

SCHEMES

Marken-Relaunch für Visa

Mit „Meret Visa“ hat Visa den Start einer Evolution der Marke eingeläutet. Die erste Phase setzt den Fokus auf die Möglichkeiten und Ressourcen, die das Visa-Netzwerk bietet, sowie die Förderung weltweiter wirtschaftlicher Inklusion. Diese Launch-Phase beinhaltet den Start einer dynamischen globalen Marketingkampagne – und gibt einen Ausblick auf den modernisierten Look der ikonischen Marke Visa. Zielsetzung ist es, dass Visa nicht nur als Kreditkartenunternehmen, sondern als Netzwerk wahrgenommen wird, das den Handel

vorantreibt. Denn während das Schema natürlich nach wie vor die physischen und digitalen Bezahlvorgänge mit Kredit- oder Debitkarten gestaltet, nimmt das Unternehmen gleichzeitig zunehmend eine zentrale Rolle bei der Ermöglichung von Geldtransfers ein, beispielsweise durch eine Vielzahl von Partnerschaften. Die eigene Markenevolution soll die Bandbreite dieses Potenzials illustrieren. Zu den ersten Elementen gehören die von der Agentur Wieden + Kennedy entwickelten „Meet Visa“-Filme, die die Leistungsfä-

higkeit des Netzwerks hervorheben und demonstrieren, wie das Netzwerk von Visa realen Menschen an Orten rund um die Welt Zugang zu Zahlungen verschafft und den Handel fördert. Dabei geht es um Flexibilität beim Erhalt von Zahlungen, das Verbinden lokaler Händler mit globalen Verkäufern oder eine Zukunft, in der alle mit Kryptowährungen bezahlen können.

In Zusammenarbeit mit der globalen Markendesignagentur Mucho wurde zudem eine modernisierte und dynamische Markenidentität entwickelt mit einem frischeren Blau, einer eigens für ein optimales digitales Erlebnis entwickelten Schriftart und einem aktualisierten Markensymbol. Zusätzlich zur Wortmarke Visa taucht damit die frühere Visa-Flagge in Form von drei Streifen in Blau, Weiß und Gelb wieder als Markensymbol auf. Die neue Markenidentität von Visa soll im Laufe des Jahres 2021 in sämtlichen der über 200 Länder und Regionen sichtbar werden, in denen Visa tätig ist. Red.

