



1973 - 2023
DIE CHRONIK

Inhalt

Grußworte, Editorial	4-5
Im Gespräch mit Bernd Kanzow und Volker Dürr	6-7
50 Jahre Ringhotels	8-9
Die 70er Jahre	10-13
Im Gespräch mit Axel Dierksen	14-15
Die 80er Jahre	16-19
Ausbildung	20-21
Das Design	22-23
Die 90er Jahre	24-27
Im Gespräch mit Theo Dürr	28-29
Die 2000er Jahre	30-33
Im Gespräch mit Ute Paulsen	34-35
Die 2010er Jahre	36-39
Reiseplanung mit Ringhotels	40-41
Die 2020er Jahre	42-43
Überblick: 50 Jahre im Zeichen von Heimat & Genuss	44-47
Impressionen	48-49

Grußwort



WER EIN HALBES JAHRHUNDERT KOSTBARE UNIKATE SAMMELT, HAT EINEN WERTVOLLEN SCHATZ ZU BIETEN.

Das ist unbezahlbar. In diesem Sinne wünschen wir den Ringhotels alles Gute und die richtigen Entscheidungen für die nächsten 50 Jahre.

Rolf Westermann
ahgz Chefredaktion

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH ZU 50 JAHREN RINGHOTELS!

Mehr denn je kommt es darauf an, die Kräfte zu bündeln, Synergien zu nutzen und sich erfolgreich am Markt zu positionieren. Den Ringhoteliers gelingt es jeden Tag aufs Neue, gemeinsam eine starke Marke mit Heimat und Leben zu erfüllen und dabei zugleich individuell und persönlich zu bleiben!

Weiter so und alles erdenklich Gute für die Zukunft!

Guido Zöllick
Präsident des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA Bundesverband)



LIEBE FREUNDE DER RINGHOTELS,

am 25. Januar 1973 gründeten rund 100 vorausschauende und innovative Hoteliers die Kooperation der Ringhotels. Die Zeit sei einfach reif gewesen für diese Idee, sagt Gründungsmitglied Theo Dürr vom Ringhotel Hohenlohe in Schwäbisch Hall. Nur so hätten familiengeführte Betriebe gegen die damals auf den Markt drängenden Hotelketten eine Zukunft gehabt. Seither stehen die Ringhotels für traditionelle Gastlichkeit mit regionaler Prägung. Authentische Gastgeber und qualitativ hochwertiger Service – das zeichnet uns seit 50 Jahren aus.

Die große Stärke der Kooperation waren und sind ihre gemeinsamen Werte sowie ihr kollegialer Zusammenhalt in guten wie in schwierigen Zeiten. Das macht es für jedes einzelne Mitglied leichter, denn im gegenseitigen Austausch sind immer wieder neue Ideen und Services für unsere Gäste entstanden. Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten die Ringhotels ebenfalls ein Umfeld, in dem sie sich durch den kooperationsweiten Austausch und Weiterbildung fachlich und persönlich weiterentwickeln können.

In unserer Jubiläumsbroschüre werfen wir einen Blick zurück auf die Gründung der Kooperation und lassen einzelne Hoteliers zu Wort kommen. Wir zeigen aber auch, wie sehr sich Reisen, Hotellerie, Gastronomie und die Ringhotels selbst seither verändert haben: Unterhaltsam und informativ schauen wir auf fünf aufregende Jahrzehnte voller Gastlichkeit in unseren Häusern. Wir wünschen eine anregende Lektüre – und bleiben Sie uns auch in den kommenden 50 Jahren treu.

Ihre
Petra Weindl & Susanne Weiss



Petra Weindl
Geschäftsführerin

Susanne Weiss
Geschäftsführender Vorstand

Im Gespräch

Die Ringhotels werden 50. Im Gespräch berichten Ringhotels-Präsident Bernd Kanzow und Vizepräsident Volker Dürr, was die in der Hotelkooperation vereinten Familienbetriebe auszeichnet.

