


Gemeinsam Ziele erreichen

Globales Hotelnetzwerk
und individuelle Vielfalt.



The image features a large, stylized world map in the background, rendered in a golden-brown hue against a bright, hazy sky. In the foreground, several silhouettes of business professionals are depicted. On the right, a man and a woman are shaking hands, both holding briefcases. On the left, a group of three people is engaged in conversation. In the center, two more individuals are talking. A decorative graphic of white, curved lines and dots is positioned in the lower-left quadrant, partially overlapping the text. The overall scene conveys a sense of global collaboration and business success.

Das Erfolgsrezept von BWH Hotels ist weltweit einmalig. Selbstständige, qualitätsorientierte Hoteliers schließen sich zu einer starken Gemeinschaft zusammen und nutzen gemeinsam die Leistungen einer weltweit bekannten Marke.

Mehr Erfolg für Hoteliers, mehr begeisterte Gäste

„Zwei Ziele verfolgen wir: Den wirtschaftlichen Erfolg unserer Hotels erhöhen und gleichzeitig Kunden und Gästen attraktive Übernachtungsmöglichkeiten bieten. Die weltweite Markenbekanntheit und eine Vielzahl marktorientierter Dienstleistungen sind die Basis dafür. Das Mitspracherecht der angeschlossenen Hotels innerhalb unserer Unternehmensstruktur schafft dabei Vertrauen und Transparenz.“



Marcus Smola

Geschäftsführer

BWH Hotels Central Europe GmbH



Starke Marken – für alle Segmente

BWH Hotels ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelorganisation mit über 4.300 Hotels in mehr als 100 Ländern. Alle angeschlossenen Hotels weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt.

BWH Hotels Central Europe GmbH mit Sitz in Eschborn bei Frankfurt am Main betreut rund 230 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter einem gemeinsamen Unternehmensdach.

Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre unternehmerische Eigenständigkeit.



**Die Servicezentrale in
Eschborn betreut insgesamt
10 Länder in Zentraleuropa.**





Urlaubshotels
20 %



Tagungshotels
28 %



Stadthotels
52 %

PORTFOLIO

„BWH Hotels ist der einzige ‚Non-Profit-Markengeber‘ am Markt, denn sämtliche Beiträge, Umlagen und Gebühren wandern direkt in Marketing- und Vertriebsdienstleistungen sowie in moderne Technologie. Dies bringt Gäste und somit Umsatz in unsere Hotels. Im Vergleich zu anderen Marken gibt es hier keine Organisation oder Anteilseigner im Hintergrund, die mitverdienen. Als Hotelier gibt mir das ein gutes Gefühl.“



Christoph Unckell

*Hotelier
Best Western Premier
Hotel Rebstock zu Würzburg*



Die Struktur von BWH Hotels ist weltweit einmalig. Die Hoteliers sind alleinige Eigentümer der Marke und können als Hotel bei strategischen Weichenstellungen mitentscheiden.

Profitieren und mitbestimmen









Mitbestimmung der Hoteliers: Die Partnersversammlung

Bei strategischen Weichenstellungen von BWH Hotels in Central Europe hat jedes angeschlossene Hotel eine Stimme in der Partnersversammlung. Die Partnersversammlung entscheidet über Anpassungen und Änderungen des Dienstleistungsvertrags, die Leistungen der Servicezentrale sowie die Leistungen der Hotels und deren Qualitätsanforderungen. Ferner erhält die Partnersversammlung einen Beirat, der zum einen aus den sechs gewählten Hoteliers des Aufsichtsrats der DEHAG Hospitality Group AG besteht sowie weiteren vier gewählten Hoteliers als jeweilige Vertreter der Region Deutschland, Österreich, Schweiz und der Region Central Eastern Europe (Kroatien, Tschechien, Slowakei, Slowenien und Ungarn). Die vier zusätzlichen Beiräte werden nur von den Hotels der jeweiligen Region gewählt. Somit ist gewährleistet, dass jede Region beteiligt ist und sich auch im Beirat wiederfindet.



