PRESSEMITTEILUNG

IBEROSTAR GROUP STELLT NEUE

STRATEGIE VOR

* ***Sabina Fluxà, Vizepräsidentin & CEO der Iberostar Group hat am 11. Januar 2018, die Strategie zur Neupositionierung vorgestellt, die die Group weltweit in Angriff nimmt und die aus der neuen Aufteilung ihrer Hotels und dem neuen Design der visuellen Markenidentität besteht.***
* ***Iberostar fasst seine Hotels in drei Gruppen zusammen: Stadthotels, Strandhotels und ein neu geschaffener Bereich, der die Hotels mit Geschichte zusammenfasst: Iberostar Heritage. Die Luxuskategorie Grand ist in allen drei neuen Bereichen zu finden.***
* ***Unter dem Schirm des neuen Strategiekonzepts „Let it shine“ ändert Iberostar sein Logo, Farben und Sprachgebrauch, um die Werte, die den Kern der Group ausmachen, zu zeigen.***

***Madrid, 15. Januar 2018***. **Die Iberostar Group** beginnt eine neue Etappe auf ihrem internationalen Weg. Nach einer eingehenden Analyse und Neudefinierung ihrer Identität, Prinzipien und Ziele stellte die Group am 11. Januar 2018 eine neue Strategielinie mit einem neuen Wertversprechen vor, das sich auf die Innovation und Hochwertigkeit mit einer soliden Ausrichtung auf die Menschen und die Gesamtheit der Group konzentriert.

Die Iberostar Group blickt auf mehr als 60 Jahre Geschichte zurück und ist heute in 35 Ländern präsent. Dabei legt die Group großen Wert auf ein qualitativ hochwertiges Serviceangebot, um die volle Zufriedenheit ihrer Kunden sicherzustellen. In den letzten sechs Jahren hat die Group mehr als 500 Millionen Euro in einen Erwerbs- und Reformplan investiert, dank dem 70 Prozent Ihrer Hotels mit 4 und 5 Sternen renoviert wurden, wobei besonders die Innovation der Produkte und Dienstleistungen und die technische Entwicklung im Vordergrund stand.

Die Group plant für die nächsten Jahre weitere Investitionen, um ihre Position im Premiumsegment zu stärken und sich weiterhin auf ihr Wertversprechen bestehend aus vier Säulen zu konzentrieren: Die beste Lage, ein hochwertiges Gastronomieangebot, ein unermüdlicher Service und ein starker Einsatz für die Menschen, die Teil der Group sind, Kunden, Partner und die gesamte Gesellschaft.

Die Kombination aus jahrelanger Erfahrung und dem Willen der Group, mit diesem ehrgeizigen Neupositionierungsprojekt in die Zukunft zu schauen, führt zu einer neuen Identität von Iberostar. Neben der neuen Aufteilung der Hotels zeigt die Group starken Einsatz im Bereich der Nachhaltigkeit. Im Fokus stehen die Fort- und Weiterbildung der Menschen sowie der Schutz der Meere und Ozeane.

Während der Präsentation der neuen Strategielinie von Iberostar erklärte **Sabina Fluxà, Vizepräsidentin & CEO der Iberostar Group:** *„Wir sind eine große Familie mit mehr als 28.000 Angestellten, die unseren 8 Millionen Kunden jährlich den besten Service bietet. Und wir machen mit der gleichen Lust der Anfangsjahre weiter, da die Qualität unseres Produktes und die Zufriedenheit derer, die uns ihren Urlaub anvertrauen, den Hauptmotor unserer Arbeit darstellen. Wir machen einen großen Schritt nach vorn: Es geht um eine authentische Geschäftsentwicklung, eine Neupositionierung zu größerer Hochwertigkeit und wir begleiten dies mit einem neuen Markenimage, das unter dem Motto „Let it shine“ unseren Wunsch zeigt, vor und mit unseren Gästen zu glänzen“.*

NEUE AUFTEILUNG\*

Mit dem Ziel, den Hotels von Iberostar Kohärenz und Zusammenhalt zu geben, hat die Group die Aufteilung der Einrichtungen in drei Gruppen organisiert:

* Stadthotels: Einrichtungen, die sich im Herzen der Städte befinden und eine große Tourismusanziehungskraft besitzen, wie Madrid, New York, Lissabon, Barcelona, Budapest, Miami oder Havanna. Dieser Bereich verfügt über zwei Kategorien: Grand und Iberostar.
* Strandhotels: Hotels, die dafür vorgesehen sind, dass die Gäste ihren Urlaub direkt am Strand verbringen. Dieser Bereich verfügt über drei Kategorien: Grand, Selection und Iberostar.
* Hotels mit Geschichte: Neu geschaffene Gruppe, die als Iberostar Heritage geführt wird und einzigartige Hotels umfasst, die in Gebäuden gelegen sind, die aufgrund ihrer Architektur oder historisch-kulturellen Bedeutung besonders wertvoll und reizvoll sind. Je nach Kategorie sind sie aufgeteilt in: Grand und Iberostar Heritage.

