



Vom Portfolio zur Marke: B&B HOTELS Central & Northern Europe startet neue Ära

Deutschlands größte Hotelmarke stellt strategische Weiterentwicklung vor – CEO Arno Schwalie setzt auf Menschen, Markenprofil und nachhaltige Expansion

Hochheim, 02. Juli 2025 – „Change is needed when things are supposedly at their best,“ sagt Arno Schwalie, CEO B&B HOTELS Central & Northern Europe anlässlich des General Meetings vergangene Woche in Wien und treibt pünktlich zum Jubiläum der Hotelkette die strategische Weiterentwicklung in der Region voran. Aus dem Immobilienentwickler wird eine echte Hospitality-Marke, die Erlebnisse schafft – getragen von Menschen, die Gäste begeistern. „Unsere Vision lautet: People First, Operational Excellence und ein unverwechselbares Gästelerlebnis, basierend auf nachhaltigem Wachstum.“

35 Jahre und es geht erst los

Seit der Gründung 1990 hat sich B&B HOTELS mit heute 900 Hotels in 17 Ländern als führender Player im Value-for-Money-Segment etabliert. Doch die Zukunft verlangt mehr als starke Immobilien. „35 Jahre sind ein Meilenstein, aber vor allem der Startpunkt für eine neue Ausrichtung“, so Schwalie weiter. „Wir verfügen über ein exzellentes Portfolio, starke Entwicklungspartnerschaften und eine klare wirtschaftliche Basis. Jetzt ist der richtige Moment, unser Geschäftsmodell weiterzuentwickeln und vom Immobilienentwickler zur echten Hospitality-Marke zu werden, mit Fokus auf unsere Gäste, Hoteliers und Mitarbeitenden.“

Vom Entwickler zur Hospitality-Marke

Im Zentrum der Neuausrichtung für die Region Central & Northern Europe steht der Aufbau operativer Exzellenz in allen Bereichen. „Wir wandeln uns von einem Entwickler mit operativer Erfahrung zu einem Hospitality-Unternehmen mit starker Markenidentität und herausragendem Gästelerlebnis“, so Schwalie. Mit aktuell mehr als 25 geplanten Neueröffnungen im laufenden Jahr und einem



ambitionierten Expansionsplan von 500 Hotels bis 2030 setzt B&B HOTELS zwar weiter auf Wachstum – allerdings differenzierter und gezielter. Besonders in den Bereichen Vertrieb, Revenue Management und Marke, aber auch der Guest Experience sieht Schwalie großes Potenzial. Parallel vollzieht das Unternehmen einen kulturellen Wandel: Weg von rein transaktionalen Prozessen hin zu einem gästefokussierten Management.

Diese Positionierung wird ab sofort von einer internen und ab Herbst 2025 von einer nationalen Imagekampagne begleitet, die die neue Markenidentität emotional, nahbar und authentisch auflädt. Keine Inszenierung, sondern echte Menschen, echte Geschichten und echter Service.

Neue Ausrichtung, neue Ziele

B&B HOTELS setzt auf Wachstum mit klarer Qualitätsorientierung. Im Mittelpunkt stehen der Ausbau des Direktgeschäfts, ein stärkeres Beziehungsmanagement sowie die Zufriedenheit und Loyalität der Gäste. Ziel ist es, die Community des B&me-Loyalitätsprogramms im Vergleich zum Vorjahr auf mehr als 500.000 Mitglieder auszubauen und so einen zentralen Hebel für langfristige Kundenbindung und Markentreue zu schaffen. Grundlage für die Zielerreichung ist zudem eine umfassende Transformation in vier Kernbereichen:

Operational Excellence: Neue Area-Management-Strukturen, eine B&B HOTELS Academy zur Talentförderung, optimierte Operations Manuals sowie ein Fokus auf Zusatzangebote in F&B und Parking.

Commercial Capabilities: Ausbau von OTA- und Direktvertrieb, Einführung einer datenbasierten Revenue-Management-Strategie, gezielte Gästeakquise in Leisure-, Corporate- und Gruppensegmenten.