REISEN IN DEUTSCHLAND, NATÜRLICH MIT DEN RINGHOTELS

Herr Kanzow, Sie sind mit dem Ringhotel Schorfheide in Joachimsthal seit elf Jahren in der Kooperation. Seit 2018 fördern Sie als Präsident besonders den Austausch zwischen den Häusern. Was macht die Ringhotels so besonders?

Kanzow: Unter den Ringhotels gibt es ein hohes Maß an Übereinstimmung, weil wir alle die gleiche Sprache sprechen und alle vor den gleichen Aufgaben stehen. Zusammen mit den Kollegen findet sich eine Lösung, die einem allein nicht gekommen wäre. Man kann sich auf die Empfehlungen und Lösungen der anderen verlassen, weil diese in ähnlichen Situationen erprobt sind. Gerade die letzten Jahre haben uns gezeigt, dass es von großem Vorteil ist, den Ringhotels anzugehören. In unserem Markenkern ist auch Innovation verankert, das haben die Ringhotels mit hybriden Regionalmeetings und Sprechstunden mit dem Servicebüro erlebbar gemacht. Gerade unser erstes hybrides HeimatGenuss Event 2021 war sehr fortschrittlich und auf der Höhe der Zeit. Der Austausch ist jedoch nur ein Baustein der vielfältigen Leistungen der Kooperation.

Herr Dürr, Ihr Ringhotel Hohenlohe gehört sogar zu den Gründungsmitgliedern der Kooperation. Wie haben es die Ringhotels geschafft, so lange auf dem Markt zu bestehen?

Dürr: Da spielen sicherlich viele Faktoren eine Rolle. Der Mut, auch in Krisenzeiten zu investieren. Die Bereitschaft, bei den Besten der Branche zu schauen, was sie gut machen, und aus weniger guten Entscheidungen zu lernen. Und das Glück, eine Familie zu haben, die einen unterstützt. Es hilft, nicht immer nur den Branchenblick auf alles zu haben. Ein Gewinn sind auch die Kolleginnen und Kollegen aus der Ko-

operation, mit denen man sich austauschen kann. Das war für mich persönlich in den ersten Jahren sehr hilfreich. Und natürlich die vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das Ringhotel Hohenlohe und die vielen anderen Ringhotels zu einem besonderen Ort machen, zu dem unsere Gäste gerne wiederkommen.

In den vergangenen fünf Jahrzehnten hat sich das Reisen und die Hotellerie in Deutschland stark verändert. Was hat sich aus Ihrer Sicht seit Ihrem Einstieg bei den Ringhotels am meisten verändert?

Kanzow: Der Trend zu Reisen innerhalb Deutschlands ist stark angestiegen. Durch unser Markenversprechen „Echt HeimatGenuss erleben“ konnten wir mit unseren Hotels diesen Trend hervorragend bedienen. Geändert hat sich auch das Anspruchsdenken der Gäste. Viele Ringhotels haben in den letzten Jahren in ihre Häuser investiert und das Leistungsangebot für ihre Gäste ausgebaut. Dadurch hat sich auch die Qualität in den letzten Jahren stetig verbessert, was durch unser internes Ranking, den „Ringhotels Kompass“, nachweislich bekräftigt wird.

Dürr: Wirklich beurteilen kann ich nur die vergangenen zehn Jahre. 2011 bin ich im Ringhotel Hohenlohe eingestiegen und habe es 2013 von meinen Eltern übernommen. Bis 2019 hat sich der Geschäftsreisebereich bei uns überdurchschnittlich entwickelt. Dies führte zu wirtschaftlich überaus guten Jahren. Das hat uns in den beiden Corona-Jahren sehr geholfen. Die Erwartungshaltung an uns ist deutlich gestiegen. Fehler werden oftmals in der Öffentlichkeit „breitgetreten“ und nicht mehr vor Ort besprochen. Die größte Veränderung



Bernd Kanzow
Präsident der Ringhotels & Gastgeber im Ringhotel Schorfheide | Tagungszentrum der Wirtschaft



Volker Dürr
Vizepräsident der Ringhotels & Gastgeber im Ringhotel Hohenlohe in Schwäbisch Hall

ist für uns, dass wir selbstbewusster sind und auch für uns Grenzen definieren konnten. Wir haben versucht, für unsere Gäste alles möglich zu machen. Das tun wir immer noch, aber wir sind heute viel klarer in der Kommunikation und im Berechnen von Leistungen, die man früher einfach zusätzlich erbracht hat. Unsere Gäste erwarten zu Recht Wertschätzung und Freundlichkeit. Umgekehrt dürfen das auch unsere Mitarbeiter von den Gästen erwarten.

