

LIFESTYLE
HEISSLUFTBALLON

Ab in die Luft

Die Alpen aus der Vogelperspektive? Mit dem Heissluftballon ein unvergessliches Erlebnis. Pilot Cédric Gauch fährt mit seinem neuen Wettkampf-Ballon von Frutigen nach Gstaad. Das Wetter ist perfekt, die Winde sind es auch. Ein Abenteuer beginnt.

Text Simone Leitner
Fotos Tim X. Fischer





Eines ist klar: Ein Heissluftballon fährt, auch wenn er in die Luft geht. Fliegen tut er auf keinen Fall. Schon gar nicht im Beisein routinierter Piloten, die gerade im Stande sind, ihre Heissluftballons startklar zu machen. Dass die meisten Laien vom Fliegen sprechen, weiss die Ballon-Community nur zu gut. Müde werden sie aber dennoch nie, freundlich darauf hinzuweisen, wie das richtige Wording lautet. Pilot Cédric Gauch lächelt und winkt ab, ihm sei in erster Linie wichtig, dass seine Gäste ein unvergessliches Erlebnis im Heissluftballon hätten. Der Sprachgebrauch, dass ein Ballon nicht fliegt, beruht übrigens darauf, dass der Ballon analog zu einem Schiff auf dem Luftmeer fährt. Ballons zählen zur Kategorie der »Leichter-als-Luft-Fahrzeuge«. Dazu gehören alle, die den statischen Auftrieb nutzen und letztlich durch die Luft schweben. Die »Schwerer-als-Luft-Fahrzeuge« fliegen hingegen, weil bei ihnen die Luftströmung für einen dynamischen Auftrieb sorgt.

Soviel zur Tradition der Sprache und zur Physik der Ballons. Nun zur Arbeit vor dem

Vergnügen. Ohne Teamarbeit hebt kein Ballon ab. Hand in Hand werden Ballonhülle, Korb und Gasflasche in abgestimmter Reihenfolge und gut trainiertem Prozess in Position gebracht. Cédric Gauch gibt als Pilot die Kommandos, das dreiköpfige Team führt sie routiniert aus. Dass dieses Prozedere nicht immer gleich, nicht immer vorhersehbar abläuft, liegt in der Sache der Natur. Schon beim Aufbau sind Winde eine Herausforderung. Und es sind genau diese Windströme, die später den Heissluftballon hoch oben in Bewegung und auf Touren bringen. Starke Winde in der Höhe sind für den Ballon kein Hindernis. Starke Bodenwinde hingegen schon, sie können die Landung erschweren und den Start verhindern. Für die Gäste, die eine Fahrt mit dem Heissluftballon gebucht haben, fängt das grosse Abenteuer schon beim Aufbau an. «Wer sich einbringen und helfen will, ist herzlich dazu eingeladen», sagt Cédric Gauch, der an diesem herrlichen Sonntagmorgen im Januar seinen neuen Wettkampf-Ballon zum Abheben fertig macht. «Ich habe mit SIBIRGroup einen Sponsor gefunden,

der mir ermöglicht, nationale und internationale Wettkämpfe zu bestreiten. Eine wirklich tolle Zusammenarbeit», freut sich der ehrgeizige und erfolgreiche Pilot. Die Vorbereitungen laufen nun auf Hochtouren: Hier mal eine Leine reichen, dort mal den Ballon beschweren und da mal mit dem Körpergewicht den Korb am Boden halten. Bald ist es soweit, die Passagiere stehen jetzt im Korb, der Ballon drängt gegen Himmel, will abheben. Wenige Augenblicke später geht er in die Luft und fährt davon. Langsam und ruhig gleitet der Heissluftballon von dannen. Nur ab und zu ist dieses typische Geräusch der Gasflasche zu hören. Die Ballone werden kleiner und mit dem schneebedeckten Gebirge eins.

Zwei Tage vor dem geplanten Start zeigen die Wetterprognosen eine stabile Tendenz, die Winde auch. Nun werden Start und Ziel festgelegt. Die vorhergesagten Windströme sollen es möglich machen, eine der spektakulärsten Fahrten im Alpenraum – von Frutigen im Berner Oberland nach Gstaad – durchzuführen. Fahrzeit 2.5 Stunden. Gäste, die eine



Pilot Cédric Gauch ist so routiniert, dass er sofort erkennt, ob, wie und wo er landen kann, bleibt geduldig und weiss, der richtige Moment wird kommen.

Ballonfahrt gebucht haben, werden nun informiert. Dem Abenteuer steht also nichts mehr im Wege. Ausser die Wetterlage ändert sich abrupt. Doch sie hält, was sie versprochen hat. Mehr noch, die Wettervoraussetzungen sind so ideal, dass gleich mehrere Heissluftballon-Teams am Start sind. Ein perfekt inszeniertes Schauspiel am Sonntagmorgen in Frutigen: Wenn mehrere Ballons zur selben Zeit starten, sind Zuschauerinnen und Zuschauer, die dem einzigartigen Spektakel beiwohnen, nicht weit. Kaum vorzustellen, dass die Schwerkraft gleich ausser Kraft gesetzt wird, dass die Heissluftballons gleich alle davonziehen. Dann geht es los. Die Ballons gehen ihrer Bestimmung nach, die Schwerkraft schwindet und die Spannung erreicht den Höhepunkt. Auch am Boden. Die Helferinnen und Helfer der Piloten schauen ihrem Ballon stolz hinterher und scheinen etwas beseelt zu sein. Nur für einen Augenblick. Dann wird in Windeseile alles in den Autoanhänger geladen und losgefahren. Wohin? Gute Frage. Denn beim Ballonfahren weiss zwar jeder, wo die Reise beginnt, aber niemand, wo