BWH Hotels Markenfamilie: Individuelle Vielfalt von Economy bis Luxus

Das Portfolio von BWH Hotels vereint weltweit sowohl Einzelmarken (oder Full Brands) als auch Collections für alle Kategorien. Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Konzept für das eigene Produkt auszuwählen und so den Anforderungen im eigenen Markt gerecht zu werden.

| | Full Brand | | | Collection | |
|---------------------|---|---|---|---|-------------------------------------|
| | Contemporary | Boutique/ Lifestyle | Extended Stay | Contemporary | Boutique/ Lifestyle |
| Luxury | | | | WORLDHOTELS [®] LUXURY | |
| Upper Upscale | | | | WORLDHOTELS [®] Elite | |
| Upscale |  |   | | BW Premier   | WORLDHOTELS [®] CRAFTED |
| Upper Midscale |  |   |  |  | |
| Midscale |  | |  | | |
| Classic Midscale |   | |  |  | |



Individueller Charme und top Preis-Leistungs-Verhältnis

Best Western Hotels sind Mittelklassehotels, die hohe Qualitätsanforderungen erfüllen und sich durch individuelle Ausstattung und Charakter sowie ein zeitgemäßes, durchgängiges Designkonzept auszeichnen.



Das Plus an Service und Ausstattung

Die Hotels der Marke Best Western Plus gehören zur gehobenen Mittelklasse in der Vier-Sterne-Kategorie. Sie bieten die umfassende Best Western Qualität mit zusätzlichen Ausstattungs- und Serviceangeboten und somit einem Plus an Komfort.



Hotels mit exklusivem Charakter

Die hochwertigste Marke der Best Western Marken-segmentierung ist der gehobenen Hotelklasse in der Vier-Sterne- bis Vier-Sterne-Superior-Kategorie zuzuordnen. Diese Hotels erfüllen den Anspruch an außergewöhnlichen Hotelkomfort in erlesenem, regionaltypischem Ambiente mit unverwechselbarem Charakter.



Das urbane Lifestyle-Markenkonzept

Das innovative „ready-to-buy“ Hotelkonzept für Neubauten in urbanen Standorten richtet sich an die Zielgruppe der technologieaffinen „Millennials“. „Vib“ setzt hierbei auf State of the Art-Technologie in Verbindung mit modernem Design unter der Prämisse von sozialem und nachhaltigem Engagement.

Das hochwertige Markenkonzept für Appartements und Long-Stay-Gäste



Das Executive Residency Markenkonzept wurde für Long-Stay-Gäste geschaffen, die definierte Qualitätsstandards und stylisches Design zu schätzen wissen. Die Vermarktung ist speziell auf Appartementshäuser sowie Long-Stay-Bereiche von Hotels konzipiert.



Das flexible Apart-Hotel Konzept

Das schlanke und moderne Hotelkonzept im Apartmentstil verbindet zeitgemäßes Design, hohen Hotelkomfort und bewährte Servicequalität für flexibles Wohnen auf Zeit.



Trendiges Boutique-Hotelkonzept im Lifestyle-Segment

Die Boutique-Marke Aiden bietet ein Hotelkonzept im Lifestyle-Segment der gehobenen Mittelklasse. Sie zeichnet sich durch hohe Flexibilität, Individualität im Designkonzept und trendigem Style aus.



Mittelklasse-Hotels mit Qualitätsversprechen

Sure Hotel by Best Western ist die Hotelmarke für individuelle Mittelklassehotels der Drei-Sterne-Kategorie in Städten und Feriendestinationen. Die Marke garantiert Reisenden weltweit eine einheitliche Qualität in Ausstattung und Service.



Das Collection Konzept für Drei- und Vier-Sterne-Privathotels

Unter der Sure Hotel Collection werden Drei- und Vier-Sterne-Privathotels vermarktet, die keinen Brandinganforderungen unterliegen, jedoch über die Best Western Kanäle buchbar sind und u.a. vom BW Rewards Loyalty-Programm profitieren.



Collection für unabhängige Privathotels der gehobenen Mittelklasse

Unabhängige Privathotels der gehobenen Mittelklasse mit besonderem Design, genießen die Vorteile der vollen Distributions- und Marketingleistung der Dachmarke Best Western, können jedoch weiterhin als Einzelhotel am Markt auftreten.



