



Familotel garantiert „Urlaub mit Herz“

Neues Erscheinungsbild und größere Übersicht machen Lust auf Ferien mit der Familie und erleichtern die Urlaubsplanung.

Rosenheim, 13. Dezember 2022. „Urlaub für die ganze Familie“ ist die Mission von Familotel. Um Familien künftig noch besser und zeitgemäßer anzusprechen und die Kernaussage „Urlaub mit Herz“ in den Vordergrund rücken zu können, ändert Familotel sein Erscheinungsbild und seinen Markenauftritt. Corporate Identity und Corporate Design von Familotel wurden grundlegend erneuert. Eine neue, direkte Ansprache, ein frisches Logo, ein modernes Design, mehr Übersichtlichkeit, größere Transparenz sowie neue, am Kundenservice orientierte Buchungskategorien sind die Merkmale. Familotel, die führende Hotelkooperation für Familienhotellerie in Europa mit mehr als 60 eigenständigen Hotels in sechs Ländern, erscheint so in einem neuen und modernen Licht. Und ist branchenweit ein Positiv-Beispiel.

„Wir rücken näher an unsere Zielgruppe: Familien mit Kindern“, sagt die Marketingleiterin von Familotel, Melanie Rosch. Ins Auge fällt die neue Bildmarke: ein Herz, beheimatet in einem Haus: „Es symbolisiert Herzlichkeit und Gastlichkeit – und steht so für unsere gelebten Werte und unser Versprechen“, erläutert Melanie Rosch. Es soll Emotionen wecken und Lust machen auf Urlaub mit der Familie. Ein Urlaub mit Herz. Dazu passt auch das neue Motto, das deutlich erkennbar ist: „Familotel. Deine Familienhotels.“ Es spricht Familien direkt an und sorgt für Zusammengehörigkeit. „Wir verstehen unsere Gäste als Freunde“, erklärt Melanie Rosch. Dies wird nun deutlich erkennbar nach außen getragen. Dieses neue Erscheinungsbild beinhaltet frische Farben und moderne Schriftzüge, wirkt ansprechend und macht Lust auf Familotel – und steht für die Zukunft von Familotel und seinen Hotels. Die Familotel-Gemeinschaft wird so einprägsam und für jeden auf den ersten Blick erkennbar.

Familotel mit Schöne-Ferien-Garantie

Die Erneuerung beschränkt sich nicht nur auf das Äußere. Familien erhalten seit jeher eine „Schöne-Ferien-Garantie“. Diese wurde nun noch klarer fokussiert, um so die Urlaubsplanung zu erleichtern. Mit neu eingerichteten Erlebniswelten bekommen Familien eine noch bessere Übersicht und können, auf sie ganz persönlich zugeschnitten, den Urlaub optimaler planen. Diese Spezifizierung reicht beispielsweise von Babyhotels über Wellness bis hin zu Ski- und Reiterferien. So kann jeder den Urlaub nach seinen Wünschen planen. Die Wahl des Urlaubsziels und des Hotels wird so deutlich erleichtert.



Erholen sollen sich alle im Familienurlaub. Glückliche Kinder gehören ebenso dazu wie entspannte Eltern sowie auch Großeltern – Urlaubsglück für Klein und Groß. In den Erlebniswelten für die Urlaubsplanung finden Familien auch wichtige Kriterien, die entscheidend sind: Unter anderem werden Fragen beantwortet zu den Themen Kinderbetreuung, Sicherheit, Infrastruktur, Ausstattung, Versorgung und Verpflegung.

Familotel stellt die Weichen für die Zukunft

Das neue Logo und das moderne Erscheinungsbild werden nun schrittweise und einheitlich umgesetzt. Sie finden sich in den Katalogen von Familotel ebenso wie in den Online-, Print- und Messeauftritten, auf Werbemitteln sowie in den Hotels. Erarbeitet wurde es von Familotel selbst, auf externe Marketingagenturen wurde bewusst verzichtet. „Ich bin stolz auf das, was unser Team gemeinsam erreicht hat“, sagt der Vorsitzende von Familotel, Sebastian J. Ott. Drei Jahre wurde daran gearbeitet. Anhand umfangreicher Kundenbefragungen wurde ermittelt, was Familien bewegt.

„Uns war und ist wichtig, gemeinsam mit unseren Mitgliedern und gemeinsam mit unseren Gästen unsere Zukunft zu gestalten“, betont Sebastian J. Ott. Dies sei eines der Hauptanliegen der Hotelkooperation Familotel mit ihren mehr als 25 Jahren Erfahrung. Deshalb habe sich Familotel bewusst dafür entschieden, die jetzige Neugestaltung von Corporate Identity und Corporate Design komplett aus eigener Kraft und mit eigenen Mitteln zu bewerkstelligen und nachhaltig zu gestalten. Dies sei gut gelungen und ein schönes Beispiel für das Miteinander von Familotel mit seinen Mitgliedern und Gästen.

Foto: Melanie Rosch, Marketingleiterin bei Familotel, freut sich über den gelungenen Relaunch, der komplett inhouse realisiert wurde.

Medienkontakt:

RSPS Agentur für Kommunikation GmbH, Bei der Kirche 2, 72074 Tübingen, Tel. +49 (0)7071 989840, reisethemen@rsps.de, www.rsps.de