

Zurück | Vor

Branche: Verkehr
Agentur: Branders
Pressemitteilung
11.6.2019

Die jüngste Schweizer Fluggesellschaft heisst Chair Airlines.



Lange wurde darüber spekuliert, nun ist es offiziell: Die jüngste Schweizer Fluggesellschaft heisst Chair Airlines. Für die ehemalige Schweizer Germania-Gesellschaft 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.

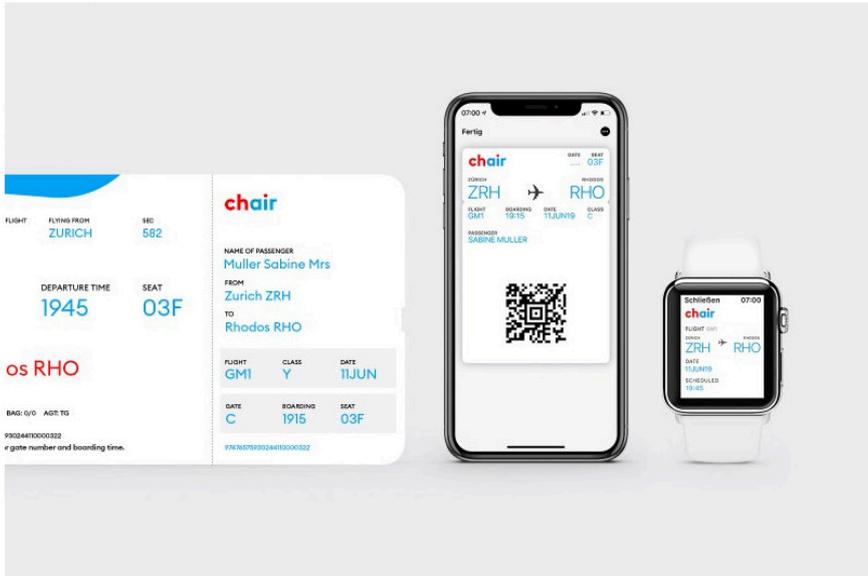
Mit dem Namen Chair rückt Branders die Essenz der Fluggesellschaft in den Fokus: Sie ist ein junges, unkompliziertes und dynamisches Unternehmen, das einen fröhlichen, humor- und respektvollen und familiären Umgang mit seinen Partnern, Kunden und Mitarbeitenden pflegt und hier und dort auch einmal etwas 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», so Branders-CEO René Allemann.

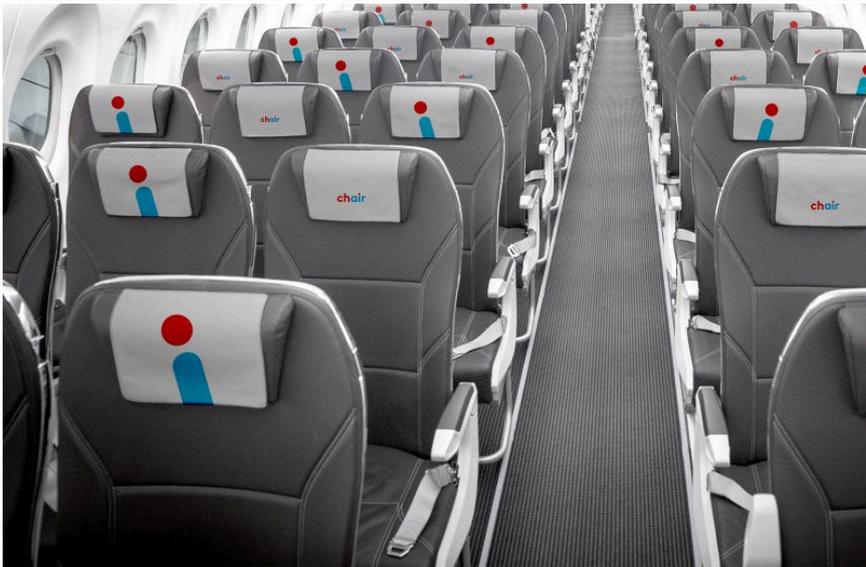
Für den Namen Chair – den englischen Ausdruck für «Stuhl» – hat man sich ganz bewusst entschieden. Der Stuhl steht sinnbildlich für den Sitzplatz im Flugzeug, während die farbliche Trennung des roten «ch» und des blauen «air» im Logo auf die Schweizer Herkunft der Airline anspielt. Mit Europadestinationen 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. Von jungen Menschen bis zu Grossfamilien – just take a seat and fly.

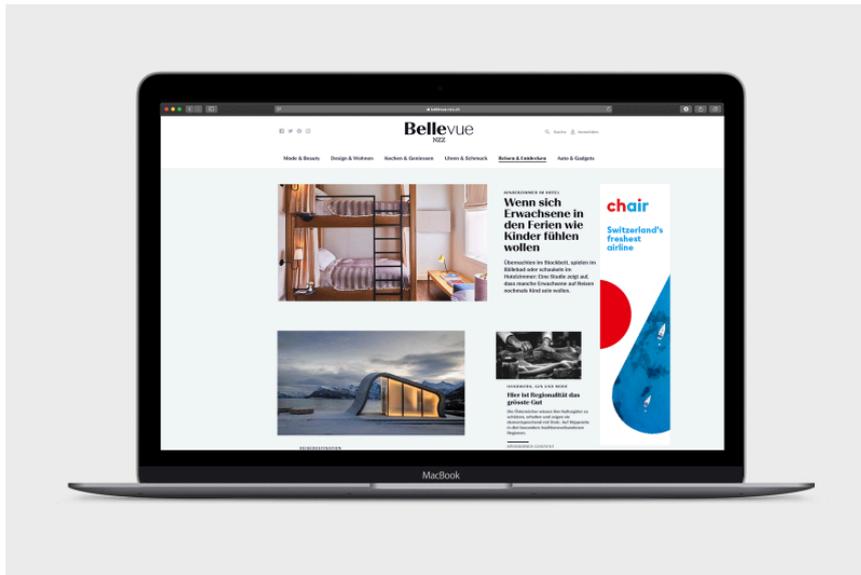
Der frische und unkomplizierte Spirit der Airline zeigt sich auch im neuen Auftritt. Chairs Schrift vermittelt Nahbarkeit und Modernität, das «i» im Schriftzug wird zum Superzeichen: Als Sinnbild eines entspannt zurückgelehnten Passagiers ist es die Basis eines dynamischen Designsystems, das Leichtigkeit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









Letzte Nachrichten

Correos new reality.

SIS, Swedish Institute for Standards.

Neues Corporate Design für die Klassik Stiftung Weimar.

Mediengruppe Oberfranken – Eine Gruppe, viel Dynamik.

Globale Markenführung - Creative Excellence. Impressive Simplicity.

Ähnliche Nachrichten

Rebranding für die Thurgauer Kantonalbank realisiert.

Iberia Unveils New Image.

Birmingham Airport: New brand identity

Landor creates new regional airline brand with Aeroflot.

Finnair renews its identity in line with its vision

Chief Brand & Talent Officer – Marke und Mitarbeiter gemeinsam führen

Neues Corporate Design für Traditionsmarke Bindella.

bmi strengthens brand further with new visual identity

Scandinavian Airlines.

Presentation of the Aerolineas Argentinas business plan and new image.

corporate identity portal
c/o Fachhochschule Bielefeld
Prof. Robert Paulmann
Lampingstraße 3
33615 Bielefeld
Deutschland

Newsletter
Impressum
Kontakt
Haftungsausschluss
Datenschutz

Partner
**CIIN
CXI**