



**GOLD INN**<sup>®</sup>  
HOTEL MANAGEMENT

**UNTERNEHMEN**

# DIE PHILOSOPHIE



## WILLKOMMEN

Das globale Dorf. Das Internet. Email. Vernetzte Systeme. Willkommen im 21. Jahrhundert.

Und doch, oder vielleicht gerade deshalb, berühren uns Dinge besonders die eine persönliche Note haben, ortsgebunden sind, in einer ganz speziellen Umgebung eingebettet sind. Real sind. Wie zum Beispiel ein perfekt geführtes Hotel.

## DAS BESTE AUS BEIDEN WELTEN

Eine wachsende Zahl von Hotels in ganz Deutschland.  
Geführt wie ein einziges Hotel. Durch intelligente  
Prozesse und modernste IT.  
Jedes individuell zu erleben. Durch eine maximale Fokus-  
sierung des lokalen Personals auf jeden einzelnen Gast.



## WIR GLAUBEN AN „ALLES IN EINEM“

Wir glauben nicht an die Trennung von Business- und Freizeit-Hotel. Wir glauben an das Tagungs-Wochenend-Wellness-Kultur-Geschäftsreisen-Hotel. In dem man gesund frühstücken, vorzüglich zu Abend essen und gute Drinks genießen kann. Erhöhen damit die Optionen für unsere Gäste, den Mix unseres Publikums und nicht zuletzt die Auslastung und damit den Ertrag unserer Häuser.



## WIR GLAUBEN WENIGER IST MEHR

Wir finden die Größten zu sein, die Teuersten und die Lautesten ist ein wenig altmodisch. Wir müssen nicht den Mund voll nehmen mit exquisiten Möbelmarken oder den Namen der Prachtboulevards dieser Welt. Wir halten es für besser, mit unseren Gästen zu kommunizieren und ihnen zuzuhören. Darüber wie wir ihnen helfen können. Was sie brauchen. Und was nicht.



# DAS UNTERNEHMEN



## STRUKTUR

In unseren Hotels dreht sich alles um Menschen, also das Wesentliche: Um Gäste und Mitarbeiter. Alles andere wird zentral erledigt. Nicht nur Buchhaltung, Personal, Einkauf und IT wie in der Branche üblich, sondern auch Marketing, Sales, PR, Revenue Management und sogar das Veranstaltungsmanagement.

Durch unsere zentralisierten Prozesse können wir ganz anders auftreten als ein einzelnes Hotel. Sind flexibler. Können unsere ganze Kraft an einem Ort einsetzen, wenn sie benötigt wird. Müssen sie nicht dort parken, wo sie nicht benötigt wird. So erzielen wir mehr. Mehr Service, mehr Qualität, mehr Erlebnis für unseren Gast. Und haben weniger Kosten. Und das wichtigste: kosten weniger.

In unserer Unternehmenszentrale beschäftigen wir hochqualifizierte Spezialisten. Experten auf ihrem Gebiet, die sich über ihr Können definieren, nicht über Titel. Unsere Hierarchien sind flach, unsere Wege sind kurz. Das führt zu schnellen Entscheidungen und dazu dass eine gute Idee nicht in Gremien verwässert. Sondern uns kontinuierlich besser macht.

## IT & SYSTEME

Für uns bedeutet „IT“ intelligente Technik. Wir verbinden Property Management Systeme, Kassen-, Warenwirtschafts- und Beschaffungssysteme sowie unser Rechnungswesen zu einem integrierten System. Haben eine automatisierte Schnittstelle zu externen und internen Buchungssystemen.

Und das Beste: Ein hochentwickeltes Dokumentenmanagement-System verwaltet und verteilt alle benötigten Unterlagen systematisch im ganzen Unternehmen. Vom Rechnungsbeleg bis zum Lieferschein, von der Gästebuchung bis zum Liefervertrag; alles als ein Workflow organisiert. Das Ergebnis: Höchste Transparenz bei absoluter Prozesssicherheit und Schnelligkeit. Und eine wesentliche Voraussetzung für unseren hohen Zentralisierungsgrad, der bares Geld spart.