Collection für exklusive Tophotels

BW Premier Collection ist ein Vermarktungsangebot für exklusive Tophotels wie Boutique- oder Themenhotels. Häuser der Vier-Sterne- oder Vier-Sterne-Superior-Kategorie profitieren so unter anderem vom Distributionsangebot von Best Western, ohne sich der Marke direkt anzuschließen.



Das First-Class-Lifestyle-Konzept

WorldHotels Crafted umfasst Hotels, die in besonderer Weise das lokale Flair und den Spirit der jeweiligen Destination durch ein individuelles Storytelling widerspiegeln. Innovatives Design und außergewöhnlicher Service auf hohem Niveau und sind hierbei ausschlaggebend.



Hotels auf Top-Niveau

Häuser des WorldHotels Elite Segmentes stehen für exklusives Ambiente mit geschmackvollem Interieur aus ausgesuchten Materialien und eine hervorragende Servicequalität. Diese Hotels werden auch den höchsten Anforderungen einer anspruchsvollen Klientel gerecht.



Collection für die Luxusklasse

WorldHotels Luxury Häuser gehören zu den absoluten Spitzenhotels am Markt und sind meist im 5-Sterne und 5-Sterne Plus Segment angesiedelt. Das außergewöhnliche Ambiente, Service auf höchstem Niveau sowie die Toplage in der jeweiligen Destination machen sie nicht selten zu lokalen Wahrzeichen.

Baustein des Erfolgs: Technologie, Reichweite, Kundenbindung

Als globales Hotelnetzwerk verfolgt BWH Hotels das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. BWH Hotels stellt hierfür modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereit.

Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im E-Commerce optimal präsentiert und buchbar. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und Social Media, strategischem Revenue Management und eigenen Reservierungszentralen. Die stetig wachsende Mitgliederzahl des Kundenbindungsprogramms Best Western Rewards ermöglicht Marketingmaßnahmen mit hoher Reichweite bei gleichzeitiger, zielgruppenspezifischer Ansprache.

