

POSITIONIERUNG

Der Erbprinz geht neue Wege

Von Holger Zwink | Donnerstag, 17. Juni 2021



Setzt auf kultivierte Leisure-Gäste: Erbprinz-Hotelier Bernhard Zepf

(/news/media/26/Erbprinz--255447.jpeg)

Das Ettlinger Traditionshotel kommt mit neuem Markenkern zurück aus der Krise.

Im 5-Sterne-Hotel Erbprinz in Ettligen wurde in den vergangenen Monaten über die **Identität des Hauses nachgedacht** und die Marke erneuert. Der **Restart geht mit einer neuen Positionierung** einher. Inhaber Bernhard Zepf will jetzt **"Genuss & Kultur"** als Leitthema seines Hauses stark in den Vordergrund rücken. "Das sind unsere absoluten Stärken und zentraler Bestandteil unserer Identität", betont Zepf. Bei allen Ideen, Maßnahmen und Aktivitäten im Erbprinz soll das neue Leitthema künftig mitgedacht werden. Damit geht der Hotelier den Weg weiter, den er schon im vergangenen Sommer - nach dem ersten Lockdown - eingeschlagen hatte.

Bausteine des Hauses, die für diese Werte stehen, sind laut Zepf das Spa, das michelinbestennte **Restaurant Erbprinz**, die Patisserie mit dem Café Erbprinz, die badische **Weinstube Sibylla mit ihrem gut bestückten Weinkeller** sowie die Davidoff-Zigarren-Lounge. Das geschärfte Profil mit dem Fokus auf Genuss und Kultur soll auch die **badische Kulturlandschaft** und um das Hotel mit einbeziehen und ein kultiviertes Lebensgefühl vermitteln: "Die **Freude und das Wohlbefinden** beim Erleben von schönen Dingen", so Zepf.

Vom **Tagungsgeschäft in seiner klassischen Ausprägung** will der Hotelier sich **verabschieden**. Allerdings werden weiterhin Business-Veranstaltungen und Geschäftsreisetourismus im Haus stattfinden, diese sollen sich aber "dem Markenkern unterordnen". Nüchterne Konferenzen sollen künftig vom "Geist der Wärme und Herzlichkeit geprägt sein" kündigt Zepf an. Geschäftsreisende würden damit überrascht, ganz anders loslassen zu können als bei Aufhalten in einem gesichtslosen, austauschbaren Hotel."