

SUPERIOR HOTEL

MANAGEMENT & STRATEGIEN

Persönlicher und flexibler



Freuen sich über die neue Partnerschaft (von links): Peter Haaber (CEO Zleep A/S) Frederick Albino (Sales Manager Retail Fritz Hansen) Oliver Bonke (CEO Deutsche Hospitality) Hendrik

Woywood (Head of Global Key Account Fritz Hansen) Fritz Spilker

(Vice Sales Manager Fritz Hansen) Jana Behrman (Director Brand

Strategy Deutsche Hospitality) / Foto: Deutsche Hospitality / Fritz

Hansen

Hotels mit dem dänischen Designunternehmen Fritz Hansen.

"Wir freuen uns, die umfassendsten Verbesserungen seit der Einführung unseres H Rewards Programms zu präsentieren. Dank der Weiterentwicklungen können wir den 200 Millionen Mitgliedern und allen, die täglich zum Bonusprogramm dazukommen, mehr Flexibilität, schnellere Möglichkeiten, Punkte zu sammeln, und ein nahtloses Gästeerlebnis bieten", sagt Oliver Bonke, CEO der Deutschen Hospitality. "Die starke digitale Kompetenz unseres Shareholders H World hat es uns ermöglicht, gemeinsam neue innovative, digitale Lösungen für unsere Loyalty-Kunden zu entwickeln."

Online-Check-in und kontaktlose Anreise sowie direkte Buchungen über die App und hrewards.com belohnen das Treueprogramm und die Buchungsplattform H Rewards jetzt mit mehr Punkten. Darüber hinaus haben Mitglieder die Möglichkeit, auf bestimmte Leistungen zu verzichten und diese in Rewards-Punkte umzuwandeln. Sie können aus attraktiveren Mitgliederraten und Sonderangeboten sowie neuen Vorteilen pro Statuslevel, wie zum Beispiel kostenloses Frühstück für Gold-Mitglieder, wählen. Mit H Rewards können chinesische Mitglieder nun auch personalisierte Vorteile in Hotels der Deutschen Hospitality in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika genießen. Dazu gehören spezielle Annehmlichkeiten und Funktionen wie chinesisch sprachige Empfangsmanager, chinesische Frühstücksmenüs und chinesische Zahlungssysteme.

Die IntercityHotels Generation der Zukunft

Die Marke IntercityHotel wird überarbeitet, um ihr internationales Wachstum zu beschleunigen. Sie richtet sich an den vielseitigen, mobilen und technikaffinen Reisenden. Der City Square, eine neue, gesellige Lobby, soll einen vielfältigen, offenen Raum schaffen, in dem Gäste ihren frischen Kaffee genießen können, während die hauseigene Bäckerei den ganzen Tag über wechselnde Backwaren anbietet. Snacks zum Mitnehmen und eine Bar ergänzen den Bereich zum Entspannen, Arbeiten oder Treffen mit Freunden. Im IntercityHotel Amsterdam kann man bereits einen ersten Eindruck vom neuen Konzept bekommen. Zu den bevorstehenden Eröffnungen der Marke im Jahr 2023 gehören Standorte in Deutschland, der Schweiz und Asien.

Zleep Hotels bringt dänisches Design in die Welt

Bei der Economy-Marke Zleep Hotels stehen dänisches Design und ein Gespür für Einfachheit in Verbindung mit einer guten Nachtruhe im Mittelpunkt. Die Marke ist nun eine Partnerschaft mit dem dänischen Möbeldesignunternehmen Fritz Hansen eingegangen, um ihre authentischen nordischen Wurzeln zu stärken. Beide Marken haben eine gemeinsame DNA und glauben, dass gutes Design, ein Engagement für Nachhaltigkeit und Qualität für ein gutes Leben unerlässlich sind. Die zeitlosen Möbelstücke und charakteristischen Stühle von Fritz Hansen finden sich bald in allen 15 bestehenden Zleep Hotels in Dänemark, Schweden und Spanien sowie in den neuen Zleep Hotels, die in den nächsten zwölf Monaten in Deutschland, der Schweiz und der Tschechischen Republik eröffnen.