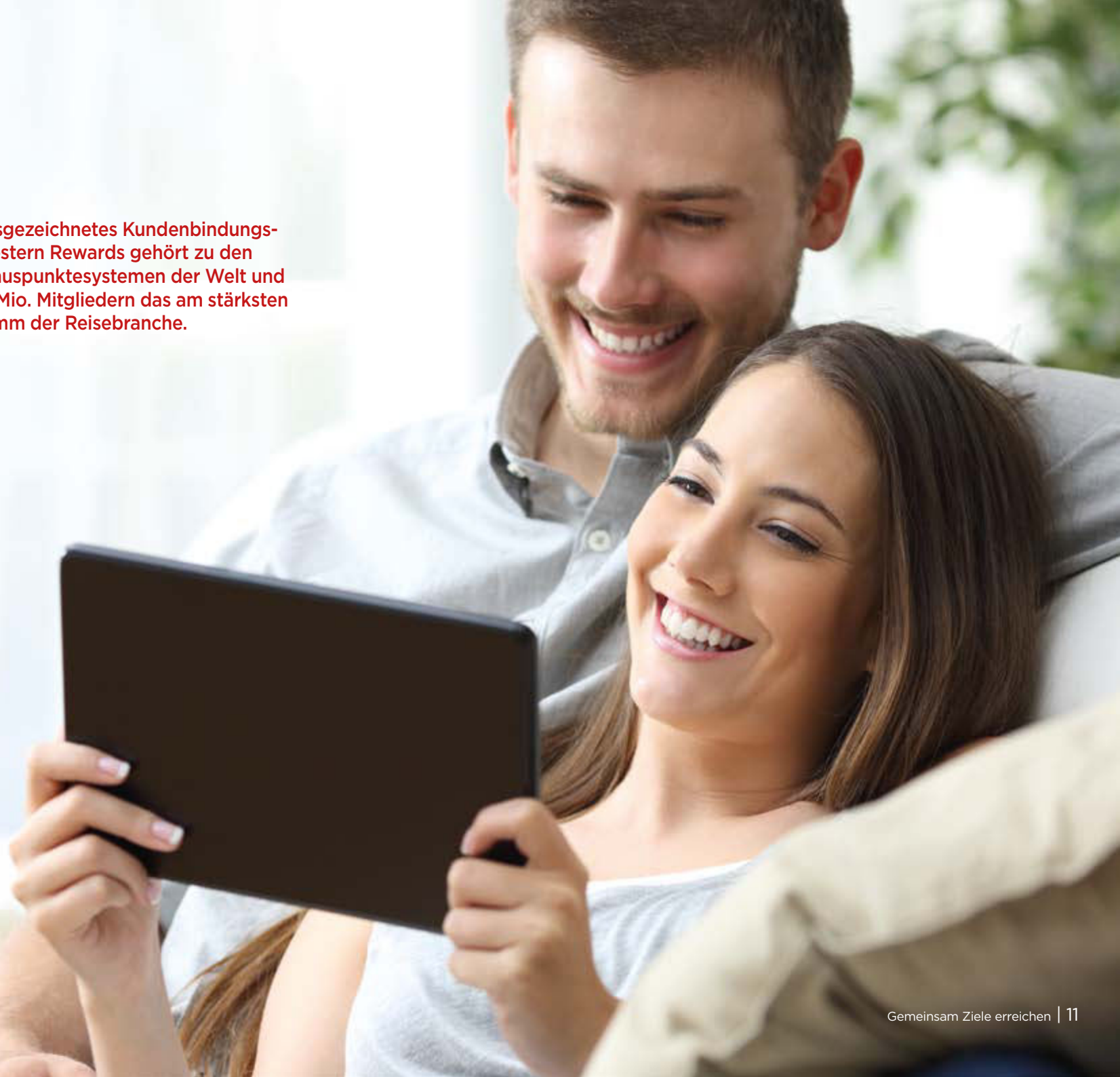


Immer auf dem neusten Stand via





Unser mehrfach ausgezeichnetes Kundenbindungsprogramm Best Western Rewards gehört zu den erfolgreichsten Bonuspunktesystemen der Welt und ist mit mehr als 54 Mio. Mitgliedern das am stärksten wachsende Programm der Reisebranche.



10 gute Gründe, die den Profit steigern und die Zukunft sichern



Familie Späth

*Hoteliers
Best Western Premier
Hotel Victoria, Freiburg*

„Die Summe der Einzelteile macht den Erfolg aus. Die Fülle an Leistungen deckt alle für uns relevanten Bereiche ab, die wir als Einzelhotel niemals alleine so realisieren könnten und die den Erfolg unseres Hauses garantiert. Der große Vorteil bei Best Western: Nach außen können wir als starke Marke gemeinsam auftreten und gleichzeitig können wir unsere Individualität wahren und unsere eigentliche Gastgeberrolle voll ausleben.“

1 Weltweite Marke in den Händen der Hoteliers

- Eine der größten Hotelorganisationen der Welt
- Hohe Markenbekanntheit bei Geschäfts- und Privatreisenden
- Alle Hotels sind individuell und unternehmerisch eigenständig
- Entscheidungsbeteiligung durch Stimmrecht für Hotels

2 Individuelle Vielfalt unter einem Markendach

- Full Brands mit einheitlichen Qualitäts- und Designstandards
- Collections mit Vertriebs- und Marketinglösungen für marken-unabhängige Hotels
- Innovative Konzepte für Hotelbetreiber, Entwickler und Investoren

3 Marketing, Vertrieb und Sales

- Marketing und Vertrieb für alle Kundensegmente
- Key Account Management
- CRM-Maßnahmen auf Basis eigener Kundendaten
- Call-Center
- Weltweite Verhandlungen mit Volumenkunden, Steuerung des RFP-Prozesses für Hotels

4 Elektronische Distribution mit hoher Reichweite

- Eigenes Central Reservation System (CRS)
- 2-Wege-Schnittstelle zu Property Management Systemen (PMS) der Hotels
- Anbindung an alle relevanten Online-Portale und globale Distributionssysteme (GDS) der Reisebranche
- Erfolgreiche E-Commerce Plattform
- Kostenfreies Tool zur individuellen Webseitengestaltung
- Social Media Marketing
- Senkung der Distributionskosten durch Stärkung des Eigenvertriebs
- Revenue Management individuell pro Hotel
- Attraktive Kommissionen und Buchungsbedingungen bei Online Travel Agencies (OTAs)

