

Überraschende Freiräume

QUALITÄT, VIELSEITIGKEIT, ZUVERLÄSSIGKEIT

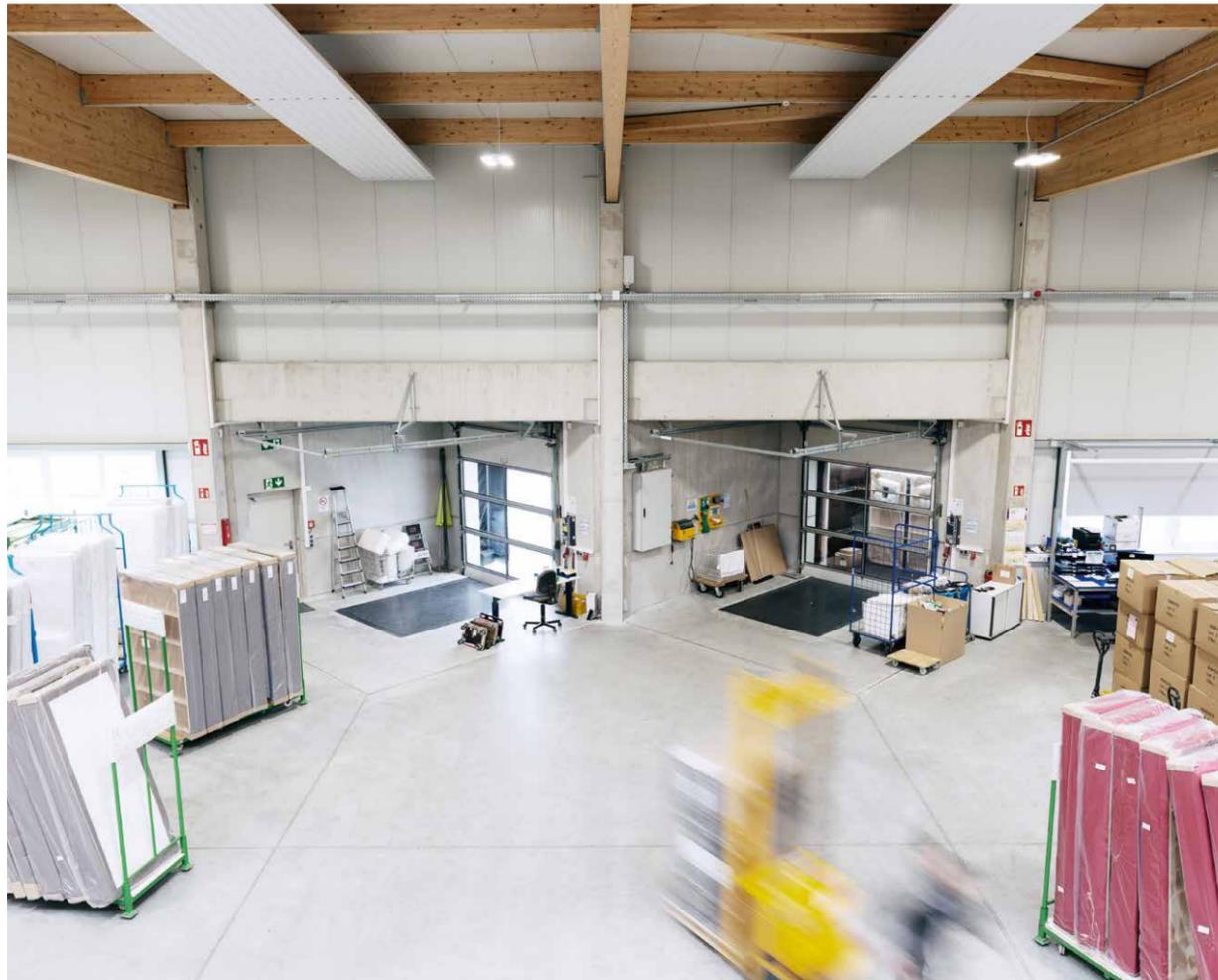
Diese drei Faktoren prägen seit über vier Jahrzehnten die Erfolgsgeschichte von FBF bed & more als Partner der nationalen und internationalen Hotellerie. Als einer der führenden Anbieter von Hotelbetten und -textilien sind wir spezialisiert auf maßgefertigte Komplettlösungen für nahezu jeden Anspruch. Aus diesem Grund vertrauen bis heute über 30.000 Kunden weltweit auf unsere speziell für die Hotellerie entwickelten Boxspringbetten und Bettsysteme. Sie schätzen neben dem besonderen FBF-Service vor allem auch das reichhaltige Angebotsspektrum, welches Bettsysteme, Matratzenschutz- und hygiene, Bettwaren, Bettwäsche sowie eine große Auswahl an Frottierwaren beinhaltet. All das zu bester Preis-Leistung!

Modernste Fertigungsverfahren und eine auftragsbezogene Produktion ermöglichen es uns, ein besonders breites Standardsortiment anzubieten und zeitgleich auf individuelle Kundenwünsche einzugehen. Hierbei spielt es keine Rolle, ob es sich um Maßanfertigungen bei Betten, Matratzen und Schlaf-

sofas oder um die Verarbeitung von kundeneigenen Stoffen handelt. Auch die Realisierung von Einwebungen und Einstickungen zählt zu unserem täglichen Geschäft.

In nahezu jedem hochwertigen Hotelzimmer nimmt das Bett eine zentrale Rolle als Ort der Ruhe und Erholung ein. Daher sollte es sich nicht nur durch eine erstklassige Optik und Bequemlichkeit, sondern zudem durch den bestmöglichen Komfort für unterschiedlichste Schlaftypen auszeichnen. Jedem Gast des Hauses muss der Wunsch nach einer rundum erholsamen Nacht erfüllt werden – ganz gleich wie klein, groß, zart oder kräftig dieser auch sein mag. Eine echte Herausforderung für jeden Hotelier!

Die Bettsysteme und Bettwaren von FBF bed & more bieten Ihnen hierfür die optimale Lösung. Dies belegt unsere lange Liste von Top-Referenzen. Unser Kundenkreis setzt sich zusammen aus kleinen, exklusiven und mittelständischen Hotels, Architekten, Objektausstattern, Reedereien, Planern,



Generalunternehmern, Einkaufsverbänden und Wäschereien sowie namhaften nationalen und internationalen Hotelketten, mit welchen wir seit vielen Jahren erfolgreich zusammenarbeiten.

Der sprichwörtliche „besondere Service“ der FBF beinhaltet für unsere Kunden spezielle Leistungen, wie Sie sie in keinem anderen vergleichbaren Unternehmen finden werden. Hierzu zählen unter anderem das Vertragen und Installieren der Bettsysteme und Schlafsofas, ein spezielles Leasingkonzept, kostenfrei erhältliche Stoffmuster, eine hohe Qualität in der Beratung sowie nicht zuletzt die bekannt kurzen Lieferzeiten.

TRADITION SEIT 1948

Hoher Qualitätsanspruch – starker Unternehmergeist: Josef und Wilfrieda Kühnl, die Inhaber einer 1948 gegründeten Lohnstickerei im fränkischen Neustadt an der Aisch, hatten

stets große Träume und den Mut, diese zu verwirklichen. Mit gerade einmal 15 Mitarbeitern, hohen Qualitätsansprüchen und einem starken Unternehmergeist legten sie den Grundstein der Fränkischen Bettwarenfabrik GmbH (FBF bed & more).

