

03.06.2019 - 19:07 Uhr

EHL Group mit neuem Auftritt und verschlankter Markenarchitektur



EHL Group mit neuem Auftritt und verschlankter Markenarchitektur

Mit dem Ziel, ihr Wachstum und den neuen integrativen Ansatz ihrer Einheiten abzubilden, hat die EHL ein neues Branding eingeführt. Dieses entspricht ihrer langfristigen Expansionsstrategie und ihrer globalen Präsenz.

Das neue Branding widerspiegelt die Struktur und die Bandbreite der Aktivitäten der EHL. Ergänzt wird es von der Markenstrategie, die dazu beitragen wird, die Position der Gruppe als weltweit führende Bildungsgruppe für Hotelmanagement zu stärken. Die bestehenden Einheiten wurden neu ausgerichtet und unter dem Dach "EHL" zusammengefasst, so dass die unterschiedlichen Zielgruppen und Partner in vollem Umfang von den Synergien der Gruppe profitieren, das Erbe jeder Einheit aber erhalten bleibt.

Mit der Internationalisierung der Bildungsgruppe sollte der Markenname universell verständlicher und aussprechbarer werden. Ebenso wurden die Farbsätze neu definiert, um im Print sowie digital mehr Effizienz und Wirkung zu erzielen. Dabei war es zentral, auf dem jahrhundertealten Erbe der weltweit ersten Hotelfachschule aufzubauen und dieses zu bewahren.

Die Gruppe mit ihren drei Einheiten wird im Rahmen ihrer Angebotspalette weiterhin neues Wissen schaffen und vermitteln, Hospitality-Innovationen fördern und die globalen Standards im Bereich Hospitality steigern: Die **EHL Ecole hôtelière de Lausanne** mit Programmen auf Universitätsniveau, die **EHL Swiss School of Tourism and Hospitality** (in Passugg) im Bereich Berufs- und Hochschulbildung und die **EHL Advisory Services** mit Beratung, Schulzertifizierungen und der Entwicklung von Bildungslösungen für Lernzentren. Stakeholder verstehen so auf Anhieb, dass sie von der EHL als wirkungsstärkster Bildungsmarke und grösstem Pool an Wissensträgern, Innovatoren und Führungskräften in der Hospitality-Branche profitieren - unabhängig von ihrem Erstkontakt mit der Gruppe.

"Die EHL hat sich seit ihrer Gründung durch organisches Wachstum, Akquisitionen und Diversifizierung ihres Geschäfts stark entwickelt. Unser akademisches Portfolio umfasst eine vollständige Palette an Lernlösungen, die unseren Anspruch, ein Partner für lebenslanges Lernen zu sein, effektiv erfüllen. Zugleich reicht unser Ruf mittlerweile weit über die Landesgrenzen hinaus. Es ist deshalb wichtig, klar aufzuzeigen, wer wir sind und was wir zu bieten haben", sagt Michel Rochat, CEO der EHL-Gruppe.

"Die Gruppe hat ehrgeizige Projekte vor sich und fokussiert sich verstärkt auf internationale Märkte, wobei ein Schwerpunkt auf transversalen Initiativen liegt, etwa in den Bereichen Innovation und Forschung, digitale Transformation sowie internationale Netzwerke. Es war daher wichtig, uns der Welt in einer gebündelten, aber wendigen Form zu präsentieren", ergänzt André Witschi, Stiftungsratspräsident der EHL.

Die in Paris ansässige Agentur Landor, die am Projekt mitgewirkt hat, liefert wertvolle Einblicke in den Prozess: "Wir sind stolz darauf, mit der EHL zusammengearbeitet zu haben, um ihre Identität als Gruppe zu stärken. Die neue Markenarchitektur schafft sinnvolle Synergien innerhalb der Gruppe und definiert die visuelle Identität der EHL neu, um ihre Unterschiede und ihre Bedeutung in besonderem Masse zu kommunizieren. Ein Meilenstein für den zukünftigen Erfolg, der dem einzigartigen Sinn der EHL für Exzellenz, Innovation und Fokussierung auf den Menschen gerecht wird", sagt Anna Kohl, Geschäftsführerin Strategie bei Landor.

Über die EHL-Gruppe

Die EHL Group mit Sitz in Lausanne, Schweiz, umfasst ein Portfolio aus verschiedenen Unternehmenseinheiten, die auf Ausbildungen und Innovationen im internationalen Hospitality-Management spezialisiert sind:

Die [EHL Ecole hôtelière de Lausanne](#) ist seit ihrer Gründung im Jahr 1893 das Sinnbild für schweizerische Gastfreundschaft. In ihrer bis heute wegweisenden Ausbildung für die Hotellerie und den Hospitality-Sektor leistet sie Pionierarbeit. Das Ergebnis ist eine einzigartige, globale Gemeinschaft mit 25'000 Hospitality-Führungskräften und Studierenden aus 120 Ländern.

Als führende Hospitality-Management-Universität bietet die EHL [Universitäts-Studiengänge](#) für begeisterte, talentierte und ambitionierte Studierende an - auf ihren Campus in Lausanne und Passugg ebenso wie online.

Die Schule rangiert in den QS- und CEO-Weltranglisten auf Platz 1. Ihr Restaurant "Berceau des Sens" ist das weltweit einzige Ausbildungsrestaurant mit einem Michelin-Stern.

Die [EHL Swiss School of Tourism and Hospitality \(Chur-Passugg\)](#) zählt seit 50 Jahren zu den führenden Hotel- und Hospitality-Management-Schulen für Hotelfachkräfte. In einem kürzlich renovierten, aus dem 19. Jahrhundert stammenden Kurhotel in Passugg, Graubünden, bietet sie Schweizer sowie internationalen Studierenden aus 20 Ländern schweizerisch akkreditierte Ausbildungen auf Berufs- sowie Hochschulniveau an. <https://www.ehladvisory.com/>

[EHL Advisory Services](#) ist das grösste Schweizer Hospitality-Beratungsunternehmen mit Expertise in der Entwicklung von Bildungsmodellen, in der Qualitätssicherung für Lernzentren sowie in der strategischen und operativen Beratung von Unternehmen, insbesondere in der Umsetzung einer Benchmark-Servicekultur für Unternehmen innerhalb und ausserhalb der Hospitality-Branche. EHL Advisory Services verfügt über Niederlassungen in Lausanne, Peking, Shanghai sowie Neu-Delhi und hat in den letzten 40 Jahren Mandate in mehr als 60 Ländern übernommen. <http://www.ehl.edu/>

www.ehl.edu

Für Medienanfragen:

Medienstelle EHL Deutschschweiz

Dr. Reto Wilhelm, Panta Rhei PR AG

Tel. +41 (0)44 365 20 20; E-Mail: r.wilhelm@pantarhei.ch

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018582/100828788> abgerufen werden.