5 Globale und nationale Partnerschaften

- Globale Partnerschaften mit allen wichtigen Mittlern
- Strategische, globale E-Commerce Partnerschaften
- Kooperationen mit mehr als 30 Airlines, Autovermietern und Retail

6 Erfolgreiches Kundenbindungsprogramm

- Best Western Rewards mit mehr als 54 Mio. Mitgliedern
- Zielgruppenspezifische Kundenkommunikation
- Mehrfach international ausgezeichnetes Programm

7 Kommunikation und Public Relations

- Pressearbeit für Marke und Einzelhotels
- Medienkooperationen
- Inhouse-Werbeagentur und Print-on-Demand (POD)

8 Qualitätsmanagement

- Weltweit einheitliche Qualitätsstandards, jährlich überprüft
- Individuelle Analyse, Beratung und Betreuung
- Aktives Reputationsmanagement
- Optimierung der Servicequalität

9 Weiterbildung und Know-how-Transfer

- Die Akademie mit Online- und Präsenzseminaren
- Umfangreiches E-Learning-Angebot
- Individuelle Beratung durch Fachabteilungen in der Servicezentrale

10 1000 Möglichkeiten. Eine Company.

- Umfangreiches Dienstleistungsportfolio der DEHAG
- Kostenreduktion und Prozessoptimierung durch zentrale Services wie Einkaufsmanagement und digitales Kreditorenmanagement
- Maßgeschneiderte Beratungs- und Management-Dienstleistungen

1000 Möglichkeiten. Eine Company.

DEHAG Hospitality Group AG



Die DEHAG Hospitality Group AG ist über ihre Tochtergesellschaft BWH Hotels Central Europe GmbH Masterfranchisegeber für unsere Markenvielfalt im Raum Central Europe. Mit den weiteren Tochtergesellschaften **prognos**, **allinvos** und **unitels** bietet die DEHAG ein einzigartiges Portfolio an wichtigen Dienstleistungen für die Hotellerie.

prognos Einkaufsgesellschaft mbH

Kosteneinsparung und Prozessoptimierung im Bereich Einkauf stehen im Fokus der prognos mit ihren vier Dienstleistungsbereichen:

- **Einkauf – mit System und zu besseren Preisen:** Der Einkaufspool der prognos bündelt die Einkaufsvolumen von derzeit 760 Hotels und Hotelketten in vielen Ländern Europas und bietet direkten Zugang zu exklusiven Einkaufskonditionen und Rahmenabkommen. Damit erzielen Hotels umgehend Einsparungen bei ihren Einkaufskosten und reduzieren ihren Aufwand.
- **Web:Tools – Kreditorenmanagement und Ordering, 100% Online:** Mit den top-modernen Online-„Werkzeugen“ der prognos vereinfachen und automatisieren Hotels umgehend ihre Einkaufs-, Bestell- und Rechnungsabläufe und schließen somit ihren „Procure-to-Pay“-Prozess – von der Bestellung bis zur Rechnung – komplett elektronisch und revisionssicher.
- **Projekt – Neubau und Renovierung, effizient aus einer Hand:** Bei der Ausstattung und Einrichtung von neuen oder zu renovierenden Hotels übernimmt prognos die komplette Beschaffungsorganisation und -durchführung von beweglichem (OS&E) und verbundenem (FF&E) Inventar vom Investitionsbudget über die Lieferantenkoordination bis hin zur Dokumentation und Abrechnung.
- **Consulting – Strategische Beratung** über alle relevanten Abteilungen hinweg inklusive Preis-, Lieferanten- und Prozessanalysen – für eine nachhaltige Verbesserung der Einkaufskosten und -prozesse.

allinvos GmbH

Ziel der allinvos ist es, das Rechnungs- und Kreditorenmanagement auf digitalem Weg zu optimieren und beschleunigen – multimandantenfähig, mehrsprachig und europaweit.