FÜHRENDER ANBIETER VON BOXSPRINGBETTEN

Aus dem kleinen Betrieb der Eheleute trat im Jahre 1978 „FBF“ als Hersteller für den gewerblichen Bedarf hervor. FBF bed&more ist Teil der KÜHNLE GROUP GmbH & Co. KG, einer inhabergeführten Unternehmensgruppe mit über 70 Jahren Erfahrung am Markt für hochwertige Heimtextilien, Betten und Matratzen. Zur Unternehmensgruppe gehören über 300 Mitarbeiter an verschiedenen Standorten in Deutschland und Europa.



ERSTKLASSIGES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

Das Sortiment der FBF bed & more begeistert mit einem groß angelegten, textilen Rundum-Konzept für Hotellerie und Gastronomie. Von Boxspringbetten, Matratzen, Toppert und Rückenteilen über Bettwaren und Bettwäsche bis hin zu Frottierwaren bieten wir Ihnen innovative Produkte zu einem erstklassigen Preis-Leistungs-Verhältnis.



ANSPRUCH UND SERVICE

ÜBERRASCHENDE FREIRÄUME - AUCH IM SERVICE

„Kompetente Beratung, bester Service sowie ein hochwertiges und innovatives Produktprogramm zum guten Preis – das ist es, was wir bei FBF unter dem Claim „bed & more“ verstehen.“

Frank Kalb, Geschäftsführer, FBF bed & more



HOHE QUALITÄT - BESTE BERATUNG

Wir legen Wert auf geprüfte Qualität zu einem attraktiven Preisniveau und bieten für viele Produkte langjährige Garantien. Unsere qualifizierten Mitarbeiter beraten Sie gerne – am Telefon, im hauseigenen Showroom oder auch europaweit direkt bei Ihnen vor Ort.

KURZE LIEFERZEITEN

Unsere auftragsbezogene Produktion mit geschultem Personal und modernsten Maschinen sichert kürzeste Lieferzeiten, auch bei Sonderanfertigungen. Eine Vielzahl unserer Standardartikel ist kurzfristig ab Lager lieferbar.

SERVICE- UND LOGISTIKLEISTUNGEN

Selbstverständlich umfassen unsere Serviceleistungen Mietkauf- und Leasingangebote, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, Lagerhaltung, Verträgen und Aufstellen von Betten und Matratzen, Entsorgung gebrauchter Betten und vieles mehr.

SONDERANFERTIGUNGEN

Wir ergänzen unser umfangreiches Standardprogramm durch speziell entwickelte Schlaf- und Textilsysteme für Ihre Anforderungen. Von Kleinserien zu Sondermaßen bis hin zur Verwendung von Kundenstoffen sind Ihren Wünschen keine Grenzen gesetzt.

GRATIS STOFFMUSTER

Sie möchten sich von der Qualität und Farbgebung einzelner Artikel im Original überzeugen? Wir senden Ihnen kostenlose Mustermappen zu, um Ihnen einen risikolosen Einkauf zu ermöglichen.

EINWEBUNGEN UND EINSTICKUNGEN

Präsentieren Sie Ihr Hotel oder Ihr Unternehmen werbewirksam mit individuellen Einwebungen und Einstickungen. Wir realisieren für Sie unterschiedlichste Individualisierungen in Form von Text, Logo oder Wunschmotiven – innerhalb kürzester Zeit und auch in kleinen Stückzahlen.



**VERTRAUEN
AUF QUALITÄT**

GUTER SCHLAF IST KEIN ZUFALL ...

... sondern das Ergebnis perfekt aufeinander abgestimmter Komponenten, deren Zusammenspiel ein stilvolles und hochwertiges Schlafsystem ergeben.

Als einer der führenden Hersteller für Boxspringbetten legen wir besonderen Wert auf ein großes und innovatives Hotelbetten-Programm, das Ihnen alle Komponenten einer komfortablen Raumausstattung liefert. Unsere Hotelbetten, Rückenteile, Lattenroste, Verbindungselemente, Fußsets und Dekoartikel sind zu ausgezeichneten Preiskonditionen erhältlich sowie individuell kombinier- und erweiterbar.

Das FBF-Boxspringbetten-Sortiment begeistert durch hervorragenden Schlafkomfort und ein durchweg elegantes Design. Hochwertige Materialien für nahezu jeden Einrichtungsstil eröffnen Ihnen vielseitige und überraschende Möglichkeiten der Zusammenstellung – ganz und gar zugeschnitten auf die Bedürfnisse Ihres Hauses und Ihrer Gäste!

VERTRAUEN SIE AUF QUALITÄT

Unsere hochwertigen Matratzen in unterschiedlichen Federkernvarianten sind optimal auf die Beanspruchung im Hotelbereich abgestimmt. Die ausgewählten Materialien gewährleisten eine hohe Strapazierfähigkeit und Langlebigkeit. Wählen Sie zwischen unseren komfortablen Bonellfederkernmatratzen oder unseren exklusiven Tonnen-Taschenfederkernmatratzen. Wir haben für jeden Anspruch das passende Produkt parat. Zusätzlich zu unseren Standardmodellen produzieren wir pro Jahr über 200 verschiedene Modelle in größeren Stückzahlen nach spezifischen Kundenvorgaben.

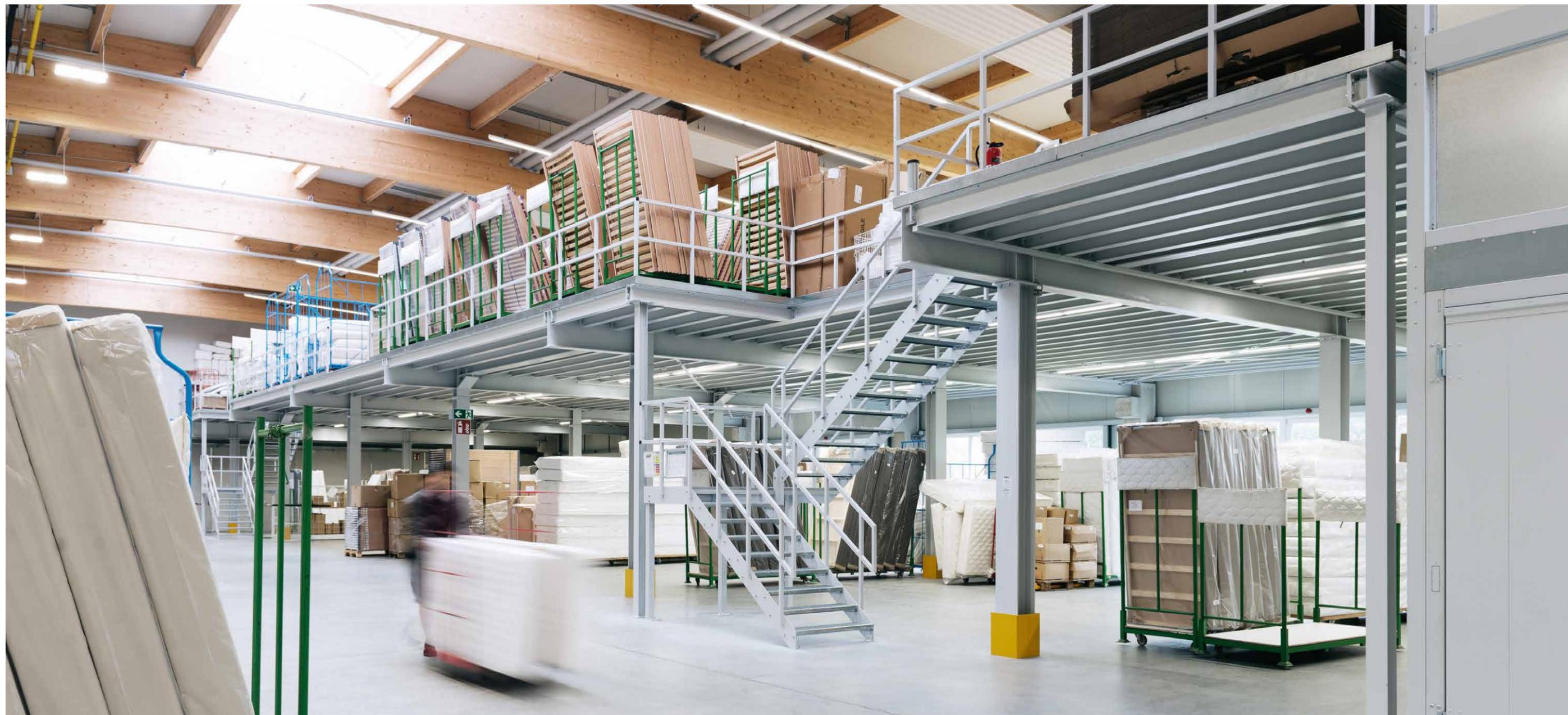
Die ideale Ergänzung zu unserem Matratzenprogramm bilden erstklassige Topper mit verschiedenen, hochwertigen Schaumkernen. Diese liefern exklusiven Schlafkomfort bis ins letzte Detail und schenken zusätzlich ein einzigartiges Liegegefühl während des gesamten Hotelaufenthaltes. Komfortauflagen mit supersofter Füllung und viele weitere Produkte schaffen ein ideales Schlafklima für erholsame Nächte.



