



Presse-Information

Korean Air enthüllt neuen Markenauftritt und Flugzeuglackierung

Seoul, 11.03.2025. Korean Air hat am 11. März ihre neue Corporate Identity vorgestellt, die eine modernisierte Version des charakteristischen Taegeuk-Symbols zeigt.

Die Enthüllung fand im Hangar des Hauptsitzes der Fluggesellschaft in Seoul im Rahmen einer exklusiven Veranstaltung mit dem Titel „Rising Night“ statt. Rund 1.000 Gäste, darunter Mitarbeiter, Branchenführer und Medienvertreter, nahmen an der Veranstaltung teil.

Das neu gestaltete, tiefblaue Taegeuk-Symbol, das während der Veranstaltung an prominenter Stelle gezeigt wurde, spiegelt die Tradition von Korean Air wider und ist gleichzeitig von moderner Ästhetik geprägt. Das aktualisierte Logo steht im Einklang mit modernen und globalen minimalistischen Markentrends und bewahrt gleichzeitig die unverwechselbare Identität der Fluggesellschaft.

Der Schriftzug „KOREAN AIR“, der neben dem Taegeuk-Symbol platziert ist, verbindet das nationale Prestige der Fluggesellschaft mit einer raffinierten visuellen Identität. Mit subtilen, von Pinselstrichen inspirierten Details, sanften Kurven und offenen Verbindungen bietet das Design eine moderne Interpretation koreanischer Eleganz.

Um die Spannung noch zu steigern, präsentierte Korean Air auch ihre neue Flugzeuglackierung. Als sich der Vorhang hob, wurde eine Boeing 787-10 mit dem neuen Design enthüllt. Das Flugzeug mit der Registrierung HL8515 ist mit der neuesten Kabinenausstattung Prestige Suites 2.0 ausgestattet und wird am 12. März auf der Strecke Seoul Incheon - Tokio Narita in Dienst gestellt.

Die neue Lackierung von Korean Air zeigt einen kühnen „KOREAN“-Schriftzug, der das Selbstbewusstsein der Fluggesellschaft als Flaggschiff Südkoreas symbolisiert. Das moderne Design zeichnet sich durch ein vergrößertes Logo und Symbol aus, um eine größere visuelle Wirkung zu erzielen und gleichzeitig das Gleichgewicht zu wahren.

Unter Beibehaltung der charakteristischen himmelblauen Farbe hat die Fluggesellschaft eine neu entwickelte Farbe mit Metallic-Effekt eingeführt, um ihr Premium-Image zu unterstreichen. Die traditionelle „Cheatline“ wurde entfernt und durch eine sanfte, fließende Kurve ersetzt, die sich über den Rumpf erstreckt und dem Flugzeug ein raffinierteres und moderneres Aussehen verleiht.

Walter Cho, Chairman und CEO der Hanjin Group und von Korean Air, erläuterte in seiner Rede seine Vision für die Zukunft der Fluggesellschaft. „Als vereinte Korean Air haben wir uns mehr als nur dem Transport verschrieben - wir wollen Menschen, Kulturen und die Welt über den Himmel verbinden. Auf dieser



Grundlage werden wir ein branchenführendes Sicherheitssystem aufbauen, das Kundenerlebnis verbessern und das Vertrauen durch offene Kommunikation mit allen Stakeholdern stärken. Gemeinsam werden wir eine vernetztere und bessere Welt schaffen.“

Er fügte hinzu: „*Mit der vollständigen Integration von Asiana Airlines ist unsere Rolle als Koreas Flag-Carrier noch wichtiger geworden. Wir werden unser Know-how bündeln, unsere Stärken verfeinern und unsere Kulturen vereinen, um ein innovatives und unvergleichliches Flugerlebnis zu schaffen.*“

Das erste neue Logo seit 41 Jahren: Zu Ehren des Erbes von Taegeuk

Das neue Logo von Korean Air integriert das Taegeuk-Symbol mit dem Schriftzug „KOREAN AIR“. Inspiriert von den dynamischen Bändern des traditionellen koreanischen Huttanzes „Sangmo“, ist das Symbol in Dunkelblau gehalten und unterstreicht die prestigeträchtige Identität der Fluggesellschaft.

