



„Ein Haus allein in einem Land macht keinen Sinn“

Die Expansion innerhalb Europas ist Teil der neuen Strategie der H-Hotels, die zugleich ihr Markenprofil schärfen und bereinigen. Tophotel sprach im kürzlich eröffneten H2 Hotel Mainz mit CEO Thomas Haas über Details der künftigen Ausrichtung.

Bei den H-Hotels wird derzeit kräftig umstrukturiert. Das Team arbeitet auf Hochtouren an der Zukunft der Gruppe und hat sich dabei viel vorgenommen. „Wir repositionieren unsere Marken“, erläutert CEO Thomas Haas, der der H-Hotels-Geschäftsführung seit Januar 2023 angehört. „Die Abgrenzung zwischen H4 und Hyperion ist zu unscharf. Hyperion wird von uns neu positioniert und klarer als Premiummarke hervortreten. Wir gehen dabei tief ins Sinus-Milieu und schauen uns sehr genau an, was Premiumgäste wirklich brauchen.“ Besonders interessant an Hyperion sei das hohe Ratenwachstum in diesem Segment der Hotellerie.

Im Gegensatz zu Hyperion spiele H4 auch eine große Rolle im Convention-Bereich. H2 als Marke im Budget-Bereich habe sich sehr gut positioniert. Derzeit sind von dieser Marke acht Hotels in Betrieb, noch in diesem Jahr werden drei weitere in Wien, Erfurt und Saarbrücken an den Start gehen. Mit H2 setzten die H-Hotels bereits zweimal auf Multimarken-Konzepte: In Berlin teilen sich zum Beispiel ein H4 und ein H2 einen Standort am Alexanderplatz, in Leipzig entstand eine Symbiose aus Hyperion und H2. Bei der künftigen Expansion werden Modelle wie diese ebenfalls in Betracht gezogen. Eine Besonderheit der H2 Hotels ist ihr hoher Anteil an



1+2 Das Design im H2 Hotel in Mainz ist frisch und modern. Die Komfort-Doppelzimmer verfügen über offene Bäder.

Mehrbettzimmern, die gern von Freundesgruppen oder Familien gebucht werden. Er liegt grob gerechnet bei etwa einem Viertel der Zimmeranzahl eines Hotels.

Weiter vorantreiben möchten die H-Hotels auch die Verbreitung ihrer Hostel-Marke „H.ostel“. „Sie eignet sich besonders für Conversions und ist angesichts des wachsenden Leerstandes von Büroimmobilien sehr attraktiv“, so Haas. Anders gestalte sich die Expansion bei der Serviced-Apartment-Marke „H.omes“. „Wir prüfen hier selbstverständlich Anfragen und steigen ein, wenn sie uns am entsprechenden Standort sinnvoll erscheinen. Wir suchen aber in diesem Segment nicht aktiv, weil es eine komplett andere Vermarktungsschiene hat.“ Parallel zur Markenschärfung arbeiten die H-Hotels intensiv an ihrer Ratenstrategie. „Der Anteil an Direktbuchungen liegt über unsere sechs Marken hinweg etwa bei einem Drittel. Aber ohne OTAs geht es eben auch nicht mehr.“

Sehr viel personelle Power erfordere die neue Ausrichtung des Unternehmens auf die Internationalisierung, wobei hier vor allem Länder und Regionen ins Auge gefasst werden, die an Deutschland angrenzen, wie beispielsweise Frankreich, Italien, die Benelux-Länder oder Skandinavien. „Vor allem im Ausland wollen wir Cluster bilden, ein Haus allein in einem Land macht dort keinen Sinn“, so Haas. „Das heißt dann aber auch, dass es 2030 werden kann, bis sich unsere Pläne im Ausland so reali-



“
Hyperion wird von
uns neu positioniert
und klarer als Premium-
marke hervortreten.“

Thomas Haas, CEO H-Hotels



sieren, wie wir sie uns vorstellen.“ Derzeit betreiben die H-Hotels im Ausland fünf Hotels in Österreich (H+ und H2 in Wien, H+ und Hyperion in Salzburg, H+ in Ried im Innkreis), ebenfalls fünf in der Schweiz (Hyperion Basel, H4 Locarno, H4 Solothurn, H+ Zürich, H+ Engelberg) und ein H2 in Budapest. Noch im ersten Halbjahr 2024 ist die Eröffnung eines besonders ehrgeizigen Projekts vorgesehen: Das im 140 Meter hohen Tour Pleyel gelegene H4 Hotel Wyndham Paris Pleyel Resort wird außer 700 Zimmern und mehreren Restaurants auch eine Rooftop-Bar und den höchsten Hotelpool Frankreichs bieten. Das Hotel schließt sich zudem an ein Konferenzzentrum mit 4.500 Quadratmeter Tagungsfläche an. Mit

Wyndham arbeitet die H-Hotels Group seit vielen Jahren im Bereich Reservierung zusammen. Das Haus in Paris wird jedoch das erste sein, das den Namenszug des Partners trägt. „Wir möchten in Paris vom hohen Bekanntheitsgrad Wyndhams in den USA profitieren“, erläutert Haas und kündigt an: „Wir werden unsere Zusammenarbeit mit Wyndham intensivieren.“