Hygienische Sauberkeit und professionelle Umsicht: Das FBF-Matratzenschutzprogramm sorgt für das Wohl Ihrer Gäste. Unsere Hygienebezüge sind hautsympathisch, atmungsaktiv, flüssigkeitsundurchlässig, milben-, viren- und allergendicht sowie permanent schwer entflammbar. Selbstverständlich finden Sie auch Matratzenschutzauflagen ohne Nässechutz, aus reiner Baumwolle, in unserem Sortiment. Kissen- und Bettdeckenhygienebezüge gehen auf die individuellen Bedürfnisse feinfühler Personen ein und schützen ihr Immunsystem auf hohem Niveau.

Mit hochwertigen Einziehdecken und Kissen, wahlweise mit Daunen-/Federfüllungen oder Synthetikfüllungen sorgen wir das ganze Jahr über für ein optimales Schlafklima in Ihren Räumlichkeiten. Unser großes Sortiment an pflegeleichten Synthetik-Bettwaren verspricht auch besonders empfindsamen Gästen erholsame Nächte. Diese Bettwaren aus hochwertigen Materialien beugen der Belastung durch unliebsame Hausstaubmilben vor, sind bis 60°C waschbar oder wahlweise hochfest sowie trocknergeeignet.

Weiterhin setzen wir auf beste Daunendecken und Feder-/Daunenkissen als erste Wahl für einen unübertrefflichen Schlafgenuss. Unsere Federn und Daunen haben eine hervorragende Elastizität, die bei richtiger Pflege viele Jahre lang anhält. Füllungen mit einem höheren Daunenanteil verbessern das Volumen des Bettes bei identischem Füllgewicht.



Unsere Daunendecken sind für eine hygienische Handhabung bis 60°C waschbar, werden mit einer Maßzugabe für den Wascheinlauf konfektioniert und sind mit einem feinen Biesenband eingefasst. Das unvergleichlich weiche Füllmaterial besteht aus neuen Federn und Daunen der Klasse 1 nach DIN-EN 12934. Die einzelnen Felder sind professionell durchgesteppt, um ein Verrutschen während des Schlafgenusses zuverlässig zu verhindern. Auch unsere Federn-/Daunenkissen sind bis 60°C waschbar sowie für den Trockner geeignet. Jedes Kissen wird mit Neuware der Klasse 1 nach DIN-EN 12934 aus besten Federn und Daunen bestückt sowie mit einer Inlett-Doppelnah und Biese konfektioniert. So sorgen wir für eine optimale Federn- und Daunendichte.

Bei unseren Hotelbettwäschen aus Mako-Satin, Damast, Satin oder Seersucker achten wir darauf, dass nur beste Baumwolle verwendet wird. Der Einsatz hoher Rohstoffqualitäts-

ten, modernster Webtechnik und hochwertiger Ausrüstung sorgt für Wirtschaftlichkeit, hohe Lebensdauer, eine attraktive Optik sowie gute Wasch- und Mangleigenschaften.

Unsere Frottierwaren in vielseitigen Designs und hervorragenden Qualitäten werden ebenfalls aus reiner Baumwolle gefertigt. Mit Ihnen erschaffen wir ein exklusives Wohlfühlambiente im Badezimmer und Wellnessbereich. Ob Walkfrottier oder Zwirnfrottier – FBF-Badtextilien sind weich, pflegeleicht und mit einer Safety-Nah für besondere Strapazierfähigkeit und lange Haltbarkeit versehen. Durch den Einsatz von Indanthrenfarbstoffen ist Ihnen höchste Farb- und Chlorechtheit sowie Waschbeständigkeit garantiert.

REFERENZEN



WELTWEIT VERTRAUEN MEHR ALS 30.000 KUNDEN AUF UNSERE ERFAHRUNG.

ÄGYPTEN
ALBANIEN
ALGERIEN
AMERIKA
ARMENIEN
ASERBAIDSCHAN
AUSTRALIEN

BELGIEN
BOSNIEN U. HERZEGOWINA
BRASILIEN
BRIT. JUNGFERNINSELN
CHILE
DÄNEMARK
DEUTSCHLAND

ERITREA
ESTLAND
FIDSCHI
FINNLAND
GEORGIEN
GHANA
GROSSBRITANNIEN

NORDIRLAND
GUADELOUPE
INDIEN
ISLAND
ITALIEN
JAMAIKA
JORDANIEN

KASACHSTAN
KATAR
KROATIEN
KUBA
KUWAIT
LETTLAND
LIBANON

LIECHTENSTEIN
LITAUEN
LUXEMBURG
MALEDIVEN
MALTA
MOLDAWIEN
MONACO

MONGOLEI
MONTENEGRO
MYANMAR
NAMIBIA
NIEDERLANDE
NIEDERL. ANTILLEN
NIGERIA

OMAN
POLEN
PORTUGAL
RUMÄNIEN
SAUDI-ARABIEN
SCHWEDEN
SERBIEN

SLOWENIEN
SPANIEN
SÜDAFRIKA
TANSANIA
THAILAND
TSCHAD
TUNESIEN

TÜRKEI
UNGARN
VEREIN. ARAB. EMIRATE
WEISSRUSSLAND
ZYPERN

HAMACHER HOTEL

„Uns ist wichtig, dass unsere Gäste sich wohlfühlen und gerne wieder kommen. Dass unsere Mitarbeiter vertrauensvoll mit uns und langfristig für uns arbeiten. Dass wir Qualität bieten, auf die man sich über alle Jahre hinweg verlassen kann. Das fängt bei den Materialien an, die wir verwenden, geht weiter beim erstklassigen Service, den wir bieten und endet beim erholsamen Schlaf in einem hochwertigen Bett.“

*Werner Hamacher, Geschäftsführung Marketing & Vertrieb,
Hamacher Hotel Services GmbH*

SERVICE? SELBSTVERSTÄNDLICH!