Wie würden Sie einen Hotelier, der noch nicht bei den Ringhotels ist, davon überzeugen, Mitglied der Kooperation zu werden?

Kanzow: Die Kettenhotellerie bringt beständig neue Marken auf den Markt und geht verstärkt auch in ländliche Destinationen. So sehen sich die Privathotels einer immer größeren Markenvielfalt gegenüber, die zum Teil das gleiche Gästeklientel bedienen möchte. Als einzelnes Hotel hat man es dadurch immer schwerer, sich zu behaupten. Innerhalb der Kooperation bekomme ich durch unsere „Vermarktungspakete“ eine auf das Hotel zugeschnittene Lösung. Als Ringhotel kann ich selbst entscheiden, in welchen Bereichen eine stärkere Vermarktung gewünscht wird. Zudem profitiere ich von den Einkaufsvorteilen, heute vor allem im IT-Bereich. Durch das Servicebüro erhalte ich als Ringhotel kompetente Ansprechpartner, die auch die neuesten Trends im Auge behalten. Ein einzelnes Privathotel müsste diese Aufgaben allein bewältigen. Dazu habe ich angesichts des Fachkräftemangels jedoch keine Zeit mehr. Diese Entlastung ist nicht zu unterschätzen.

Dürr: In der Kooperation sind sehr viele großartige Kollegen versammelt. Die zahlreichen Gespräche und der Austausch waren oft sehr nützlich. Viele von ihnen sind oder waren

selbst mitten in der Übernahme des Betriebs. Da war es oft sehr hilfreich, mit anderen über die Erfahrungen zu sprechen. Später waren es dann Gespräche über Themen wie Digitalisierung, Mitarbeiterführung oder Corona, die wichtig für die eigenen Entscheidungen waren. Auch die oft akribische Arbeit aus dem Servicebüro und Hilfestellungen haben uns sehr oft die Arbeit erleichtert. Wer sich erhofft, einfach nur mehr Gäste zu bekommen oder dass die Ringhotels einem das Marketing abnehmen, der ist nicht so gut in einer Kooperation aufgehoben. Bei den Ringhotels geht es viel um gemeinschaftliche Werte und voneinander zu lernen. Der Mehrwert lässt sich oftmals nicht in Geld ausdrücken. Wer sich einbringen will und auch mitgestaltet, wem der Erfahrungsaustausch wichtig ist, der ist bei den Ringhotels sehr gut aufgehoben.

Mit 50 ist man heute im besten Alter. Was wünschen Sie sich für die Ringhotels und ihre Gäste zum Jubiläum?

Kanzow: Ich wünsche den Ringhotels, dass sie weiterhin den Weitblick und ein hohes Maß an Qualität behalten, die es immer in der Kooperation gab. Hiervon profitieren automatisch auch unsere Gäste. Unseren Gästen wünsche ich, dass sie während ihres Aufenthaltes, egal aus welchem Anlass, „Echt HeimatGenuss“ erleben und sich jederzeit gut aufgehoben fühlen.

Dürr: Bald wieder unbeschwerte Reisen, ohne sich vorher Gedanken machen zu müssen, ob eine Reise möglich ist oder nicht. Vor allem aber viele wunderbare Momente in einem der vielen schönen Ringhotels.



50 Jahre Ringhotels

VON DER IDEE ZUR KOOPERATION

Vor 50 Jahren wurde die Hotelkooperation Ringhotels von vorausschauenden und innovativen Hoteliers aus der Taufe gehoben. Der Zusammenschluss, der sich in den zurückliegenden fünf Jahrzehnten bestens bewährt hat, entsprang einem einfachen Gedanken: Gemeinsam ist man stärker als allein.

