Unsere Leistungen

Ihre Vorteile für mehr Gewinn und Sicherheit

BWH | Hotel Group

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

1 Weltweite Marke in den Händen der Hoteliers

Seiten 4 - 5

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

2 Individuelle Vielfalt unter einem Markendach

Seite 6

- Full Brands mit einheitlichen Qualitäts- und Designstandards
- Soft Brands mit Vertriebs- und Marketinglösungen für markenunabhängige Hotels
- Innovative Konzepte für Hotelbetreiber, Entwickler und Investoren

3 Globale und nationale Partnerschaften

Seite 7

- Globale Partnerschaften mit allen wichtigen Mittlern in den Bereichen Geschäftsreise, Tagungen, Gruppen und Touristik
- Strategische, globale E-Commerce-Partnerschaften
- Kooperationen mit mehr als 30 Partnern wie Airlines, Autovermietern und Retail (u.a. Lufthansa, Sixt, PAYBACK)

4 Sales & Marketing

Seiten 8 - 9

- Sales & Marketing für alle Kundensegmente: Geschäftsreise, Tagungen, Gruppen und Touristik
- Key Account Management
- CRM-Maßnahmen auf Basis eigener Kundendaten
- Call-Center
- Weltweite Verhandlungen mit Volumenkunden, Steuerung des RFP-Prozesses für Hotels

5 Elektronische Distribution mit hoher Reichweite

Seiten 10 - 11

- Eigenes Central Reservation System (CRS)
- Zwei-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)

Herausgeber: BWH Hotel Group Central Europe GmbH
Fotos Seiten 1 - 3, 7 - 18: Getty Images International

6 Erfolgreiches Kundenbindungsprogramm

Seite 12

- Best Western Rewards mit mehr als 42 Millionen Mitgliedern
- Zielgruppenspezifische Kundenkommunikation
- Mehrfach international ausgezeichnetes Programm

7 Kommunikation und Public Relations

Seite 13

- Pressearbeit für Marke und Einzelhotels
- Medienkooperationen
- Inhouse-Werbeagentur und Print-on-Demand-Tool

8 Qualitätsmanagement

Seite 14

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

9 Weiterbildung und Know-how-Transfer

Seite 15

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

10 1000 Möglichkeiten. Eine Company.

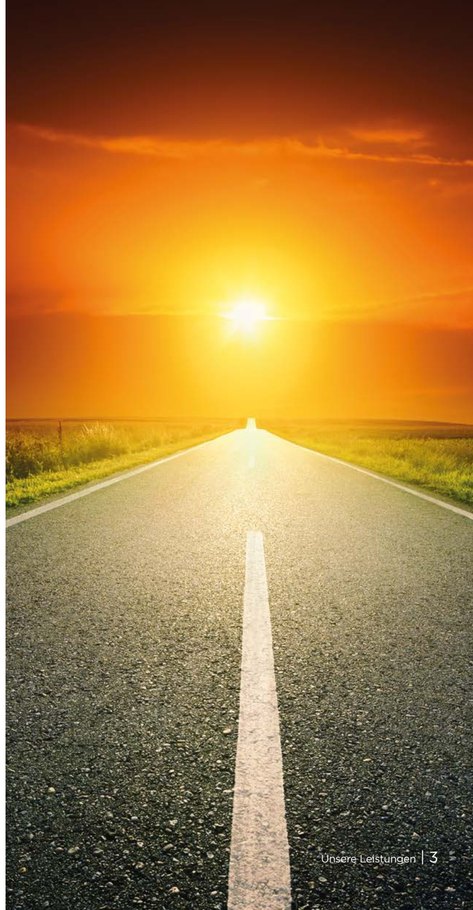
Seiten 16 - 17

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

Aufnahmekriterien und Integration

Seite 18

- Passt eine Marke der BWH Hotel Group zu Ihrem Hotel?
- Schritte zur Aufnahme und Integration



Mit über 4.700 Hotels eine der größten Hotelorganisationen der Welt

BWH Hotel Group

Die BWH Hotel Group ist eine internationale Hotelorganisation mit über 4.700 Hotels in mehr als 100 Ländern. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Markenfamilie garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre unternehmerische Eigenständigkeit.

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

Die BWH Hotel Group Central Europe GmbH ist als Vertragspartner und Lizenznehmer von Best Western Hotels & Resorts mit Sitz in Phoenix/USA eine von derzeit sechs Länderorganisationen weltweit. Die Servicezentrale mit Sitz in Eschborn bei Frankfurt/Main betreut rund 220 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter einer gemeinsamen Hotelorganisation.

Erfolg durch zentralisierte Dienstleistung

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group Central Europe GmbH das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Weil Best Western, Sure - und WorldHotels zu den weltweit beliebtesten und bekanntesten Marken bei Geschäfts- und Privatreisenden gehören, gewinnen angeschlossene Hotels globale Reichweite.

Über den Markenanschluss erhalten die einzelnen Hotels umfassende Distributions-, Marketing- und Verkaufsmaßnahmen für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen, Zugang zum Loyalty-Programm mit mehr als 42 Mio. Mitgliedern und zentralisierte Dienstleistungen, die permanent marktgerecht weiterentwickelt werden. Hotels profitieren von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebs- und Social Media Kanäle, starken globalen Partnerschaften, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot.

Unternehmerische Eigenständigkeit innerhalb der Weltmarke

Auch wenn die BWH Hotel Group am Markt als Hotelorganisation auftritt, so ist sie im Kern doch eine Kooperation. Denn alle angeschlossenen Hotelbetriebe sind in privater Hand und behalten ihre unternehmerische Eigenständigkeit. Das international gültige Qualitätsversprechen in Kombination mit der Persönlichkeit individueller Hotels und deren Mitspracherecht durch die Full Brand Hotels bei wichtigen Entscheidungen macht die BWH Hotel Group so erfolgreich und am Markt einzigartig.

DEHAG Hotel Service AG

Um die Mitsprache der angeschlossenen Full Brand Hotels in geregelten Bahnen zu gewährleisten und um gleichzeitig ein umfassendes Dienstleistungsangebot für Hotels bereitzuhalten, wurde 1989 die DEHAG Hotelservice AG gegründet. Unter ihrem Dach sind die Tochtergesellschaften BWH Hotel Group Central Europe GmbH, progros Einkaufsgesellschaft mbH, unitels consulting GmbH, allinvos GmbH (digitales Rechnungsmanagement) und B.W. Hotel Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG vereint.

Umfassende Dienstleistung unter einem Dach

Die DEHAG Hotel Service AG präsentiert mit ihren Tochtergesellschaften ein umfassendes Leistungsportfolio für die Hotellerie und ist über die BWH Hotel Group Central Europe GmbH Masterfranchisegeber für deren angeschlossene Marken in Deutschland, Luxemburg, Österreich, der Schweiz, Liechtenstein, Kroatien, Tschechien, Slowakei, Slowenien und Ungarn. Mit den einzelnen Hotels bestehen Dienstleistungsverträge auf Franchisebasis.

