## In der Welt zuhause:  ibis öffnet den Weg für eine neue Hospitality

(Mynewsdesk) ibis ist seit 1974 Vorreiter und Impulsgeber im Segment der Economy-Hotels. Jetzt setzt das Unternehmen wieder neue Maßstäbe, indem es Reisenden, aber auch Locals aus der Nachbarschaft ein vollkommen neues Erlebnis ermöglicht. ibis rückt Gastfreundschaft, Flexibilität und zwischenmenschliche Kontakte in den Mittelpunkt seiner Strategie. Diese berücksichtigt Branchenveränderungen und neue Kundenbedürfnisse, wie sie in einer aktuellen Ipsos-Studie[1]zum Ausdruck kamen: 80 Prozent der Befragten wünschen sich demnach, dass zeitgemäße Hotels Orte für soziale Interaktion sind, an denen sich alle ? also auch Personen, die dort nicht übernachten ? willkommen fühlen. Dies bedeutet einen Wandel für die Marke. ibis will Hotels als Lebensräume für alle etablieren. Diese sollen nicht nur flexibel, einladend und modern sein, sondern auch rund um die Uhr verschiedenste Erwartungen von Kunden erfüllen.

Neue Kundenerlebnisse als Fundament für den Markenwandel ibis möchte lebendige Orte für soziale Interaktion schaffen. Dort sollen Menschen übernachten, essen, sich mit anderen treffen oder Livemusik genießen können. Kunden, Reisende und Anwohner werden bei ibis flexibel nutzbare Räume finden, die eine ganze Reihe vielfältiger Möglichkeiten bieten. Auf einer Skala von 1 bis 10 bewertete die Mehrheit der Befragten (67 Prozent) dieses neue Konzept mit 6 bis 10 Punkten.

Mit mobilem Check-in ins zweite ZuhauseAuf die Rezeption, bisheriges Erkennungsmerkmal für Hotels schlechthin, soll verzichtet werden. Stattdessen wird das ibis Smile Team Gäste bei der Ankunft im Hotel begrüßen. Der Check-in erfolgt dann bei einem Drink an der Bar oder in der gemütlichen Lobby, per Tablet und eigens entwickelter Mobillösung (PMS fols mobile). So können sich Mitarbeiter freier bewegen und besser mit den Gästen interagieren. Trotz der zunehmender Technik wird der menschliche Kontakt zentrale Komponente im Umgang mit Gästen bleiben. Dies bestätigten 61 Prozent der Befragten, die angaben, beim Check-in und Check-out einen menschlichen Ansprechpartner einer technischen Lösung vorziehen würden. Die Marke will ihr Lobby-Konzept bis 2022 im gesamten internationalen Netz von ibis einführen.

Im Februar 2019 startet zudem eine internationale digitale Kampagne in Kooperation mit der Agentur MRM. Ziel ist, Mitglieder des ibis Smile Teams ins Rampenlicht zu stellen. Auf einer Bildergalerie werden Mitarbeiterprofile zusammen mit Anekdoten und Testimonials zu sehen sein. Die Kampagne beginnt am 31. Januar 2019 in Frankreich, Großbritannien und der Schweiz.

Flexible Designlösungen für alle HotelbereicheFür einen besonders herzlichen, persönlichen Empfang wechselt ibis ab sofort von einem einheitlichen, standardisierten zu einem flexiblen und individuellen Ansatz, der auf drei neuen Gestaltungskonzepten basiert. Ausgewählte Designer in Europa, Lateinamerika und Asien legten bei der Entwicklung ihrer Konzepte Wert darauf, eine Verbindung mit der Umgebung zu schaffen, der Bar einen hohen Stellenwert einzuräumen und die Hotels für Reisende und Anwohner gleichermaßen attraktiv zu gestalten.

Reisende werden die Wahl zwischen Zimmern für 1 bis 6 Personen haben. Oder sie entscheiden sich für den neuen Smart Room: mit besonderer Größe und funktionalen Möbeln wird er allen Gästen Behaglichkeit, Komfort sowie Sicherheit bieten und Maßstäbe in Sachen Barrierefreiheit setzen.

Moderne Auswahl an attraktiven Gastro-AngebotenDamit sich alle Kunden ? Anwohner wie Reisende ? bei ibis wohlfühlen, hat die Marke ein neues Spektrum an gastronomischen Angeboten entwickelt. Die Bar als Mittelpunkt der Hotels ist zugleich Restaurant: Sie bietet individuell zusammengestellte Menus in einem unverwechselbaren Ambiente. Verschiedene Designelemente tragen dazu bei, eine einmalige Atmosphäre zu schaffen. ibis-Hoteliers wählen zwischen unterschiedlichen neuen Konzepten, je nach den spezifischen Erwartungen ihrer Kundschaft. Zudem können sie es an ihren Standort anpassen und Speisekarten zusammenstellen, die landestypische Delikatessen und regionale Produkte in den Fokus stellen.

Ein Pilothotel für dieses neue Angebot ist das ibis Zurich Messe Airport. Dort wurde in der Lobby ?Charlie?s Corner? eingerichtet: eine Bar, die sich ganz dem Bier verschrieben hat und im Tagesverlauf wechselnde Speisekarten anbietet. Morgens können Kunden dort Kaffee genießen, abends steht ihnen eine riesige Auswahl an Schweizer Bieren zur Verfügung. Dazu gibt es regionale Köstlichkeiten, wie zum Beispiel Rösti. Charlie?s Corner wird mit seinem poppig-rockigen Ambiente zum Treffpunkt für Freunde und Nachbarn, die gern bei Livemusik ein gutes Bier trinken.