# EINKAUF

Damit Einkaufen uns Spaß macht müssen drei Dinge gewährleistet sein: höchste Qualität, hervorragende Konditionen und absolute Zuverlässigkeit. Bei der Auswahl unseres Partner- und Lieferantennetzwerks legen wir Wert auf langfristige Zusammenarbeit. Legen Wert darauf, dass wir die Lieferantenbasis für alle Hotels so weit wie möglich vereinheitlichen. Zentralisieren unseren Einkauf und unsere Beschaffungssysteme. Und erreichen somit Transparenz, Kostenkontrolle und Volumenbündelung im Einkauf.

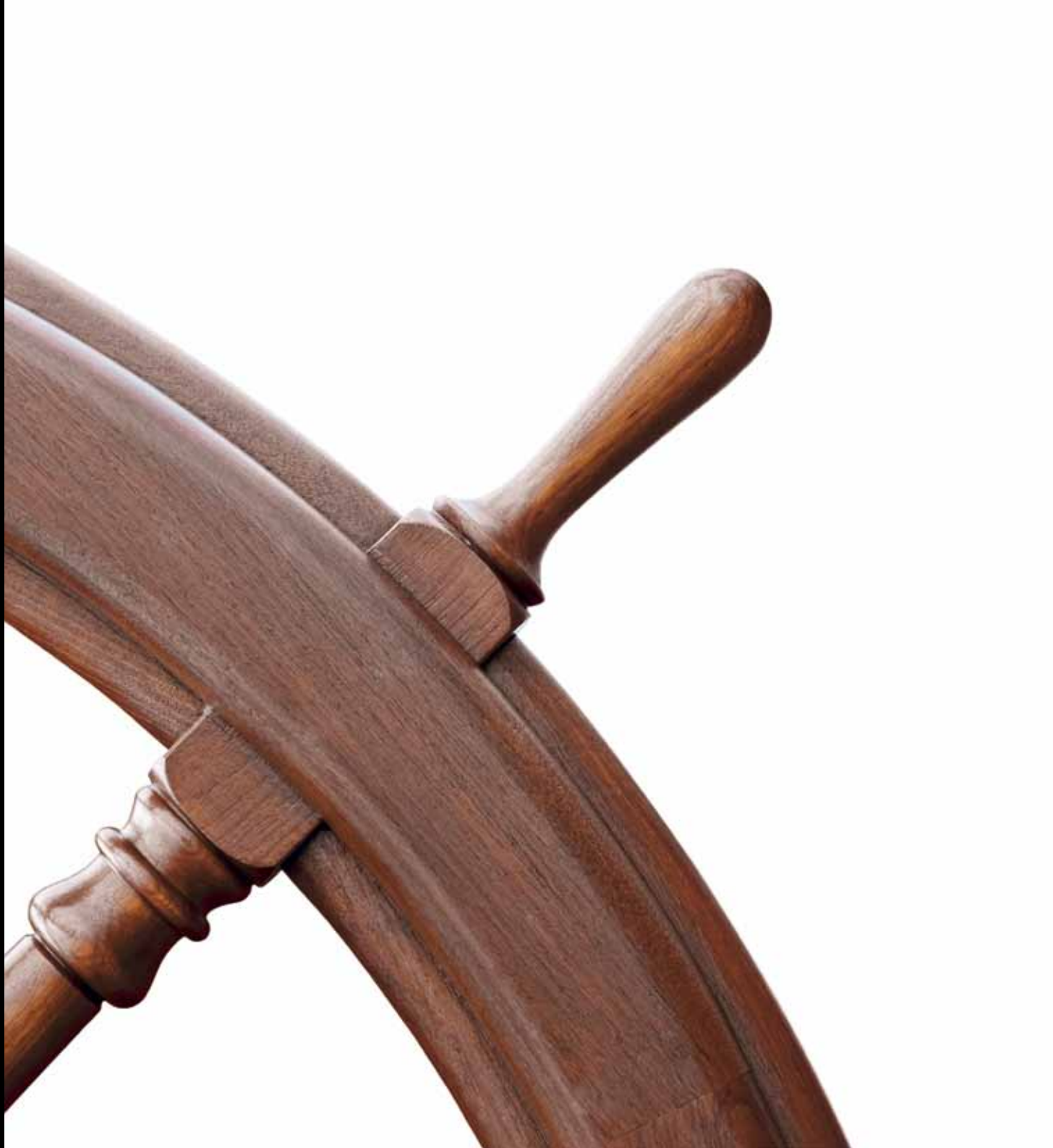


# OPERATIONS & QUALITÄTSMANAGEMENT

Wir erlauben Querdenken und begrüßen Quereinsteiger. Aber es ist uns auch wichtig, dass unsere Mitarbeiter ihr Geschäft verstehen. Es gelernt haben. Unsere Mitarbeiter in der Zentrale verfügen über langjährige, detaillierte Operations-Erfahrung. Haben im Hotel das Knowhow erworben, das Wesentliche zu erkennen und das Gute zu optimieren. Bottom-Line.

Wir legen Wert auf Individualität, aber wissen, dass die meisten Dinge am besten funktionieren, wenn man sie schon tausendmal gemacht hat. Unser exzellentes Qualitätsmanagement stellt sicher, dass die Basics stimmen. Dass die grundlegenden Prozesse wie ein Uhrwerk laufen, nicht die Zeit nehmen von den außergewöhnlichen Extras. Wir haben umfassendste Aufbau- und Ablaufanweisungen für jeden Bereich, schulen sie ausführlich, hinterfragen sie regelmäßig und überwachen kontinuierlich die Einhaltung.

So generieren wir bei unseren Gästen das beruhigende Gefühl, sich keine Sorgen machen zu müssen. Um über die besonderen Wünsche nachdenken zu können.





## UNSERE HOTELS

Die individuelle, einzigartige Gestaltung macht jedes unserer Häuser zu einem Erlebnis.  