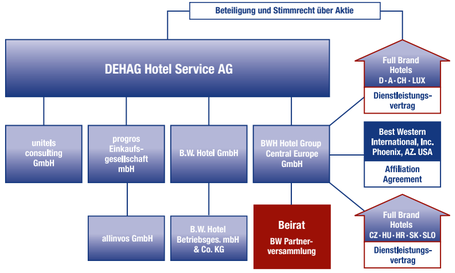
In den Händen der Hoteliers

Alle Aktionäre der DEHAG Hotel Service AG sind ausschließlich die Inhaber respektive Betreiber angeschlossener Full Brand Hotels in Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz. Somit ist die gesamte DEHAG Unternehmensgruppe im Eigentum dieser Hoteliers. Das Kontrollorgan der DEHAG Gruppe ist der Aufsichtsrat, der aus sechs auf den Aktionärsversammlungen gewählten Vertretern besteht.

Partnerversammlung der Full Brand Hotels und Beirat

Bei strategischen Weichenstellungen der BWH Hotel Group in Central Europe hat jedes angeschlossene Full Brand Hotel eine Stimme in der Partnerversammlung. Die Partnerversammlung entscheidet über Anpassungen und Änderungen des Dienstleistungsvertrags, die Leistungen der Servicezentrale sowie die Leistungen der Hotels und deren Qualitätsanforderungen.

Ferner erhält die Partnerversammlung einen Beirat, der zum einen aus den sechs gewählten Hoteliers des Aufsichtsrats der DEHAG Hotel Service 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.



Die wichtigsten Vorteile durch die DEHAG AG Organisations-Struktur

- **Mitbestimmung:** Hohe Entscheidungsbeteiligung der Hoteliers – national und international.
- **Vertrauen** durch größtmögliche Transparenz und Kontrollorgane aus den Reihen der Hotelliers.
- **Non-Profit:** Sämtliche Beiträge und Gebühren werden ausschließlich für Dienstleistung und Technologie verwendet.
- **Sicherheit:** Die Marken der BWH Hotel Group sind im Eigentum der Hoteliers.

BWH Hotel Group Markenfamilie: Individuelle Vielfalt von Economy bis Luxus

Das Portfolio der BWH Hotel Group vereint weltweit sowohl Einzelmarken (oder Full Brands) als auch Soft Brands 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.

Insgesamt gehören zur Markenfamilie der BWH Hotel Group in Europa 17 Marken, von denen die Full Brands „Best Western", „Best Western Plus" und „Best Western-Premier" bereits seit Jahrzehnten etabliert sind und sich durch konkrete Qualitäts- und Designstandards auszeichnen.

Ergänzt wird das Full Brand Portfolio durch die neuen Marken „Vib", bei der im Fokus die Zielgruppe der urbanen, technologieaffinen „Millennials" steht, die Longstay-Marke „Excecutive Residency" und die Full Brands „Sure Hotel" und „Sure Hotel Plus", die im Unterschied zu den Best Western Kernmarken keine konkreten Designanforderungen erfüllen müssen. Die Boutique-Lifestyle Marken Aiden und Sadie mit hoher Flexibilität und Individualität im Designkonzept, trendigem Style und mutiger Interior-Gestaltung runden das Markenportfolio ab.

Darüber hinaus bietet die BWH Hotel Group Soft Brands für markenunabhängige Hotels in allen Kategorien, die ausschließlich die Vertriebs- und Marketinglösungen nutzen wollen: Von „Sure Hotel Collection" über „BW Signature Collection" bis hin zu „BW Premier Collection". WorldHotels als exklusives Netzwerk weltweiter solitärer Hotels mit vollständig autarkem Vermarktungsauftritt kompletiert das Soft Brand Portfolio im Upsale und Luxury Segment.

	Full Brand			Soft Brand	
	Contemporary	Boutique/ Lifestyle	Extended Stay	Contemporary	Boutique/ Lifestyle
Luxury				WorldHotels Luxury	
Upper Upscale	BWP Premier Best Western			WorldHotels Elite	
Upscale		Vib, Sadie Best Western		BW Premier Collection by Best Western	WorldHotels Crafted Collection
Upper Midscale	BW Best Western Plus	Aiden by Best Western	Executive Residency	BW Signature Collection by Best Western	
Midscale	BW Best Western				
Classic Midscale	Sure Hotel by Best Western, Sure Hotel Plus by Best Western		Sure Hotel Studio by Best Western	Sure Hotel Collection by Best Western	

Sales & Marketing, Geschäftsreisen, MICE und Touristik

Eine Strategie, die sich auszahlt: Professionelles Key Account Management sowie die Entwicklung und Vermarktung marktorientierter Produkte unter Nutzung der jeweils effizientesten Marketing- und Kommunikationsinstrumente.

Die wichtigsten Leistungen im Bereich Sales:

- **Key Account Management:** Intensive persönliche Betreuung und Beratung der wichtigsten und umsatzstärksten Kunden in den Segmenten Geschäftsreisen, MICE und Touristik. Fortlaufende Akquise im In- und Ausland durch Key Account Management und Innendienst.
- **Abschluss, Pflege und Analyse von Volumenverträgen** für Geschäftsreisen mit deutschen und internationalen Großkunden (Key Accounts) in Verbindung mit der Listung möglichst vieler relevanter Hotels in den unternehmensinternen Hotelprogrammen und Intranets.

- **Tagungs- und Gruppenservice:** Persönliche Beratung und Betreuung durch Spezialisten inklusive Erstellung maßgeschneiderter Angebote mit Alternativen und auf Wunsch mit Rahmenprogrammen innerhalb von maximal 24 Stunden.
- **Kundenbindung durch Rückvergütungsprogramme** bei Unternehmen mit hohem Veranstaltungs- oder Gruppenbuchungsaufkommen, basierend auf dem realisierten, über den Tagungs- und Gruppenservice gebuchten Umsatz.
- **Internationaler Verkauf** durch weltweite Verkaufsbüros der BWH Hotel Group sowie deren Organisationen und Länderzentralen.
- **Schaffung von weltweiter Buchbarkeit** zentral oder lokal verhandelter Vertragspreise. Strategische Zusammenarbeit mit Chain & Consortia Partner auf nationaler und globaler Ebene.
- **Instant MICE Booking Tool:** Die BWH Hotel Group bietet in der Region Central Europe eine Online-Plattform, die Buchungen von Meetings & Events in Echtzeit auf Basis von Live-Preisen und Live-Verfügbarkeiten ermöglicht.
- **bestwestern.de/meetings** gewährleistet die einfache und schnelle Suchfunktion für Kunden, um das geeignete Tagungshotel zu finden und anzufragen.
- **bestwestern.de/gruppen:** Umfangreiche Darstellung der Hotels auf der BWH eigenen Gruppen-Webseite sowie zielgerichtetes Onlinemarketing.
- **Präsenz auf den wichtigsten Messen** und Branchenveranstaltungen für Geschäftsreisen, MICE und Touristik (z. B. ITB, RDA Group Travel Expo, GTM) inkl. möglicher Beteiligung von Einzelhotels.

