LINDNER HOTELS & RESORTS

me and all hotels

MARKT

Die Hotellerie in Deutschland ist eine Erfolgsbranche: 2017 lag der Umsatz bei 30,5 Milliarden Euro, jährlich steigt die Zahl der Übernachtungen mit zuletzt knapp 480 Millionen. Über zwei Millionen Menschen sind deutschlandweit im Gastgewerbe beschäftigt und damit deutlich mehr als im Automobilsektor.

In diesem Umfeld wächst die Lindner Hotels AG seit ihrer Gründung 1973 und ist heute mit mehr als 30 Hotels in sieben europäischen Ländern vertreten. Gäste, Geschäftspartner und Mitarbeiter vertrauen dabei auf die Beständigkeit und Zuverlässigkeit des Familienunternehmens in zweiter Generation. 2018 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen beiden Marken mit 1.876 Mitarbeitern einen Umsatz von 193 Millionen Euro.

ERRUNGENSCHAFTEN UND ERFOLGE

Mit innovativen Konzepten und einem modernen Management überzeugt Lindner Gäste, Mitarbeiter und Branchenexperten. So wurde Vorstand *Otto Lindner* 1999 zum „Hotelier des Jahres" gekürt. Besonders würdigte die Jury die Eröffnung des ersten Stadionhotels, des Lindner Hotel BayArena. Ein weiteres Themenhotel, das Lindner Park-Hotel Hagenbeck, eröffnete 2009. Aufgrund des Konzepts der Weltreise erhielt es kurz darauf die Auszeichnung „Hotelimmobilie des Jahres". Wie beliebt Lindner Hotels & Resorts und me and all hotels bei den Gästen sind, zeigen die stets guten Noten auf Bewertungsplattformen wie TripAdvisor und zahlreiche Holidaycheck-Awards. Besonders Golf- und Business-Gäste schätzen die Angebote: So konnte Lindner zuletzt bei den „Golf Journal Travel Awards 2018" für vier Hotels Preise abräumen und das Hotel Am Michel gehört zu den „Top Preferred Corporate Hotels" des Reiseportals Egencia.

Auch als Arbeitgeber bekommt die Lindner Hotels AG immer wieder Bestnoten. So ist sie jährlich im Focus-Ranking „Deutschlands beste Arbeitgeber" vertreten, war mehrere Jahre in Folge unter den Top 3 des „Hospitality HR Award" und liegt bei der Mitarbeiterfluktuation deutlich unter dem Branchenschnitt.

GESCHICHTE

Die bis heute durch stetiges Wachstum und innovative Konzepte geprägte Geschichte der Lindner Hotels begann 1970 durch eine glückliche Fügung: Ursprünglich plante Architekt *Otto Lindner* nach New Yorker Vorbild ein großes „Doorman-Haus" in Düsseldorf, baute das Haus aber noch im Rohbau auf Wunsch eines großen amerikanischen Mineralölkonzerns um, der sein Geschäftsmodell diversifizieren und in die Hotellerie einsteigen wollte. Die Erdölkrise 1972 ließ den Vertrag platzen und der Architekt entschied sich, es selbst zu betreiben. Dies war 1973 die Gründung der Rheinstern Hotel GmbH, der Vorgängerin der heutigen Lindner Hotels AG. Im Jahr 1990 übernahm sein Sohn, Diplom-Kaufmann *Otto Lindner*, den Vorstand und begann die Expansion der Marke. Neben ihm sind seit 1999 *Andreas Krökel* und seit 2019 *Frank Lindner* Vorstand.

Zu Wachstum und Professionalisierung kam die Positionierung der Gruppe: Keine standardisierten, austauschbaren Hotels, sondern individuelle und innovative Konzepte. „Nicht nur besser. Anders." lautet daher das Motto der Hotelgruppe. Dabei setzt sie auf drei Schwerpunkte: Neueste Technik und Innovationen in den Business-Hotels, einzigartige Erlebnisse in den Resort Hotels. Und Themenhotels mit ihren eigenen Geschichten. Auch als Sanierer ist *Lindner* erfolgreich: Das Hotel Main Plaza in Frankfurt etwa konnte das Ergebnis unter *Lindners* Führung innerhalb des ersten Jahres verdreifachen und schrieb darauf zum ersten Mal schwarze Zahlen. Das Lindner Congress Hotel in Cottbus erzielte nach der Übernahme zum ersten Mal seit zwölf Jahren schwarze Zahlen.

2016 eröffnete die Hotelgruppe das erste Hotel der neuen Marke me and all hotels in Düsseldorf. Das innovative, urbane Konzept kommt am Markt sehr gut an und bereits ein Jahr später wurde die me & all Hotels GmbH mit Beteiligung des Family Office von *Clemens Tönnies* gegründet. Kurz darauf eröffnete das me and all hotel mainz. Verträge für Standorte in Hannover, Kiel, Düsseldorf-Oberkassel, Stuttgart und Ulm folgten.