Die hohe Produktqualität und die einheitlichen Servicestandards sorgen dafür dass unsere Gäste sicher sein können, was sie erwartet.



## CRM & GUEST RELATIONS

Unsere große - und noch wichtiger: gepflegte - Gästedatenbank ist die Basis für eine nutzenstiftende Kommunikation mit unseren Gästen.

Ob vor oder nach ihrem Aufenthalt, zu besonderen Veranstaltungen oder Tagen, ob per Email oder per Post. Wir wissen wie wir sie erreichen und womit wir sie bewegen können. Somit entwickeln wir unsere Kunden strategisch.

Wir glauben nicht an standardisierte VIP Programme für den einen besonders illustren Gast. Wir hören lieber jedem Gast zu und studieren seine Vorlieben.

Und stellen uns schon beim zweiten Besuch darauf ein. Wir behandeln jeden Repeat Guest nach unserem Verständnis von VIP: Very Individual Person. Und sind überzeugt davon, dass wir auch deshalb überdurchschnittlich viele wiederkehrende Gäste haben.



## REVENUE & DISTRIBUTION

Unser hochspezialisiertes Team macht und bewacht unsere Raten. Bei uns stand IDS schon immer neben GDS, wir kooperieren eng mit den wichtigsten Buchungsportalen und haben ein tägliches professionelles Yield-Management.

Damit die beste Rate für unseren Gast auch zum optimalen Ertrag für uns und unsere Investoren wird.

Bei aller Begeisterung für Technik wissen wir aber auch, dass manchmal Menschen mit Menschen sprechen wollen. Daher haben wir auch unser eigenes Call Center. Rund um die Uhr erreichbar, sieben Tage die Woche.



## SALES

Unser Sales wird zentral gesteuert. Aus Berlin. Mit erfahrenen Mitarbeitern für Übernachtungs- und Tagungsgeschäft. Mit einer zentralen Kundendatenbank und einem professionellen Key Account Management. Hier werden große Kooperationen und Kunden rundum betreut, unsere Präsenz auf Messen und wichtigen Events geplant und organisiert.

