

## **BIG MAMA HOTELS ENTWICKELT NEUEN MARKENAUFTRITT MIT AGILEM PROZESS**

**Berlin, Mai 2022**

Die Berliner Hotelgruppe BIG MAMA Hotels um CEO und Gründer David-Friedemann Henning bereitet sich auf weiteres Wachstum vor. Unter Einbeziehung der Mitarbeitenden und Gästen wurde in einem neu entwickelten, agilen Prozess, ein frischer Markenauftritt entwickelt.

Um die ambitionierten Wachstumsplänen vorzubereiten, verstärkte sich die Gruppe im Herbst 2021 durch Hannes Schwedtke, der zum Chief Operations Officer befördert wurde und mit Tobias Köhler als Chief Commercial Officer. Gemeinsam bilden sie mit David-Friedemann Henning die Geschäftsleitung von BIG MAMA.

„Ich freue mich zu sehen, wie die Neuaufstellung von BIG MAMA die ersten Früchte trägt und wir mit dem neuen Markenauftritt den Status Quo der Branche weiter challengen und die Akquise weiterer Standorte vorantreiben können“, so Henning.

Der Markenentwicklung ging eine intensive Studie der Zielgruppe voraus. Dabei wurden die Sinus-Milieus zugrunde gelegt und mit den bestehenden Gästen, derer Werte und Bedürfnisse und dem Angebot von BIG MAMA abgeglichen. Als Ergebnis konzentriert sich BIG MAMA Hotels auf die adaptiv-pragmatische Mitte, dem am größten wachsenden Milieu in Deutschland. Sie zeichnet aus, dass sie besonders flexibel sein möchten in vielerlei Hinsicht, ob sie nun allein, zu zweit oder mit Kindern reisen. Sie benötigen auf der einen Seite viel Sicherheit, lieben Pragmatismus, aber sind zudem sehr entdeckungsfreudig und haben einen hohen Unterhaltungsanspruch.

Unterstützt von der Agentur formfrage wurden in dem iterativen Prozess zunächst die Herkunft, Besonderheiten und Geschichten hinter BIG MAMA ergründet, um die Grundlagen für die zielgenaue Kommunikation und Gestaltung vorzubereiten. Gleichzeitig wurden die Erkenntnisse in erste Designs übersetzt und in regelmäßigen Feedbackrunden einem Test unterzogen.

Sonja Kröll, Brand Strategist & Co-Founder Studio formfrage: „Das intensive Eintauchen in die BIG MAMA Kultur zu Beginn des Projekts hat uns vieles gezeigt, das über ein klassisches Agenturbriefing verloren gegangen wäre. Schnell war klar, dass das Selbstverständnis der BIG MAMA Hotels und das dahinterliegende Potenzial im bisherigen Markenauftritt nicht ausreichend zur Geltung kam. Die intensiven Arbeitsphasen vor Ort und das regelmäßige frühe Teilen unserer Arbeitsergebnisse haben uns geholfen, schnell und effizient zu überprüfen, ob wir auf dem richtigen Weg sind. Diese Art des Hand-in-Hand Arbeitens erfordert Mut und Vertrauen auf beiden Seiten, genauso wie das Bewusstsein dafür, was ein Markenprozess kulturell auslösen kann.“

# BIG MAMA HOTELS

Die Beteiligung des gesamten Teams lieferte wertvolle Insights für die Kreation und sicherte gleichzeitig das Verständnis und die Akzeptanz auf Mitarbeitendenseite. So konnte von Anfang an sichergestellt werden, dass sich alle Beteiligten mit dem neuen Markenauftritt identifizieren und diesen aktiv weiterentwickeln und pflegen können.

Ergebnis dieses iterativen Prozesses ist eine fundierte Markenstrategie mit neuer Positionierung und einem Corporate Design, das sowohl nach Innen und Außen wirkt. Die Gestaltungselemente der BIG MAMA Brand ermöglichen ein skalierbares, modulares Markenbild, welches einerseits den Entdeckertrieb der (potentiellen) Gäste weckt und andererseits schnell und unkompliziert Informationen vermitteln kann.

Das klare Logo ohne viel Chi-Chi erinnert an die praktisch strukturierten Zimmer von BIG MAMA. Das zugehörige Farbsystem ist bunt, wie die Menschen, die BIG MAMA so besonders und die vielfältigen Eigenschaften, die die Hotels so überraschend anders machen. Es kann von lebendig und laut bis entspannt und bedacht verschiedene Stimmungen erzeugen. Alles andere als Standard, die diesen auch bewusst brechen, sind die eingesetzten Gestaltungselemente, die den selbstbewussten Charakter der Marke unterstreichen und auf den unterbewussten Bedürfnissen der Zielgruppe beruhen. Die großen, angeschnittenen Farbflächen, die Inhalte teilweise verdecken können und der spielerische Umgang mit Typografie laden dazu ein, sich länger mit der Gestaltung auseinander zu setzen und Dinge zu entdecken. Bereits der erste visuelle Eindruck der Marke BIG MAMA soll Lust auf mehr machen und zeigen, wie vielfältig und lebendig das Erlebnis dort ist.

„Das wunderbare an BIG MAMA ist, dass die gelebten Werte, die sich über die letzten neun Jahre entwickelt haben, ein starkes, organisch gewachsenes Fundament bilden und wir keine künstliche Marke aus der Taufe heben mussten. Wir haben die vorhandene Vielfalt, den Mut und das große Herz für Gastfreundschaft, die BIG MAMA seit je her auszeichnen, genommen und in ein couragiertes Design umgesetzt,“ so Tobias Köhler, Chief Commercial Officer.

Mithilfe von bedienungsfreundlichen Templates können die Mitarbeitenden nun selbst Hand anlegen und Aushänge, Social Media Posts uvm. gestalten. Der neue Markenauftritt wurde in eine neue Webseite umgesetzt, die von der Workmatrix GmbH gestaltet und programmiert wurde und ist seit Anfang Mai online unter [bigmamahotels.com](http://bigmamahotels.com).



# **BIG MAMA** HOTELS

## **Über BIG MAMA Hotels**

BIG MAMA Hotels mit Häusern in Berlin und Leipzig wurde 2013 von Clarissa Meier gegründet. Seit 2016 ist ihr Sohn, David-Friedemann Henning, CEO der BIG MAMA Hotels.

Was als Spitzname startete, ist jetzt Programm in den Hotels:

Zentrale Lage, richtig gute Betten, starke Drinks und ein #mamamade Frühstück. Aber vor allem ist BIG MAMA eins: Ein Ort zum Bleiben, Entdecken, Zusammen sein und um einfach 'ne gute Zeit zu haben. #bigmamacares - darauf kannst du dich verlassen.

[www.bigmamahotels.com](http://www.bigmamahotels.com)

## **Über Studio formfrage**

formfrage ist ein von Sonja Kröll und Nick Benndorf gegründetes Designstudio. Wir entwickeln, realisieren und optimieren Markenauftritte Hand in Hand mit unseren Auftraggeber:innen. Dazu nutzen wir agile Prinzipien, a lot of Experimentierfreude und tun das, was wir am liebsten tun: Fragen und Formen! Wir bauen Marken so auf, wie sie gebaut werden sollten – von innen nach aussen, mit flexibel anwendbarem Corporate Design und nie mit erhobenem Zeigefinger. Nur so entsteht Markenkommunikation, die verbindet, begeistert und wirkt. Und Spaß macht. Ist nämlich auch wichtig.

[www.studio-formfrage.de](http://www.studio-formfrage.de)

## **PRESSEKONTAKT**

media@bigmamahotels.com