Dazu muss man wissen, dass den von Familien geführten Hotels in den späten 1960er-Jahren neue Konkurrenz erwächst. International operierende Hotelketten beginnen im Zuge des zunehmenden Flugreiseverkehrs auch in Westdeutschland Fuß zu fassen. Ihr Erfolgsrezept ist der Einsatz klassischer Marketing- und Verkaufsinstrumente, die damals in Deutschland noch weitgehend unbekannt sind.

Die deutschen Hoteliers haben bis dato auch keinen Grund etwas zu ändern, denn während der Wirtschaftswunder-Jahre ist die Nachfrage nach Konsumgütern und Reisen so groß, dass die Anbieter auch ohne Marketing kaum hinterher kommen. Doch die künftigen Ringhoteliers wissen früh, dass sich der Markt verändert und dass sie auf die neue Konkurrenz reagieren müssen. So treffen sich 1972 erstmals vier Hoteliers sowie Franz-Josef Frenzel und ein Chefredakteur, um darüber nachzudenken, wie man der wachsenden Marktmacht der Hotelketten mit einem wettbewerbsfähigen Konzept entgegenzutreten könnte ...

DER OLYMPISCHE GEDANKE INSPIRIERT DEN NAMEN DER KOOPERATION

Einer der Initiatoren ist der Hotel- und Marketingfachmann Franz-Josef Frenzel. Gemeinsam mit den Hoteliers möchte er die Privathotellerie als Kulturgut traditioneller Gastlichkeit mit regionaler Prägung erhalten. Eine Kooperation sehen sie als ideale Lösung, damit jeder Betrieb seine Eigenständigkeit behalten kann.

Dieser Kooperation soll jedes ungebundene Hotel, unabhängig von Größe und Lage, beitreten können. Der Gedanke spricht sich rasch herum und stößt auf großes Interesse. Am 25. Januar 1973 ist es dann so weit: Die neue Kooperation wird mit 98 Mitgliedern offiziell in Berlin gegründet. Natürlich benötigt sie auch einen passenden Namen, der die vielen und teils recht unterschiedlichen Häuser verbindet.

Zwei Dinge geben den Ausschlag, dass die Hotelkooperation den Namen Ringhotels e. V. erhält. Zum einen engagieren sich zwei der Initiatoren in genossenschaftlichen „Einkaufsringen“. Zum anderen finden 1972 die Olympischen Sommerspiele in München statt. Die Olympische Flagge weist bekanntlich fünf Ringe auf. Im Jahr der Ideenfindung liegt der Name für die neue Hotelkooperation praktisch auf der Hand.



Bild oben links: Norbert Gruber – Eggenfelden, Geschäftsführender Vorstand Franz-Josef Frenzel und erster Präsident der Ringhotels Wilhelm Zilch – Bad Gandersheim (v.l.n.r.)
 Bild oben rechts: Das neue Türschild der Ringhotels (September 1975)
 Vizepräsident Karl Espenlaub, Präsident Norbert Gruber, Franz-Josef Frenzel
 Bild mitte rechts: Generalversammlung der Ringhotels 1977 in Berlin
 Bild unten links: März 1975, Treffen des Präsidiums in Frankfurt M. – Jens Peters, Franz-Josef Frenzel, Norbert Gruber, Wilhelm Zilch, Karl Espenlaub
 Bild unten rechts: Der neue ITB-Stand, März 1976



Die 70er Jahre

POLITIK, ZEITGEIST UND TRENDS

In Deutschland regiert mit Bundeskanzler Willy Brandt erstmals ein Sozialdemokrat. Er will „mehr Demokratie wagen“ und leitet eine Phase der Entspannungspolitik im Kalten Krieg ein. Im Sommer 1972 finden in München die Olympischen Sommerspiele statt. Sie werden vom Attentat auf die israelischen Sportler überschattet. Dennoch vermitteln sie der Welt ein positives Bild von Deutschland. Im Jahr darauf sorgt ein Ölboykott für ungewohnte Bilder: An vier autofreien Sonntagen spazieren die Deutschen auf ihren Autobahnen. In den USA machen sich derweil zwei Männer daran, die Welt zu verändern: Steve Jobs und Bill Gates gründen die Unternehmen Apple und Microsoft.