Die wichtigsten Leistungen im Bereich Partnermanagement:

- **Vertriebspartner im Tagungs- und Geschäftsreisemarkt:** Steuerung der Zusammenarbeit inklusive Koordination und Informationsaustausch mit den Verkaufsabteilungen der BWH Hotel Group. Verhandlungen von Konditionen und Rahmenverträgen mit Geschäfts- und Tagungsunternehmen.
- **Touristische Vertriebspartner:** Analyse und Auswahl touristischer Vertriebspartner sowie Verhandlungen von Konditionen und Rahmenverträgen. Hierzu zählen die wichtigsten nationalen und internationalen Reise-, Direktveranstalter und Bettenbanken (Wholesaler), Busreiseveranstalter, Paketreiseveranstalter, konzerngebundene Reisebüroketten und Incoming-Büros. Weiterhin stehen auch Zielgruppen mit enormen Entwicklungspotential in den Bereichen Sportreisen und barrierefreies Reisen im Fokus.

Die wichtigsten Leistungen im Bereich Produktmanagement:

- **Entwicklung und Vermarktung** der Tagungs-, Geschäftsreise- und touristischen Produkte unter Nutzung der jeweils effizientesten Marketing- und Kommunikationsinstrumente sowie Nutzung aller relevanten Vertriebskanäle gemäß einer sorgfältig abgestimmten Produkt- und Distributionsstrategie.
- **Best Business Advantage:** Geschäftsreiseprodukt für kleine und mittelständische Unternehmen.
- **Angebot von Pauschalreisen,** die in Katalogen deutscher und internationaler touristischer Reiseveranstalter veröffentlicht werden.

Die wichtigsten Leistungen im Bereich Marketing:

- **Direktmarketing und CRM** (Customer Relationship Management): Zielgruppenspezifische Kommunikation der Produkte und Angebote für alle Segmente auf Basis fortschrittlicher CRM- sowie sCRM Technologien.

• E-Mail-Marketing, z. B. regelmäßige Online-Newsletter, Aktivierungs- und Reaktivierungskampagnen

• Print-Kampagnen, z. B. Postkarten-Mailings

• Distribution von Special Interest Katalogen und Broschüren (z. B. Conference Planner, Gruppenplaner, Reisewelten, Barrierefreies Reisen)

- **Stärkung des Eigenvertriebs** durch Onlinemarketing für Produkte und Destinationen, Aktivitäten in den Bereichen Search Engine Marketing, Affiliate Marketing und Social Media.
- **Präsenz** von BWH in den wichtigen Branchenverbänden (RDA, VPR, VDR).
- **Vermittlung von Studienreisen** mit internationalen Multiplikatoren (Reisefachleute, Veranstalter und Journalisten) über z. B. die DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus).
- **Brand Marketing** durch spezifische Marketingaktionen und Partnerschaften, zugeschnitten auf die jeweiligen Zielgruppen der einzelnen Brands der BWH Hotel Group.
- **Content Marketing** durch eigenen Blog „mitREISEnd".

Weitere Vorteile der BWH Hotel Group:

- **Präsenz** bei den wichtigsten Vertriebspartnern national wie international.
- **Beteiligung an Messeauftritten** im In- und Ausland (direkte Teilnahme eines Repräsentanten Ihres Hauses ist optional möglich).
- **Listungsmöglichkeiten** in den Hotelprogrammen der wichtigsten globalen Geschäftsreisemittler (Konsortien und Ketten wie AMEX, CWT, DER, HRG, BCD und viele andere).
- **Optionale Teilnahme am Tagungsvertriebspaket:** beinhalt die Präsentation des Hotels im Printmedium „Conference Planner", professionelle MICE-Trainings und MICE-Newsletter sowie Darstellung in zahlreichen Online-Präsenzen und Katalogen von Vertriebspartnern zu vergünstigten Konditionen.
- **Optionale Präsenz** in der am Markt seit Jahren gut etablierten Publikation „Gruppenplaner" für deutsche und europäische Bus- und Gruppenreiseveranstalter mit Hotelbeschreibung, Gruppenraten sowie thematischen Gruppenreisearrangements der teilnehmenden Hotels.
- **Optionale Teilnahme** an zentralen Direktmarketingaktionen, Mailings oder Telemarketing.
- **Durchführung eigener Mailings** an Kundenkontakte unter Nutzung der Best Western Kundendatenbank (Adressnutzung frei, Produktion/Handling kostenpflichtig) in Abstimmung mit der Servicezentrale.
- **Cross-Selling-Aktion** im Tagungs- und Gruppenbereich.
- **Gemeinsame Entwicklung von Produkten** für verschiedene Zielgruppen und Beratung hinsichtlich der für Ihr Hotel geeigneten Vertriebswege.
- **Aktive Verkaufsunterstützung** und Kundenbetreuung zur Entlastung Ihrer eigenen Reservierungs- und Verkaufsabteilung.
- **Teilnahme Ihrer Sales-Mitarbeiter an Trainings** für Verkäufer sowie der jährlichen ProFit Tagung (für Hotelmitarbeiter aus Verkauf, Marketing, Empfang, Reservierung und Bankett).

Sicherung von Buchungsvolumen durch das Key Account Management und persönliche Kundenbetreuung durch den Tagungs- und Gruppenservice.

E-Commerce: Vorsprung durch Technologie und Online-Marketing

Erfolgreicher Online-Vertrieb durch direkte Schnittstellen zu den wichtigsten Online Travel Agencies und einfache Systempflege im Hotel durch Zwei-Wege-Schnittstelle zu der BWH Hotel Group.

Erfolgreicher Vertrieb durch Innovationen

GDS-Anbindung, Key Account Betreuung, Callcenter und eigene Publikationen – die BWH Hotel Group ist im klassischen Vertrieb optimal aufgestellt. Doch marktbestimmend sind heute in der Reisebranche die Online-Buchbarkeit, Suchmaschinen- und Empfehlungsmarketing sowie soziale Netzwerke. Die BWH Hotel Group nimmt innerhalb der Branche schon seit langem eine Vorreiterstellung im Bereich Vertriebs- und Kommunikationstechnologie ein und stellt den angeschlossenen Hotels modernste Systeme zur Verfügung.

Die wichtigsten Leistungen im Bereich Webtechnologie:

- **Central Reservation System:** Über das eigene CRS „Lynx" ist jedes Hotel automatisch mit allen relevanten Distributionskanälen weltweit verbunden.
- **Webseiten:** Eigene, responsive Webseiten als Herzstück des Online-Vertriebs – bestwestern.de, bestwestern.at, bestwestern.ch, bwhhotelgroup.de und bestwestern-ce.com in deutsch- und englischer Sprache.
- **bestwestern.com:** Zusätzlich zur deutschsprachigen Webseite der BWH Hotel Group ist Ihr Haus auf einer der erfolgreichsten Webseiten der internationalen Hotellerie vertreten – und das in den neunzehn weltweit meistgenutzten Sprachen.
- **Intranet:** Kommunikations- und Informationstool zwischen der Zentrale von BWH Hotel Group und allen angeschlossenen Hotels.
- **Content Management:** Das Enterprise Content Management System (ECM) ist eine hochmoderne Prozessmanagement Software, die es unseren Hotelbetrieben einfach macht, Content zu erstellen, zu verwalten und für interne wie externe Erhebungen und Angebotsabfragen bereitzustellen.
- **Mediendatenbank:** Mit sämtlichen Systemen verknüpftes Media Asset Management System, das unter anderem der Verwaltung Ihres Hotelbildmaterials (online wie offline) dient. Ferner erlauben hotelindividuelle Bereiche die Archivierung eigener digitaler Medien.
- **WebIT-System:** Einfaches, kostenfreies Tool, mit dem jedes unserer Hotels zusätzlich zur Web-Präsenz über bwhhotelgroup.de eine eigene Webseite mit separater URL erstellen kann.