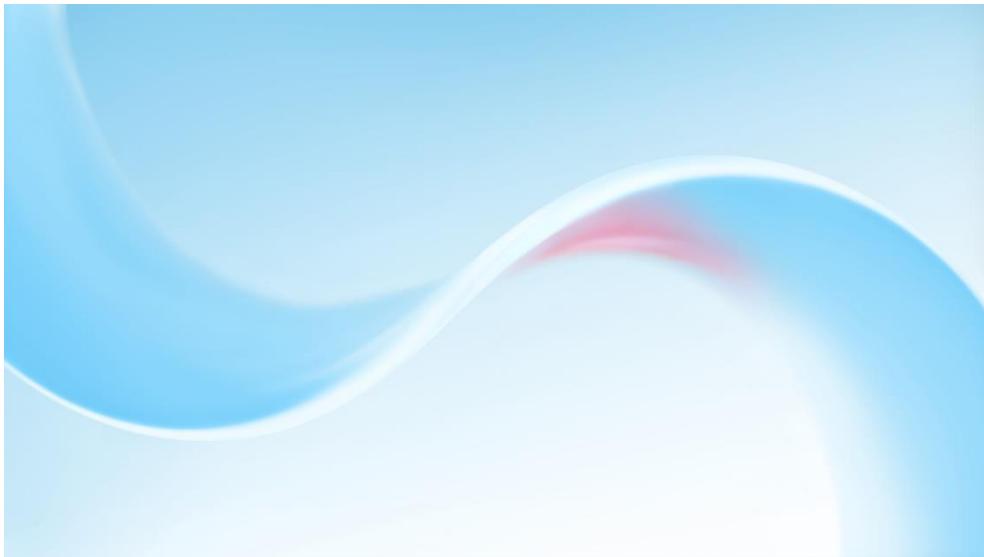


Korean Air's neuer Markenauftritt

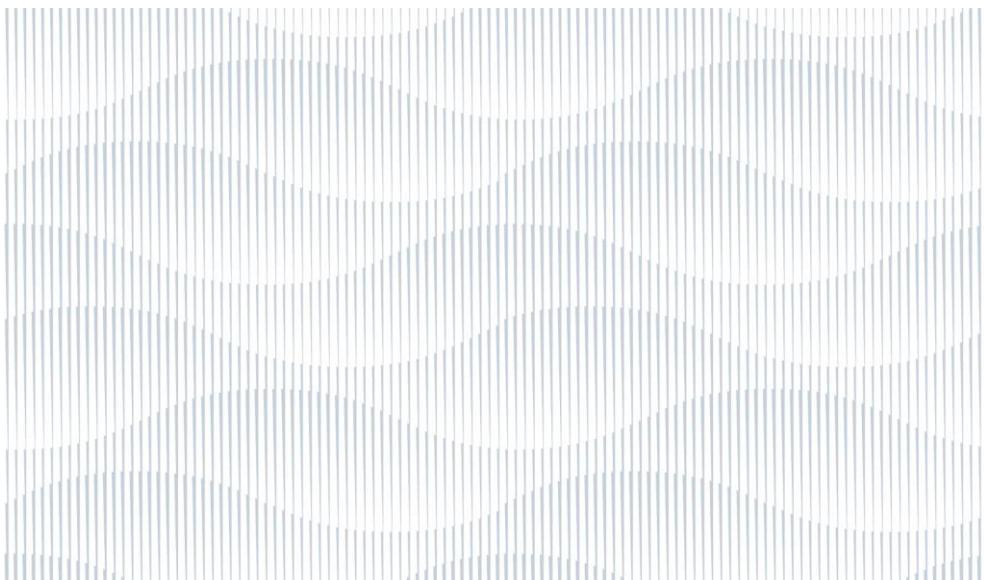
Das neue Branding umfasst drei Varianten: das vollständige Logo mit dem Taegeuk-Symbol und dem Schriftzug „KOREAN AIR“, eine vereinfachte Version, die nur „KOREAN“ zeigt, und eine eigenständige Variante mit dem Taegeuk-Symbol.