sie wirklich endet. Das hat mit Physik und ein bisschen auch mit Metaphysik zu tun. Doch die Berechnungen der Piloten waren dieses Mal goldrichtig. Rund 2.5 Stunden später werden die Ballons über Gstaad gesichtet. Farbenfroh, wunderschön und aufsehenerregend. Das Bordenteam ist in ständigem Funkkontakt mit den

Piloten, weiss quasi live wohin der Wind die Ballons hinträgt, steht kurz vor der Landung bereit, den Ballon sicher auf den Boden zu bringen. Doch ganz so einfach und berechenbar, ist es dann eben doch nicht. Die Landung hängt ganz von den lokalen Winden ab, von den geeigneten Plätzen und der Topografie. Und kann immer wieder neu definiert und verworfen werden.

Eines ist sicher: Die Piloten sind so routiniert, dass sie sofort erkennen, ob, wie und wo sie landen können, bleiben geduldig und wissen, der richtige Moment wird kommen. Dann ist er da und der Ballon sinkt ruhig zu Boden. Es steigen nicht nur ein zufriedener Pilot aus, sondern vor Glück strahlende Passagiere, die immer noch sprachlos sind. Die das aussergewöhnliche Erlebnis noch lange in Erinnerung halten. Die noch viel später schöne Geschichten erzählen. Und ganz nebenbei Werbung für den Piloten und den Sponsor machen. Eine wirkliche Win-win-Situation. Denn eine Fahrt im Heissluftballon löst viel Begeisterung und auch etwas Ehrfurcht aus.

Mit Sponsoring abheben

Fragen an Hans Fischer, CEO SIBIRGroup

homeLIFESTYLE Hans Fischer, der SIBIR-Heissluftballon hat ein beeindruckendes Design und wird ab sofort am Schweizer Himmel sichtbar sein. Was assoziieren Sie mit diesem Ballon?

Hans Fischer «The sky ist the limit», bringt es – etwas plakativ – auf den Punkt. Die SIBIRGroup wächst und transformiert sich zum zeitgeistig agierenden Anbieter im Bereich Allmarkenreparatur-Services für Haushaltsgrossgeräte. Die Symbolik des smart, nachhaltig und unaufhörlich steigenden, respektive fahrenden Heissluftballons, passt hervorragend. Und ausserdem ist ein Heissluftballon auch einfach schön anzusehen.

Ein lohnenswertes Sponsoring und ein ideales Marketinginstrument?

Ein emotional lohnendes Investment auf jeden Fall. Wir erhalten regelmässig Rückmeldungen, wenn das Team Gauch mit dem SIBIR-Ballon am Himmel vorüberzieht.

Wie gut ist die Marke SIBIR in der Schweiz verankert?

SIBIR ist ein Traditionsunternehmen und stand während der ersten Jahrzehnte nach der Gründung 1945 als Symbol für Kühlschränke schlechthin. Obwohl die Produkte-Palette und die Geschäftsfelder nun deutlich breiter gefasst sind, besteht diese Assoziation auch heute noch.



Sie haben die sehr lange Schweizer Tradition von SIBIR angesprochen. Welche Werte vertritt das KMU denn heute?

Neben gutschweizerischer Produkte- und Servicequalität ist Nachhaltigkeit seit vielen Jahren ein Thema. Wird SIBIR zu Reparaturen gerufen, werden rund 70 Prozent der Geräte repariert und nur 30 Prozent ausgetauscht. Im Markt sind teilweise umgekehrte Verhältniszahlen anzutreffen.

Also passen die zeitgeistigen SIBIR-Werte gut mit dem Image eines Heissluftballons zusammen?

Auf jeden Fall.

Die Pandemie, der Krieg – die vergangenen Monate waren auch für die Wirtschaft nicht einfach. Werden Sie künftig bestrebt sein, bezüglich Ihrer Produkte weniger vom Ausland abhängig zu sein?

Die Services betreffend, ist das – abgesehen von Ersatzteilen – weitgehend möglich. Auch was die Zusammenarbeit mit der Muttergesellschaft V-ZUG mit ihren Schweizer Produktionsstandorten anbelangt. SIBIR bezieht aber auch Apparate aus verschiedenen anderen Ländern und bleibt in entsprechenden Abhängigkeiten.

Welche Projekte haben Sie in der Pipeline und mit welchen Dienstleistungen heben Sie ab?

Wir machen Prozesse smarter und das Kundenerlebnis exzellenter. Dies für unsere Geschäftskunden, deren Mieterschaft und für die Privatkundinnen und -kunden mit eigenem Wohneigentum. Für Letztere bieten wir neben den Garantieverlängerungen und Service-Abonnements neu auch jährliche Gerätechecks in Erst- und Zweitwohnungen an.



«Wir erhalten regelmässig Rückmeldungen, wenn das Team Gauch mit dem SIBIR-Ballon am Himmel vorüberzieht.»