Wären die 70er-Jahre eine Farbe, dann sicher ein leuchtendes Orange. Im Fernsehen läuft Ilja Richter in seiner Sendung „disco“ regelmäßig zu Höchstform auf. Seinen Spruch „Licht aus! Whoom! Spot an! Ja ...!“ kennt damals jeder. Die Mischung aus Schlager, Pop und Rock erreicht hohe Einschaltquoten.

1974 wird Deutschland das zweite Mal Fußballweltmeister und die Herren eifern mit Langhaarfrisuren, Bart und Koteletten Idolen wie Günther Netzer und Paul Breitner nach. In der Mode spiegelt sich die gesellschaftliche Emanzipation der Frauen: Sie ist vielfältig, grell-bunt und blumig. Lange, weite Kleider, Trompetenärmel und Schlaghosen sind ebenso angesagt wie knappe Miniröcke und Hotpants. Die Füße stecken in Plateauschuhen oder Holzcllogs.



Desktop-Computer vor typischer 70er-Jahre Tapete
Ilja Richter, Moderator der TV-Musiksendung disco



1974 FIFA World Cup Final Gerd Müller, Paul Breitner



In den 1970er Jahren am Strand



Ringhotels zum ersten Mal auf der Touristik-Messe in Paris, 1976
Franz-Josef Frenzel, Norbert Gruber

REISEN UND URLAUB

Die 70er-Jahre sind das Jahrzehnt des Tourismus. 1970 macht bereits jeder dritte Deutsche eine Urlaubsreise pro Jahr. Erstmals fahren und fliegen dabei mehr Bundesbürger ins Ausland (55 Prozent) als an die deutschen Urlaubsorte. 1973 verreist bereits jeder zweite Deutsche einmal im Jahr und seit 1976 sind jedes Jahr zwei von drei Deutschen im Urlaub unterwegs – ein Wert, der bis heute konstant ist. Steigende Einkommen, sinkende Arbeitszeiten und der zu Beginn des Jahrzehnts gesetzlich vereinbarte Mindesturlaub von 20 Tagen machen es möglich.

Die Bahn reagiert und verbindet die deutschen Städte mit dem Intercity-System. In den 70ern erlebt auch die Pauschalreise – das Gesamtpaket aus Transport, Unterkunft und Verpflegung – ihren Durchbruch. Das liegt nicht zuletzt daran, dass das Auto als beliebtestes Verkehrsmittel Konkurrenz durch Flugzeug und Bahn bekommt. Für die Buchung geht man in Reisebüros, die wie Pilze aus dem Boden schießen. Die meisten Menschen haben zwar schon ein Telefon mit Wählscheibe zu Hause – aber eine Reise selbst zu buchen, ist praktisch unmöglich.

Kleiner Fun Fact: Ende der 70er führt der durchschnittliche Westbürger 250 Telefongespräche jährlich und bekommt an mehr als hundert Tagen im Jahr keinen Anruf! 1973 meldet das US-Unternehmen Motorola ein Patent an, das stolze 1,2 Kilogramm wiegt: Es ist das erste Mobiltelefon.

Die 70er Jahre

IN DEN RINGHOTELS

Vom Tourismus-Boom möchten natürlich auch die rund 100 Hotels profitieren, die sich 1973 in der Kooperation der Ringhotels zusammengeschlossen haben. Ein gemeinsamer Reise Planer wird noch im Gründungsjahr aufgelegt und listet alle Ringhotels. 1974 präsentieren sich die Ringhotels erstmals auf der weltweit größten Tourismusmesse, der ITB. Bis heute war der Ringhotels e.V. jedes Jahr mit einem eigenen Stand in Berlin präsent.

