



# SAS LANSERER NYTT KOMMUNIKASJONSKONSEPT

«Journeys That Matter» er navnet på det nye kommunikasjonskonseptet til SAS, som lanseres gjennom en ny reklamekampanje i dag. Kampanjens ønsker å fremheve betydningen av det å reise, og dette er den første varemerkekampanjen til SAS siden 2020.

Det nye kommunikasjonskonseptet er basert på en ny varemerkeplattform. Samtidig som det lanseres, presenteres også en oppdatert identitet.

«We are Travelers» ble introdusert for åtte år siden, og konseptet har vært svært vellykket. En verden i forandring har gitt nye reisemønstre, noe som har gitt oss en bredere målgruppe. Før omfattet den hovedsakelig forretningsreisende, men nå har vi også en stadig voksende gruppe av fritidsreisende å ta hensyn til. Det nye kommunikasjonskonseptet henvender seg til den utvidede målgruppen.

«Det å reise gir oss nye perspektiver, opplevelser og livslange minner. Grunnene til å reise er like mange som passasjerene som går om bord i hvert fly. Vi i SAS vet hvor betydningsfull hver reise er for den enkelte kunden. Derfor gjør medarbeiderne våre sitt ytterste for at hver del av kundereisen skal bli så bra som mulig. Flyet spiller en viktig rolle for både individ og samfunn – og det vil vi legge vekt på,» sier Karin Nyman, kommunikasjonsdirektør i SAS.

Sammen med varemerke- og designbyrået Bold har SAS foretatt en gjennomgang og en større oppdatering av den visuelle identiteten sin. Den distinkte kjernen er beholdt, men nye varme og personlige elementer er lagt til. I den nye bildestilen får mennesker større plass.

SAS har arbeidet med Åkestam Holst, Bold og The North Alliance siden 2013.

«Det er en ære å få være med på fortsettelsen av reisen med SAS og nok en gang revitalisere et av Skandinavias mest ikoniske varemerker. SAS er The North Alliances 'founding client'. Sammen har vi i mange år skapt eksponentielle verdier for varemerket og selskapet, der konseptet og identiteten beviselig har spilt avgjørende roller. Nå er det tid for å gjøre det samme igjen, selv om forutsetningene på markedet og i verden generelt er annerledes,» sier Jenny Kaiser, adm.dir. i Åkestam Holst NoA.

«Vårt mål har vært å skape en sterkere følelsesmessig tilknytning mellom SAS og de reisende, og en identitet som gjennom sterk gjenkjenning signaliserer kvalitet, omsorg og varme. I tillegg til visuelle bestanddeler, slik som et nytt spesialtegnet typesnitt, farger, bilder og layoutsystem, har vi også utviklet nye konsepter for bevegelse og lyd. Vi er veldig stolte over det snart ti år lange samarbeidet med SAS og tilliten de nok en gang viser oss til å fornye varemerket deres,» sier Oskar Lübeck, grunnlegger og Chief Creative Officer i Bold.

[Her](#) kan du se filmen.

## Team

### NoA Consulting

Dan Landin, Head of Strategy

### Åkestam Holst / NoA

Joakim Khoury, Creative Director

Rickard Beskow, Copywriter

Michal Sitkiewicz, Art Director

Eva Wallmark, Art Director  
Henrik Billinger, Copywriter  
Folke Kühnhorn, Art Director  
Jesper Månsson, Account Manager  
Mattias Hjelm, Strateg  
Frida Norén, Planner  
Johan Lindström, Executive Producer  
Jenny Kaiser, Client Director

#### **Bold / NoA**

Maja Wetterberg, Account Manager  
Oskar Lübeck, Chief Creative Officer  
Victor Nilsson, Design Lead  
Carl-Johan Nordin, Design Lead  
David O'Reilly, Senior Final Artist  
Robin Wickbom Burewall, Motion designer  
Mattias Hjelm, Brand strategist  
Lotta Thiringer, Client Director

#### **Content & Production: BKRY / NoA**

Produktionsbolag: Bleck Film  
Exekutiv Producent: Sofia Swahn  
Regissör: Tobias Granström  
Filmfotograf: Stellan Runge  
Stillsbildsfotograf: Jörgen Brennicke

#### **SAS**

Karin Nyman, VP Brand & Communications  
Camilla Runberg, Acting Head of Brand MarComm & PR  
Ulla Sandén, Senior Communication Strategy Manager & Project Lead/Manager  
Claudia Urriola, Brand Manager & Project Lead/Manager  
Elisabeth Von Sydow, Editorial Manager & Editor in Chief  
Adam Björklund, Head of Customer Acquisition  
Miriam Stahlin, Media Manager  
Amanda Wolf, Junior Marketing Manager  
Kristine Mayer, Sr Manager Strategic product design  
Leonhard Rauch, Lead Design Hub & Senior Designer  
Freja Liljedahl, Creative Campaign Manager

*SAS er Skandinavias største flyselskap med daglige flyvninger til destinasjoner i Skandinavia, Europa, USA og Asia. SAS er medlem av [Star Alliance](#)™ og sammen med våre 26 partnere flyr vi til mer enn 1300 destinasjoner i 193 land. For mere information, se <http://www.sas.no>*

*SAS, Skandinavias ledende flyselskap med knutepunkt i Oslo, København og Stockholm, flyr til destinasjoner i Europa, USA og Asia. Inspirert av vår skandinaviske arv og bærekraftige verdier, vil SAS ta et globalt lederskap for en mer bærekraftig luftfart. Vi skal redusere de totale CO2-utslippene med 25 prosent innen 2025, ved å bruke mer bærekraftig flydrivstoff og vår moderne flåte med drivstoffeffektive fly. I tillegg til flytransport tilbyr SAS bakketjenester, teknisk vedlikehold og flyfrakt. SAS er en av grunnleggerne av Star Alliance™ og kan med samarbeidende flyselskap tilby et stort antall reisemål over hele verden.*