Wir wissen aber auch, dass es regionale Kompetenz und Nähe braucht. Daher haben wir in unseren Regionen Vertriebsmitarbeiter vor Ort. Die verstehen, was vor Ort gewünscht wird, sehen was vor Ort im Hotel passiert. So gewährleisten wir beides: Chancen im Großen und im Kleinen zu nutzen.



# MARKETING

Es gibt immer auch den Gast, der einfach nur irgendwo übernachten muss. Nur auf den Preis schaut oder nur auf die Entfernung zu seinem Termin. Aber es gibt immer mehr Gäste, die auch bei der Wahl ihres Hotels darauf achten, dass es zu ihnen passt. Die umworben werden wollen und inspiriert. Und die schon vor der Buchung Sicherheit haben wollen.

Unsere Marketingabteilung ist in Berlin. Am Puls der Zeit und innovativ. Durch die Zentralisierung erreichen wir auch hier eine hohe Standardisierung der Prozesse, höchstmögliche Durchgängigkeit in Form und Inhalt unserer Kommunikation und schaffen mit DORMERO eine Produktmarke, die konsequent und stark ist. Offline und online.



# DIE ENTWICKLUNG

## STRATEGIE

Unsere Standort-Strategie ist nicht darauf aus, möglichst schnell das ganze Land zu bedecken. Wir erschließen Regionen. Nutzen Synergieeffekte. Bündeln auch unsere Ressourcen vor Ort soweit wie möglich.

Unsere Development-Strategie zielt nicht darauf ab, möglichst einheitlich große Häuser zu entwickeln, sondern den Bedarf zu ermitteln und realistisch zu bedienen.

Dabei setzen wir uns Mindeststandards: 4\*+ Segment, Zimmergrößen von mindestens 22 qm, im Schnitt 25 qm, mindestens 120 Zimmer pro Haus. Eine Lobby mit Café und Bar, mindestens ein Tagungsraum, ein Fitnessraum und ein Wellnessbereich mit Sauna und Dampfbad sind für uns unverzichtbar.



## UNSER ZIEL

10-15 weitere Hotels in den kommenden fünf Jahren.  
Dabei fokussieren wir uns auf zweierlei Standorttypen.  
Zum einen besetzen wir in den Primärdestinationen 1b  
Lagen mit Potential. Mit einem erwiesenen Mikromarkt,  
zum Beispiel in Messenähe. Zum anderen entwickeln wir  
Sekundärdestinationen (Städte mit mindestens 100 Tsd.,  
meist sogar über 300 Tsd. Einwohnern) mit einem ambi-  
tionierten Anspruch: Das erste Haus am Platz zu sein.



## DEVELOPMENT

Wir analysieren genau, bevor wir uns für ein neues Projekt entscheiden. Dies tun wir in der beruhigenden Gewissheit, dass wir danach mit höchster Geschwindigkeit agieren können. Unsere Markenstandards definieren das Gerüst auf dem wir ein neues Haus schnell und sicher aufbauen, das Gerüst auf dem sich aber auch die individuelle Architektur flexibel und sicher entfalten kann.