Zwischen Olivenbäumen Fußballspielen, Lavendelduft und zirpende Grillen als ständige Begleiter: Seit frühester Kindheit verbringt Peter Hamacher (rechts im Bild) mit der Familie seine Ferien auf Mallorca, bei Onkel Heinz auf dem alten Landsitz Carrossa. „Inzwischen kommen wir eher geschäftlich auf die Insel“, gibt Peter Hamacher, der Sohn des Hoteliers Werner Hamacher zu. Zusammen mit Vater Werner (mittig) und Bruder Alexander (links) ist er Gesellschafter der Firma Hamacher Hotels & Resorts. Im Mai 2018 haben sie im Nordosten der Insel das Luxushotel Carrossa eröffnet, eine Wohlfühl-Luxus-Oase mit 75 Zimmern, Suiten und kleinen Landhäusern, inmitten der sanften Hügel der Levanten.

Peter Hamacher, bei Hamacher Hotels in der Geschäftsführung für Marketing zuständig, ist sozusagen ins Hotelgewerbe hineingeboren worden. Vater Werner und Onkel Heinz treffen vor 25 Jahren eine mutige Entscheidung. Jahrelange Erfahrung im Vertrieb und eine klare Vorstellung davon, wie ein Hotel aufgestellt sein soll, lässt sie im Jahr 1994 ihr erstes Projekt realisieren: das Hotel Defereggental in Osttirol. „Was wir bieten wollten, war herzliche Gastfreundschaft in unberührter Natur“, erklärt Hamacher Junior die Vision seines Vaters.

Die bis dahin wenig touristische Region wird durch das Hotel belebt. „Wir mussten bei einem zunächst reinen Skihotel auf 1300 Metern Höhe kreativ werden, um auch im Sommer die Betten voll zu kriegen“, erinnert sich Hamacher. Inzwischen kann man dort in malerischer Landschaft Golf spielen lernen.







Seit Juni 2015 gibt es direkt am Hotel auf rund 10.000 Quadratmetern einen 9-Loch Par-3 Kurzplatz, auf dem die Golfschule Lienz eine Dependence eröffnet hat.

Aber damit nicht genug. Die Hamachers haben sich noch etwas ganz Besonderes ausgedacht – das Porsche-Cabrio-Paket: Vier Tage Kurzurlaub, davon einen ganzen Tag lang mit dem hoteleigenen Porsche Carrera Cabrio durch die Alpen flitzen. „Dieses Auto ist für die kurvigen Landstraßen perfekt geeignet, tatsächlich weckt es bei unseren Gästen die meisten Emotionen.“

Die Idee dazu ist über viele Jahre gewachsen, erinnert sich der Marketingchef. Das Angebot läuft seit zehn Jahren mehr als erfolgreich, lockt es doch auch Besucher auf die Alpensüdseite, die ansonsten nicht automatisch dort ihren Sommerurlaub verbringen würden.

... IN DEN NORDOSTEN MALLORCAS

Im Frühling und Herbst Golf spielen, im Sommer Pool und Meer genießen, im Winter im Spabereich ausspannen: Auch in Carrossa ist das ganze Jahr über Saison. Entsprechend

unterschiedlich sind die Gäste. „Den Gast an sich haben wir gar nicht. Da wechseln sich Familien und Paare mit Golfern ab, neben Deutschen haben wir inzwischen auch Gäste aus Großbritannien, Skandinavien und vom spanischen Festland“, erläutert der Juniorchef. „Was allen Gästen gleich wichtig ist: Essen und Trinken vom Feinsten, hoher Komfort und bester Service.“

Wer die Hamachers kennt, weiß, dass ihnen Zuverlässigkeit, Stabilität und langfristige partnerschaftliche Zusammenarbeit wichtig ist. So ist der Innenarchitekt Florian Keck langjähriger Freund der Familie. Er hat nicht nur die österreichischen, sondern auch das mallorquinische Hotel ausgestattet.

Das Luxushotel Carrossa punktet mit einem guten Mix aus restaurierter Historie und moderner Architektur. Dabei wird höchster Wert auf Qualität gelegt. „Uns sind hochwertige Materialien und eine perfekte Verarbeitung ganz wichtig. Wir sind davon überzeugt, dass genau das den Unterschied macht, den unsere Gäste schätzen.“

Auch Essen und Trinken werden diesem Anspruch gerecht. Bereits ein Jahr vor der Eröffnung lässt sich die Familie be-

raten und stellt ein professionelles Küchenteam zusammen. „Mit Nicholas Gomez-Duran als Chef haben wir einen erfahrenen Koch“, freut sich Hamacher Junior. Der sympathische Teampartner mit spanisch-englischen Wurzeln hat schon in Südamerika und zuletzt viele Jahre in Australien gelebt. Von dort bringt er raffinierte Kreationen und unverwechselbare Kombinationen auf den Tisch. „Wir sind froh, dass wir ihn für Mallorca gewinnen konnten, denn seine Erfahrungen aus verschiedensten Kontinenten finden sich in seinen Rezepturen wieder.“

ZUVERLÄSSIGE QUALITÄT

Und wie geht's weiter? Die Anzahl an Hotels bleibt erstmal stabil. „Wir möchten nicht unbegrenzt wachsen. Uns ist wichtig, dass die bestehenden Hotels gut laufen. Denn wir sind der Meinung, dass die persönliche Verbindung, die wir über die Jahre mit unseren Gästen aufbauen, das A und O ist“, resümiert der Geschäftsführer.

DAS HAMACHERSCHE ERFOLGSGEHEIMNIS

„Der persönliche Kontakt zu unseren Lieferanten ist uns wichtig. Mit FBF haben wir einen verlässlichen und leistungsstarken Partner gewonnen, der uns seit vielen Jahren begleitet.“

Peter Hamacher, Geschäftsführung Marketing & Vertrieb, Hamacher Hotel Services GmbH

FRÄNKISCHE BETTEN IM 5-STERNE-HOTEL

Seit etwa zehn Jahren stattet die Fränkische Bettwarenfabrik die Hamacherschen Hotels mit Boxspringbetten aus. Sowohl das Hotel & Resort Defereggental als auch das Hotel Carrossa auf Mallorca wurden mit Betten von FBF bestückt.

Was macht die Betten so besonders?

Die Hamachers machen ihren Einkauf selbst. „Uns ist der persönliche Kontakt zu unseren Lieferanten wichtig“, meint der Juniorchef. Vor zehn Jahren wurde das Hotel im Defereggental renoviert und im Zuge dessen auch die Zimmerausstattung erneuert. „Herr Rehahn von FBF hat damals als für Österreich

zuständiger Vertriebler mit uns Kontakt aufgenommen. Die Zusammenarbeit lief von Anfang an so zufriedenstellend, dass wir seitdem gerne mit der Firma zusammenarbeiten“, erinnert er sich. FBF hat 40 Jahre Erfahrung in der Hotelbranche und liefert erstklassige, schöne Betten von außergewöhnlicher Qualität. „Außerdem stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis“, meint der Marketingchef. Und noch ein wichtiger Aspekt: „FBF ist bezüglich der Stoffe vollkommen flexibel.“ Soll heißen, Hamachers können sich ihre Stoffe selbst aussuchen, die die Firma FBF dann in den Betten verarbeitet.