Um die Markenkonsistenz weiter zu verbessern, führte Korean Air ein dreidimensionales (3D) Motiv ein, das von den fließenden Kurven des Taegeuk-Designs inspiriert ist. Das Motiv, das das charakteristische Hellblau der Fluggesellschaft mit roten Akzenten zeigt, wird an wichtigen Kundenkontaktpunkten wie Check-in-Bildschirmen, mobilen SKYPASS-Karten und auf der Website der Fluggesellschaft zu sehen sein.

Darüber hinaus werden zweidimensionale (2D) Motive, die von der Landschaft Koreas, den Taegeuk-Kurven und dem traditionellen „Jogakbo“-Patchwork inspiriert sind, auf Textilien und bedruckten Materialien verwendet, wo 3D-Anwendungen nicht möglich sind.



Das neue 3D-Motiv der Corporate Identity von Korean Air, inspiriert von den dynamischen Kurven des Taegeuk-Symbols.



Das neue 2D-Design der Corporate Identity von Korean Air, inspiriert von der Landschaft Koreas und den sanften Kurven des Taegeuk-Symbols.

Korean Air hat auch eine eigene Schriftart und Ikonographie entwickelt, die die Designelemente des Logos widerspiegeln. Diese neuen visuellen Elemente werden nach und nach in allen Flughafeneinrichtungen, Lounges und an Bord eingeführt.

Dies ist die erste größere Aktualisierung des Markenzeichens seit 1984, als Korean Air das Taegeuk-Symbol einführte. Das Symbol ist weltweit bekannt und repräsentiert sowohl die Fluggesellschaft als auch das Land auf eindrucksvolle

Korean Air Pressebüro

c/o BZ.COMM, Steffen Hager & Marvin Korndörfer, Hanauer Landstr. 136
D-60314 Frankfurt am Main, Tel: +49 (0)69 256 28 88 22, Fax: +49 (0)69 256 28 88 88
E-Mail: Koreanair@BZ-comm.de; Korean Air im Internet: www.koreanair.de



Weise. Die neue Corporate Identity wird schrittweise in den Farben der Flugzeuge, im Bordservice und an den wichtigsten Kundenkontaktpunkten eingeführt.

Mehr Erlebnis an Bord: neue Menüs und verbesserter Service

Korean Air hat heute im Grand Hyatt Incheon ihr neu gestaltetes Bordmenü vorgestellt. Die Verbesserungen, die im Einklang mit der neuen Corporate Identity der Fluggesellschaft stehen, zielen darauf ab, das Premium-Reiseerlebnis durch ein raffiniertes Speisen- und Serviceangebot zu verbessern.

Korean Air hat in Zusammenarbeit mit dem Chefkoch Seakyong Kim, Inhaber des Cesta in Seoul, eine exklusive Auswahl an kulinarisch inspirierten Gerichten zusammengestellt. Mit saisonalen Zutaten und innovativen Kochtechniken bieten diese neuen Gerichte ein Gourmet-Erlebnis in der Luft.

In den Premium-Klassen sorgt eine erweiterte Auswahl an Amuse-Bouches und Vorspeisen für ein intensiveres Geschmackserlebnis, während neu eingeführte Hauptgerichte und Desserts - wie Papillote und Petit Four - sowohl kulinarische Raffinesse als auch visuelle Attraktivität bieten.

In Anlehnung an das koreanische kulinarische Erbe hat die Fluggesellschaft auch spezielle Gerichte wie Nurungji-Reis mit Tintenfisch, Bibimbap mit Rinderbrust, Abalone-Reis und Royal Hot Pot (Shinseollo) entwickelt.

Das Menüangebot in der Economy Class wurde über das traditionelle Rindfleisch-Bibimbap hinaus um Lachs-Bibimbap und scharf gebratenen Tintenfisch mit Schweinefleisch erweitert. Um den globalen kulinarischen Trends Rechnung zu tragen, bietet die Speisekarte nun auch Gerichte wie Tofu Pad Thai, scharfe Auberginen und Rosé-Pasta an, um den Passagieren mehr Abwechslung zu bieten.