Musik regt zu neuen Begegnungen anibis möchte Musik zu einem wichtigen Bestandteil der Kundenerlebnisse machen und so Gäste wie Anwohner zu Begegnungen anregen. Diese Entscheidung stützt sich auf ein weiteres Ergebnis der im Auftrag von ibis durchgeführten Ipsos-Studie: 79 Prozent der Befragten gaben an, dass Musikhören ein wichtiger Teil ihres Lebens sei. 2019 werden mehr als 100 junge, aufstrebende Talente aus der Nachbarschaft zusammen mit bereits bekannten, renommierten Musikern live in ibis Hotels in sechs Ländern auftreten. Denn 40 Prozent der Befragten in der Studie erklärten, dass sie in Hotels gern Live-Konzerte von jungen Künstlern besuchen würden. ibis positioniert sich so als Förderer neuer Talente und plant, den Besten von ihnen eine eigene Bühne beim Budapester Sziget-Festival im August zu geben.

[1] Die Studie wurde von Ipsos im Auftrag von ibis in sechs Ländern durchgeführt (Frankreich, Großbritannien, Brasilien, Singapur, Deutschland und Australien). In den einzelnen Ländern wurde jeweils eine repräsentative Stichprobe der Bevölkerung befragt.

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im AccorHotels Deutschland

### Pressekontakt

AccorHotels Deutschland

Elena Bücheler
Hanns-Schwindt Straße 2
81829 München

newsCE@accor.com

### Firmenkontakt

AccorHotels Deutschland

Elena Bücheler
Hanns-Schwindt Straße 2
81829 München

shortpr.com/uxs8yq
newsCE@accor.com

Über ibis

ibis ist die Economy-Marke von AccorHotels und steht für Modernität, Komfort und hochwertigen Service zum Bestpreis. Die Marke setzt auf ständige Innovation, um Gästen noch mehr Modernität, Komfort und Verfügbarkeit zu bieten. So entstanden das revolutionäre Bettenkonzept Sweet Bed by ibis, einladende Designer-Gemeinschaftsbereiche, der zeitgemäße Essbereich ibis Kitchen und ein Serviceverständnis, das als Motivationsfaktor für alle Mitarbeiter wirkt. ibis ist weltbekannt für seine Qualität, seine Zuverlässigkeit und sein Engagement für die Umwelt. Seit der Gründung im Jahr 1974 hat sich ibis zum europäischen Marktführer im Budget-Hotelsegment entwickelt. Mit mehr als 1.100 Hotels und 150.748 Zimmern in 66 Ländern weltweit steht die Marke auf dem vierten Platz in ihrer Kategorie.

Über AccorHotels

Als weltweit führendes Reise- und Lifestyle-Unternehmen und digitaler Innovator bietet AccorHotels einzigartige Erlebnisse in mehr als 4.600 Hotels, Resorts und Apartmentanlagen in 100 Ländern. Mit einem einmaligen Portfolio von international anerkannten Hotelmarken von Luxury bis Economy, von Upscale bis zu Lifestyle und Midscale - bietet AccorHotels seit mehr als 50 Jahren Fachwissen und Sachverstand. Darüber hinaus hat AccorHotels zusätzlich zu seinem Kerngeschäft dem Gastgewerbe sein Angebot an Dienstleistungen erfolgreich ausgebaut und ist mittlerweile weltweit führend im Bereich der Vermietung von Privatwohnungen der Luxusklasse mit mehr als 10.000 Immobilien rund um die Welt. Die Gruppe ist zudem in den Bereichen Concierge-Services, Co-Working, Gastronomie, Eventmanagement und digitale Lösungen tätig. Für AccorHotels steht die Erfüllung seiner Hauptaufgabe stets an oberster Stelle: Jeder Gast soll sich willkommen fühlen. Dabei verlässt sich das Unternehmen auf sein globales Team, bestehend aus mehr als 250.000 engagierten Mitarbeitern. So haben die Gäste etwa Zugang zu Le Club AccorHotels, einem der weltweit attraktivsten Hotel-Treueprogramme.

AccorHotels engagiert sich aktiv vor Ort und hat sich mit PLANET 21 Acting Here einer nachhaltigen Entwicklung und Solidarität verschrieben. Dieses umfangreiche Programm bezieht sowohl die Mitarbeiter als auch Gäste und Partner mit ein, um ein nachhaltiges Wachstum zu ermöglichen.

Seit 2008 trägt der Stiftungsfonds AccorHotels Solidarity Endowment Fund als naheliegende Weiterentwicklung der Aktivitäten und Werte der Gruppe dazu bei, die soziale und finanzielle Ausgrenzung der am stärksten benachteiligten Mitglieder der Gesellschaft zu bekämpfen.

Accor SA ist ein börsennotiertes Unternehmen, dessen Aktien an der Euronext Paris (ISIN-Code: FR0000120404) und auf dem OTC-Markt (Ticker: ACRFY) in den Vereinigten Staaten gehandelt werden.

Weitere Informationen unter accorhotels.group oder accorhotels.com. Oder auf Twitter und Facebook.