

# Lindner Hotels mit neuem Schriftzug

VON VERENA PATEL

Die Lindner Hotels & Resorts sind mit einem neuen Unternehmenslogo ins Jahr 2011 gestartet. Es zeigt einen schwarzen Schriftzug mit einem grünen Ausrufezeichen an der Stelle des Buchstabens „i“ und wurde von der Düsseldorfer Agentur Esser, Franke und Partner entworfen. Das neue Design bedeutet allerdings keinen Imagewechsel, sondern will die Andersartigkeit der Lindner Hotels unterstreichen. Die Kosten für die gesamte Aktion, die mehrere Monate in Anspruch nahm und noch bis Ende des ersten Quartals 2011 andauern wird, werden nach Angaben der Hotelgruppe bei rund einer Million Euro liegen.

Die inhabergeführte Unternehmensgruppe unterhält 34 Hotels mit vier oder fünf Sternen, davon zwei in Düsseldorf. Lindner Hotels & Resorts hat 2400 Mitarbeiter bei einem Jahresumsatz von 147,6 Millionen Euro im Jahr 2009. Die Gruppe gehört nach einer Internetumfrage des Hotelreservierungsportals HRS vom Herbst 2010 zu den zehn bekanntesten deutschen Hoteltmarken.

Für die Gäste soll auf Anhieb erkennbar sein, ob es sich um ein Hotel der Lindner-Gruppe handelt. Dazu wurde die Gestaltung erheblich schlichter. Das bisherige Logo

zeigte eine farbige Zeichnung eines Pagen, der einen Koffer auf der Schulter trägt. „Das ist mittlerweile zu verspielt und dem Zeitgeist nicht mehr angemessen“, sagte eine Sprecherin. „Mit dem neuen Logo wollen wir den Namen Lindner in den Fokus rücken und unsere Dachmarke stärken, jedes Hotel hat aber nach wie vor sein individuelles Konzept“. Das Ausrufezeichen als umgedrehtes „i“ stehe für den Firmen-Slogan „Nicht nur besser. Anders“.

**Mit dem neuen Logo  
soll der Markenname  
gestärkt werden**

Die Entwicklung des neuen Aushängeschildes erfolgte Schritt für Schritt. Dabei bedeutet die Umstellung auch für das Hotelpersonal eine Menge Auf-

wand. Aus jedem der insgesamt 4572 Zimmer müssen Bademäntel, Duschgelfläschchen, Wäschetüten und vieles mehr entfernt werden: eben alles, worauf noch das alte Logo zu sehen ist.

Den Gästen soll in Zukunft außerdem durch verschiedene Farben die räumliche Orientierung im Hotelgebäude erleichtert werden. So steht zum Beispiel die Farbe Blau für den Business- und Tagungsbereich, Violett für den Wellnessbereich.

Grün hat sich das Unternehmen selbst zum Symbol erklärt: jung, frisch und innovativ will Lindner Hotels & Resorts nach eigenen Angaben wirken.

# LINDNER

## HOTELS & RESORTS

Das neue Logo von Lindner

LOGO: LINDNER

# Gold VON



Kalvan Khalaf  
Edelmetall sich

VON THORSTEN

Gold gilt seit  
nes der wert  
der Welt. Sch  
es zu Schma  
beitet. Nach  
den Mensch  
wertbeständi  
die weltwe  
schaftskrise  
heit der Anb  
flächen las  
Goldpreis kl  
Höhen. Seit  
Goldkurs nu  
wärts. Der W  
mehr als verd  
Jetzt wollen  
sitzer die hob  
Kasse mache  
deswegen in  
gen erstmals  
Kalvan Khalaf  
Wersten und  
raten einen  
kommen im  
bringen Alsc  
Schuld der K  
verkauften“, s