

PRESSEMITTEILUNG

Adagio stärkt seine Markenpräsenz in Europa mit einer neuen Werbe-Kampagne: Dabei richtet sich der Fokus auf die besondere Kompetenz für Langzeitaufenthalte – Entwickelt wurde die Kampagne wieder von Josiane

PARIS/MÜNCHEN, 24. März 2026 (SC) – Ein riesiger Koffer als Symbol des neuen Werbe-Konzepts für Städtereisen: Zum vierten Mal in Folge präsentiert Adagio, Europas Marktführer im Bereich der Aparthotellerie, in Zusammenarbeit mit der Agentur Josiane eine neue Kampagne, die in drei europäischen Ländern (Frankreich, Großbritannien und Deutschland) im Fernsehen und auf digitalen Plattformen ausgestrahlt wird. Die Kampagne ist Teil von Adagios Kommunikations-Strategie, sich als die Marke und Maßstab für mittel- und langfristige Städteaufenthalte in Europa zu positionieren.

Eine Kommunikations-Strategie, die für einen Paradigmenwechsel in der Reisebranche sorgt

Mit der neuen Kampagne baut Adagio seine klare und unverwechselbare Markenidentität weiter aus: Reisende werden nicht nur dazu eingeladen, Städte zu besuchen, sondern sie voll und ganz zu erleben.

Während sich Städtereisen hauptsächlich kurz und intensiv gestalten, steht Adagio für einen nachhaltigeren und intensiveren Ansatz. Dabei untermauert die Marke ihre Vision durch eine zentrale Säule ihres Angebots: Mit Unterkünften für Langzeitaufenthalte, die durch eine gestaffelte Preisstruktur angeboten und attraktiv gemacht werden. Mit dieser Strategie bewirkt Adagio mehr als nur Produkt-Werbung – die Marke unterstützt einen Verhaltenswandel: weg von einer Mentalität des reinen „Konsumierens“ der Reiseziele, hin zu einer echten Auseinandersetzung mit der jeweiligen Destination.

Das Aparthotel: ein rasant wachsendes Modell, das auf dem Know-how von Adagio basiert

Das Aparthotel ist mittlerweile eines der dynamischsten Segmente in der europäischen Hospitality-Branche. Als Pionier und Marktführer nutzt Adagio sein Know-how im Bereich der Langzeitunterkünfte, um den sich wandelnden Bedürfnissen der Reisenden gerecht zu werden - egal ob sie geschäftlich, privat oder für „Bleisure“, also eine Kombination aus beidem, unterwegs sind. Das Adagio-Modell verbindet Komfort, Unabhängigkeit und Flexibilität und bietet gleichzeitig die Möglichkeit, sich langfristig in europäischen Großstädten niederzulassen, als wäre man dort zu Hause.

Eine Werbekampagne, die seit vier Jahren in Europa läuft

Die neue Kampagne ist die jüngste Episode von Adagios Werbe-Kampagne, in der erneut der humorvolle Reisende „Marc“ im Mittelpunkt steht. Dabei hat die Kampagne bisher in verschiedenen Filmen ganz unterschiedliche Facetten der Aparthotellerie beleuchtet: die Freiheit, ganz nach eigenem Rhythmus zu leben, die kommunikativen Public Areas, die Nähe zu lebendigen Stadtvierteln und die Möglichkeit, den Aufenthalt zu verlängern.

So stellte Marc 2023 mit „**Ich habe dort gelebt**“ seine Erfahrungen in allen großen Städten in den Vordergrund. 2024 setzte die Kampagne auf den Slogan „**Bei uns genauso wie bei Euch**“, der an den Markenslogan „**Here for you**“ (Für Sie da) anknüpft, um das Werteversprechen zu verdeutlichen: Ob auf Urlaubs- oder Geschäftsreise: In den Adagio Aparthotels findet jeder eine warme und einladende Atmosphäre ergänzt durch eine Reihe von Services, die dafür sorgen, dass man sich wie zu Hause fühlt. 2025 entwickelte sich die Story weiter: Marc entscheidet sich für ein Angebot für einen längeren Aufenthalt, das Komfort, Platz und ein überschaubares Budget für einen Familienaufenthalt verbindet.