Um das kulinarische Erlebnis abzurunden, ist Korean Air eine Partnerschaft mit Luxusmarken für ihr Premiumgeschirr eingegangen. In der First Class wird mit Bernardaud-Porzellan, Christofle-Besteck und Riedel-Gläsern gespeist, in der Prestige Class mit Geschirr und Gläsern von Armani/Casa.

Für noch mehr Komfort sorgen in der First Class Bettwäsche aus hochwertigen Materialien der italienischen Luxusmarke Frette und eine innovative Air Coil-Matratze von Eco World. Für noch mehr Entspannung an Bord sorgt die Loungewear von Frette.

Die Amenity Kits der Premium Class, die in exklusiver Zusammenarbeit mit der britischen Luxusmarke Graff entwickelt wurden, bestehen aus eleganten Täschchen mit Hautpflegeprodukten und Düften.

Das verbesserte Speisen- und Serviceangebot an Bord wird am 12. März 2025 auf zehn wichtigen Langstreckenflügen eingeführt, darunter Flüge nach New York, Paris und London. Bis Juni werden die Verbesserungen auf allen Langstreckenflügen angeboten, ab September dann auch auf Mittel- und Kurzstreckenflügen.

--Ende--

Korean Air Pressebüro

c/o BZ.COMM, Steffen Hager & Marvin Korndörfer, Hanauer Landstr. 136
D-60314 Frankfurt am Main, Tel: +49 (0)69 256 28 88 22, Fax: +49 (0)69 256 28 88 88
E-Mail: Koreanair@BZ-comm.de; Korean Air im Internet: www.koreanair.de



Hinweise für Redakteure:

Passendes **Bildmaterial** zu dieser Pressemitteilung finden Sie [hier](#) zum Download. Bitte beachten Sie das Copyright © Korean Air. Bitte senden Sie uns einen Beleg bei Veröffentlichung.

Bildunterschriften

[Foto 1, 2] Walter Cho, Chairman und CEO der Hanjin Group und von Korean Air, spricht auf einer Veranstaltung zur Mitarbeiterbindung im Hauptsitz der Fluggesellschaft in Seoul.

[Foto 3] Walter Cho posiert mit Korean Air-Mitarbeitern nach der Veranstaltung zur Mitarbeiterbindung

[Foto 4] Walter Cho beantwortet Fragen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während eines Town Hall Meetings im Hauptsitz von Korean Air.

Über Korean Air

Korean Air ist seit über 55 Jahren eine der 20 größten Fluggesellschaften der Welt und beförderte 2019 mehr als 27 Millionen Passagiere (vor COVID). Von ihrem globalen Drehkreuz am Incheon International Airport (ICN) aus bedient die Fluggesellschaft mit einer modernen Flotte von 161 Flugzeugen und über 20.000 professionellen Mitarbeitern 116 Städte in 40 Ländern auf fünf Kontinenten.

Die herausragenden Leistungen von Korean Air und ihr Engagement für ein Höchstmaß an Sicherheit und Kundenservice sind weithin anerkannt. Die Fluggesellschaft hat zahlreiche Auszeichnungen erhalten, darunter eine 5-Sterne-Bewertung von Skytrax sowie die Auszeichnungen Airline of the Year und Cargo Operator of the Year von Air Transport World. Korean Air ist Gründungsmitglied der SkyTeam-Allianz und hat sich durch ihr Joint Venture mit Delta Air Lines zu einer der größten transpazifischen Fluggesellschaften entwickelt. Weitere Informationen zu Korean Air finden Sie auf koreanair.com, facebook.com/KoreanAir, Google.com/+KoreanAir_KE und X @KoreanAir_KE.

Datenschutz-Hinweis:

Sollten Sie keine Pressemitteilungen oder Einladungen mehr von uns erhalten wollen, können Sie uns unter datenschutz@bz-comm.de kontaktieren und sich abmelden. Weitere Informationen zu unseren Datenschutzrichtlinien finden Sie auf unserer Website.

Korean Air Pressebüro

c/o BZ.COMM, Steffen Hager & Marvin Korndörfer, Hanauer Landstr. 136
D-60314 Frankfurt am Main, Tel: +49 (0)69 256 28 88 22, Fax: +49 (0)69 256 28 88 88
E-Mail: Koreanair@BZ-comm.de; Korean Air im Internet: www.koreanair.de