Der für angeschlossene Hotels günstige Eigenvertrieb über eigene Webseiten steht im Mittelpunkt aller Maßnahmen.

E-Commerce: Senkung von Vertriebskosten durch Stärkung des Eigenvertriebs

Im Fokus steht die Umsatzmaximierung des Eigenvertriebs über die Webseite der BWH Hotel Group. Denn zum einen gehört die eigene Webseite zu den günstigsten verfügbaren Distributionskanälen für die angeschlossenen Betriebe, zum anderen werden hierdurch unsere Hotels unabhängiger gegenüber Online-Vertriebspartnern. Darüber hinaus steigert der Bereich die Markenbekanntheit durch serviceorientierte Kommunikation über zahlreiche Social Media Kanäle.

Die wichtigsten Maßnahmen im Bereich E-Commerce:

- **Search Engine Marketing** (SEM) in allen relevanten Suchmaschinen.
- **Affiliate Marketing** auf über 1.750 Partnerseiten.
- **Remarketing** Kampagnen zur Rückgewinnung von Webseitenbesuchern und zur Minimierung der Warenkorbabbrecher auf bwhhotelgroup.de.
- **Meta-Suchmaschinen:** Steuerung der Zusammenarbeit wichtiger Vergleichsportale (z. B. trivago, tripadvisor und Google) mit direkter Verlinkung auf bwhhotelgroup.de.
- **Social Media:** Aktive Kommunikation auf Facebook, Twitter, Instagram, eigenem Blog „mitREISEnd" etc.

Partnervertrieb als wichtiger Teil der Online-Distribution

Auch wenn der Eigenvertieb im Fokus der Maßnahmen im Onlinemarketingbereich steht, spielt der Vertrieb über Partner (OTAs, Bettenbanken, Online Tour Operator etc.) weiterhin eine zentrale Rolle.

Die wichtigsten Maßnahmen im Online-Partnervertrieb:

- **Globale Schnittstellen** bestehen aktuell u.a. zu Booking, Expedia, Trivago, Tripadvisor, Kayak und Google.
- **Optimale Darstellung** unserer Hotels auf Partnerseiten.
- **Bessere Konditionen** für unsere Hotels.
- **Direkte Anbindung** an die Systeme der BWH Hotel Group und damit eine Reduzierung des manuellen Aufwands.
- **Zentrales Partnermanagement,** um größtmögliche Marktanteile für die BWH Hotel Group zu sichern.
- **Zentrales Marketing,** um mit Partnerdaten zielgruppenspezifisch zu arbeiten und somit Budgets höchst effizient einzusetzen.

CRS-Schnittstelle: Prozessoptimierung durch Datenmanagement „state of the art"

Die Anforderungen des Marktes und der starke Konkurrenzdruck durch Hotelketten mit zentraler Systemsteuerung stellen die mittelständische Hotellerie vor immer größere Herausforderungen.

Die Datenübertragung aus einem zentralen Reservierungssystem oder anderen angeschlossenen Distributionskanälen in das Hotel Property Management System (PMS), die Pflege von Gästeadressen, die Auswertung der Kundeninformationen etc. sind häufig geprägt von einem hohen personellen Aufwand sowie zeit- und kostenintensiven Prozessen.

Die wichtigsten Vorteile der Zwei-Wege-Schnittstelle:

- **Vereinfachte Pflege:** Die BWH Hotel Group unterhält zertifizierte Schnittstellen zu vielen Hotel-PMS. Die Aktivierung der Schnittstelle entlastet Ihre Mitarbeiter von der separaten Pflege des Best Western CRS.
- **Effiziente Steuerung:** Direkte Schnittstellen zu den Online-Portalen Expedia, Hotelbeds, Agoda, Trip.com, Booking und vielen mehr reduzieren den manuellen Aufwand bei der Steuerung externer Buchungskanäle auf ein Minimum. Daten aus verschiedenen Buchungsquellen werden automatisiert und strukturiert in Ihrem Hotel-PMS zusammengeführt mit folgenden Zielen:

• Automatische Aktualisierung aller Vertriebskanäle über Ihr Hotel-PMS

• Bessere Daten- und höhere Informationsqualität, besserer Service

• Eliminierung manueller Prozesse zur Eingabe von Buchungen, Bearbeitung der Daten, Korrektur von Kommissionsabrechnungen etc.

Umsätze optimieren: Revenue Management

Die optimale Preisgestaltung sichert den wirtschaftlichen Erfolg und glaubwürdige Preise festigen Kundenbeziehungen. Darum verstehen wir es als Aufgabe, die Umsätze und das Marktpotential der Mitgliedsbetriebe zu analysieren und die Preis- sowie die Distributionsstrategie zu entwickeln und regelmäßig anzupassen.

Zu diesen allgemeinen Revenue Dienstleistungen können Sie zusätzlich konkrete Leistungen „einkaufen". Ein Team aus zertifizierten Revenue Managern unterstützt hierbei die Steigerung Ihres RevPAR und die Entlastung Ihrer Mitarbeiter.

Das Zusatzleistungsangebot im Revenue Management umfasst:

- Die tägliche Bewertung der Belegungssituation Ihres Hotels unter Berücksichtigung der prognostizierten Nachfrage und des definierten Mitbewerbersets.
- Die zeitnahe Umsetzung der mit Ihnen abgesprochenen Änderungen im Front Office System, im CRS und definierten Drittsystemen.
- Die Ausarbeitung von Vorschlägen zu Yield-Strategien.
- Die Sicherstellung und Einhaltung der mit Ihrem Haus festgelegten Preisstrategie.
- Die optimierte Nutzung der Best Available Rate (BAR) und aller abhängiger Raten unter Berücksichtigung der markeneigenen Buchungsplattformen.

Erfolgreiche Kundenbindung der BWH Hotel Group

Das mehrfach ausgezeichnete Kundenbindungsprogramm ist mit weltweit mehr als 42 Millionen Mitgliedern das am schnellsten wachsende Bonuspunktesystem der Branche.

Loyalität durch individuelle Vorteile

Das mehrfach ausgezeichnete Best Western Kundenbindungsprogramm ist mit weltweit mehr als 42 Mio. Mitgliedern – davon rund 1.3 Mio. Mitglieder in Central Europe – eines der erfolgreichsten Bonuspunktesysteme der Branche. Vielreisende sammeln Punkte bei jeder Übernachtung und tauschen diese gegen attraktive Prämien oder Freiübernachtungen in weltweit über 4.700 Hotels ein. Unser Kundenbindungsprogramm macht so Hotelgäste zu Stammgästen und generiert Folge- und Zusatzgeschäft für Ihr Hotel. Erfolgreiche Kundenbindung stärkt den Eigenvertrieb, erhöht unsere Reichweite und senkt Ihre Vertriebskosten.

Die wichtigsten Vorteile von Best Western Rewards:

■ **Kundenbindung:** Hotelgäste entscheiden sich auf Grund der Punkte, der Zusatzleistungen im Hotel und der Wertschätzung als Mitglied eher für ein Hotel als für einen Mitbewerber. In 2019 wurden durch unser Kundenbindungsprogramm über 65 Mio. € Umsatz in den Hotels der Region Central Europe generiert.

