



PRESSEMITTEILUNG

„Echt Gut“ – ACHAT Hotels mit neuer Markenstrategie, Logo und Slogan

Mannheim, 5. März 2020. Die ACHAT Hotels präsentieren sich mit einem neuen Markenauftritt: gastfreundlich, emotional und echt. Die umfangreiche Neuausrichtung wird sicht- und spürbar in einem modernen Corporate Image und Corporate Design mit neuem Logo und dem prägnanten Slogan „Echt Gut“. Eine authentische und selbstbewusste Employee-Customer-Philosophie rückt den Menschen in den Mittelpunkt – Mitarbeiter und Gäste gleichermaßen. Die positive Haltung soll sich zukünftig im intensivierten persönlichen Kontakt zum Gast sowie in der erhöhten Aufmerksamkeit und dem gesteigerten Engagement der Mitarbeiter zeigen. „Im Kern bedeutet dies eine gelebte, herzliche Gastfreundschaft, die eine echt gute Atmosphäre schafft und mit unverwechselbaren ACHAT-Momenten Gäste angenehm überrascht“, so Philipp Freiherr v. Bodman, Geschäftsführender Gesellschafter der ACHAT Hotels.

Einzelmarken werden eine neue starke Marke

„Der neue Markenauftritt markiert den Start einer neuen Ära bei ACHAT“, so v. Bodman weiter. Eingeleitet wurde der Prozess zur Neupositionierung der Marke bereits Anfang 2019 durch die Neubesetzung von Philipp v. Bodman als Geschäftsführer. Inhaltlich begleitet wurde ACHAT beim Markenbildungsprozess von den eigenen Mitarbeitern und der Marketingagentur Diribrand. Die 35 ACHAT Hotels in Deutschland, Österreich und Ungarn gehen im neuen Marken-Outfit und mit neuer Marke ab sofort an die Öffentlichkeit. „Untermarken wie Plaza, Premium und Comfort werden



durch die Sterneklassifizierung ersetzt. Die Hotelnamen bestehen zukünftig nur noch aus „ACHAT Hotel“ und dem Standort, wie zum Beispiel ACHAT Hotel Wiesbaden City“, erklärt v. Bodman. Ausgenommen hiervon ist die Premium-Budget-Marke LOGINN Hotels by ACHAT, die weiterhin eigenständig auftritt.

ACHAT Hotels: mehr Emotion in Logo, Slogan und Bild

Der lebendige Spirit der Marke ACHAT Hotels zeigt sich deutlich im neuen Logo und Slogan, einer überarbeiteten Farbgebung und der emotionalen Bildsprache. Den Namen ACHAT – als Logo einst in starren Großbuchstaben geschrieben – ersetzt jetzt eine dynamische Handschrift innerhalb eines fein linierten rechteckigen Rahmens. Die Verbindung aus Rahmen und lebendiger Schrift, die diesen durchbricht, symbolisiert den Raum in dem sich Menschen bewegen und ist gleichzeitig Sinnbild für das Kommen und Gehen der Gäste. Emotionalität und Ehrlichkeit drückt der neue Slogan „Echt Gut“ aus. Er steht für einen herzlichen und freundlichen Dialog mit den Gästen, ein überzeugendes Dienstleistungsangebot sowie für das neue positive Selbstverständnis der Mitarbeiter. Charakteristisch für die neue Bildsprache sind die bei ihren täglichen Aktivitäten abgebildeten Mitarbeiter. Was die aktualisierten Unternehmensfarben anbelangt, so vermittelt das neu abgestimmte ACHAT-Grün im Zusammenspiel mit Apricot, Smoky Blue, Surf Green und Carnation-Rot gleichermaßen Ruhe und auch Lebendigkeit.

ACHAT Momente: Gäste überraschen

Nicht nur sichtbare, sondern auch spürbare Qualität und Kundennähe erleben Gäste mit den neuen „ACHAT-Momenten“. Darunter versteht die neue Markenstrategie unerwartete Momente mit spontanen, kreativen Aufmerksamkeiten, die Gäste spüren lassen, dass man an sie denkt und für



sie da ist. Die ACHAT Hotels befinden sich derzeit in einer intensiven Expansionsphase und möchten sich mit der neuen Strategie stärker als Marke positionieren und einen höheren Wiedererkennungswert erzielen.

Hinweis an die Redaktion: Lesen Sie zu diesem Thema auch ein Interview mit Philipp Freiherr v. Bodman [„Neue Markenstrategie: ACHAT Hotels – Echt Gut“](#).

*Emotional, ehrlich, echt – **ACHAT Hotels** sind gelebte Gastfreundschaft. In den aktuell 35 Drei- bis Vier-Sterne-Superior-Hotels begegnen Gäste ideenreicher Servicequalität, die von Herzen kommt. Mit dem Slogan „Echt Gut“ bringen die individuell gestalteten ACHAT Hotels zum Ausdruck, was sie ausmacht: in allem ein Original zu sein. Echt gute Qualität im mittleren Preissegment bietet Kunden länderübergreifend ein überzeugend hohes Leistungsniveau. Wirtschaftlich befindet sich die 1991 gegründete Hotel-Gruppe mit Sitz in Mannheim und Hotels in Deutschland, Österreich und Ungarn auf Wachstumskurs. Seit 2016 gehört sie zum Mittelstandsinvestor HANNOVER Finanz. ACHAT Hotels fokussiert sich auf Pachtmöglichkeiten durch die Übernahme von Bestands-Hotel-Objekten für die Marke ACHAT Hotels sowie auf Hotel-Neubauten unter der Premium-Budget-Marke LOGINN Hotels by ACHAT.*

Bildmaterial: Die Pressemitteilung sowie Bildmaterial sind unter www.max-pr.eu abrufbar.

Adresse: ACHAT Hotels, Harrlachweg 5, D-68163 Mannheim, Telefon: 06 21-48 07-0, Fax: 06 21-48 07-99, E-Mail: marketing@achat-hotels.com, Internet: www.achat-hotels.de

Pressekontakt: max.PR, Sabine Dächert, Am Riedfeld 10, D-82229 Seefeld, Telefon: +49-(0)81 52-9 17 44 16, E-Mail: daechert@max-pr.eu, Internet: www.max-pr.eu