



© Michael Königshofer

Das SALZ bringt Würze nach Salzburg

07.09.2022

Mit Verspieltheit und der Lust auf das Entdecken schafft die Designagentur moodley eine einzigartige Brand Strategie für das Hotel das SALZ. Gemeinsam mit den BWM Architekten kreierten sie ein Zusammenspiel von Architektur und Markendesign, das sich mit modernen Farben, einem ungewöhnlichen Blick auf den typischen Salzburger-Charme auszeichnet.

Der Stadtteil Lehen galt lange als „dunkler Hinterhof“ Salzburgs, eine Gegend, in der man eigentlich kein Hotel eröffnet. Fabian Vorderegger und Beate Pöckl ließen sich davon aber nicht abschrecken und erkannten das Potential des Viertels, das sich im Aufbruch befindet: „Es entsteht viel Neues und diesen Aufbruch wollten wir nutzen, um einen Leuchtturm zu errichten – ein Vorzeigehaus in einem up- and coming Bezirk.“ So entstand in Zusammenarbeit mit moodley und den BWM Architekten aus einem Stadthaus aus den 1920er Jahren ein Hotel voller kleiner Geschichten, modern und unerwartet.



© Michael Königshofer

Als Ort für die Neugierigen, ein Zuhause für Entdeckungsreisende wurde das Hotel konzipiert, denn es bietet viel zu entdecken: „Wer mit offenen Augen und Ohren durchs Haus streift, dem offenbart auch das SALZ dann und wann Erstaunliches. Die hohe Kunst des Ungewöhnlichen und der wahre Sound der Stadt warten darauf, von neugierigen Geistern entdeckt zu werden“, erklärt Birgit Taucher von moodley das Markenkonzept, das sich durch den gesamten Auftritt durchzieht. Geschmackvolle Renovierungen und Kunstinstallationen wie „The Sound of the City“, die Informationen über die Stadt und dem Klang der Stadt bieten, Jedermann Rufe in den Toiletten oder die Mini-Golf-Anlage in einer Suite, lassen das Entdeckerherz höherschlagen. Auch sonst ist das SALZ anders als andere Hotels: Mit verstaubten Konventionen kann man hier in vielerlei Hinsicht wenig, mit digitalen Möglichkeiten dagegen viel anfangen. Deshalb funktioniert das SALZ – für den Komfort der Gäste – auch fast ganz digital, vom Booking bis zum Check-out. Dabei hat die Design Agentur moodley das SALZ von Grund auf inszeniert und für das Hotel eine Identität geschaffen, die das Flair der 20er Jahre mit dem Zeitalter der Digitalisierung verbindet. Mit Verspieltheit und der Lust auf das Entdecken schafft moodley eine einzigartige Brand Strategie für das Hotel.

MEHR WIE DAS



BETRIEBE

Entlastungen bei Energiekosten
auch für Tourismusbetriebe
notwendig!

31.08.2022



BETRIEBE

Winterhalter blickt auf seine 75-
jährige erfolgreiche
Unternehmensgeschichte zurück

30.08.2022



BETRIEBE

Totschnig zeichnet Steirische
AMA GENUSS REGION
Betriebe aus

17.08.2022



BETRIEBE

Orbit® White X Römerquelle

04.08.2022



© Michael Königshofer

moodley kann auf Gold verzichten, nicht aber auf das SALZ

Das SALZ bringt Würze nach Salzburg. Der Name „das SALZ“ spielt mit dem sprachlichen Phänomen der Abkürzungen sowie Sprichwörtern und Legenden rund um das Salz. Denn laut Cassiodor kann man auf Gold verzichten, nicht aber auf das Salz.

Mit dem Zusammenspiel aus modernen Farben und dem Salzburger-Charme vereint moodley die reiche Vielfalt des Hotels das SALZ im Brand Design und setzt jene Konzepte auch in der Erstellung der Webseite um. Dafür wurde mit Jork Weismann als Fotograf zusammengearbeitet, der unter anderem für die Vogue, die Elle und Vanity Fair fotografiert. Mit ihm ist es gelungen, die Einzigartigkeit des Hotels und der Stadt entsprechend in Szene zu setzen.

www.moodley.com