Lieferung, Montage – klappt alles hervorragend. „Für Carrossa dauerte es von der Bestellung zur Lieferung keine drei Monate“, erinnert sich Peter Hamacher. Auch Kissen und Betten der fränkischen Firma kamen hier zum Einsatz. Das überließ man nicht dem Zufall: In Carrossa wurden zunächst Testbetten aufgestellt, die Rückmeldungen der Gäste abgewartet und daraufhin die Ausstattung festgelegt. Inzwischen sind alle Zimmer, Suiten und auch die Fincas – kleine Landhäuser – mit Betten von FBF bestückt. So konnte im Mai 2018, nach nur rund eineinhalb Jahren Bauzeit, die Luxusoase eröffnet werden. Erste Rückmeldungen zeigen, dass sich der Aufwand gelohnt hat – die Gäste sind sehr zufrieden mit dem Komfort der Betten.

BEQUEME TOPPER UND INTEGRIERTE LESELAMPEN

Nicht genug: Auflage für ein 5-Sterne-Hotel sind neben Nachttisch- auch Leselampen direkt am Bett. Im Hotel selbst, dem ehemaligen Herrenhaus des Landsitzes, wurde dafür ein spannendes Projekt realisiert. „Über ein Joint Venture mit einer Lampenmanufaktur konnten wir in allen Kopfteilen spezielle Leselampen einbauen.“ Ein zusätzlicher Topper macht die Nachtruhe perfekt – auch die Bettenhöhe ist damit, für Behörden und Gäste, im wahrsten Sinne des Wortes auflagen-gerecht.

Das 4-Sterne-Superior-Hotel Defereggental, in herrlicher Natur gelegen, ist nicht mehr nur eine Wohlfühl-oase für Gourmets und Cabrio-Fans – inzwischen bietet es Wintersportlern, Golf-Einsteigern und Familien Aktivurlaub pur. Für den erholsamen Schlaf sorgen nachts die Komfortbetten von FBF.

_ Text: Peter Hamacher, Hamacher Hotels

_ Bilder: Hamacher Hotels, Martin Luger Photography



ALMOST
HOME.



„Unsere Gäste bekommen bei uns nicht nur ein Bett, sondern ein Erlebnis, das über den Wert eines Hotels hinausgeht. Und sie nehmen eine Erfahrung mit nach Hause.“

Maren Berger, Operation Manager, 25hours Hotels, Hamburg

In der Lobby steht ein historischer Schlitten, ein Flipper oder ein alter Plattenspieler samt Plattensammlung. Nicht hinter Glas, nein, die dürfen auch benutzt werden. Im Zimmer hängt auch mal eine Rettungsinsel oder eine Rettungsweste. Mit den schicken Schindelhauer-Bikes vor der Tür kann man die Gegend erkunden – wie auf Reisen! Soll auch so sein, schließlich ist man in einem 25hours-Hotel.

25 Stunden – wo gibt’s denn sowas? „Bei uns! Da gibt’s so viel zu erleben, zu entdecken und zu bestaunen, dass 24 Stunden einfach nicht reichen“, lacht Maren Berger, Operating Manager und damit zuständig für 13 Hotels in 9 Städten. „Also bieten wir einfach ein bisschen mehr. Unsere Gäste dürfen auch mal eine Stunde später auschecken, weil sie noch zum Essen gehen oder die Sauna genießen möchten.“ Oder einfach im Hotel noch schnell auf Entdeckungsreise gehen.

VIELFÄLTIG WIE KEIN ANDERES

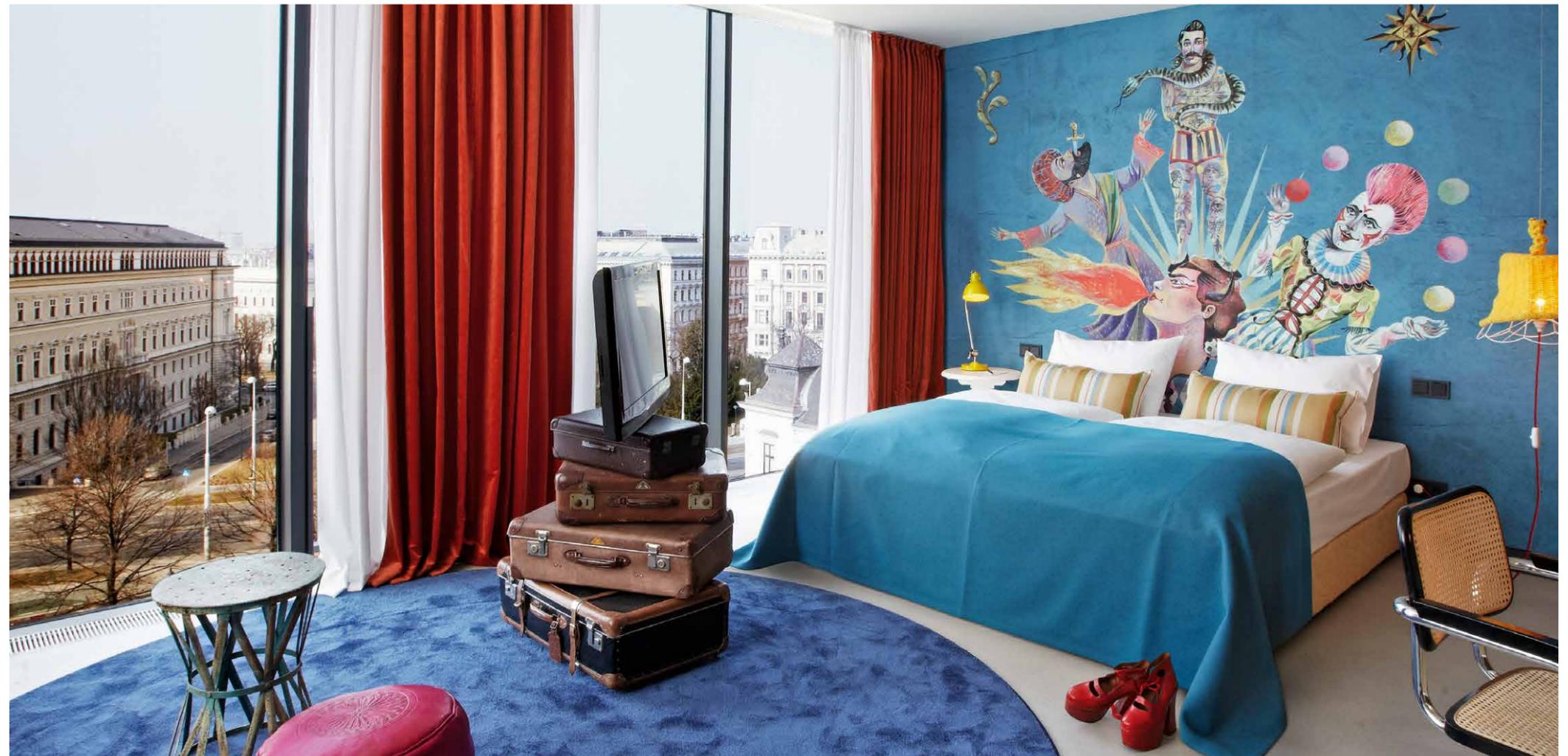
25hours sind Lifestyle-Hotels – auf Sterne verzichten sie bewusst. „Service und Qualität sind bei uns selbstverständlich. Wir legen Wert auf das Individuelle, das Kreative, das gewisse Extra“, erläutert Berger das Konzept der Hotelgruppe.