■ **Wertvolle Stammgäste:** Rewards Mitglieder haben 60 % mehr Aufenthalte als Nicht-Mitglieder, und mehr als die Hälfte buchen regelmäßig 2 oder mehr Hotels. Durch die verschiedenen Status Level werden zusätzliche Anreize geschaffen, damit Mitglieder ihre Übernachtungen platzieren. Der Status des Mitglieds richtet sich nach der Anzahl der Nächte, Anzahl der Aufenthalte oder den gesammelten Punkten pro Jahr. Top-Mitglieder verbringen jährlich 50-100 Nächte bei uns in mindestens 3 verschiedenen Hotels.

■ **Customer Relationship Management:** Unser Rewards Programm ermöglicht eine zielgruppenspezifische Kommunikation der Hotelangebote auf Basis fortschrittlicher CRM-Technologien:

• E-Mail-Marketing inkl. Online-Newsletter, Aktivierungs- und Reaktivierungskampagnen sowie aktionsbezogene Kommunikation

• Print-Mailings (z. B. Kontostand, Reaktivierungsmailings und Willkommenspakete)

■ **Stärkung des Eigenvertriebs** durch klare Vorteile für unsere Rewards Mitglieder:

• Da Punkte nur auf Buchungen durch eigene Vertriebskanäle vergeben werden, buchen Rewards Mitglieder 4-mal weniger über OTAs als Nicht-Mitglieder. Gleichzeitig werden Ihre Vertriebskosten entsprechend gesenkt.

• Unsere Rewards Mitglieder profitieren von exklusiven Rewards Raten, bei denen sie weltweit bis zu 10 % Reduktion auf den „Besten flexiblen Preis" erhalten. In Central Europe erhalten Mitglieder sogar bis zu 10 % auf den „Sparpreis" sowie den „Frühbucherrabatt". Die Rewards Raten sind ausschließlich über die eigenen Kanäle der BWH Hotel Group buchbar und stärken somit ebenfalls Ihren Eigenvertrieb.

■ **Zusatzgeschäft:** Der überwiegende Teil der gesammelten Punkte wird für Freiübernachtungen in unseren Hotels eingelöst, was in 2019 zu Zusatzumsätzen in Höhe von mehr als 560.000 € bei der BWH Hotel Group Central Europe geführt hat.

■ **Reichweite durch starke Kooperationen:** Durch ein großes Netzwerk von weltweit rund 30 Partnern wird die Attraktivität und Akzeptanz des Programms gesteigert. So können Vielreisende neben Best Western Rewards Punkten auch Airline Meilen ihres jeweiligen Vielfliegerprogramms sammeln.

■ **Zum Partnernetzwerk** gehören die Vielfliegerprogramme Miles & More mit rund 30 Mio. Mitgliedern sowie das Multipartnerprogramm PAYBACK mit über 30 Mio. Mitgliedern. Des Weiteren profitieren Rewards Mitglieder von unseren Kooperationen mit den Autovermietern Sixt und Avis. Durch diese namhaften Partner erhöht die BWH Hotel Group die Reichweiten für Marketingmaßnahmen erheblich und kann so neue Gäste für Ihr Haus gewinnen. Allein im Jahr 2019 haben diese Partnerschaften unseren Hotels ca. 11 Mio. € Umsatz gebracht.

Kommunikation & Public Relations

Unternehmenskommunikation

Strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist entscheidend für den Unternehmenserfolg. Die Präsenz der Einzelmarken und der Hotels in den Medien erhöht den Bekanntheitsgrad, schärft das Image und profiliert die Marken. Um die Kommunikation, den Dialog und den Informationsfluss mit den Medien sicherzustellen, gibt es bei der BWH Hotel Group den Bereich „Unternehmenskommunikation", der die interne Kommunikation als auch die externe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortet.

Die wichtigsten Leistungen der Unternehmenskommunikation:

■ **Überregionale Pressearbeit:** Pressemitteilungen zu allen relevanten News der Marken für die Publikums-, Fach- und Wirtschaftspresse, Distribution von Mitteilungen in nationalen und internationalen Medien, Durchführung von Pressegesprächen und Pressekonferenzen sowie Positionierung der Marken bei allen relevanten Messen und Branchenevents.

■ **Hotelindividuelle Pressearbeit:** Entwicklung von PR-Strategien, Unterstützung beim Erstellen von Pressemitteilungen und Organisation von lokalen Pressegesprächen, Pflege von Pressetext-Vorlagen und Pressemappen, Unterstützung bei Krisenkommunikation, PR-Beratung für Ihren Betrieb sowie PR-Schulungen für Ihre Mitarbeiter.

■ **Networking:** Pflege der Presse-Datenbank mit mehr als 7.000 Medienkontakten, Betreuung aller Recherche-Anfragen von Journalisten und Medienvertretern, Kontaktpflege zu allen relevanten Medien durch Networkingevents, Organisation von Pressereisen (Gruppen- und Individualreisen) für Key-Medien.

■ **Eigener Presse-Kanal** im Internet mit Medieninformationen und Pressebildern.

■ **PR über Social Media Kanäle** (Presse-Twitter-Kanal, Reiseblogger).

■ **Positionierung der Marken** in geeigneten TV-Formaten sowie im Hörfunk.

■ **Strategische Medienpartnerschaften** und Sponsoringkooperationen mit auflagenstarken Printmedien, Online-Portalen sowie TV und Hörfunk.

■ **Charity Aktionen:** Positive Aufladung des Markenimages durch zentrale Charity Aktionen.

■ **Employer Branding:** Positionierung der Marken und Hotels als attraktive Arbeitgeber.

■ **Analyse** von Presseclipping sowie Medienresonanzanalysen.

■ **Interne Kommunikation** über das Best Western Intranet mit tagesaktueller News-Redaktion und Hotel-Newslettern.

In-House Werbeagentur „Marketing Services"

Zu jeder starken Marke gehört auch ein „Gesicht", ein Corporate Design, das der Markenidentifizierung der Hotels dient, die Markenbekanntheit beim Verbraucher unterstützt und das Markenimage fördert. Für dieses „Gesicht" sind die Kommunikationsprofis der Servicezentrale zuständig und fungieren für Ihr Haus auf Wunsch gleichzeitig als Werbeagentur.

Die wichtigsten Leistungen von Marketing Services:

■ **Überregionale Kommunikationsmaßnahmen:** Konzeption, Gestaltung und Produktion von Promotions, Direktmarketing- und Anzeigenkampagnen, Infomaterial, Katalogen sowie Markenimage fördernden Maßnahmen im Offline- wie Online-Bereich.

■ **Kommunikationsmaßnahmen für Ihr Hotel:** Beratung, Konzeption, Gestaltung und Produktion von Broschüren, Tagungsunterlagen, Gastronomie-Promotions, Mailings etc.

■ **Corporate Design:** Beratung und Beantwortung Ihrer Fragen rund um die Brand Identity inklusive kompletter Umsetzung.

■ **Print on Demand:** Betreuung des Online-Systems zur einfachen Produktion CI-gerechter, hotelindividueller Drucksachen inklusive Einweisung Ihrer Mitarbeiter.