Guest Experience: Neugestaltung der „Ground Floor Areas“ inklusive F&B Angebot, klare Standards und ein konsistenter Markenauftritt, um den Aufenthalt intuitiver und angenehmer zu gestalten.



Sustainable Growth: Strategische Partnerschaften, Rahmenvereinbarungen und gezielte M&A-Aktivitäten in Kernmärkten sowie weitere Entwicklung in Wachstumsmärkten wie Polen, Dänemark und den Niederlanden.

Die besten Köpfe für eine neue Ära

Getragen wird die Transformation von einem neu aufgestellten Führungsteam, das strategische Schlüsselbereiche neu denkt: Bereits zu Beginn des Jahres haben Jan Grossmann als Chief Operating Officer und später Maximilian Abele als Brand Director ihre Positionen angetreten und damit früh zentrale Weichen gestellt. Grossmann verantwortet als COO die übergreifende Steuerung der operativen Abläufe, während Abele als Brand Director die Führung von Marke und Produktdesign entlang der Guest Journey übernimmt.

Mit den Personalien der vergangenen Wochen ist die Führungsriege nun komplett: Holger Herrmann zeichnet als Director of Operations für den Aufbau operativer Exzellenz und den Rollout standardisierter Prozesse in allen Häusern verantwortlich. Timm Eckl, Head of Purchasing, zentralisiert das Einkaufswesen und schafft durch eine neue Procurement-Plattform Synergien. Deniel Frey wurde als Chief Commercial Officer berufen. Er treibt ab dem 1. September die Neuausrichtung in Marketing, Distribution und Sales voran und verantwortet die Implementierung einer starken, datenbasierten Revenue-Strategie.

„Die neuen Führungskräfte stehen nicht nur für Expertise, sondern für ein neues Denken. Es geht nicht darum, Positionen zu besetzen, sondern Transformation zu gestalten“, betont Schwalie.

Der Mensch im Mittelpunkt

Im Zentrum aller Maßnahmen steht der Mensch. Die Hoteliers vor Ort werden gezielt gestärkt, erhalten mehr Verantwortung und bessere Tools zur Umsetzung operativer Exzellenz. Gleichzeitig wird das Gästeerlebnis in allen Phasen der Customer Journey – vom ersten Klick bis zur Bewertung nach dem Aufenthalt – konsequent optimiert.



Schwalie zusammenfassend: "Ziel ist es, nicht nur quantitativ zu wachsen, sondern qualitativ zu überzeugen. Denn die Qualität unserer Häuser beginnt und endet mit den Menschen, die sie betreiben und denen, die sie besuchen", so Schwalie. „Unsere Transformation ist daher nicht nur ein Business Case, sondern eine Frage der Haltung.“

ÜBER B&B HOTELS

B&B Hotels Central & Northern Europe (CNE) ist die größte Hotelkette Deutschlands. Zu ihr gehören mehr als 250 Hotels in Deutschland, Österreich, Polen, Tschechien, Dänemark und den Niederlanden. Chief Executive Officer von B&B Hotels CNE ist Arno Schwalie. B&B Hotels Central & Northern Europe ist ein Tochterunternehmen von B&B HOTELS, einer dynamisch wachsenden, internationalen Hotelgruppe im Economy-Segment. 1990 in Brest gegründet, verfügt sie inzwischen über ein Netz von 900 Hotels in 17 europäischen Ländern, in Brasilien und in den USA. Mission von B&B Hotels ist es, den Gästen Komfort und Qualität zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten. Die Gruppe bekennt sich zu seiner unternehmerischen Verantwortung für alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen, versteht sich als Corporate Citizen und engagiert sich für soziale Belange. Seit 2019 ist Goldman Sachs Hauptaktionär von B&B HOTELS.

PRESSEKONTAKT B&B HOTELS:

Anja Timme
JIN Deutschland GmbH
atimme@jin.de