

Medienmitteilung

Interhome geht mit einem modernisierten Marktauftritt in die Zukunft

Glattbrugg, 25. November 2024 | **Interhome hat das Erscheinungsbild modernisiert: Mit frischen Farben, moderner Schrift und dem charakteristischen Vogel als zentralem Gestaltungselement schafft der neue Auftritt ein konsistentes Markenerlebnis. Der Rollout erfolgt schrittweise, mit Fokus auf den digitalen Kanälen.**

Seit Frühjahr 2024 verfolgt Interhome eine Ein-Marken-Strategie, die ein konsistentes Markenerlebnis schafft. Um eine einheitliche, klare und unverwechselbare Kommunikation in allen Medien zu gewährleisten, hat der Ferienhaus-Spezialist die Marke nun modernisiert und ihr Erscheinungsbild weiterentwickelt.

Authentischer und moderner Auftritt

Der ikonische Vogel bleibt auch im neuen Erscheinungsbild zentral erhalten und unterstreicht mit seinem leicht nach oben geneigten Kopf und seinen geöffneten Augen die Zukunftsorientierung von Interhome. Als prägendes Gestaltungselement durchzieht er das gesamte visuelle Konzept und wird in verschiedensten Formaten kreativ eingesetzt. Das überarbeitete Corporate Design mit neuen Farben und moderner Schrift findet sich in allen visuellen Medien wieder. In der Bildsprache setzt Interhome auf ein harmonisches Layout und authentische, stimmungsvolle Fotos. Die neue Erscheinung widerspiegelt die Werte der Marke – Leidenschaft, Qualität und Verlässlichkeit – für ein rundum positives Urlaubserlebnis, das Gäste sowie Ferienhausbesitzerinnen und -besitzer mit Vertrauen und Gelassenheit verbinden.

Der Marken-Relaunch wird schrittweise umgesetzt, wobei der Schwerpunkt auf digitalen Kanälen wie der Interhome-Website, dem Newsletter und LinkedIn-Auftritt sowie den Online-Anzeigen liegt. Damit werden gezielt auch die Direktbuchungskanäle gestärkt, auf denen sich die besten Angebote und Konditionen finden lassen.

Neuer Auftritt, gleiche Qualität

Das neue Corporate Design vereint die knapp 60-jährige Tradition und Expertise des Unternehmens mit dem Anspruch, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und Innovationen voranzutreiben. Mit der neuen Markenstrategie vermittelt Interhome klare Botschaften und stellt eine einheitliche Kommunikation mit den Eigentümerinnen und Eigentümern, Gästen und Partnerunternehmen sicher. Zudem erhöht eine verstärkte Medienpräsenz die Sichtbarkeit der Urlaubsunterkünfte. Auch mit dem neuen Markenauftritt bleibt das Fundament der Marke unverändert: Das breite Portfolio an Ferienhäusern und Ferienwohnungen, die hohe Qualität, Verlässlichkeit und die Nähe zu den Kundinnen und Kunden sowie Eigentümerinnen und Eigentümern stehen weiterhin an erster Stelle.

Das Portfolio von Interhome besteht aus rund 40.000 Ferienhäusern und -wohnungen in über 20 Ländern und ist Teil von Hotelplan Group mit Sitz in Glattbrugg (CH). Diese wiederum ist zu 100% in Besitz der Migros, der größten Detailhandelsorganisation der Schweiz mit Sitz in Zürich. Die Nähe zum Vermietenden und zu den Gästen ist eine der Stärken von Interhome. Mit rund 200 lokalen Service-Büros (115 eigene Büros und 90 Partnerbüros) wird ein "Rundumsorglospaket" vom persönlichen Kundenempfang bis zur vollständigen Verwaltung des Feriendomizils gewährleistet. Interhome ist seit knapp 60 Jahren der ideale Anbieter von individuellen Urlaubsunterkünften. Das vielfältige Angebot reicht vom einfachen Chalet oder Apartment bis hin zur exklusiv ausgestatteten Villa – am Strand, auf dem Land oder in den Bergen. Im Jahr 2023 generierte Interhome 9,4 Millionen Übernachtungen und erzielte einen Umsatz in der Höhe von CHF 389.7 Mio.. www.interhome.de

Bildmaterial zum neuen Erscheinungsbild von Interhome ist [hier](#) zu finden.

Adresse: HHD GmbH, Heinrich-von-Stephan-Str. 25, 79100 Freiburg, www.interhome.de

Pressekontakt: max.PR, Sabine Dächert, Tel.: +49 179-7696650, E-Mail: daechert@max-pr.eu, www.max-pr.eu