■ **Außenwerbung:** Beratung und Planung von CI-gerechter Leucht- und Außenwerbung in Verbindung mit empfohlenen Partnerfirmen.

Zukunft sichern durch Qualität

Aktives Reputationsmanagement und regelmäßige Prüfungen und Betreuungsgespräche durch zertifizierte Berater sichern die Qualität und damit die Wettbewerbsfähigkeit.

Qualitätssicherung für noch mehr Gästezufriedenheit

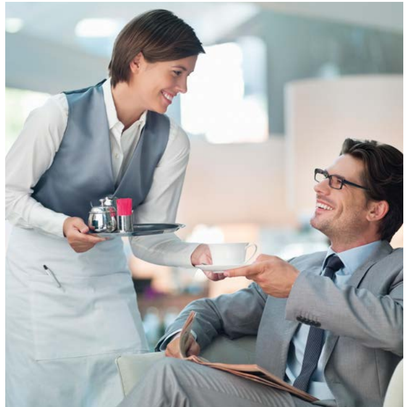
Die BWH Hotel Group verliert die Perspektive des Gastes nicht aus den Augen: Eine Stärke, die uns weltweit auszeichnet, ist die garantierte Qualität aller angeschlossenen Betriebe. Alle Best Western Hotels werden regelmäßig gemäß den weltweit gültigen Best Western Qualitätsrichtlinien geprüft. Dem Gast wird durch diese Prüfung die Garantie gegeben, dass er sich bei Best Western durchgängig auf gute Qualität verlassen kann.

Die wichtigsten Leistungen im Bereich Qualitätssicherung

- **Qualitätsprüfung:** Jährliche Prüfung Ihres Hotels durch unsere eigenen Qualitätsprüfer in den Bereichen Standards, Sauberkeit, Zustand, Servicequalität und Markenanwendung. Der Prüfbericht gibt Ihnen und Ihren Mitarbeitern wichtige Informationen über mögliche Schwachstellen in diesen Bereichen. Sollte die Qualität eines Hotels einmal unter dem Best Western Standard liegen, erhält es eine entsprechende Frist, um die beanstandeten Mängel abzustellen.
- **Design-Prüfung:** Durchführung einer Design-Prüfung in Ihrem Hotel vor der Aufnahme, um mit Ihnen gemeinsam eventuelle künftig anstehende Investitionen zu planen. Diese Design-Visits werden in regelmäßigen Abständen wiederholt.

Das Konzept „Serviceideen“ macht durch verblüffenden Service aus Gästen Stammgäste und hebt sich dadurch positiv vom Wettbewerb ab.

- **Betreuungsgespräche:** Wir besuchen Sie zu weiteren Betreuungsgesprächen pro Jahr vor Ort, um Ihnen die Möglichkeit für ein intensives Beratungs- und Analysegespräch mit Ihrer Servicezentrale zu geben. Hier analysieren wir mit dem Hoteldirektor und dem Führungsteam die einzelnen Vermarktungsbereiche auf optimale und effiziente Nutzung, sodass die Zusammenarbeit jederzeit weiter optimiert werden kann.
- **Reputationsmanagement:** Überwachung der Gästezufriedenheit durch Analyse der Best Western eigenen und der bekannten, großen Internet-Bewertungsseiten. Mit Hotels, deren Ergebnisse deutlich unter denen der gesamten Gruppe liegen, wird ein individueller Maßnahmenplan erarbeitet, um die Gästezufriedenheit zu verbessern.
- **Qualitätssicherung:** Durch den „Quality Performance Index“ geben wir Ihnen eine objektive Sicht auf das eigene Qualitätsniveau. In diesem System führen wir monatlich Daten aus verschiedenen Quellen zu den Themen Qualitätsprüfung, Gästereklamationen und Gästebeurteilungen zusammen und stellen diese jedem Hotel zur Verfügung inklusive einem Ranking innerhalb der Best Western Hotels zur Orientierung.
- **Servicequalität:** Um Best Western Hotels positiv vom Wettbewerb abzuheben und um aus Gästen markentreue Stammgäste zu machen, wurde eine Servicequalität-Initiative ins Leben gerufen, die mittlerweile zum festen Bestandteil der Qualitätsanforderungen geworden ist. Kern der Initiative ist es, das Serviceangebot als solches zu optimieren sowie bestehenden Service im Hotel sympathisch und aufmerksamkeitsstark zu inszenieren. Ziel hierbei ist es, den Gast durch die „andere Art von Service“ zu verblüffen und so nicht nur rational, sondern vor allem emotional anzusprechen. Hierbei unterstützen wir Sie durch viele Anregungen, regelmäßige Newsletter und Mitarbeiterschulungen. Zudem verpflichten sich die Hotels zur regelmäßigen Weiterbildung im Bereich Servicequalität.



Weiterbildung & Know-how-Transfer

Die Akademie

Die Anforderungen an Ihre Mitarbeiter und Führungskräfte nehmen stetig zu – wachsender Wettbewerb, gestiegene Gästewünsche, neue Technologien und unbekannte Aufgaben müssen bewältigt werden. Es gilt, sich permanent weiter zu qualifizieren und Wissen im Betriebsalltag umzusetzen. Deswegen bieten wir Ihnen mit unserer Akademie eine umfassende Auswahl an Trainings- und Weiterbildungsmöglichkeiten für alle relevanten Bereiche des Hotels an. Dazu gehören sowohl Präsenzseminare, Training Tutorials als auch Online-Seminare mit internen und externen Trainern. Das Themenangebot reicht von Grundlagen über Verkauf und Marketing bis hin zu Führungs- und Managementthemen.

Das Leistungsangebot der Akademie umfasst:

- **Externes Seminarangebot:** Unser Seminarpartner „Simmeth-Training“ ist spezialisiert auf Persönlichkeitsentwicklung, Verhalten und Kommunikation von Gastgebern. Offene Tagesseminare, Führungsseminare und die Gastro- und Business-Coach-Ausbildung stehen für Spaß, Erleben und Überraschung.
- **Interne Tagesseminare:** Kostengünstige BWH Hotelgroup Tagesseminare zu allen relevanten Fachthemen: Elektronische Distribution, PR und Presse, MICE, Serviceideen und weitere Themen.
- **E-Learning:** Kostenfreies, umfangreiches E-Learning-Angebot aus der Servicezentrale und Sonderkonditionen bei eCornell.
- **Zertifikate:** Für jedes teilgenommene Seminar erhalten Teilnehmer ein anerkennendes BWH Hotel Group Akademie Zertifikat.
- **Azubi-Seminare:** Teilnahme am Seminar für Auszubildende, kostenfrei für den Hotelnachwuchs.
- **Best Talents Day** für Young High Potentials.
- **Exklusive Trainings** des Trainingspartners Neumann, Zanetti & Partner (NZP), maßgeschneidert für für jeden einzelnen Mitarbeiter.
- **Regelmäßige Kommunikation** des Seminarangebots mit neuen Themen und News.
- **Beratung** über Weiterbildungsmöglichkeiten durch die Akademie.