In der aktuellen Folge entscheidet sich Marc nun für einen längeren Aufenthalt. Eine Entwicklung, die den Kern des Adagio-Angebots widerspiegelt und die Konsistenz der Kommunikations-Strategie unterstreicht.

Die kreative Umsetzung von Josiane vermittelt eine einfache, universelle Botschaft

Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein riesiger Koffer, der zum visuellen Symbol für einen langen Aufenthalt wird. Er ist sowohl universell als auch sofort wiedererkennbar und damit eine originelle Interpretation der Idee, länger zu bleiben.

Dieses überdimensionierte, bewusst sperrige Objekt sorgt für komische und einprägsame Situationen und vermittelt gleichzeitig eine einfache Kernbotschaft: „**Je länger Sie bleiben, desto weniger zahlen Sie.**“

Die für einen europäischen Start in konzipierte Kampagne setzt auf eine rein visuelle Erzählung, um sicherzustellen, dass sie in allen Märkten leicht verständlich und wirkungsvoll ist.

„Alle wichtigen Kennzahlen der Marke zeigen Aufwärtstrends – Bekanntheit, Vertrautheit, Attraktivität, Kaufabsicht ... In nur wenigen Jahren hat sich unser Modell fest in den Köpfen der Verbraucher etabliert. Mit dieser Kampagne kehren wir zu einer tragenden Säule unseres Werteversprechens zurück: Menschen die Möglichkeit zu geben, die Stadt anders zu erleben, indem sie dank gestaffelter Preise länger bleiben. Das ist es, das das Reiseerlebnis verändert und den Wandel von einem vorübergehenden Aufenthalt zu einem echten Zugehörigkeitsgefühl bewirkt. Dieses neue Kapitel unserer Geschichte unterstreicht dies, wie immer, mit Humor.“

Virginie Barboux – Chief Marketing Officer Adagio

Der Koffer ist ein symbolisches und universelles Objekt für Städtereisen. Indem wir ihn auf übertriebene Weise in Szene setzen (und das noch dazu in Rot!), wird er zu einem äußerst einprägsamen Element, mit dem wir gespielt haben, ohne dabei die verspielte und freundliche Verbindung zu verlieren, die wir in den letzten vier Jahren mit der Figur Marc aufgebaut haben. Ein sehr einfaches Konzept, eine wortlose Geschichte, die in jedem Land funktioniert und visuell eindrucksvoll die Botschaft vermittelt: Je länger Sie bleiben, desto weniger zahlen Sie.“

Virginie Matias – Geschäftsführerin Josiane

Die Kampagne wird ab dem 23. März 2026 in Frankreich, Großbritannien und Deutschland im Fernsehen und im digitalen Bereich laufen.

Je länger Sie bleiben, desto weniger zahlen Sie.*

Profitieren Sie ab 3 Nächten von reduzierten Preisen und erleben Sie die Stadt in vollen Zügen.

Here for you
adagio-city.com

ADAGIO
APARTHOTEL

Ermäßigte Übernachtungspreise auf Grundlage der jeweils angezeigten Tarife, gültig ab der ersten Nacht für Aufenthalte ab mindestens drei Nächten in teilnehmenden Aparthotels des Adagio-Netzwerks. Das Angebot ist ausschließlich über www.adagio-city.com buchbar. Es gilt vorbehaltlich Verfügbarkeit sowie der zum Zeitpunkt der Buchung auf der Website angegebenen besonderen Bedingungen. Preisänderungen sind im Falle von Änderungen oder teilweisen Stornierungen der Reservierung vorbehalten.

Je länger Sie bleiben, desto weniger zahlen Sie.*

Profitieren Sie ab 3 Nächten von reduzierten Preisen und erleben Sie die Stadt in vollen Zügen.

Here for you
adagio-city.com

ADAGIO
APARTHOTEL

Ermäßigte Übernachtungspreise auf Grundlage der jeweils angezeigten Tarife, gültig ab der ersten Nacht für Aufenthalte ab mindestens drei Nächten in teilnehmenden Aparthotels des Adagio-Netzwerks. Das Angebot ist ausschließlich über www.adagio-city.com buchbar. Es gilt vorbehaltlich Verfügbarkeit sowie der zum Zeitpunkt der Buchung auf der Website angegebenen besonderen Bedingungen. Preisänderungen sind im Falle von Änderungen oder teilweisen Stornierungen der Reservierung vorbehalten.