- **Vollautomatisierte**, zentrale Erfassung aller Eingangsrechnungen (alle Formate)
- **Rechnungsworkflow komplett online** – (BPaaS – Business Process as a Service) von der Prüfung bis zum Zahllauf
- **Online-Archiv** aller Eingangsrechnungen
- **Schnittstellen** zu allen gängigen Finanzbuchhaltungen

unitels consulting GmbH

Die unitels consulting unterstützt und betreut Hotels maßgeschneidert in finanz- und marketingtechnischen sowie operativen Fragen:

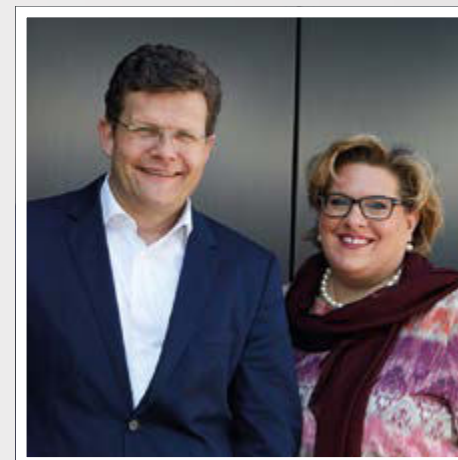
- **Maßgeschneiderte Analyse und Beratung:** Von der ganzheitlichen Betriebsanalyse über die Potentialermittlung bis zur Budgetierung.
- **Hotelspezifischer Buchhaltungsservice:** Umfassendes Leistungsportfolio inklusive zeitnaher Erfassung aller Geschäftsvorfälle, Zahlungs- und Mahnwesen und Vorbereitung der Jahresabschlussarbeiten.
- **Management und Betriebsführung:** Auf Wunsch des Auftraggebers (Eigentümers) übernimmt unitels die gesamte operative und kaufmännische Steuerung eines Hotels.

BWH Hotels – eine gute Entscheidung

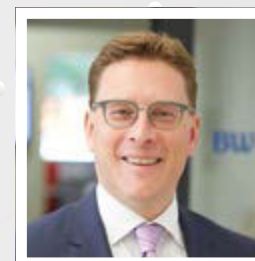
Die Markenbekanntheit als eine der größten Hotelorganisationen weltweit in Verbindung mit dem Mitspracherecht der angeschlossenen Hotels bei wichtigen Strategieentscheidungen sowie das umfangreiche Leistungsspektrum und das technische Know-how der Servicezentrale machen BWH Hotels mit Ihren Marken so einzigartig. Die Zufriedenstellung Ihrer Gäste und Kunden sowie die Steigerung und Sicherung des wirtschaftlichen Erfolgs Ihres Hotels sind die erklärten Ziele von BWH Hotels. Diese Ziele „Hand in Hand“ zu erreichen, ist das Bestreben der Gemeinschaft von Hotels und Servicezentrale.

Wenn auch Sie von dieser Partnerschaft profitieren wollen, sollten Sie den Dialog mit uns führen. Das Hotel Development Team steht für alle Fragen zur Verfügung.

Info Line:
Hotel Development
Telefon +49 (0)6196 4724-110
hoteldevelopment@bwhhotels.de



Marcus Smola
Carmen Dücker
Geschäftsführung
BWH Hotels
Central Europe GmbH



Andreas Westerburg
Head of Hotel Development
& Member Services
BWH Hotels
Central Europe GmbH

BWHSM | Hotels

Sie möchten noch mehr über das
Leistungsspektrum von BWH Hotels erfahren?
Oder sind Sie bereits interessiert an einer Partnerschaft
mit einer der größten Hotelorganisationen der Welt?

Dann treten Sie mit uns in Kontakt:

Hotel Development
Telefon +49 (0)6196 4724-110
hoteldevelopment@bwhhotels.de
bwhhotelgroup-development.de

BWH Hotels Central Europe GmbH
Frankfurter Straße 10-14 · 65760 Eschborn · Deutschland
Telefon +49 (0)6196 4724-0 · Telefax +49 (0)6196 4724-200
info@bwhhotels.de · bwhhotels.de

