



Pressemitteilung

Vom Einzelhotel zur Kette: prizeotel vollzieht Marken-Relaunch

Budget-Design Hotelmarke prizeotel mit neuer Website / Storytelling über das Wir-Gefühl / Web-App-Musicplayer „prizeMusic“ wird gelauncht

Bremen, 16. Juni 2014 – Die [Budget-Design Hotelmarke prizeotel](#) hat ein Rebranding vollzogen. Kurz vor der Eröffnung des zweiten Hauses in Hamburg präsentiert sich prizeotel mit neuem Markenlogo und neuer Website. Dafür beauftragte prizeotel die Design-Agentur Robinizers aus Hamburg, die das Projekt federführend betreute. Die Experten entwickelten die Neupositionierung der Marke prizeotel und erarbeiteten die Digitalstrategie für den Website-Relaunch.

Storytelling: das Wir-Gefühl bei prizeotel

Herausforderung des Marken-Relaunches war es, den Sprung vom Einzelhotel zur Kette zu schaffen und dies langfristig und international ausgerichtet. Doch ohne Geschichte, keine Marke: Das Besondere bei prizeotel ist das Wir-Gefühl. Die Gäste, das Hotelpersonal und Partnerunternehmen verschmelzen im Hotel. Verbundenheit entsteht außerdem durch die lokale Identität in den Häusern. Für das Dreieck aus Stadt, prizeotel und Menschen wurden Content-Features auf der Website eingeführt. Auf den Website-Bühnen können je nach Standort lokale Themen gespielt werden. Ein 24-Stunden-Tag bei prizeotel macht das Hotel erlebbar und das Team stellt seine Lieblingsplätze in der jeweiligen Stadt vor. Die Tonalität und Bildsprache sind emotional, gastnah und einladend. Stockfotos sucht man vergebens: Der Gast trifft die Menschen, die er auf der Website sieht, bei einem Besuch im Hotel wieder.

Das prizeotel-Design wird auf der Website erlebbar

Die Handschrift des [prizeotel-Designers Karim Rashid](#) zieht sich nicht nur durch die prizeotel-Häuser, sondern auch durch die Website und wird dadurch auch online erlebbar. Die Formenelemente des Designers sind überall im Hintergrund auf der Seite zu finden. Außerdem erhält der Gast Informationen über Karim Rashid und seine Vision von demokratischem Design („Designocracy“), die er bei prizeotel verwirklichen kann. In Abstimmung mit Rashid kreierten Robinizers und die Agentur Format Design das neue graue Markenlogo, das abgerundeter und mit größeren Innenräumen die prizeotel-Gruppenseite ziert. Während diese in Grau und Magenta leuchtet, dominiert auf der [Bremen-Seite](#) das Grün, bei [Hamburg Blau](#) – gemäß den Farbkonzepten im Inneren der Hotels.

„Website im Einheitslook kommt nicht in Frage“

„Im Zuge der Expansion war es uns wichtig, eine Website kreieren zu lassen, die das prizeotel-Konzept perfekt widerspiegelt, aber den prizeotel-Häusern, auch zukünftigen, genug individuellen Raum lässt. prizeotel ist keine auswechselbare Designkette: Wenngleich

wir expandieren, soll der individuelle Charme eines Privathotels erhalten bleiben. Einheitslook kam daher auch beim Website-Konzept nicht in Frage“, erklärt Marco Nussbaum, Co-Founder und CEO, prizeotel.

Den Vertrieb über die eigene Website stärken

Beim Website-Relaunch ging es auch darum, noch mehr Buchungen direkt über die Hotelwebsite zu generieren. Ziel von prizeotel ist es, weitestgehend Unabhängigkeit von den Buchungsportalen zu erreichen. Um dies umzusetzen, stellte prizeotel ein Experten-Team aus verschiedenen Onlinemarketing-Disziplinen zusammen, wie Suchmaschinenmarketing- und -optimierung, Content-Marketing und Social Media. Das Ergebnis sind contentgeladene, keywordoptimierte Landingpages. Zudem ist die Buchungsmaske immer präsent.