Je länger Sie bleiben, desto weniger zahlen Sie.*

Profitieren Sie ab 3 Nächten von reduzierten Preisen und erleben Sie die Stadt in vollen Zügen.

Here for you
adagio-city.com

ADAGIO
APARTHOTEL

Ermäßigte Übernachtungspreise auf Grundlage der jeweils angezeigten Tarife, gültig ab der ersten Nacht für Aufenthalte ab mindestens drei Nächten in teilnehmenden Aparthotels des Adagio-Netzwerks. Das Angebot ist ausschließlich über www.adagio-city.com buchbar. Es gilt vorbehaltlich Verfügbarkeit sowie der zum Zeitpunkt der Buchung auf der Website angegebenen besonderen Bedingungen. Preisänderungen sind im Falle von Änderungen oder teilweisen Stornierungen der Reservierung vorbehalten.

Die Kampagne ist zu sehen unter: [Der Koffer – Adagio Aparthotel](#)
 Bilder und Kampagne zum Download: <https://we.tl/t-0xgptYCQxiUB5pEK>

Credits:

Auftraggeber: Adagio

Verantwortliche auf Kundenseite: Virginie Barboux, Maureen Marinier, Clara Gargano.

Agentur: Josiane

Verantwortliche auf Agenturseite: Laurent Allias, Virginie Matias

Strategieleiterin: Evelyne Bourdonné

Strategische Planerin: Clara Laffont

Kreativleitung: Jérôme Diez, Mathieu Vinciguerra

Art Director: Lisa Chaput Texter: Romain Grange

Kundenbetreuerin: Eva Cohen

Projektleiterin: Léa Roux

Produktion: Hiersoir

Regisseur: Edouard Valette

Fotograf: Emile Moutaud

Produzentin – Anne-Cecile Jemin

Produktionsleiterin – Nolwenn Grall Jaubert

Kameramann – Théo GELY

Stylistin – Roxane Noël

Chef-Dekorateurin – Anna Brun

Cutter – Pierre Saunier

Farbkorrektur – Romain Loiseau

Schauspieler – Marc Maurille

Über Adagio

Adagio ist der europäische Marktführer für Aparthotels. 2007 in Frankreich als Joint Venture zwischen Accor und Pierre & Vacances Center Parcs gegründet, verfügt Adagio heute über **130 Standorte** mit **14.689 Apartments** in **15 Ländern**. Damit ist Adagio das größte Netzwerk von Aparthotels in Europa. Weil sie die Flexibilität eines Apartments mit dem Service eines Hotels verbinden, sind Adagio Aparthotels die beste Lösung für mittlere und lange Aufenthalte. Sie bieten Geschäfts- und Urlaubsreisenden sowie all jenen, die beides miteinander kombinieren möchten, den besten Komfort und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Aparthotels von Adagio befinden sich in städtischen Gebieten und sind in drei Kategorien unterteilt: Adagio Original, in den Zentren der Großstädte; Adagio Access, im Zentrum regionaler Hauptstädte oder direkt am Stadtrand; und Adagio Premium, Aparthotels mit hohem Standard. www.adagio-city.com

Über Josiane

Josiane ist eine 2014 auf Initiative der Gruppe THE NONCONFORMIST NETWORK gegründete, „nonkonformistische“ unabhängige Agentur. Zum Markenportfolio zählen: [Mutuelle des Motards](#), [Entremont](#), [Banque Palatine](#), [Mercure Europe](#), [Franui](#), [Association Valentin Haüy](#), [Stoeffler](#), [Cabaia](#), [Motul Monde](#), [Sardinerie Parmentier](#), [Bonux](#), [Les Fermiers de Loué](#), www.josiane.fr

Kontakte:

Véronique Domas veronique@josiane.fr / 06 12 06 59 25

Matéo Jouy mateo@josiane.fr / 06 17 66 73 52

PRESSEKONTAKT:

Adagio

Schaffelhuber Communications GmbH

Petra Maier

petra.m.extern@pr-sc.de