

## PRESSMEDDELANDE

17 oktober, 2022

# Scandic lanserar nytt kommunikationskoncept och nordisk reklamkampanj

Idag lanseras Scandics nya kommunikationskoncept "Your friend in town" tillsammans med bolagets första landsöverskridande reklamkampanj sedan 2018. Konceptet bygger på den lokalkännedom och personliga service Scandic levererar på 270 hotell på 130 destinationer och syftar till att skapa en mer emotionell bild av varumärket.

- Besöksnäringen har varit igenom en tuff period, men att gästerna kommit tillbaka så snabbt är ett tydligt bevis på att människor vill resa, träffas och mötas. Därför känns det fantastiskt att återigen öka vår synlighet och för första gången på länge gå ut med en gemensam kampanj på alla våra marknader, säger Marcus Hammarström, Brand & Marketing Director på Scandic Hotels Group.

Konceptet är en del av en ny varumärkesplattform som lanseras under vintern. Med arbetet ska bolaget öka stringensen i kommunikation över samtliga marknader och stärka den emotionella kopplingen till nya gäster. Konceptet "Your friend in town" bygger på den lokala service och personliga bemötande som Scandic levererar. Med 270 hotell på 130 destinationer vill Scandic uppfattas som en pålitlig vän som underlättar resan och hjälper dig i en ny stad. Och om man som gäst söker ett varmt välkomnande en god natts sömn eller en lite bättre start på dagen finns alltid ett Scandic nära till hands. Reklamkampanjen, som tar utgångspunkt i det nya kommunikationskonceptet, belyser några av de situationer i vardagen då en hotellnatt kan göra en stor skillnad, såsom vid en resa till svärföräldrarna eller om du söker välbehövlig sömn.

- En hotellnatt behöver inte alltid innebära långa resor eller stora utgifter, ibland kan det vara ett bra sätt att få ett avbrott i vardagen som ger ny energi eller bättre relationer. Med vår senaste kampanj vill vi öppna upp och ge nya gäster en glimt in i vår värld, väcka nyfikenhet och förmedla en mer emotionell bild än vad vi tidigare gjort, fortsätter Marcus Hammarström.

Reklamkampanjen har tagits fram av reklambyrån Drum. Den lanseras den 17:e oktober i Sverige, Norge, Danmark, Finland och Tyskland och kommer att pågå under fem veckor med fokus på digitala kanaler, display, bio och utomhusreklam. I Sverige kommer kampanjen bland annat synas i storformat på T-Centralen i Stockholm och Kungssportsavenyn i Göteborg.

- Det känns fantastiskt att få arbeta med Scandic, ett varumärke med högt förtroende och bred kännedom i hela Norden. En hotellvistelse betyder så mycket mer än bara en säng att sova i, det är ditt hem på resan och en vän i en stad där du kanske inte känner någon. Med den nya kommunikationen vill vi förmedla det och skapa ett starkare band till gäster som kanske besöker Scandic mer sällan, säger Emil Thelander, Managing Director på Drum.

I kommunikationen syns även för första gången miljömärkningen Svanen. Scandic har under nära 30 år arbetat med Svanen och under 2022 och 2023 omcertifieras samtliga av Scandics miljömärkta hotell utifrån Svanens nya och tuffare miljökriterier.

Du kan se reklamfilmerna här: [Scandic Hotels - YouTube](#)

### För mer information, vänligen kontakta:

Oscar Brehmer, Communication Manager, Scandic Hotels Group

Email: [oscar.brehmer@scandichotels.com](mailto:oscar.brehmer@scandichotels.com)

Telefon: +46 721 709 297

### Om Scandic Hotels Group

Scandic är det största hotellföretaget i Norden med mer än 280 hotell i drift och under utveckling på över 130 destinationer. Scandic är ledande när det kommer till att integrera hållbarhet inom alla områden och dess prisbelönta koncept inom tillgänglighet säkerställer att Scandic är till för alla. Väl omtyckt av gäster och medarbetare är Scandic Friends Nordens största lojalitetsprogram inom hotellbranschen och företaget en av de mest attraktiva arbetsgivarna i regionen. Scandic är noterat på Nasdaq Stockholm. [www.scandichotelsgroup.com](http://www.scandichotelsgroup.com)