PRODUKTE

Die Lindner Hotels AG hat eine Zwei-Marken-Strategie im 4-Sterne-Segment: Die Lindner Hotels & Resorts – Business Hotels mit Tagungsmöglichkeiten und Urlaubs-Resorts mit umfangreichem Sport- und Wellnessangebot – und die me and all hotels in zentralen Citylagen für urbane Geschäftsreisende und Citytraveller. Mit ihrem Eventkonzept mit „Local Heroes" wie regionalen Künstlern und Lieferanten sprechen sie auch explizit die Bewohner der jeweiligen Städte an. Herzstück der me and all hotels ist ihre Lounge, eine Verschmelzung aus Lobby, Bar, Chill-out Bereich und Co-Working Spaces. Hier gibt es u.a. Weine von lokalen Winzern, regionale Craft-Biere und Kaffee von örtlichen Röstereien, abends zudem Konzerte, Lesungen, Comedy und DJ-Sets.

Zu den Lindner Hotels gehören ebenfalls besondere Konzepte: Das Lindner Hotel Binshof hat den ersten Private Spa Deutschlands und bietet eine exklusive Partner-Massage synchron zu italienischer Musik an, während das Lindner Parkhotel im ersten Bergwiesen-Spa Deutschlands die Pflegeprodukte aus Allgäuer Kräutern herstellt. Als erstes Tierpark-Themenhotel ist das Lindner Park-Hotel Hagenbeck eingerichtet mit originalen Kunstgegenständen der Familie *Hagenbeck* sowie aus Asien und Afrika und nimmt die Gäste mit auf eine Reise um die Welt. Das Lindner Hotel & Sports Academy dreht sich rund um das Thema Sport. Und seit der Etagengestaltung durch einen Street-Art-Künstler lässt das Lindner Hotel City Plaza Köln auf sechs Etagen erleben – vom Kölner Dom, dem Duft 4711 über das Schokoladenmuseum bis zum Kölner Karneval finden die Gäste dort zahlreiche Geschichten und Anekdoten.

AKTUELLE ENTWICKLUNG

Die Lindner Hotels AG ist mit beiden Marken auf Expansionskurs. So werden in Kürze drei weitere me and all hotels eröffnen, einige mehr sind in der Planung. Auch für Lindner Hotels sieht die Gruppe weiteres Wachstumspotenzial, investiert zugleich in die bestehenden Hotels und baute kürzlich zum Beispiel das Golf Resort auf Mallorca umfangreich um. Das zum Lindner WTC Hotel & City Lounge Antwerp umfirmierte Haus erhält eine neue Skybar sowie ein durch Co-Working-Bereiche geprägtes neues Erdgeschoss und auch in Wien erhält die Hotellobby durch eine Verschmelzung von Bar, Lounge und Co-Working eine neue Atmosphäre.

WERBUNG

Die Lindner Hotels AG ist seit vielen Jahren besonders im digitalen Marketing aktiv. Dabei setzt sie auf eine zielgruppengerechte, individuelle Ansprache ihrer Gäste und steht über zahlreiche Social Media Kanäle im ständigen Dialog mit ihnen. Die Webseiten der beiden Hotelmarken sind geprägt durch emotionale Bilder und bewusst zurückhaltende Texte und bieten dabei übersichtlich alle wichtigen Informationen. Regelmäßige Kampagnen sorgen für Abwechslung, Kundenbindung und bieten zusätzliche Buchungsanreize. Das Treue-Programm „Lindner Nights" bietet Stammkunden attraktive Sonderkonditionen und Upgrades.

MARKENWERT

Die Lindner Hotels AG gehört zu den führenden Hotelgruppen Deutschlands und liegt noch komplett in Familienhand. Zu den Werten des Mittelständlers zählen die familiäre Unternehmenskultur, schnelle Entscheidungen, herzliche Gastfreundschaft sowie ein vertrauensvolles, ökologisches Wirtschaften. So engagiert sich das Unternehmen als Sponsor vieler Sportvereine, schreibt Nachhaltigkeit groß und wird von Mitarbeitern und Geschäftspartnern für unkompliziertes, verlässliches Handeln geschätzt.

WUSSTEN SIE SCHON VON DER LINDNER HOTELS AG?

- Die Lindner Hotels AG war 1996 die erste deutsche Hotelgruppe, die WLAN angeboten hat.
- Die Lindner Hotels sparen seit einem internen Wettbewerb jeweils bis zu 29 Prozent Lebensmittelreste ein.
- Vorstand *Otto Lindner* ist Vorsitzender des Deutschen Hotelverbands (IHA).

···> **www.lindner.de**