„Best Friends“ Mitarbeiterprogramm

Für alle, die den Horizont erweitern möchten und auch mal ein anderes Hotel als das eigene aus dem BWH Hotel Group Markenportfolio kennenlernen wollen, haben wir das Mitarbeiterprogramm „Best Friends“ ins Leben gerufen. „Best Friends“ bietet allen Hoteliers und deren Mitarbeitern eine sehr attraktive Rate in den angeschlossenen Hotels der BWH Hotel Group auf Anfrage und nach Verfügbarkeit. Darüber hinaus stehen jedem Mitarbeiter europaweit fest definierte Sonderraten zur Verfügung. Teilnehmende kanadische und nordamerikanische Best Western Hotels bieten Mitarbeitern ebenfalls Rabatt an.

1000 Möglichkeiten.
Eine Company.
DEHAG Hotel Service AG

Die Marken der BWH Hotel Group Central Europe GmbH und das Leistungsportfolio der DEHAG-Unternehmensgruppe helfen, den wirtschaftlichen Erfolg langfristig zu sichern

DEHAG Hotel Service AG

Die DEHAG Hotel Service AG ist über ihre Tochtergesellschaft BWH Hotel Group Central Europe GmbH Masterfranchisegeber für deren Markenvielfalt in Deutschland, Luxemburg, Österreich, der Schweiz, Liechtenstein, Kroatien, Tschechien, Slowakei, Slowenien und Ungarn. Mit den einzelnen Hotels bestehen Dienstleistungsverträge auf Franchisebasis.

Zusammen mit ihren weiteren Tochtergesellschaften bietet die DEHAG-Unternehmensgruppe ein einzigartiges Portfolio an wichtigen Dienstleistungen für die Hotellerie: Vermarktung und Vertrieb, Schulungen, Kosteneinsparungen durch gemeinsamen Einkauf und strategische Beratung, Buchhaltungsservices und Managementleistungen oder sogar komplette Betriebsführung. Jeder Betrieb hat über die Gruppe den Zugriff auf den jeweils relevanten Baustein. Ziel der gesamten Unternehmensgruppe ist es, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu erhöhen und langfristig zu sichern.

progros Einkaufsgesellschaft mbH

Die progros Einkaufsgesellschaft mbH, Schwestergesellschaft der BWH Hotel Group Central Europe GmbH, ist die größte Einkaufsberatung und eine der führenden Einkaufsgesellschaften in der Hotellerie. Über 830 Hotels und Hotelketten nutzen progros für die Verbesserung Ihrer Einkaufskosten und Einkaufsprozesse und steigern damit Ihren Gewinn, Ihre Wirtschaftlichkeit und reduzieren Ihren Arbeitsaufwand.

Zu den Geschäftsfeldern der progros zählen:

- **Einkauf – mit System und zu besseren Preisen:** Schnelle und professionelle Kostensenkung durch Einkaufsvolumenbündelung mit direktem Zugriff auf exklusive Konditionen.
- **Web:Tools:** Ordering (Bestellungen, Warenwirtschaft) und Kreditorenmanagement: 100 % online, 100 % revisionssicher, 100 % profitabel.
- **Projekt – Neubau & Renovierung, effizient aus einer Hand:** Beschaffungsorganisation und -durchführung von beweglichem (OS&E) und verbundenem Inventar (FF&E) bei der Ausstattung und Einrichtung von neuen und zu renovierenden Hotels.
- **Consulting – Strategische Beratung:** Speziell auf Ihren Betrieb abgestimmte Beratungsleistung zur systematischen Optimierung Ihres Einkaufs.

Mit dem Anschluss an Best Western profitieren Hotels automatisch vom progros Einkaufspool:

- **Sofort verbesserte Einkaufskonditionen:** Direkter Zugang zu Zentraleinkaufskonditionen und Rahmenabkommen mit Sonderkonditionen bei 570 qualitätsgeprüften Lieferanten.
- **Professionelle Lieferantenauswahl:** Spezielle Auswahl für den Einkauf in der Hotellerie und in allen Beschaffungsbereichen wie Food & Beverage, Gastronomie-Equipment, Mobiliar und Einrichtung, Haustechnik, Housekeeping und Verbrauchsmaterial, Dienstleistungen, Kfz etc.
- **Einkaufsberatung:** Mehr als 35 erfahrene Einkaufsspezialisten aus der Hotellerie beraten Sie und verhandeln für Sie täglich.
- **E-Procurement:** Zeit- und Kostenersparnis durch das progros Online-Bestellsystem „FutureLog" (Europas marktführendes E-Procurement-System in der Hotellerie mit optionaler Warenwirtschaft).
- **Online-Portal:** Passwortgeschütztes Einkaufs-Portal mit Zugriff auf alle Lieferanten, Ihre Umsätze & Rückvergütungen, Ausschreibungsformulare, Marktinformationen sowie auf exklusive Sonderangebote.
- **Zahlungsabwicklung:** Zentrale Zahlungsabwicklung mit dem marktführenden Zentralregulierungssystem, elektronische Rechnungsübermittlung und Einkaufsstatistiken.
- **Weiterbildung mit der progros Akademie:** Zielgerichtete Seminare rund um das Themenfeld Einkauf mit Preisvorteilen für von progros betreuten Hotels.

Mehr Informationen finden Sie unter www.progros.de

Kostenoptimierung im Einkauf durch progros: Messbare Optimierung der Einkaufskosten sowie Verbesserung der Prozessabläufe im Einkauf und damit Verbesserung der Ertragslage Ihres Hotels insgesamt.

unitels consulting GmbH

Das 1996 gegründete Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen unterstützt und betreut mit seinem Mitarbeiterteam Hotels maßgeschneidert in finanz- und marketingtechnischen sowie operativen Fragen.

Zu den Geschäftsfeldern der unitels zählen:

- **Analyse und Beratung:** Von der Betriebs-, Standort- oder Schwachstellenanalyse bis hin zu kompletten Wirtschaftlichkeitsberechnungen – die Analyse und Beratung wird maßgeschneidert für den jeweiligen Bedarf eines Hotels konzipiert, um wirtschaftliche Optimierungsmöglichkeiten im Betrieb zu identifizieren. Hierzu verfügt die unitels über Spezialisten aus allen hoteltypischen Bereichen sowie über Experten in kaufmännischen Bereichen, Organisation, Buchhaltung, Einkauf, Marketing und Vertriebssteuerung. Bestehende Probleme im Betrieb können so erkannt und die richtigen Schritte empfohlen werden.
- **Hotelspezifischer Buchhaltungsservice:** Ein hotelspezifisches Berichtswesen (Uniform System of Accounts) ermöglicht einen monatlichen, abteilungsbezogenen Soll-Ist-Vergleich und dient als Steuerungsinstrument für das Hotelmanagement. Der gesamte Zahlungsverkehr kann nach den Angaben des Managements durch unitels erstellt und durchgeführt werden. Die budgetkonforme Erfassung aller Geschäftsvorfälle wird garantiert und bildet alle für die exakte Ermittlung des monatlichen Erfolges notwendigen Abgrenzungen und Rückstellungen.
- **Management und Betriebsführung:** Das Modell des Betriebsführungsvertrages (Management), umfasst die gesamte operative und kaufmännische Steuerung des Hotels auf Basis eines im Vorfeld abgestimmten und durch den Auftraggeber genehmigten Budgets. Somit kann der Auftraggeber auf Wunsch den Hotelbetrieb ohne Eigenleistung durch unitels führen lassen und sich somit aus der gesamten operativen Steuerung des Hotels zurückziehen.

allinvos GmbH

Die 2008 gegründete allinvos GmbH ist ein Dienstleistungsunternehmen für digitales Online-Rechnungs- und Kreditorenmanagement in Hotellerie, Gastronomie, Handel und Dienstleistung. Das Ziel der allinvos ist, sämtliche Prozesse rund um die Rechnungsabwicklung auf digitalem Weg zu verbessern, Durchlaufzeiten zu beschleunigen, Transparenz zu erhöhen und Zahlungsziele zu optimieren: multimandantenfähig, mehrsprachig und europaweit.

