

SUPERIOR HOTEL

MANAGEMENT & STRATEGIEN

Neues Markendesign



TRYP by Wyndham setzt in der EMEA-Region ab sofort auf ein neues Markendesign / Renderings: TRYP by Wyndham

Die Hotelmarke TRYP by Wyndham präsentiert sich in der EMEA-Region mit einem neuen Erscheinungsbild. Das neu gestaltete Markenkonzept ist inspiriert vom Markenethos und Motto "Powered by the City" und bietet Gästen ansprechende und behagliche Unterkünfte, die sich in der Ausstattung und im Design mit dem Standort und der örtlichen Kultur auseinandersetzen.

Ziel sei es, eine stärkere Verbindung zwischen dem Gast und der Umgebung entstehen zu lassen, wobei das Interior Design den Charakter der jeweiligen Stadt widerspiegelt.

Außerdem sollen neue Erlebnisse geschaffen werden, die sowohl die Gäste als auch den Standort bereichern. Dies geschehe beispielsweise durch die Einbeziehung von Einrichtungselementen, die regionale Unternehmen und touristische Attraktionen würdigen, oder indem Gästen lokale Gewerbe unterstützen können.

"TRYP by Wyndham steht für stilvolles und designorientiertes Gastgewerbe. Unser neues Design ermöglicht es Eigentümern, den unverwechselbaren Charakter ihres Hauses zu erhalten und gleichzeitig ihr Hotel mit überschaubaren Kosten nezugestalten. Gäste wiederum erleben in den neuen TRYP by Wyndham-Hotels authentische, lokale Kultur", erklärt Dimitris Manikis, President EMEA bei Wyndham Hotels & Resorts.

Die neuen TRYP by Wyndham Hotels

Das neue Markenkonzept wurde von Wyndhams hausinternem Designteam entwickelt und basiert auf den aktuellen Bedürfnissen von Reisenden und dem Wunsch, sich stärker mit der Marke zu identifizieren, sowie den veränderten Anforderungen der modernen Hotellerie. Im

Mittelpunkt steht ein revitalisiertes Farbschema, welches für zukünftige Hotelneubauten und -renovierungen die kreative Richtung vorgibt. So wurden etwa für die Korridore kräftige, dunkle Farbtöne gewählt, ergänzt durch Bilder, die von der regionalen Kultur und dem Standort inspiriert sind. Für einen ersten Eindruck sorgen die lebhaft Lobby und die zeitgemäße Einrichtung. In enger Zusammenarbeit mit dem Entwickler, werden für jedes Hotel zudem besondere Details kreiert, die Gäste nicht nur überraschen und erfreuen sollen, sondern dazu anregen, sich aktiv auf Social Media mit der Marke zu beschäftigen.

Die neu gestalteten Zimmer verbinden Komfort und Stil und schaffen damit eine gemütliche Atmosphäre wie zuhause. Sorgfältig ausgewählte Details von neuen Armaturen und durchdachten Beleuchtungselementen bis hin zu offenen Schränken, sorgen dafür, dass sich Gäste wohlfühlen und noch lange an ihren Aufenthalt erinnern sollen. Um sowohl die Bedürfnisse von Alleinreisenden als auch von Paaren zu erfüllen, gibt es verschiedene Zimmeroptionen, darunter mit Sofabetten, -betten oder größeren Kopfteile. Dabei liegt die Priorität darauf, Gästen einen behaglichen und erholsamen Aufenthalt zu ermöglichen.

Das neue Markenkonzept optimiert insbesondere in den gemeinschaftlich genutzten Bereichen das Gästerlebnis, und bietet multi-funktionale Räume, die den unterschiedlichen Bedürfnissen des Gastes gerecht werden. Diese passen sich im Laufe des Tages nahtlos an und bieten sowohl die Möglichkeit zum Arbeiten als auch für Zusammenkünfte unter Freunden, wie beispielsweise im neu gestaltete Barbereich, der als lebendiger sozialer Treffpunkt dient. Durch zusätzliche Gestaltungselemente und Annehmlichkeiten wie Sitzgelegenheiten, Schreibtische und Wi-Fi werden die Hotels zu lebendigen Orten, an denen Gäste arbeiten, sich vergnügen oder Kontakte knüpfen können.

Auch das Angebot an Speisen und Getränken wurde im Rahmen der Markenerneuerung überarbeitet. Dabei kooperierte Wyndham mit Partnern in der gesamten EMEA-Region. Die neu konzipierten Speisekarten bieten ganztägig eine vielfältige Auswahl, darunter Sharing Plates beziehungsweise Gerichte zum Teilen, die lokale Küche mit internationalen Klassikern kombinieren. Schließlich wurde in eine moderne Fitnessausstattung investiert, die Hotelgästen jederzeit zur Verfügung steht.