

Berlin, 8. März 2017

Budgetkette A&O startet Relaunch

Die A&O HOTELS and HOSTELS definieren Marke und Hotelgestaltung neu.

„Wir sind die erfolgreichste Hostalkette in Deutschland. Wir wollen nun Marktführer in ganz Europa werden. Unsere Kostenführerschaft soll ergänzt werden um ein überarbeitetes Innendesign und einen neuen Markenauftritt“, sagt Phillip Winter, Chief Marketing Officer der A&O-Hotelgruppe.

A&O investiert für alle Maßnahmen einen Millionenbetrag. Erste Realisierungen des neuen Hotelkonzepts sind bis Ende 2017 im A&O Berlin Mitte und im A&O Hamburg Hauptbahnhof geplant.

Raumgestaltung durch BWM

A&O holt sich professionelle Unterstützung durch das preisgekrönte Architektenbüro BWM, das bereits andere Branchenteilnehmer umgestaltet hat. Bei der Ausschreibung überzeugten die Wiener. Mit klaren Antworten auf die Frage, wie die zunehmende Beliebtheit zwischen Hostels und Hotels vermieden werden kann. Mit einer urbanen, pragmatischen und klaren Vision und Mut zur Reduktion. „In den letzten 16 Jahren haben wir uns auf Wachstum und Kosten fokussiert. Jetzt rücken wir unseren Kunden, den Service und das Produkt drum herum in den Fokus, ohne ersteres zu vergessen. Das wird eine spannende Zeit, fantastisch für die Kunden und ungemütlich für den Wettbewerb“, so Oliver Winter, CEO der A&O-Gruppe.

Marktforschung durch das GfK

„Das Produkt-Uplift orientiert sich in alle Richtungen. Es übernachtet nur der, dessen Erwartungen auch erfüllt werden. Um den Kunden von heute zu verstehen und seine Wünsche zu antizipieren, arbeiten wir mit Deutschlands größtem Marktforschungsinstitut GfK zusammen. Sie klären für uns in einer bundesweit angelegten Studie Potentiale und Entwicklungsmöglichkeiten bei Individualreisenden“, ergänzt Phillip Winter.

Markenidentität durch moodley

Als Agentur für Markenstrategie und -innovation engagiert A&O mit moodley ein Unternehmen mit Expertise aus den Bereichen Branding, Digital, Packaging und Publishing. Erfolgsaufträge sind unter anderem Boutique Hotels in Graz oder Wien. Flagship-Hotel wird das A&O Berlin Mitte mit einer Kapazität von über 1.600 Betten und einer Zimmerauslastung von 71 Prozent.

PRESE MITTEILUNG

Gemeinsame Werte von Geschäftsführung und Mitarbeitern

Neben dem Engagement externer Agenturen setzt die A&O-Gruppe auf das Knowhow seiner Mitarbeiter. Im ersten Quartal wurden an den Standorten Berlin, Weimar und Hamburg „Mission-Vision-Values“ in Teams ausgearbeitet. Das hauseigene Quality Management ergänzte die entwickelt hieraus Strategien und baute die Ergebnisse in die Firmenkommunikation mit ein.

Winter über die interne Maßnahme: „Vom Haustechniker bis zum Front Office Manager, von der Buchhaltung, dem Service Center bis zur Abteilungsleitung haben wir eine bunte Vielfalt an Ideen und Perspektiven erhalten, die eine gute Basis für das neue Firmenleitbild geben. Wir haben uns absichtlich für eine umfassende, transparente Methode mit aktivem Austausch entschieden, um eine realistisch Unternehmensvision entwickeln zu können.“

Interessierte Leserinnen und Leser finden weitere Informationen auf <https://www.aohostels.com/>

417 Wörter, 3.083 Zeichen

Druckfähige Bilder, © A&O HOTELS and HOSTELS Holding AG:
<https://www.aohostels.com/de/presse/material-informationen/>

Presse- und Downloadbereich des Unternehmens:
<https://www.aohostels.com/de/presse/>



Seit 2000 betreiben A&O HOTELS and HOSTELS in 19 Städten und vier Ländern (Deutschland, Österreich, Niederlande, Tschechien) 31 Hostels. Als größter Hostelanbieter Europas wächst die Kette mit über 20 Prozent p.a.; weitere Häuser in Bremen, Kopenhagen und Venedig werden 2017 eröffnet.

Mit rund 23.000 Betten und mehr als 3,7 Mio. Übernachtungen in 2016 verzeichnete A&O einen Umsatz von rund 114 Mio. Euro. Die Kette positioniert sich am Markt mit zentral gelegenen Hotelobjekten mit bestem Preis-Leistungsverhältnis für den Gast. Die Marke setzt auf unterschiedliche ensuite Zimmerkategorien, um reiseaffine Zielgruppen vom Soloreisenden, Pärchen, der Familie bis zur großen Gruppe unter einem Dach beherbergen zu können. Reisemotivationen sind Leisure/Städtetourismus (40 Prozent), Gruppen/Klassenreisen (37 Prozent), Familien (15 Prozent) und Business-tourismus (8 Prozent).

Das Unternehmen ist überdurchschnittlich stark im Direktvertrieb und Online Marketing: 52 Prozent der Gäste buchen ihre Übernachtungen online; aohostels.com ist stärkster Buchungskanal. Rund 19.600 Schul- und Gruppenfahrten vertrauen auf den Service und die Qualität der Kette.

Die Hotels und Hostels sind 4-Sterne QMJ zertifiziert, vom TÜV auf den „Youth Hostel Quality Standard“ geprüft und tragen das Jugendreisen-Qualitätssiegel des Reisetourismus Deutschland. Bereits im dritten Jahr in Folge erhält die A&O-Gruppe das Double A-Rating der TREUGAST Solutions Group.

Die Kette engagiert sich aktiv im Sport- und Bildungsbereich und unterstützt seit 2004 die SOS-Kinderdörfer sowie seit 2010 den Jugendsport des 1. FC Union Berlin, seit 2014 den Jugendsport des SK Sturm Graz sowie den SV Viktoria Pilsen seit 2016.

Kontakt für Redaktionen:

A&O HOTELS and HOSTELS Holding AG
Adalbertstraße 50 | 10179 Berlin | Deutschland

Phillip Winter

Chief Marketing Officer
fon +49 30 80 94 7 – 5030
phillip.winter@aohostels.com

Maike Rummich

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
fon +49 30 80 94 7 – 5063
presse@aohostels.com