nur «en-Schnägg». www.rheinfall-gastronomie.ch A1533227

Mi., 26. 10. **14.30 UHR, HOTEL KRONENHOF, WANDERN IN DER SCHWEIZ**
Präsentation in Wort und Bild von Ruth Gehring.
Mit einem Zvieri fast wie aus dem Rucksack.
Anmeldung online www.ref-sh.ch oder 052 625 15 51 A1533871

Mi., 26. 10. **TRAUERN DÜRFEN – EINLADUNG ZUM TRAUERCAFÉ** AUSGEBUCHT!
Zeit und Raum für Trauer. 4 Themenabende (26.10. und 2./9./16.11.)
18.30 – 20.30 Uhr im HUUS 84. Ein Angebot der Evang.-ref. Kirche, der Röm.-kath. Kirche und der Krebsliga SH. Infos: www.krebsliga-sh.ch; Anmeldung: 052 741 45 45 A1533404

26./28. 10. **FASHION NÄHKURSE BEI KREATIVIDEE** JETZT ANMELDEN!
Nähen Sie die Bernina Fashion Looks in unserem Nähcafé!
Geführt von professionellen Kursleiterinnen. Sie erhalten 15 % Rabatt auf Stoffeinkäufe für den Kurs. 052 625 58 14 oder E-Mail an kreativladen@bluewin.ch A1532895

Fr., 11. 11. **BRI LO RO HOLZSCHNITTE UND PLASTIKEN**
Vernissage am Freitag, 11. November, ab 18.00 Uhr. A1533802

Sa., 12. 11. **WINTER-FIT: IMMUNSYSTEM + RESILIENZ STÄRKEN** A1533670
Gute Laune, Vitalität u. starke Abwehrkräfte, M. Neidhart, www.tibetmedizin.ch, Tel. 052 620 33 53

BUCHEN SIE EINEN EINTRAG ODER EIN PR-FELD IN DIESER RUBRIK
«Schaffhauser Nachrichten», 052 633 32 77 oder anzeigen@shn.ch

FUNDGRUBE

Räumungen, Entsorgungen A1533482
und kleinere Umzüge bieten wir günstig an. Ihre galleria13 Brockenstube, Tel. 052 335 13 13

ZU VERSCHENKEN

Klavier.Bachmann + Co. Zürich, gekauft bei Meister Pianos, Nussbaum hell, Masse 140 x 60 x 110 cm, 076 331 97 38

Anzeigenannahme Telefon 052 633 32 77.
Schaffhauser Nachrichten