Die wichtigsten Leistungen von allinvos:

- **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.
- **Individuelles Reporting**, u.a. Einkaufspreisentwicklung, Liquiditätsbedarf, Skontoerlöse, Kreditorenumsätze.
- **Vertragsmanagement** für die komplette Verwaltung aller Liefer- und Dienstleistungsverträge.
- **Upload-Funktion** für Kaufaufträge, Lieferscheine etc. in einem System.
- **Procure-to-Pay-Lösung** dank Schnittstelle zu Online-Bestellsystem und -Warenwirtschaft.
- **Sicheres,** schnelles, verschlüsseltes Webportal mit Sicherheitsserver.

Aufnahmekriterien und Integration

Vor einem Markenanschluss gilt es gemeinsam intensiv zu prüfen, ob eine Markenzugehörigkeit den wirtschaftlichen Erfolg des Hotels am jeweiligen Standort steigern kann und ob das Hotel zur Markenfamilie passt. Eine Reihe von Aufnahmekriterien für ein Hotel müssen hierbei erfüllt sein.

Die wichtigsten Kriterien für den Markenbeitritt:

- **Qualität:** Qualitativ hochwertige Hotels oder Hotelneubauten müssen die weltweit einheitlichen Qualitätsanforderungen in den Bereichen Ausstattung und Services erfüllen, die jährlich überprüft werden. Die Kriterien richten sich nach den Anforderungen der jeweiligen Marke aus der BWH Hotel Group Markenfamilie.
- **Kategorie:** Das Hotel sollte mindestens im internationalen Drei-Sterne-Segment angesiedelt sein.
- **Größe:** Das Hotel muss eine passende Größe bzw. Zimmeranzahl haben, damit durch den Anschluss ein wirtschaftlicher Vorteil erzielt werden kann. Je nach Marke, Hoteltyp und Standort kann die Zimmeranzahl unterschiedlich sein, liegt meist jedoch bei über 30 Zimmern.
- **Standort:** Hotelstandorte können Großstädte, mittelgroße Städte, Industrie- und Wirtschaftsparks oder Ferienregionen sein.
- **Markenzugehörigkeit:** Spätestens zum Markenbeitritt darf das Hotel keiner anderen Marke oder Kooperation angehören.
- **Systemanbindung:** Das Hotel stellt seine GDS-Anbindung bei Mitgliedschaftsbeginn auf die BWH Hotel Group um und integriert eine Zwei -Wege-Schnittstelle zwischen hoteleigenem PMS und dem BWH eigenem Central Reservation System CRS sowie die BWH Buchungsmaschine auf der hoteleigenen Webseite.
- **Markenführung:** Das Hotel verpflichtet sich, die jeweilige Marke gemäß den Branding Standards zu führen. Ausgenommen hiervon sind die Soft Brands.
- **Marketing:** Das Hotel verpflichtet sich, an einheitlichen und weltweiten Marketing Programmen teilzunehmen.

Aufnahme und Integration

Mit dem Vertragsabschluss binden wir Ihr Hotel in enger Zusammenarbeit mit Ihnen und Ihrem Team schnell und einfach in die Markenfamilie ein. Diese Integrationsphase stellt sicher, dass Ihr Hotel zügig und professionell als Markenhotel positioniert werden kann.

Die ersten Schritte zum Markenanschluss – Ihr Einstieg in die BWH Hotel Group Familie

- **Beratung:** Interessierte Hoteliers erhalten ein kostenfreies, ausführliches Beratungsgespräch, bei dem die Chancen einer erfolgreichen Zusammenarbeit überprüft werden.
- **Aufnahme:** Nach Antrag auf Anschluss führt die BWH Hotel Group Central Europe GmbH eine erste Qualitäts- und Designkontrolle bezüglich der Markenstandards im Hotel durch. Die Ergebnisse werden anschließend gemeinsam mit dem Hotellier besprochen und notwendige Optimierungen zum Markenbeitritt zeitlich festgehalten. Der Beirat der DEHAG Hotel Service AG entscheidet dann letztlich über den Anschluss.
- **Schulung:** Während einer zweitägigen Kick-Off Veranstaltung in der Servicezentrale lernen Sie Ihre Ansprechpartner kennen und erarbeiten gemeinsam die Vermarktungs- und Preisstrategie Ihres Hotels. Bei einem darauf folgenden Workshop im Hotel präsentieren wir Ihrer Belegschaft die neuen Optionen der Marke sowie die Vorteile der Serviceideen-Initiative.
- **Starterpaket:** Um die Markeneinführung und Kommunikation nach außen zu erleichtern, erhält Ihr Hotel in der Integrationsphase unter anderem eine Erstausstattung an Logoartikeln. Zudem unterbreiten wir Möglichkeiten zu Direktmarketing- und PR-Aktionen mit dem Ziel, Ihr Haus professionell am lokalen und nationalen Markt als neues Hotel zu kommunizieren.
- **Corporate Design:** Sie erhalten von uns Gestaltungsvorschläge zur Außenwerbung und für Drucksachen. Ferner werden Aktivitäten zur Kundenkommunikation mit Ihnen abgestimmt. Innerhalb eines vorgegebenen Zeitraumes gilt es für Sie, den Markenauftritt im Hotel und nach außen umzusetzen und die Marke sichtbar zu machen.
- **Sales & Marketing:** Ihr Hotel wird weltweit in allen relevanten Vertriebssystemen buchbar gemacht (GDS, Reservierungssystem, branded Websites), als neues Hotel in passende Marketingmaßnahmen integriert und in das jeweilige Loyaltyprogramm eingebunden.

BWH Hotel Group – eine gute Entscheidung

Die Markenbekanntheit als eine der größten Hotelorganisationen weltweit in Verbindung mit dem Mitspracherecht der angeschlossenen Full Brand Hotels bei wichtigen Strategieentscheidungen sowie das umfangreiche Leistungsspektrum und das technische Know-how der Servicezentrale machen die die BWH Hotel Group 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 der BWH Hotel Group. Diese Ziele „Hand in Hand" zu erreichen, ist das Bestreben der Gemeinschaft von Hotels und Servicezentrale.

Marcus Smola
Carmen Dücker
Geschäftsführung

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

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@bwhhotelgroup.de

Andreas Westerburg
Head of Hotel Development & Member Services

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

BWH Hotel Group®

Sie möchten noch mehr über das Leistungsspektrum
der BWH Hotel Group 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@bwhhotelgroup.de
bwhhotelgroup-development.de

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

WorldHotels® Collection · BW Best Western® Hotels & Resorts · SureStay® Hotel Group