

Marke mit neuem Gesicht

Die Bayer Gastronomie verleiht ihrer Marke und den darin aufgehenden Geschäftsbereichen ein neues Gesicht. Das Motto bleibt für alle gleich: Die Gäste sollen ein Höchstmaß an kundenorientierter Gastlichkeit erfahren



O b edel, traditionell und modern oder gesellig, kommunikativ und individuell – das vielfältige Angebot der Bayer Gastronomie trägt nahezu jedem Anspruch Rechnung. Diese Angebotsbreite drückt sich nun auch im neuen Markenauftritt aus: Ab sofort begrüßt das Unternehmen seine Gäste mit dem Motto: »Willkommen in der Vielfalt« und unterstreicht seine besondere Stellung in puncto kundenorientierter Gastlichkeit.

»Einen unverwechselbaren Auftritt zu gestalten, der unseren Aufmerksamkeits- und Bekanntheitsgrad lokal, regional und national steigert und unser positives Image ausbaut, war das Hauptziel für unser neues Markenkonzept«, betont Thomas Bernhörster, Leiter der Abteilung Communications. »Wir wollen uns prominent darstellen, einen richtungsweisenden Rahmen etablieren und auf unsere individuell ausgerichteten Leistungen auf vielfältige Weise aufmerksam machen.« Hinter jeder der insgesamt sieben Marken – Kasino Hotel, Zum Löwen, Weinkeller, Kantina, Große Ledder, Kulisse und delicio – stecken die Eigenschaften der gastronomischen Angebote der verschiedenen Häuser. Jeweils farblich hinterlegt und mit einem Symbol versehen, wird so der Wiedererkennungswert gesteigert. Dabei verbindet das Unternehmen seine traditionellen Werte und Angebote mit einer zukunftsorientierten Ausrichtung. »Marken mit Zukunft haben immer eine Vergangenheit«,

erläutert Thomas Bernhörster. Auch der neu gestaltete Internetauftritt unter der alten Adresse www.bayer-gastronomie.de hat das Markenkonzept bereits verinnerlicht. Mit neuem »Gesicht« steht er ganz im Zeichen der Vielfalt. In den acht Hauptrubriken: Locations, Essen & Trinken, Hotel, Seminare, Event, Catering, Weinshop und Unternehmen erfahren Tischgäste und Interessenten mit wenigen Klicks alles rund um die Aktivitäten der Bayer Gastronomie GmbH. »Frische Fotos, eine peppige Aufmachung und ein übersichtliches Layout würzen die Vielfalt an Informationen zu unserem Unternehmen und Leitbild, zu Hintergründen oder kleinen Anekdoten«, erzählt Daniela Siebe, Abteilung Communications. Die Marken sollen das Unternehmen als tragendes und konstantes Element in die Zukunft begleiten und dessen Fundament bilden. »Wir werden sie kontinuierlich mit Inhalt und Leben füllen, auf vielfältige Art bekannt machen, weiter ausbauen und als Markenzeichen für unser breit gefächertes Unternehmen etablieren«, fasst Thomas Bernhörster zusammen.

Brands with a new face

 *Whether classic, traditional and modern or sociable, communicative and individual – Bayer Gastronomy has something for everyone. The company now has a new brand presence. As of immediately, it is greeting its guests with »Welcome to Diversity« and emphasizes its dedication to customer-orientated hospitality. The company combines its traditional values and goods with a future-orientated direction with the brands carrying the company into the future while building its foundation. »Brands with a future always have a past,« says communications manager Thomas Bernhörster.*

Bayer Gastronomie GmbH
Kaiser-Wilhelm-Allee 3 · 51373 Leverkusen
Tel. +49 (0) 214.302 46 66 · Fax +49 (0) 214.307 10 94
www.bayer-gastronomie.de
thomas.bernhoerster@bayer-gastronomie.de

