

Kopenhagener Hotel versammelt Blogger Europas

Berlin, 18. Mai 2017 – Vom 19.-21.05.2017 veranstaltet A&O ein dreitägiges Blogger-Wochenende im neu eröffneten A&O Copenhagen Nørrebro. Das Hotel erwartet 20 Multiplikatoren aus den Bereichen Reise, Lifestyle, Familie und Kunst.

„Das Event ist fester Bestandteil unserer Strategie, die Generation Z medial noch besser zu erreichen. Dazu überraschen wir die Influencer mit einem Programm, bei dem jedes Blogger- und Gästeherz höherschlägt“, freut sich Elisa Louis, Social Media Managerin der Hotelkette.

Ziel ist es, die Marke A&O bewusst, aber unaufdringlich zu platzieren. Dazu wurden passende Mikro-Influencer aus Deutschland, Österreich, Griechenland und Dänemark eingeladen. Sie werden frei in ihrer Umsetzung eigene Beiträge und Stories auf Instagram, YouTube, ihrem Blog, Facebook oder Snapchat veröffentlichen.

Die Hotelgruppe sponsert neben den Übernachtungen und der Verpflegung auch alle Attraktionen. Die Gäste machen eine geführte Fahrradtour mit einer lokal ansässigen Bloggerin, mixen abends in einem Cocktail-Workshop Drinks an der Hotelbar und fertigen eigene Souvenirs mit Kooperationspartner Spoonflower an.

„Die neue Zielgruppe ist designorientiert und auf der Suche nach guten Botschaften mit visuellem Anreiz. A&O vollzieht 2017 mit seinem Rebranding einen Wandel, der auch beim neuen Gast ankommen soll. Mit authentischen Influencern erreichen wir das“, betont Oliver Winter, CEO der A&O-Kette.

197 Wörter, 1.459 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/>

Über A&O HOTELS and HOSTELS:

Seit 2000 betreiben A&O HOTELS and HOSTELS in 20 Städten und fünf Ländern (Deutschland, Österreich, Niederlande, Tschechien, Dänemark) 32 Hostels. Als größter Hostelanbieter Europas wächst die Kette mit über 20 Prozent p.a.; weitere Häuser in Bremen 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, Paar, 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