

PRESSEMITTEILUNG

Ankommen am Sehnsuchtsort

arcona präsentiert neues Leitbild und Corporate Design

Rostock, 12.5.2022 – Acht traditionsreiche und höchst individuelle Häuser, darunter das legendäre Autograph Collection Hotel Elephant Weimar und das Romantik Hotel auf der Wartburg: Wie passen diese unter eine gemeinsame Dachmarke, die Treiber der Entwicklung sein kann? Mit dieser Frage hat sich arcona zusammen mit der Berliner Agentur Müller-Valentini intensiv auseinandergesetzt. Nun präsentiert das Rostocker Unternehmen seine neue CI und das Leitbild der Dachmarke arcona Hotels & Resorts.

Rund anderthalb Jahre hat arcona an der neuen Positionierung gefeilt. Sie schreibt konsequent den Weg fort, den das Unternehmen 2019 mit dem Verkauf der Stadthotellerie und der Fokussierung auf die gehobene Ferien- und Freizeithotellerie eingeschlagen hat.

Starke Dachmarke als Treiber

Stand bisher arcona als Publikumsmarke im Vordergrund, so setzt arcona künftig auf eine starke Dachmarke als identitätsstiftenden Treiber seiner qualitativen und quantitativen Weiterentwicklung. Dabei bleibt jedes einzelne der acht arcona Häuser ein Unikat mit eigener Historie, Identität und Verwurzelung am Standort. Das verbindende Element ist der Markenzusatz „Ein arcona Sehnsuchtsort“, der künftig die Zugehörigkeit zur Dachmarke sichtbar macht. Jedes Hotel der Gruppe wird so zu einem einzigartigen „arcona Sehnsuchtsort“, der für inspirierende Begegnungen steht. Ein Booklet, das in jedem Hotel ausliegt, repräsentiert das neue Selbstbild der Gruppe. Ebenso ist die komplett neu gestaltete Website bereits online gestellt. Auch das Corporate Design hat sich behutsam weiterentwickelt. Eine neue Bildsprache, die Modernisierung des Dachmarkenlogos als auch das gesamte CI/CD setzen die Zeichen für eine frische und moderne Zukunft der Hotelgruppe.

Neues Logo, neuer Webauftritt

Seit Ende Januar online, präsentiert die neu gestaltete Website arcona.de die „Sehnsuchtsorte“ als eine zusammengehörige Gruppe von Hotels, die sich der Begegnung und dem authentischen Erleben von Kultur, Geschichte und Landschaft verschrieben haben.

Über allem schwebt federleicht das neue arcona-Logo, dem ein fliegender Kranich Dynamik verleiht. Luftige Weißräume, die neue Typo in frischem Rot und das Warmgrey des Logos sorgen für eine ebenso offene wie warme Optik, in die sich die Fotos einladend einfügen.

Das neue Corporate Design findet sich selbstverständlich nicht nur auf der Website und sämtlichen Drucksachen wieder, sondern auch in dem neuen Corporate Booklet der arcona Hotels & Resorts, das in sämtlichen Hotels ausliegt.

Inspirierende Begegnungen sind der wahre Luxus

Das neue Design ist Ausdruck der neuen Identität von arcona. Konzeptioneller Kern ist die Idee der authentischen Begegnung als eigentlicher und wahrer Luxus unserer Zeit. „In einer Welt, die immer stärker virtuell, geglättet und standardisiert ist, steht ‚Begegnung‘, wie wir sie verstehen, für echtes Erleben und ein intensives Lebensgefühl. Sich selbst zu spüren und lebendig zu fühlen – dieser Sehnsucht gibt arcona einen Ort zum Ankommen“, erklärt arcona-Gesellschafter und -Geschäftsführer Alexander Winter.

Ob auf den Inseln Sylt, Rügen und Usedom, in Weimar, auf der Wartburg oder in Kitzbühel: Die jeweils ganz einzigartigen Häuser sind Sehnsuchtsorte, wo Menschen miteinander in Verbindung kommen und sich von inspirierenden Begegnungen mit Lebensart, Landschaft, Geschichte und Kultur beflügeln lassen. Dabei geht es nicht um museale Folklore, sondern um das lebendige Erbe, verbunden mit zeitgenössischem Design, innovativer Gastronomie, authentischer Gastfreundschaft und modernstem Komfort.

Die Idee der Begegnung bildet nicht nur den inhaltlichen Kern der Dachmarke, sondern auch das kreative Sprungbrett für den kommunikativen und visuellen Auftritt. Auf vielfältige Weise variieren und spielen Design, Bildwelten und Geschichten mit dem Thema Begegnung.

Die Haltung: authentisch, offen, nachhaltig

Teil der neuen CI von arcona ist auch eine klare Haltung nach Innen und Außen. Authentisch, offen und nachhaltig – das sind die Werte, zu denen sich das Unternehmen gegenüber Gästen, Investoren, lokalen Entscheidern und als Arbeitgeber bekennt. Dieser Anspruch durchzieht das gesamte Handeln und mündet in eine Kultur, die sich im ganzen Unternehmen wiederfindet.

Fotomaterial zum Download finden Sie [hier](#)

Bildnachweis: arcona HOTELS & RESORTS

Weiteres Bildmaterial gibt es [hier](#) und unter www.arcona.de

Über arcona Hotels & Resorts

2008 gegründet, sind die arcona Hotels & Resorts mit Sitz in Rostock auf den Betrieb und die Entwicklung erstklassiger Freizeit- und Ferienhotels spezialisiert. Die derzeit acht arcona Häuser befinden sich in teils denkmalgeschützten Immobilien an namhaften Urlaubsdestinationen wie Rügen, Sylt und Kitzbühel. Zum Portfolio zählen unter anderem das bekannte Hotel Elephant Weimar, das traditionsreiche Romantik Hotel auf der Wartburg und der Golfclub Schloss Teschow.

Neue Projekte treibt arcona in den Alpen und an den deutschen Küsten voran. Als Lizenznehmer des von Til Schweiger entwickelten Barefoot-Konzepts will arcona in den kommenden Jahren außerdem Barefoot Hotels an etablierten Destinationen eröffnen, darunter Bad Wiessee am Tegernsee. Inhaber und Gesellschafter von arcona sind Alexander Winter und Treugast-Gründer Prof. Stephan Gerhard. Firmensitz ist die denkmalgeschützte Zeeck'sche Villa in Rostock.

Unternehmenskommunikation arcona HOTELS & RESORTS

Christiane Winter-Thumann
August-Bebel-Straße 55, 18055 Rostock
Tel.: +49 381 - 873 949-30
c.winter-thumann@arcona.de | www.arcona.de

Pressekontakt arcona HOTELS & RESORTS

StörrFaktor PR, Michaela Störr
Burgstraße 12, 93093 Donaustauf
Tel.: +49 89 - 42 09 56 69 12
info@stoerrfaktor.de