Hier ist der Name Programm: Jedes Hotel erzählt eine andere Geschichte – und ist entsprechend ausgestattet. So bekommt jedes Zimmer seinen ureigenen Charme. Nach dem Motto „Around the world“ werden die Zimmer wie eine Reise gestaltet.

Alles begann 2008 mit dem Levis’ in Frankfurt: Im Gebäude nebenan hatte sich die Firma Levis’ niedergelassen. Name und Konzept für dieses Gebäude waren also schnell klar – eine Hommage an die Kultjeans. „Wir haben verschiedene Zimmergrößen, von Standard bis zur Suite, aber alles andere ist mega-individuell und außergewöhnlich“, betont Berger. Da gibt es so viel zu sehen, dass viele Gäste sagen, sie bräuchten einen Tag mehr, um alles aufzunehmen, zu bestaunen und zu entdecken. In München – das Hotel war ein ehemaliges Postgebäude – können die Gäste zum Beispiel auf einer historischen Schreibmaschine einen Brief tippen, den das Hotel dann mit einem alten Stempel versieht und abschickt.

ALMOST HOME

Großzügig und authentisch ist das Konzept der 2005 gegründeten Hotelgruppe. „Wir sagen dazu gerne, leben, lieben, lümmeln“, schmunzelt Berger. Die Designer statten die Zimmer



mit großer Detailverliebtheit aus. Ein bisschen wie zuhause soll es sein, aber auch wie auf Reisen. „Wenn wir ein neues Gebäude inspizieren, wird vorab bedacht, was für eine Geschichte es uns erzählt – und auch das Viertel drum herum. Das greifen wir auf und lassen das Gerüst dann von unseren Designern mit Leben füllen“. Im „Creative Lab“ in Hamburg zerbrechen sich schon mal vier Leute den Kopf, bevor sie dann externe Designbüros und Innenarchitekten dazu holen. Die Hotels sind Teil der lebendigen Stadt. „Wir möchten ein lokaler Hotspot sein und auch die Nachbarschaft einbinden.“

Da wird auch mal mit einer Schulklasse eine Pflanzaktion gestartet oder vor Weihnachten Plätzchen gebacken. In jeder Hotellobby findet sich ein Kiosk, der rund um die Uhr geöffnet hat. Ob japanische Sake-Bar oder IMA-Restaurant mit orientalisches-israelischen Speisen – Restaurants und Bars stehen bewusst allen offen, die gerne genießen, egal ob Hotelgast

oder Einheimischer. Lifestyle Events, die regelmäßig im Hotel stattfinden, werden auf Blogs lebhaft diskutiert.

Das Konzept geht auf: Seit 2013 wächst die Gruppe kontinuierlich, zunächst deutschlandweit, dann ins deutschsprachige Ausland. „Jetzt trauen wir uns auch weiter weg – in Paris wurde Ende des Jahres 2018 das Terminus Nord eröffnet“, freut sich Berger – direkt am Gare du Nord, versteht sich. Ob man sich dort das Gepäck auf historischen Schienen ins Zimmer fahren lassen kann? Man darf gespannt sein.

URBANE NOMADEN

Und die Gäste? Sind sie so individuell wie die Hotelzimmer? „Auf jeden Fall sind es Menschen, die in der Stadt zuhause sind. Individualisten, die mit ihrem Laptop in der Lobby

arbeiten, dazwischen eine groovige Platte auflegen oder sich in unserer Jogging Corner spontan in Laufklamotten schmeißen und eine Runde drehen“, meint die Managerin. Und natürlich Geschäftsreisende, Messebesucher und Mitarbeitende, die über ihre Firma eingebucht werden. „Ich würde mal sagen, von 18 bis 80 Jahren“, schmunzelt Berger. „Mein Großvater hat seinen 80sten Geburtstag im Hotel gefeiert, aber auch meine 16-jährige Schwägerin findet es cool!“

MIT DEM GAST AUF AUGENHÖHE

Was der Managerin so Spaß macht? Jeder Tag ist ein Abenteuer. Zum Beispiel die Eröffnung eines neuen Hauses. „Es ist schön, den ganzen kreativen Prozess aktiv zu begleiten, wenn ein neues Hotel entsteht – von der ersten Besichtigung des Objekts bis zu dem Zeitpunkt, an dem die Zimmer ausgestattet und die Betten geliefert werden.“ Die Kombination aus viel Verantwortung und einem hohen Maß an Eigenständigkeit passt zu ihr. „Wie unsere Gäste werden auch wir Mitarbeiter als Individuen gesehen, mit all unserem Potenzial.“ Neben Richtlinien und Standards wird das Authentische jedes Einzelnen gefördert, ohne sich in Must-nots, Does und Dont’s zu verlieren. Das geht auch ohne Anzug und Krawatte. Christoph Hoffmann, geschäftsführender Gesellschafter und einer der Gründungsmitglieder der 25hours-Gruppe, lebt das Konzept vor; die 80-Mann starke Truppe in Hamburg, das Head Office, weiß es zu schätzen – bis hin zu den Azubis, die in eigenen Boot-Camps darauf eingestimmt werden.

Und wo kommt die Erfahrung bei einer so jungen Hotelkette her? Viele Köpfe kommen aus der alteingesessenen Hotellerie. Frau Berger selbst hat bereits im 5-Sterne-Hotel gearbeitet. Die Gedanken an den Concierge oder Pagen, die dem Gast jeden Wunsch erfüllen, sind im Hinterkopf, wenn ganz bewusst ein neuer Weg eingeschlagen wird – bei 25hours werden die Gäste auf Augenhöhe behandelt. „Bei uns dürfen sich Hotelmitarbeitende auch mal abends mit ihren Freunden in die Hotelbar setzen.“ Das ist in der Branche nicht üblich. „Wenn es vom Alter her passt, duzen die Mitarbeitenden die Hotelgäste“, erläutert Berger das neue Gastverständnis. Wie zuhause eben. Das fühlt sich dann manchmal an wie eine Stunde mehr Zeit ...

TRAUMHAFTER SCHLAFKOMFORT

„Wir legen hohen Wert darauf, dass unsere Gäste gut schlafen. Die Rückmeldungen, die wir immer wieder zu den FBF-Betten und Matratzen bekommen, haben uns darin bestätigt, dass wir eine gute Wahl getroffen haben. Und dabei bleiben wir.“

Christoph Hoffmann, Co-Founder und CEO, 25hours Hotels



REISEN IN FREMDE WELTEN

In 25 Stunden um die Welt? Nicht ganz, aber zumindest können Sie in den 25hours-Hotels auf Entdeckungsreise gehen – nicht nur im „by Levis“ in Frankfurt. Das wird übrigens gerade von Grund auf erneuert – und vergrößert. Die Firma Levis' hat das Nachbargebäude ans Hotel verkauft; Gelegenheit für einen Relaunch: Zu den 79 Bestandszimmern kommen 73 neue hinzu. Die alten Zimmer erhalten ein neues Innenleben inklusive neue Betten – natürlich von der Fränkischen Bettwarenfabrik. „Bisher hatten wir nur die Matratzen von FBF und waren sehr zufrieden damit.“ Alle 152 Zimmer werden nun mit den Savoy Classic Boxspringbetten plus Matratzen ausgestattet. In jeder der sechs Etagen bekommen die Betten aber eine andere Bespannung – „und ein neues Schlaf-tier“, schmunzelt Maren Berger. Rasse noch geheim, ebenso wie der neue Name des Hotels.

