



28-02-2024 08:00 CET

Norwegian moderniserer logo og visuell profil

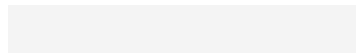
Norwegian moderniserer den visuelle profilen og logoen for første gang siden etableringen i 2002.

– Norwegians logo og merkevare er svært godt kjent og verdsatt, og det er vi veldig stolte av. Selv om vi nå fornyer oss, lover vi at kundene våre vil kjenne oss igjen. Etter mer enn 20 år er en modernisering på sin plass, og denne gir Norwegian et mer moderne, varmere og tydeligere uttrykk som vil ta oss trygt inn i de neste 20 årene, sier Christoffer Sundby, konserndirektør for marked og kundeservice i Norwegian.

Norwegian har hatt den samme logoen siden oppstarten i 2002, og har et uttrykk og merkenavn som er godt etablert. Utgangspunktet for endringen er delvis drevet av et behov for å tilpasse den visuelle profilen til dagens krav og behovsbruk i markedsføringsarbeidet, men også et ønske om å tydeligere vise selskapets og merkevarens personlighet og egenart. Oppgraderingen skjer i kjølvannet av at selskapet fylte 20 år i 2022 og i samme anledning staket ut kursen for å bli å bli Europas best likte og mest pålitelige flyselskap.

– Vår nye visuelle identitet har en rikere fargepalett, et nytt typografisk uttrykk og bildestil, og et mer fleksibelt layout-system. Vi gleder oss til å vise dette frem, både internt og eksternt. Utrullingen skjer ikke over natten. Vi starter i digitale kanaler, og vil deretter oppdatere gradvis og strukturert i alle kommunikasjonsflater, kontorer, flyplasser og på selve flyene. Gammelt og nytt kan trygt leve side om side i en periode. I begynnelsen av mars vil den nye profilen og logo for første gang være synlig i våre egne og eksterne medier, sier Camilla Aspen, kreativ leder i Norwegian.

Den nye visuelle profilen er utarbeidet av Norwegians markedsavdeling, som ledes av Eirik Bryn, sammen med Try Design. Fra Norwegian har prosjektet vært ledet av kreativ leder Camilla Aspen.



Om Norwegian

Norwegian er et ledende nordisk luftfartskonsern med hovedkontor på Fornebu i Bærum. Selskapet har over 8 200 ansatte og eier to av Nordens ledende flyselskap: Norwegian Air Shuttle og Widerøes Flyveselskap. Widerøe ble kjøpt av Norwegian i 2024, med mål om å tilby kundene sømløse reiser på tvers av flyselskapenes rutenettverk.

Norwegian Air Shuttle har rundt 4 700 ansatte og tilbyr et omfattende rutenett som knytter de nordiske landene til populære destinasjoner i Europa. I 2023 hadde Norwegian over 20 millioner passasjerer og en flåte på 87 Boeing 737-800 og 737 MAX 8-fly.

Widerøes Flyveselskap er Norges eldste flyselskap og har mer enn 3 500

ansatte. Selskapet opererer hovedsaklig kortbaneflyplassene i Distrikts-Norge, og flyr mange anbudsruiter i tillegg til sitt eget kommersielle nettverk. I 2023 hadde Widerøe 3,3 millioner passasjerer og en flåte på 48 fly: 45 Bombardier Dash-8- og tre Embraer E190-E2. Widerøe Ground Handling håndterer bakketjenester på 41 flyplasser i Norge.

Norwegian-konsernet er en pådriver for bærekraftige løsninger og jobber kontinuerlig for å redusere egne utslipp. Blant flere initiativer, er investering i produksjon og bruk av fossilfritt flydrivstoff (SAF) den største satsningen. Norwegian ønsker å bli det bærekraftige valget for passasjerene og bidra til grønn omstilling av luftfarten.

Følg Norwegian på [Facebook](#), [X](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#) og [YouTube](#).

Kontaktpersoner



Kun for journalister

Pressekontakt

Pressekontaktene kan ikke svare på kundehenvendelser

press@norwegian.com

815 11 816



Eline Hyggen Skari

Pressekontakt

Senior kommunikasjonsrådgiver

eline.hyggen.skari@norwegian.com

+47 92 42 77 19



Esben Tuman

Pressekontakt

Kommunikasjonsdirektør

esben.tuman@norwegian.com

+47 90 50 84 00