

**htr.ch**

Hotelmarke

# **Dorint stellt neue Marke vor**

Die Dorint GmbH stellte anlässlich des Deutschen Hotelkongresses in Berlin die neue Marke der Dorint Hotels & Resorts vor: «Essential by Dorint».



Das Dorint Resort Blümlisalp auf dem Beatenberg oberhalb von Interlaken.

Bild: hotelleriesuisse / swisshoteldata.ch

Dirk Iserlohe, CEO der Honestis AG - der Mutter-Gesellschaft der Dorint GmbH -, stellte bei seinem Keynote-Vortrag auf dem grössten deutschen Branchentreffen, dem Deutschen Hotelkongress in Berlin, die neue Marke der Dorint Hotels & Resorts vor: «Essential by Dorint». Ein wesentlicher Baustein der «Dorint 2020» Strategie der Dorint GmbH sei der Mehrmarken-Ansatz, schreibt die Hotelgesellschaft in einer entsprechenden Mitteilung. Zur vergangenen Expo Real 2018 erfolgte daher bereits die Positionierung der 5-Sterne-Marke «Hommage Luxury Hotels Collection» für die bestehenden Dorint Häuser Maison Messmer Baden-Baden, Nassauer Hof Wiesbaden, Park Hotel Bremen sowie dem Söl'ring Hof auf Sylt.

Nun folge konsequent der nächste Schritt: Die Dorint Hotelgesellschaft geht mit der eigenen Mittelklasse-Marke «Essential by Dorint» als Sub-Marke an den Markt. Unter dieser neuen Marke werden zukünftig bestehende und neue Hotels der Gruppe geführt, die den Gästen alle wesentlichen Dienstleistungen und Annehmlichkeiten bieten sollen, die in diesem Mittelklasse-Segment erwartet werden: hoher Schlafkomfort mit einem eigens entwickelten Essential-Bett, ein reichhaltiges Dorint Frühstück, schnelles, kostenloses WLAN und ein kompetentes, herzliches Team. Bei jedem Standort werde dazu grosser Wert auf den regionalen Bezug und die lokale Anbindung an die Nachbarschaft gelegt, schreibt Dorint.

### **Marke soll für Franchisenehmer interessant sein**

Gerade für Franchisenehmer biete die neue Marke «Essential by Dorint» interessante Chancen als Conversion Marke, so die Hotelgesellschaft. Für Aspekte wie beispielsweise geringe Investitionskosten, maximale Standort-Angebote und die mögliche Positionierung neben der Muttermarke Dorint Hotels & Resorts sei die Marke spannend. Auch die schnelle Integration in das Dorint Vertriebsnetzwerk und die hohe Flexibilität mit dem Hotel-Produkt seien neben dem Yielding Fokus auf RevPar-Steigerung massgebliche Erfolgsfaktoren der Neu-Lancierung.

«Wir freuen uns, unseren Gästen, Kunden und Partnern mit der Mehrmarken-Strategie künftig die ganze Bandbreite der Full Service Dorint Welt offerieren zu können», so Karl-Heinz Pawlizki, CEO der Dorint GmbH. (htr)

Publiziert am Montag, 04. Februar 2019