

MARKEN-LAUNCH

a+ Jetzt kommen die Hey Lou Hotels

Von Isabel Diez | Freitag, 26. April 2024



Ergänzen sich perfekt: Die Place-Value-Chefs Martin Kemmer und Daniela Schade.

Mit gleich sieben Hotels startet die neue Marke aus der Feder der beiden Place Value Chefs Martin Kemmer und Daniela Schade. Was ist die Idee dahinter?

Mit einer rauschenden Party und rund 100 geladenen Gästen ist die neue Marke Hey Lou Hotels am Standort in Monheim am Rhein nun offiziell eingeführt.

Insgesamt sieben Häuser in Friedrichshafen, Frankfurt Airport, Hildesheim, Karlsruhe Messe, Monheim am Rhein, Nördlingen und Piding zählen bereits zur Gruppe. Die Häuser sind aus einem umfassenden Rebranding und der Umgestaltung der ehemaligen Styles Hotels hervorgegangen. "Bis Mitte Mai sollen alle Häuser unter neuer Flagge laufen", sagte Daniela Schade, Geschäftsführerin Place Value, am Donnerstag im Zuge einer Pressekonferenz. Das Unternehmen mit Sitz in Grünwald bei München steckt hinter der neuen Brand.

Digitalisiertes System Economy Hotel Konzept

Was ist die Idee dahinter? Die Marke steht für ein digitalisiertes System Economy Hotel Konzept. Der Markenkern fußt auf der Schnittmenge aus Produkt-, Plattform-, People- und Partnerstrategie. Dabei sollen menschliche Werte, Nähe und Kompetenz nahtlos mit den besten KI- und IoT-Lösungen verbunden werden. Dies soll letztlich die Mitarbeitenden unterstützen und entlasten sowie diesen mehr Zeit für die Gäste und Service verschaffen.



Blick in eine der Suiten im Hey Lou Hotel Monheim.

Mit Blick auf die Gäste steht die einfache, intuitive und unkomplizierte sowie voll digitalisierte 360-Grad-Guest Journey im Fokus. "Das Ziel ist der Check-in innerhalb von 30 Sekunden. Momentan liegen wir bei rund einer Minute", so Martin Kemmer. Und Daniela Schade fügt hinzu: "Wir wollen die Rezeption durch den Welcome-Desk ersetzen. Hier können bis zu vier Personen gleichzeitig einchecken." Vorbild seien hier die Airlines. "Die machen es bereits vor, wie es geht", so Schade weiter.

DIE DIGITALE 360° GUEST JOURNEY AUF EINEN BLICK

1. Schnelles und unkompliziertes Buchen über die Webseiten; Präferenzen können bis auf Zimmerkategorie und Lage angegeben werden; Präferenzen werden garantiert

2. Digitale Reisebegleitung bis zur Anreise: Buchungsbestätigung, Informationen zur Anreise etc.

3. Unkomplizierter und schneller digitaler Check-in am Welcome Desk inkl. digitalen Meldescheins innerhalb von 2 Minuten und unabhängig von Rezeptionszeiten

4. Bei der Zimmerauswahl werden die angegebenen Präferenzen automatisch berücksichtigt

5. Während des Aufenthalts steht „**Lou – Dein digitaler Reisebegleiter**“ rund um die Uhr zur Verfügung, Start: 05/2024

6. Unkomplizierter und schneller digitaler Check-out, jederzeit während des Aufenthalts möglich – sofortige Zusendung der Rechnung per E-Mail

7. Echtes Interesse an den Gästen und ihren Bedürfnissen. Gelebte Wertschätzung und permanente Optimierung des Gasterlebnisses durch automatisierte, digitale Feedback-Kultur

8. Wertschätzung der Gäste in Form von hyperpersonalisierten, digitalen Angeboten für die nächste Buchung



Blick in eine der Suiten im Hey Lou Hotel Monheim.

Im Wesentlichen punkten die Hotels mit digitaler 360-Grad-Guest-Journey, modernen Zimmern, einer Bar, reichhaltigem Frühstück sowie E-Ladesäulen und schnellem W-Lan. Auch drei Service-Roboter sind im Einsatz und unterstützen die Teams beim Service von Speisen und Getränken. Perspektivisch sollen es noch mehr werden. "Die Roboter bringen zum Beispiel die Speisen von der Küche an den Tisch. Den persönlichen Service der Gerichte am Platz erledigen die Mitarbeitenden. Den Kolleginnen und Kollegen werden so viele Kilometer pro Woche erspart. Das entlastet", so Kemmer.

