

# Schwarz, Rot, Gold

**Strategiewechsel** • Die Fluggesellschaft Germanwings hat ihren Unternehmensauftritt umfangreich überarbeitet. Im Mittelpunkt der künftigen Kommunikation stehen die Attribute Komfort, Zuverlässigkeit und Qualität.

Die Hamburger Agentur Lukas Lindemann Rosinski, die den Airline-Etat im Pitch geholt hat, entwickelte den neuen Image-Auftritt, in dessen Mittelpunkt drei Stewardessen stehen. Mit den Haarfarben Schwarz, Rot und Gold sollen sie auch außerhalb Deutschlands auf den Namen der Fluglinie sowie deren Angebote aufmerksam machen. „Mit ihren Frisuren zeigen die Flugbegleiterinnen Flagge für deutsche Qualität“, erklärt Beratungschef Bent Rosinski.

germanwings

DREI HEISSE ARGUMENTE, MIT UNS ZU FLIEGEN:  
**PREIS, LEISTUNG, KOMFORT.**  
ODER WAS DACHTEN SIE?

Fliegen made in Germany - überraschend günstig.

Jetzt buchen auf [germanwings.com](http://germanwings.com)

NEUE AIRLINE-FLUGLIEGE

**Neuer Flight** Mit den Attributen Komfort, Zuverlässigkeit und Qualität positioniert sich Germanwings.

Parallel zu den drei genannten Eigenschaften sollen aber weiterhin auch die niedrigen Preise des Billigfluggesellschafters eine wichtige Rolle spielen. Ab sofort sind die neuen Motive an nationalen und internationalen Flughäfen zu sehen. Dazu kommen Schaltungen in Publikumsstelen und Tageszeitungen sowie Funk-Commercials und Werbung im Internet.

*the*