Die Iberostar Group stärkt insbesondere die in allen neuen Gruppenbereichen vorhandene Luxuskategorie Iberostar Grand.

NEUE CORPORATE IDENTITY VON IBEROSTAR

Unter dem Claim „*Let it shine“* wird die Markenidentität der Group mit einem neuen einfachen und aufrichtigen Sprachgebrauch modernisiert. Durch einen neuen fotografischeren Stil erhält das Bild eine besondere Relevanz, mit neuen Schriftarten und einem aktualisierten einfachen piktografischen Stil.

Das Logo von Iberostar entwickelt sich. Der kennzeichnende Stern wird beibehalten, aber sein Zug stilisiert, um ein offeneres, lesbares und modernes Logo zu erhalten. Die Farben variieren, um die neuen Hotelbereiche zu definieren. Die Strandhotels werden in türkiser Farbe dargestellt, während die Stadthotels in Kosmosblau und die Heritage Hotels in Salbeigrün dargestellt werden. Die Kategorie Grand erhält ihrerseits eine neue Farbe: Koralle, die diese Kategorie in den drei Bereichen darstellt.



Die Gesellschaft hat bereits begonnen, ihre neue Firmenidentität einzuführen, was durch verschiedene Phasen erfolgt und nach und nach bei allen Hotels der Kette wahrnehmbar sein wird.

OZEANPROJEKT

Das neue Iberostar entstand aus der natürlichen Entwicklung der Group und gibt ihr Wesen wieder, sich immer der nachhaltigen Entwicklung, der Fort- und Ausbildung der Menschen und dem Schutz der Meere und Ozeane zu verpflichten.

Die Group hat eine Strategielinie entwickelt, die sich an den Zielen zur nachhaltigen Entwicklung der Vereinten Nationen orientiert. Im Mittelpunkt stehen dabei immer die Menschen, da sie es sind, die den Erfolg der Group erklären sowie die Umwelt mit besonderem Augenmerk auf den Schutz der Meere und Ozeane.

Während der Veranstaltung stellte Sabina Fluxà die drei großen Aktionsstränge hinsichtlich des ehrgeizigen Projekts Ozeane vor:

* Nachhaltige Fischerei. Zusammen mit dem Einkaufsteam und den Küchenberatern arbeitet die Gesellschaft daran, die nachhaltige Fischerei zu fördern, indem nur Fisch der Saison angeboten wird, um den verantwortlichen Konsum dieses Produkts zu fördern.
* Verringerung der Verschmutzung durch Plastik. Iberostar arbeitet an der Verringerung von Einwegplastikprodukten in den Hotels, um diese abzuschaffen und/oder nach und nach durch andere Produkte aus biologisch abbaubarem Material zu ersetzen.
* Erhalt und Schutz der Korallenriffe. Iberostar konzentriert seine Bemühungen auf die Nachsaat von Korallen, das Bündnis mit Universitäten und Forschungszentren und die Aufklärung dank Bildungsaktivitäten für Angestellte und mit Gemeinschaften, Lieferanten und anderen Interessengruppen.

*\*Im Anhang 1 ist ein Schema der neuen Aufteilung aufgeführt.*

**Über die Iberostar Group**

Die Iberostar Group ist eine mallorquinische Gesellschaft, 100 Prozent im Familieneigentum, die seit mehr als 60 Jahren im Tourismus- und Urlaubsbereich arbeitet. In dieser Zeit ist aus dem Familienreisebüro eine multinationale Gesellschaft mit verschiedenen Abteilungen geworden. Heute ist die Iberostar Group in 35 Ländern weltweit präsent, verfügt über mehr als 28.000 Angestellte und empfängt jährlich 8 Millionen Kunden.

**Für weitere Informationen:** [www.grupoiberostar.com](http://www.grupoiberostar.com/)

**Bildmaterial erhalten Sie** [**HIER**](https://edelmanftp.box.com/v/IBEROSTAR)

**IBEROSTAR Pressestelle:**

**Edelman.ergo**

Julia Salgueiro (IberostarGermany@edelmanergo.com)

Tel: +49 40 356206 - 049

**ANHANG 1**