FiFo-Regale und Smartphones für die Mitarbeitenden

Weitere spannende Technik-Features sind unter anderem die gechipte Bettwäsche, die genaueste Bestandsanalysen ermöglicht, oder die FiFo-Regale, die beidseitig geöffnet werden können. Die Waren unterliegen so dem "First-in/First-out"-Prinzip, lassen sich easy befüllen und dienen gleichzeitig der Qualitätssicherung.

Darüber hinaus sind alle Mitarbeitenden mit Smartphones ausgestattet. Über diese sind sämtliche Daten, Infos und Systeme jederzeit erreichbar und abrufbar. Die Mitarbeitenden können hier etwa auch Schichten untereinander tauschen oder Eckdaten zu Gästen und deren Bedürfnisse abrufen. Überhaupt wurden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter intensiv in den Prozess rund um die Schaffung von Marken-Vision, Mission und Leitbild miteinbezogen.

Nachhaltigkeit spielt wichtige Rolle

"Wir leben nicht in Silos, wir leben in Gemeinschaften", so Martin Kemmer. Dies gelte für die Mitarbeitenden, sämtlich genutzte interne Daten sowie für die Partner. Auch hier laufen die Zusammenarbeit und der Austausch nahezu ausschließlich digital.

Darüber hinaus spielt das Thema Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Das Hotel in Monheim ist bereits mit Green Sign 4 zertifiziert. Auch die übrigen Hotels sollen folgen. Schon jetzt kommt in allen Hotels 100 Prozent Ökostrom zum Einsatz.

GELEBTE UND ZERTIFIZIERTE NACHHALTIGKEIT AUF EINEN BLICK

- GreenSign-Auszeichnung, Level-4-Zertifizierung
- Verpflichtung HITT-ESG-Ziele 2024 (Hospitality-Inside-Think-Tank)
- Mitgliedschaft Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC Bett+Bike)
- Klar nachvollziehbare Nachhaltigkeits-KPIs
- 100 % Ökostrom
- E-Ladesäulen
- Fahrradparkplätze
- Fahrradräume
- Unternehmen und Hotels (fast) papierlos
- Zimmerreinigung auf aktive Anfrage (Opt-in)
- Handtücher auf aktive Anfrage (Opt-in)
- Trinkwasserbrunnen zum Wiederbefüllen der eigenen Trinkflasche, ökologisch abbaubare Seife

In den Rebrand und die neue Marke wurde insgesamt eine niedrige siebenstellige Summe investiert. Angestrebt wird eine Durchschnittsrate von mindestens 100 Euro. Zudem soll die Marke als Plattform-Modell etabliert werden. "Wir wollen ein Hotel innerhalb von 24 Monaten neu bauen", betont Kemmer. Insgesamt ein bis zwei neue Häuser sollen so pro Jahr hinzukommen, steigen Partner ein könnten dies auch mehr werden. Auch Conversions kommen in Betracht. Um an neuen Standorten aktiv zu werden, müssten zudem mindestens zwei Prozent Marktanteil drin sein, so Kemmer weiter.

ÜBER DIE HEY LOU HOTELS

Gründungsunternehmen, Gründer: Place Value GmbH

(Hotelmanagement, Objektentwicklung, Standortstrategie) und damit die Brüder Martin, Thomas und Sebastian Kemmer

Kategorie: System-Economy-Hotellerie

Rechtliche Firmierung: HeyLou GmbH

Gründungsjahr: 2024 HeyLou GmbH

Geschäftsführung: Martin Kemmer, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter; Daniela Schade, Geschäftsführerin

Gründungsgeschichte

- 2010 Übernahme des ersten White-Label-Hotels, gefolgt von weiteren Hotels mit gleichem Konzept
- 2016 Gründung von Place Value
- 2020 COVID-19-Pandemie, Fokus auf Digitalisierung, IoT und KI
- 2024 Launch der neuen KI-optimierten Hotelmarke Hey Lou mit einzigartiger 360° digitaler Guest Journey

Mitarbeiter: 200

Ziel-Durchschnittsrage: mindestens 100 Euro

Invest: niedriger siebenstelliger Bereich

Standorte (7):

- Frankfurt Airport
- Friedrichshafen
- Hildesheim
- Karlsruhe Messe
- Monheim am Rhein
- Nördlingen
- Piding

THEMEN

Martin Kemmer

Daniela Schade

Value

Monheim am Rhein

Friedrichshafen

Frankfurt

Hildesheim