

11.06.2019

Branders

Frischer Anstrich für junge Fluggesellschaft

Aus Germania wird Chair Airlines. Branders gestaltet den Gesamtauftritt – vom Naming bis zur Imagekommunikation.



Lange wurde darüber spekuliert, nun ist es offiziell: Die jüngste Schweizer Fluggesellschaft heisst Chair Airlines. Für die ehemalige Schweizer Germania-Gesellschaft, seit 2014 am Flughafen Zürich aktiv, ist es nach der Insolvenz der deutschen Germania Zeit für einen kompletten Neustart. Die Brandingboutique Branders konnte die Agenturauswahl für sich entscheiden und präsentiert nun den Gesamtauftritt der neuen Fluggesellschaft – vom Naming über die Accessoires des Kabinenpersonals bis hin zur Flottengestaltung und der Imagekommunikation.

Mit dem Namen Chair rückt Branders laut einer Mitteilung vom Dienstagabend die Essenz der Fluggesellschaft in den Fokus: Sie ist ein junges, unkompliziertes und dynamisches Unternehmen, das einen fröhlichen, humor- und respektvollen und

familiären Umgang mit seinen Partnern, Kunden und Mitarbeitenden pflegt und hier und dort auch einmal etwas frecher auftritt. «In einem jungen Unternehmen mit flachen Hierarchien und kurzen Wegen darf man auch mal anders denken und mit Mut zur Andersartigkeit im Markt auftreten. Die Wahl des Namens «Chair» stellt dies bereits eindrücklich unter Beweis», wird Branders-CEO René Allemann in der Mitteilung zitiert.

Für den Namen Chair – den englischen Ausdruck für Stuhl – habe man sich ganz bewusst entschieden. Der Stuhl stehe sinnbildlich für den Sitzplatz im Flugzeug, während die farbliche Trennung des roten «ch» und des blauen «air» im Logo auf die Schweizer Herkunft der Airline anspielt. «Der Sitzplatz wird auch in der Werbung spielerisch inszeniert», sagt Allemann in einem [persoendlich.com-Interview](https://www.persoendlich.com/prcorporate-communication/diese-zweideutigkeit-hat-uns-gefallen) (<https://www.persoendlich.com/prcorporate-communication/diese-zweideutigkeit-hat-uns-gefallen>). Mit Europadestinationen von Palma de Mallorca bis Zadar, einer internationalen Crew und der Einheitsklasse Economy bietet Chair einer breiten Zielgruppe preislich attraktive Citytrips, Ferienflüge und Reisen in die Heimat, heisst es weiter. Von jungen Menschen bis zu Grossfamilien – just take a seat and fly.

Frech, risch, fröhlich, familiär, flexibel

Der frische und unkomplizierte Spirit der Airline zeigt sich auch im neuen Auftritt. Chairs Schrift vermittelt Nahbarkeit und Modernität, das «i» im Schriftzug wird zum Superzeichen: Als Sinnbild eines entspannt zurückgelehnten Passagiers ist es die Basis eines dynamischen Designsystems, das Leichtigkeit und Humor widerspiegelt und flexibel mit Farben und Bildern bespielt werden kann.

Der erste Airbus A319 trägt bereits das neue Chair-Kleid. Gut erkennbar prangt das rot-blaue Logo im vorderen Bereich des Maschinenrumpfes. Die Heckflosse ziert ein Ausschnitt des i-Tüpfelchens aus dem Logo mit einem Schweizer Kreuz. Ansonsten ist die gesamte Maschine dezent in Weiss gehalten. Die beiden weiteren Airbus A319 in der Chair-Flotte werden in den kommenden Tagen der optischen Anpassung unterzogen.

Verantwortlich bei Germania Flug: Urs Pelizzoni (CCO und Verwaltungsrat), Daniela Siebertz (Marketing & PR Manager), Michèle Müller (Marketing & Sales Coordinator); verantwortlich bei Branders: René Allemann (CEO), Thom Pfister (Creative Director), Philippe Knupp (Strategy Director), Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience), Michèle Imhof (Executive Brand Designer), Palma Manco (Senior Designer), Micha Kumpf (Senior Designer), Michèle Motterle (Brand Consultant).
(pd/cbe)