Die prizeotel-Website wird auf allen Endgeräten optimal dargestellt. Für den Zugriff über Mobiltelefone hat sich prizeotel für eine losgelöste mobile Website entschieden. Angepasst an die Bedürfnisse der Mobilsurfer, präsentiert sie im Wesentlichen die USPs und Locations von prizeotel und ermöglicht eine einfache Buchung. Die technische Umsetzung und Mitgestaltung der mobilen Website übernahm die Agentur detco aus Bremen.

prizeMusic: Auch die Musik gehört zur prizeotel experience

Neu auf der prizeotel-Website ist der [Musicplayer „prizeMusic“](http://prizemusic.prizeotel.com) (<http://prizemusic.prizeotel.com>). Besucher der Website und prizeotel-Fans können so dieselbe Musik beim Browsen hören, die auch in den prizeotel-Häusern läuft. Die Playlists sind speziell von der New Yorker Audio-Branding-Agentur Activaire für prizeotel zusammengestellt und enthalten Songs von Karim Rashid und anderen Künstlern. Gesteuert wird der Musikstream ebenfalls von New York aus. Nutzer können beim Hören zwischen soft, medium und hard wählen.

Für das Design und die technische Umsetzung von prizeMusic war die Agentur Via Studios aus Manchester verantwortlich. Der Player wurde als responsive Web-App entwickelt: Nutzer können die Webseite bookmarken und auf den Home Screen ihres mobilen Endgeräts laden. prizeMusic bietet auch einen integrierten Twitterfeed. Über den Hashtag #prizeMusic können sich die Hörer über die Musik austauschen. Zusätzlich informiert Activaire über neue Tracks und Künstler, die in die Playlists einfließen. Momentan enthalten die drei Playlists insgesamt 30 Songs. Alle drei Monate wird die Musik ausgetauscht.

„Musik ist ein Emotionsträger. Die Gäste haben uns oft nach der Musik gefragt, die im Hotel läuft. Nun machen wir sie ihnen zugänglich“, erklärt Marco Nussbaum. „Wir verkaufen nicht nur Hotelzimmer, sondern auch ein Gefühl, ein Erlebnis, eben die prizeotel experience.“

Bilder zum Download:

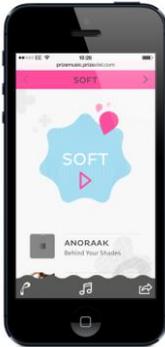


[Das neue Logo von prizeotel zielt die Gruppenseite prizeotel.com.](http://prizeotel.com)



[prizeMusic Bild 1](#)

prizeMusic funktioniert auf allen Endgeräten. Nutzer können zwischen den Musikstilen soft, medium und hard wählen.



[prizeMusic Bild 2](#)

Der Player prizeMusic wurde als responsive Web-App entwickelt: Nutzer können die Webseite bookmarken und auf den Home Screen ihres mobilen Endgeräts laden.



[prizeMusic Bild 3](#)

Über den Hashtag #prizeMusic können sich Hörer im integrierten Twitterfeed über die Musik austauschen und erhalten die aktuellsten News zu prizeotel.



[Marco Nussbaum, Co-Founder und CEO, prizeotel](#)

Über prizeotel

prizeotel ist eine Budget-Design Hotelmarke, die 2006 von Hotelier Marco Nussbaum und Immobilienökonom Dr. Matthias Zimmermann gegründet wurde. Für die Entwicklung seiner Hotels in Deutschland hat prizeotel eine exklusive Zusammenarbeit mit dem internationalen Designer Karim Rashid aus New York vereinbart. Die Handschrift des Designers Rashid findet sich in den Budget-Design Hotels konsequent wieder – von der Gestaltung der Zimmer und Flure bis hin zur Lounge-/Lobbyarea. Das macht die Häuser zu sogenannten Signature-Brand-Hotels. prizeotel versteht sich als exklusives Produkt im Designambiente mit dem Charme eines Privathotels. Es strebt nicht den Massenmarkt an, sondern zielt auf den qualitätsbewussten Geschäfts- und Städtereisenden ab, der viel Komfort zu einem günstigen Preis genießen möchte. 2009 wurde das erste prizeotel, das prizeotel Bremen-City, eröffnet. Im ersten Halbjahr 2014 folgt das prizeotel Hamburg-City, Anfang 2015 das prizeotel Hannover-City. Ziel ist es, mittelfristig die unkonventionellste Budget-Design Hotelkette und qualitativer Leader mit einer Präsenz in den Kernmärkten Deutschlands zu sein. www.prizeotel.com

Pressekontakt:

[Agentur Frau Wenk +++ e.K.](#)
Anne-Kathrin Richter
Tel.: 040 3290 4738 13
E-Mail: prizeotel@frauwenk.de