



Pressemeldung

B&B HOTELS definiert Markenerlebnis neu und launcht Imagekampagne: „The People Behind Our Success“

Die Hotelkette stellt in den Mittelpunkt, was die Marke seit jeher trägt – die Menschen vor und hinter der Rezeption.

Hochheim, 23. September 2025 – Pünktlich zum Start der Back to School Season startet B&B HOTELS eine Imagekampagne, die das Markenerlebnis neu definiert und die Marke auf ein neues Level hebt. Unter dem Titel „The People Behind Our Success“ rückt die Value-for-Money-Hotelgruppe die Menschen ins Zentrum, die B&B HOTELS Tag für Tag prägen: Mitarbeitende, Hoteliers und Gäste.

„Qualität zeigt sich nicht im Logo, sondern in den vielen kleinen Momenten, die ein Hotelenerlebnis einzigartig machen“, so Arno Schwalie, CEO B&B HOTELS Central & Northern Europe. „Diese Kampagne ist ein Moment der Anerkennung. Nicht für das, was wir allein als Marke erreicht haben, sondern für die Menschen, die unsere Entwicklung Tag für Tag möglich machen. Unser Ziel ist es, Nähe, Wertschätzung und Authentizität sichtbar zu machen – und zwar dort, wo sie entstehen: im direkten Gästekontakt und im Alltag unserer Teams.“

Bereit für euch

In zwei eigenständigen Kampagnensträngen – entwickelt von der Stuttgarter Kreativagentur Condnsd – nähert sich B&B HOTELS seinem Markenkern auf ungewohnt persönliche Weise. Unter dem Claim „Den Unterschied macht ihr“ rücken erstmals die Menschen hinter der Marke ins Zentrum. In persönlichen Porträts berichten Hoteliers und Hotelières von ihrem Engagement und machen sichtbar, wie ihr Einsatz und ihre Haltung den Hotelalltag prägen. Ihre Geschichten zeigen, dass Gastlichkeit bei B&B HOTELS weit über Routine hinausgeht – sie ist ein Versprechen, das Gäste unmittelbar spüren können.



Pressemeldung

Mit dem Claim „Bereit für euch“ richtet sich die Kampagne gezielt an externe Zielgruppen. Hier werden die stillen, oft ungesehenen Momente des Hotelalltags inszeniert, wie frisch gemachte Betten, die Zubereitung des Frühstücks, präzise Handgriffe hinter den Kulissen. In einem audiovisuellen Stil, der an ASMR erinnert, entsteht so ein intensiver Blick auf jene unsichtbaren Leistungen, die ein exzellentes Gästeerlebnis überhaupt erst ermöglichen. Gastlichkeit erscheint nicht als Zufall, sondern als das Zusammenspiel vieler kleiner, perfekter Schritte, getragen von Empathie, Haltung und Präzision.

Differenzierung am Markt

Mit jährlich fast 6 Millionen verkauften Zimmern, 265 Hotels in 7 Ländern, davon über 230 allein in Deutschland, 47 Neueröffnungen im vergangenen Jahr und einem Umsatzplus von 17 Prozent ist B&B HOTELS eine der am schnellsten wachsenden Marken im Value-for-Money-Segment. Bis 2030 ist eine Expansion auf 500 Hotels geplant, weltweit in den nächsten zehn Jahren sogar auf 3.000 Häuser. Vor diesem Hintergrund gewinnt die Marke als Treiber der strategischen Weiterentwicklung noch stärker an Bedeutung. Sie setzt auf Authentizität, um Loyalität und Differenzierung im Markt nachhaltig zu sichern.

Brand als Motor

Ab Januar 2026 wird die Kampagne in eine umfassende Multi-Funnel-Strategie überführt, die Out-of-Home, Streaming, Social Media, Sport- und Musik-Sponsoring sowie Below-the-Line-Aktivierungen kombiniert. Dabei liegt der Fokus auf Kommunikation aus der Marke heraus, die alle relevanten Zielgruppen anspricht – Gäste ebenso wie Mitarbeitende, Partner und Stakeholder. Ein entscheidendes Signal ist zudem der Ausbau der Social-Media-Strategie, mit Fokus auf echte Gäste, Hoteliers und Teams, die die Marke mit Leben füllen. Ergänzt durch Aktivierungen online sowie am Point of Sale wird die Kampagne nicht nur erzählt, sondern direkt erlebbar.

„Unsere Umsetzung bricht bewusst mit klassischen Werbebildern. Stattdessen zeigen wir echte Menschen, echte Arbeit, echte Emotion“, erklärt Maximilian Abele,



Pressemeldung

Brand Director bei B&B HOTELS Central & Northern Europe. „Wir wollten eine Bühne schaffen für die Persönlichkeiten, die B&B HOTELS tragen – authentisch und emotional.“

CSR konkret und greifbar

Mit dem neuen Markenauftritt unterstreicht B&B HOTELS zudem seinen CSR-Ansatz, der seit Jahren fester Bestandteil der Unternehmens-DNA ist. Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und gelebte Inklusion sind keine Add-ons, sondern Teil des täglichen Betriebs. Das „S“ in CSR steht für Empathie, ehrliche Zusammenarbeit und eine Kultur, in der Menschen zählen. Genau das transportiert die Kampagne. Gastfreundschaft und Servicequalität, getragen von einer Unternehmenskultur, die Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Mit „The People Behind Our Success“ schärft B&B HOTELS pünktlich zum 35-jährigen Firmenjubiläum in diesem Jahr sein Markenprofil und positioniert sich als authentische und zukunftsorientierte Marke. Sie verbindet Nähe und Empathie mit klarer strategischer Differenzierung und macht die Menschen zum zentralen Mittelpunkt des Markenerlebnisses. Damit setzt B&B HOTELS ein Ausrufezeichen in der Hospitality-Kommunikation.

Weitere Informationen finden Sie unter bbhotels.com.

###

ÜBER B&B HOTELS

B&B Hotels Central & Northern Europe (CNE) ist die größte Hotelmarke Deutschlands. Zu ihr gehören mehr als 260 Hotels in Deutschland, Österreich, Dänemark, den Niederlanden, Liechtenstein, Tschechien und Polen. 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 mehr als 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: Anja Timme | JIN Deutschland GmbH | atimme@jin.de | www.jin.de

BILDNACHWEIS: B&B Hotels Germany GmbH, zeitlich unbegrenzt