KREATIV VON KOPF ...

Die Zusammenarbeit zwischen FBF und dem Großverkäufer Atlas funktioniert seit Jahren sehr gut. Der zuständige Vertriebler Michael Herrmann kümmert sich seit 2011 erfolgreich darum, dass Lieferung und Montage auch wunschgemäß klappt. Inzwischen sind in einigen Hotels auch die Bettkästen vom mittelfränkischen Unternehmen. Bei den Kopfteilen ist 25hours aber noch gerne selbst kreativ. In Hamburg im „Alten Hafenam“ beispielsweise bestehen die Kopfteile der Hotelbetten aus den Türen des ehemaligen Hafengebäudes – der Hafenmeister wacht noch immer über seine Schar.

... BIS FUSS

Bei den Bettfüßen geht es ebenfalls individuell zu. Berger: „Im Hotel Royal Bavarian in München haben wir beispielsweise Kasten und Matratze von FBF, aber statt klassischen Bettfüßen einen Bücherstapel montiert.“ Im „Bikini Berlin“ ist eine Weinkiste drunter. „Unser Partner FBF ist da sehr flexibel“, erläutert Berger. „Sie liefern uns spezielle Innengewinde, mit denen wir unsere Füße an die Betten montieren können.“ Trotz Standardproduktion gelingt es dem fränkischen Unternehmen immer wieder, aus jedem Bett ein Einzelstück zu machen, dass dem Interior Design jedes Hauses folgt.

DAS HOTEL MIT AUGENZWINKERN

Auch wenn das Leben im Hotel brodelt und für Nachtruhe nicht wirklich viel Zeit bleibt – mit FBF haben 25hours ein Unternehmen als Lieferant, das hohen Wert auf Qualität legt, ein Produkt produziert, dass sehr lange hält und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bietet. „Wir bekommen so gute

Rückmeldungen von unseren Gästen zu den Matratzen von FBF – warum sollten wir da etwas anderes wählen?“ Dank der hochwertigen Betten kommt man auch mal mit weniger Schlaf aus. Na dann – gute Nacht.

_ Text: Maren Berger, 25hours Hotels, Hamburg

_ Bilder: 25hours Hotels



DESIGNED
FOR YOUR HOTEL

CREATED
FOR YOUR GUESTS

ZWISCHEN
TRADITION
UND MODERNE



FAIRMONT HOTEL VIER JAHRESZEITEN

AN SCHÖNE MOMENTE ERINNERN

„Wir möchten unseren Gästen unvergessliche Momente und schöne Erinnerungen schenken. Wir tun das, weil wir wissen, dass wir einer großen Hoteltradition verpflichtet sind, aber letztendlich auch, weil es jeden Tag aufs Neue Spaß macht.“

Leonie Weber, Marketing Managerin,
Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten Hamburg

Ein charmantes Hotel thront mitten in Hamburg, herrschaftlich über dem Ufer der Binnenalster – das Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten. In dem historischen Gebäude aus dem 19. Jahrhundert sind Tradition und Moderne auf wunderbare Weise kunstvoll vereint. Und für Leonie Weber hat sich dort ein Wunsch erfüllt: Seit Anfang 2018 arbeitet sie als Marketingmanagerin in dem 5-Sterne-Luxushotel. „Es war schon immer meine private Passion, Menschen kleine Momente und schöne Erlebnisse zu kreieren“, beschreibt sie ihren Traumberuf. Ob mit dem perfekt organisierten runden Geburtstag, einem raffiniert in Szene gesetzten Heiratsantrag oder dem Knigge-Special für Kinder – „wir lassen uns immer wieder etwas Ungewöhnliches einfallen“. Dabei ist ja allein schon die Übernachtung im Hotel ein Event.

Kein Tag ist wie der andere, immer wieder hat sie wunderbare Begegnungen. „Als Kosmopoliten sind unsere Gäste natürlich eine hohe Produktqualität und einen gewissen Servicestandard gewohnt. Trotzdem haben sie noch das Gespür für den besonderen Moment. Und unser Anspruch ist es, ihnen genau das zu bieten.“ Das macht die Arbeit so bereichernd, vielseitig und spannend.

Gastfreundschaft ist Liebe in Aktion – der Satz fasst für die Marketingchefin das Wesentliche zusammen. Werte wie Integrität, Loyalität und Innovation, kombiniert mit hanseatischer Verlässlichkeit, werden vom Geschäftsführer – Ingo C. Peters – seit mehr als 20 Jahren vorgelebt. „Er hat immer ein offenes Ohr“, erklärt Weber. Die 320 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Hamburger Luxushotel wissen das zu schätzen. „Ob beim Sommerfest oder den Cross-Department-Meetings – man lernt sich unkompliziert kennen, der Umgang ist respektvoll und empathisch, das Team ist wie eine richtige Familie“, so Weber.

Dazu kommt der Anspruch, internationale Standards zu setzen und dann immer noch ein bisschen mehr zu geben. So ähnlich



hat es der Gründer des Hotels, Friedrich Haerlin, im Jahre 1897, ausgedrückt: „Es ist alles wie bei uns zu Hause. Wenn wir Gäste einladen, dann ist alles schön sauber, der Tisch ist gedeckt, es ist gut und ausreichend gekocht und wir haben uns adrett angezogen, freuen uns auf unsere Gäste. Nichts anderes machen wir im Hotel – nur dass alles ein bisschen größer ist.“ Und heute? Was der jetzige Geschäftsführer seit Jahren vorlebt, spüren auch die Gäste – und kommen gerne wieder.

FÜHLEN SIE SICH WIE ZU HAUSE!

Die Philosophie des Hotels ist – damals wie heute – ganz einfach: Service, Service und noch einmal Service. Dass dabei die Qualität stimmen muss, versteht sich von selbst. Nicht umsonst gehört das HVJ zu den besten Hotels der Welt. „Erfahrung? Steckt hier in Form von mehr als 125 Jahren erfolgreichem Umgang mit Hotelgästen drin“, erläutert Weber. Und die Vielfalt? Fängt bei der Deckenhöhe an, die in jedem Stockwerk historisch bedingt niedriger wird, und begegnet einem in jedem der 156 Zimmer und Suiten. Keines ist wie das andere – und jede Etage, jeder Gang, jede Lounge und jeder Veranstaltungsraum haben ihren besonderen Stil. Ganz bewusst werden Farben und Stoffe mithilfe von Beleuchtung und kreativen Details stilvoll elegant und doch unaufdringlich in Szene gesetzt. Alles passt perfekt zusammen.

DER PERFEKTE MOMENT

„Von allen Möbelstücken bekommen wir für unsere Betten die meisten Komplimente.“

Ingo C. Peters, geschäftsführender Hoteldirektor,
Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten, Hamburg



EIN BETT FÜR DIE PRINZESSIN

Wie jedes Jahr kommt die Prinzessin aus dem Oman mit ihrem Hofstaat nach Hamburg. Sie residiert mehrere Wochen im Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten. Für einen gelungenen Aufenthalt sorgt Guest-Relations-Managerin Alexandra Meier. Unter anderem organisiert sie einen eigenen, abgetrennten Küchenbereich, in dem die Adelige von ihren Köchen verköstigt werden kann.