Food-Konzept überarbeitet, HR gut aufgestellt

Alle H-Hotels bieten Restaurantleistungen an. Bei H2 beispielsweise ist dies ein umfangreiches Frühstücksbuffet, plus Selbstbedienungskonzepte am Nachmittag und am Abend. H+ baut gerade sein Konzept „Friedrichs Schnitzel-Bar“ aus, das bereits gut in Eschborn, Bad Soden und Lübeck angenommen wurde. „Wir haben unser Food-and-Beverage-Konzept überarbeitet und dabei noch mehr frische Produkte aufgenommen“, so Haas. „Frische ist uns wichtiger als große Karten.“

Im Bereich der Fach- und Führungskräfte sieht Haas das Unternehmen überdurchschnittlich gut aufgestellt: „Wir haben viele langjährige Mitarbeiter in unseren Bestandshotels.“ Schwieriger sei es, Positionen in neuen Häusern zu besetzen. Dafür habe man eine Abteilung Training und Development geschaffen, die sich noch stärker darauf konzentriere, fachfremde Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schulen. Trainings fänden sowohl an zentralen Orten als auch in den einzelnen Häusern statt. Nach dem Train-the-Trainer-Prinzip würden Mitarbeitende der Hotels zu Trainern ausgebildet, die Grundelemente der Trainings vor Ort abbilden könnten. „In der Praxis kann das dann zum Beispiel so aussehen, dass der Hoteldirektor feststellt, dass eine Housekeeping-Kraft eine so positive Ausstrahlung hat, dass er sie gern weiter-



H-HOTELS

Gegründet: 1969

Geschäftsführung: Alexander Fitz, Thomas Querl, Thomas Haas

Zahl der Hotels: 65 (24.000 Betten)

Hotels pro Marke: 9 Hyperion Hotels, 13 H4 Hotels (inkl. Paris), 11 H2 Hotels (inkl. Saarbrücken, Wien und Erfurt), 30 H+Hotels, 1 H.omes, 1 H.ostels

Gesamtumsatz: 367,2 Millionen Euro netto

Auslastung: 67,73 Prozent

ADR: 108,07 Euro netto

RevPar: 72,77 Euro netto

Mitarbeiter: 2.000

Kontakt: www.h-hotels.com



2



3

bilden und in einer anderen Abteilung einsetzen würde. In diesem Fall kommt die Förderung zum Einsatz.“ Es sei höchste Zeit, dass sich alle Institutionen – ob IHK oder Dehoga –, sowie die Politik stärker denn je dafür einsetzen, Handwerk und Dienstleistung attraktiver zu machen. Auch in Kombination mit der Digitalisierung. „Der Self-Check-in und -out nimmt zu. Irgendwann werden den Gästen nur noch einzelne Mitarbeiter an den Stationen weiterhelfen, wie das die Airlines heute schon tun“, glaubt Haas.

Für ein positiveres Arbeitsklima könnte auch der wachsende Einfluss von ESG-Maßnahmen führen. „Mehrere Mitarbeiter beschäftigen sich mit diesem Thema und implementieren das Erarbeitete über Fachkreise im Unternehmen“, so Haas. Dies reiche vom Lieferkettengesetz über Nachhaltigkeit bis zu Sozialleistungen für

die Beschäftigten. „Mir ist wichtig, dass wir ESG leben. Deshalb bauen wir das Thema Schritt für Schritt weiter auf“, fügt Haas hinzu.

Drei Geschäftsführer an der Spitze

Die H-Hotels mit Sitz in Bad Arolsen zählen zu den größten privat geführten Hotelgesellschaften Deutschlands. Gegründet wurde die Gruppe 1969 unter dem Namen Treff Hotels von Helmut Fitz. Er übergab die Unternehmensführung im Jahr 2000 an seinen Sohn Alexander. Die Treff Hotel AG wurde zur Hospitality Alliance AG. Ende 2014 firmierte die Gruppe neu unter dem Namen H-Hotels. An der Spitze stehen der geschäftsführende Gesellschafter Alexander Fitz, CFO Thomas Querl und CEO Thomas Haas.

Susanne Stauf

1 Das neue H4 Hotel Wyndham Paris Pleyel Resort befindet sich in einem 140 Meter hohen Turm.

2 Eine Besonderheit der H2 Hotels ist ihr hoher Anteil an Mehrbettzimmern.

3 Blick in die Lobby des Hyperion Hotels in Leipzig.



ULMRICH

HOTEL . OBJEKT . DESIGN

HOTELEINRICHTUNGEN NACH MASS ANKOMMEN & WOHLFÜHLEN

Die Ulmrich GmbH - Ihr Ansprechpartner für innovative Hotelkompletteinrichtungen. Von der ersten Planung bis zur finalen Montage stehen wir Ihnen zur Seite, um Ihre Vision zum Leben zu erwecken. Zeitgemäße Raumkonzepte und flexible Einbaulösungen garantieren ein Ambiente zum Wohlfühlen, das Ihre Gäste begeistern wird.

ULMRICH GMBH

Austrasse 5 · 97996 Niederstetten · Tel 07932 60680

info@ulmrich-hoteleinrichtungen.de · www.ulmrich-hoteleinrichtungen.de

