

## Interhome modernisiert den Markenauftritt



Der neue Markenauftritt des Spezialisten für Ferienhäuser und Ferienwohnungen fokussiert auf Qualität, Individualität, Service und Ferienerlebnis.

Credit: Interhome GesmbH  
Fotograf: Interhome GesmbH

Utl.: Der neue Markenauftritt des Spezialisten für Ferienhäuser und Ferienwohnungen fokussiert auf Qualität, Individualität, Service und Ferienerlebnis. =

Innsbruck (TP/OTS) - Die eigenständige Marke der Hotelplan Gruppe tritt künftig mit einem neuen Branding und dem selbstbewussten Statement "Hier wohnt der Urlaub" auf. Der seit über 25 Jahren im Markt etablierte Interhome-Vogel bekommt so als Sinnbild für grenzenloses Reisen frischen Rückenwind.

Der Relaunch des Markenauftritts erfolgt im Zuge des Ausbaus der Interhome-Gruppe zum europäischen Marktführer in der Ferienhausvermittlung. "Unser Ziel war es", erklärt Geschäftsführer Erich Mayregger, "der seit über 40 Jahren existierenden Marke Interhome ein dynamischeres und ausdrucksstärkeres Outfit zu geben." Das neue Branding stellt eine Weiterentwicklung des bisherigen Brands dar. Damit knüpfe Interhome an Firmentradition an und markiere Beständigkeit, so der Geschäftsführer weiter. Darauf aufbauend wurden neue Designkonzepte entwickelt. Die Zielvorgabe "Optimierung des Markenauftritts" sei mit der neu gestalteten Corporate Identity erfüllt worden, ergänzt Erich Mayregger.

Die Neuausrichtung der Marke Interhome folgt damit gezielt der kontinuierlichen Expansion des breiten Angebots - das vom einfachen Ferien-Appartement in den französischen Alpen bis zur Luxusvilla in der Toskana und dem städtischen Charakterhaus in Paris reicht. Das Markendach und die Positionierung "Wir machen den wahren individuellen Urlaub möglich" werden dem gesamten Angebot gerecht.

Im Mittelpunkt des neuen Auftrittskonzepts stand die Analyse der Kundenbedürfnisse und der Markenwerte, welche mit der neuen Corporate Identity transponiert werden sollten. Qualität, Individualität,

Service und Ferienerlebnis wurden als die entscheidenden Schlüsselfaktoren definiert und ergänzt um den Aspekt der persönlichen Kundenbetreuung - in den Call Centers wie auch am Ferienort. Das neue Branding und sämtliche Kommunikationsmassnahmen sind von diesen Grundwerten geprägt. "Insgesamt haben wir den Auftritt von Interhome einem raffinierten Facelifting unterzogen", erklärt Peter Staudinger, Leiter Marketing & Vertrieb, bei Interhome. "Die Herausforderung für Interhome bestand vor allem darin, die Philosophie und das Produkt beim Publikum und in der Reisebranche stärker erlebbar zu machen", fügt er hinzu. Der Neuauftritt von Interhome ist auch mit einer neuen Werbekampagne verbunden, die nun schrittweise lanciert wird.

Die Interhome AG ist als Reiseveranstalter auf die Vermittlung eines weltweiten Angebots mit mehr als 30'000 Ferienwohnungen, Ferienhäusern und Chalets in 21 Ländern spezialisiert. Der Qualitätsanbieter vermittelte 2007 498'906 Feriengäste und erzielte einen Nettoerlös von 132 Mio. EUR; +7,7%. Ein weltweites Reservierungsnetz, Kataloge in elf Sprachen in einer Gesamtauflage von jährlich rund 1,5 Millionen Exemplaren, informative Websites sowie modernste Kommunikationsmittel ermöglichen höchsten Komfort für den Kunden und Effizienz in der Buchungsabwicklung. Die Dachgesellschaft Interhome AG, mit Sitz in Glattbrugg/Zürich, wird zu 100% von der Hotelplan Holding AG gehalten. Diese wiederum ist zu 100% im Besitz der Migros, der grössten Detailhandelsorganisation der Schweiz mit Sitz in Zürich. Die Niederlassung Österreich unter der Leitung von Geschäftsführer Erich Mayregger sitzt in Innsbruck.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at> .

Rückfragehinweis:

Interhome GesmbH  
Peter Staudinger  
Leiter Marketing & Vertrieb Österreich  
Tel.: +43 (0)512 34 40 91 66  
<mailto:peter.staudinger@interhome.at>

\*\*\* TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

TPT0006 2008-03-07/11:42

071142 Mär 08

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20080307\\_TPT0006](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20080307_TPT0006)