„Bevor die Prinzessin sich das erste Mal im Hotel Vier Jahreszeiten niederließ, hatte sie eine Bitte an das Hotel.“, erzählt Marketingchefin Weber: „Sie nächtigte ungern in einem Bett, in dem vorher bereits jemand anders geschlafen habe.“ Kurzerhand wird damals der Fränkischen Bettwarenfabrik im mittelfränkischen Neustadt an der Aisch der Auftrag gegeben, ein neues Bett nach den Wünschen und Maßen der Dame anzufertigen – inklusive Festigkeit der Matratze. „Wir versuchen tatsächlich, soweit es möglich ist, unseren Gästen jeden Wunsch zu erfüllen“, lacht Weber. In der Suite, in der die Prinzessin während ihres Aufenthaltes wohnt, wird seitdem einmal im Jahr das darin stehende Bett abgebaut und das „Prinzessinnenbett“ aufgebaut. Nach dem Besuch wird es gut verpackt bis zum



nächsten Jahr aufbewahrt. „Nicht nur damals hat unser Partner FBF sofort reagiert und alles zeitnah genau nach den Vorgaben umgesetzt.“

NISCHENPRODUKT MIT LIEBE ZUM DETAIL

Wie aber kommt das Hamburger Grand Hotel an das mittel-fränkische Bettenunternehmen? Das liegt am Geschäftsführer Ingo C. Peters, der zusammen mit seiner Frau immer auf der Suche ist: Nach dem gewissen Extra, dem qualitativ hochwertigen Nischenprodukt, dem liebevollen Detail. „Dafür hat er einen besonderen Blick. Und bei FBF hat er es auch wieder gefunden“, erläutert die Marketingchefin. Die Zusammenarbeit mit dem zuständigen Vertriebler, Herrn Jürgen Pulwitt, funktioniert seit mehr als zehn Jahren auf das Beste. Entgegenkom-

mend und kompetent werden Sondergrößen, Sonderhöhen oder andere Wünsche jederzeit flexibel umgesetzt. Ob Austausch oder Beratung, Koordination oder Lieferung: Qualität „Made in Germany“ und eine hervorragende Serviceleistung sind hier Alltag.

Inzwischen sind alle 156 Zimmer und Suiten mit Boxspringbetten von FBF ausgestattet – dem individuellen Stil eines jeden Zimmers bis ins kleinste Detail angepasst. Die Gäste sind zufrieden. Tatsächlich bekommen, was die Möbelstücke angeht, Leonie Weber und ihr Team für die Betten die meisten Komplimente. Was will man mehr?

– Text: Leonie Weber, Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten

– Bilder: Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten, Leifhelm Medien

H - HOTELS

Herr Querl, seit wann sind Sie in der Hotelbranche tätig?

Nach der Schule habe ich zunächst eine Ausbildung als Fachgehilfe für steuer- und wirtschaftsberatende Berufe gemacht und bin dann 1989 in die H-Hotels Gruppe, die damals noch unter Treff Hotels firmierte, eingetreten.

Was ist das Beste an Ihrer Arbeit?

Auch wenn ich viel am Schreibtisch sitze, ist die Arbeit unglaublich vielfältig und nie langweilig. Die Hotellerie ist eine der wenigen Branchen, bei der viele unterschiedliche berufliche Richtungen unter einem Dach zusammenkommen.

Was ist Ihnen in Bezug auf Ihre Hotelgruppe wichtig?

Wir sind als Hotelgruppe seit 50 Jahren in Deutschland im deutschsprachigen Raum aktiv. In dieser Zeit konnten wir in der Branche Akzente setzen und sind zu einer der größten Hotelgesellschaften des Landes herangewachsen, die jetzt auch in das europäische Ausland expandiert. Im Frühjahr 2020 werden wir unser erstes Hotel in Budapest eröffnen. Als familiengeführtes Unternehmen macht uns das sehr stolz..

Was zeichnet die H-Hotels Gruppe aus?

Durch unsere flexible Unternehmensstruktur können wir schnell auf Veränderungen im Markt reagieren. Vom Reservierungssystem und Schnittstellen zu Onlineanbietern und Netzwerken über das eigene Reisebüro bis hin zu stylischen Foodkonzepten und Großcaterings – wir entwickeln alle diese Services und Dienstleistungen unabhängig sowie in eigener Regie.

Welcher der vier Themenbereiche ist für die Hotelgruppe am wichtigsten? Erfahrung, Service, Vielfalt, Qualität?

Für uns lassen sich diese Themen nicht trennen oder gegeneinander abwägen. Sie sind alle unverzichtbar. Es kommt vielmehr auf das richtige Vernetzen dieser Faktoren an. Nur wenn das klappt, sind sie die Grundlage für Erfolg.







Wer sind Ihre Gäste?

Mit unseren eigenen Marken Hyperion, den H4 Hotels, H+ Hotels, H2 Hotels und den H.hostels bieten wir ganz unterschiedliche Gastkonzepte und Kategorien an. So decken wir die gesamte Bandbreite der Hotellerie ab. Egal, ob es sich um das Premiumsegment handelt, um Businessstagnungen oder um einen privaten Ausflug mit Freunden – wir haben für jeden das passende Produkt.

Worauf legen Ihre Gäste besonders Wert?

Die Gäste erwarten von einem Hotel in erster Linie eine komfortable Unterkunft: Dazu zählen natürlich bequeme Betten, aber auch die zeitgemäße technische Ausstattung mit kostenfreiem Internet oder Ladestationen für Mobilgeräte werden oft gewünscht. Wenn ich die Rückmeldungen unserer Gäste in den Bewertungsportalen anschau, findet sich sehr oft der persönliche Service. Erst im August wurden wir in einer bundesweiten Umfrage als familienfreundlichste Hotelgruppe ermittelt.

Wie läuft die Zusammenarbeit mit FBF?

Mit FBF verbindet uns schon eine jahrzehntelange Zusammenarbeit. Das spricht für sich. Aufgrund dieser Erfahrung weiß jeder Partner, wie der andere tickt. Die Abstimmung beispielsweise mit unseren Innenarchitekten klappt ohne Probleme.

Gab es auch mal Schwierigkeiten und wie haben Sie diese gemeistert?

Ich kann mich an keine Schwierigkeiten erinnern. Wenn mal irgendwo der Schuh drückte, dann wurden diese Probleme partnerschaftlich gelöst.

_ Bilder: www.h-hotel.com, Guido Anacker

Thomas Querl ist Mitglied des Vorstandes der H-Hotels AG. Die Hotelgruppe mit Sitz im hessischen Bad Arolsen zählt zu den größten Hotelbetreibern Deutschlands. Zu dem familiengeführten Unternehmen mit rund 2.500 Mitarbeitern gehören die Marken Hyperion, H4 Hotels, H+ Hotels, H2 Hotels sowie als neuestes Produkt die H.hostels, die unter der Dachmarke H-Hotels.com vertrieben werden. Die stetig wachsende Gruppe ist momentan in insgesamt 50 verschiedenen Destinationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit 60 Hotels vertreten. Zu Expansionen in weiteren Metropolen im DACH-Raum kommt mit dem Standort Budapest auch erstmalig die Präsenz im nicht-deutschsprachigen Raum.

IMPRESSUM



Fränkische Bettwarenfabrik GmbH

Josef-Kühnl-Weg 1-5
91413 Neustadt a.d. Aisch, Germany
Tel.: +49 9161 660-660
Fax: +49 9161 660-88
info@fbf-bedandmore.de
www.fbf-bedandmore.de