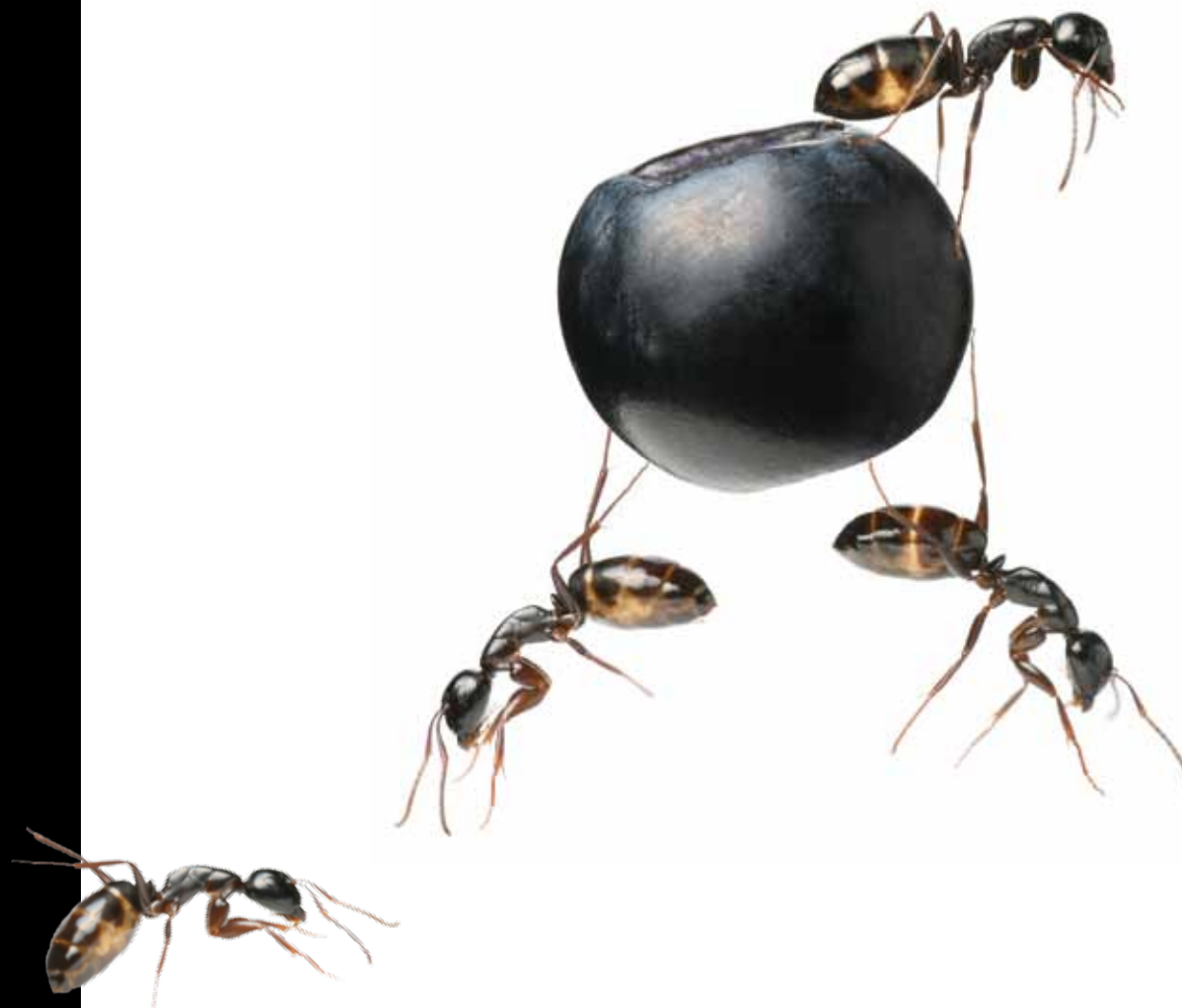
Unsere mittelständische Gesellschafterstruktur ermöglicht höchste Entscheidungsgeschwindigkeit, die langjährige Erfahrung in der Hotelprojektentwicklung und Umsetzungsbegleitung schafft Sicherheit und unser Partnernetzwerk verbundener Firmen für Bau- und Innenausbau hat sich in zahlreichen Projekten erfolgreich bewährt.

Und durch die weitreichende Zentralisierung von Verwaltungs- und Managementfunktionen ist jedes neue Haus innerhalb kürzester Zeit betriebsbereit, sobald der letzte Handwerker das Gebäude verlässt.



## DIE GOLD INN

Eine auf den ersten Blick gar nicht so große Firma, die mühelos im Konzert der ganz Großen mitspielen kann. Darauf vertrauen unsere Partner wie die Nürnberger Lebensversicherung AG und die STRABAG Real Estate GmbH und das bescheinigt uns auch die Treugast Solutions Group mit ihrem A-Rating. Lassen auch Sie sich überzeugen.





**GOLD INN**<sup>®</sup>  
HOTEL MANAGEMENT

## KONTAKT

GOLD INN AG  
Bundesallee 39 | 40a  
D-10717 Berlin

Telefon +49 (0)30 202 131 00  
Fax +49 (0)30 202 139 91  
[info@gold-inn.de](mailto:info@gold-inn.de)