1975 gibt es die ersten Angebote für Reisegruppen. Schließlich wird die Pauschalreise als bequeme Möglichkeit für den Gast, alles aus einer Hand zu buchen, immer beliebter. Doch weil der typische Ringhotels-Gast immer noch individuell mit dem Auto anreist, führt die Kooperation 1976 die Prospektwand ein: So können sich Reisende in jedem Ringhotel über die anderen Häuser der Kooperation informieren und sich zu ihrem nächsten Urlaub inspirieren lassen.

Zu einem absoluten Schlager entwickelt sich das ebenfalls 1976 eingeführte Arrangement „Champagner Träume“. Es kombiniert zwei Übernachtungen für zwei Personen inklusive Halbpension mit einem regionalen Extra sowie einem prickelnden Champagnergruß aus dem Hause Taitinger. Auch beim Außenauftritt legen die Ringhotels in den ersten Jahren zu: Vom Außenschild über Hotel-Drucksachen mit Ringhotels-Emblem bis zu Gebrauchsartikeln mit Ringhotels-Logo. All das trägt zur Markenbildung bei und sorgt dafür, dass die Ringhotels einen festen Platz in der deutschen Hotellandschaft einnehmen.

DIE NOUVELLE CUISINE ERROBERT DEUTSCHLAND

Zu Beginn der 70er-Jahre schwappt eine gastronomische Revolution aus Frankreich nach Deutschland über: die Nouvelle Cuisine. Das Neue an ihr besteht darin, dass im Vergleich zur klassischen Küche größter Wert auf Frische gelegt wird. Man beschränkt sich auf das saisonal verfügbare Angebot und kocht nach Rezepten der regionalen Küche. Die Kochzeiten für Fleisch und Gemüse werden kurz gehalten, um den natürlichen Geschmack besser zu erhalten. Statt schwerer Saucen auf Basis von Mehlschwitzen setzen die Köche auf Jus (frz. Saft) und Demi-glace (stark eingekochter Fond). Die Speisefolge wird auf drei Gänge für ein normales Abendessen reduziert – ein Festmenü darf fünf bis sieben Gänge haben.

In den Ringhotels machen sich findige Köche daran, die Vorzüge des Neuen mit dem Guten des Alten zu verbinden. Schließlich haben sie bei Profiköchen gelernt, die klassischen Gerichte handwerklich perfekt zuzubereiten. „Die klassische Küche wird völlig zu Unrecht mit Vorurteilen betrachtet“, sagt Frank Bundschu vom Ringhotel Bundschu in Bad Mergentheim. „Dabei bildet sie die Grundlage für die gute Küche. Meine Philosophie beim Kochen lautet: Ein klassisches Gericht gut kochen zu können ist Handwerk, es modern interpretieren zu können, ist Kunst. Ohne die handwerklichen Grundlagen kommt man aber in der Küche nicht weit.“



Bild oben: Ringhotels das erste Mal auf der ITB Berlin, März 1974
Bild mitte: In der Nouvelle Cuisine wird größter Wert auf Frische gelegt. Und in den Ringhotels werden die Vorzüge des Neuen mit dem Guten des Alten verbunden.
Bild unten: Galaabend mit anschließendem Ball im Rahmen einer Jahreshauptversammlung



Ringhotels Reiseplaner 1974 bis 1979

Im Gespräch



Axel Dierksen (4.v.r.) mit seiner Familie

„IM GEMEINSAMEN MARKETING LIEGT DIE STÄRKE DER RINGHOTELS“

Das Ringhotel Sellhorn in Hanstedt gehört zu den Gründungsmitgliedern der Kooperation – und kann 2023 selbst sein 150-jähriges Bestehen feiern. Axel Dierksen und seine Frau Ina Maria haben das Haus in fünfter Generation geführt, inzwischen haben Sie den Betrieb an ihre Kinder übergeben.

Herr Dierksen, wie kam es, dass Ihr Vater zu den Gründungsmitgliedern der Ringhotels gehörte?

Dierksen: Mein Vater ist 1971 mit einer Gruppe anderer Hoteliers aus unserer Region in die USA gereist, um sich den Hotelmarkt dort anzusehen. Dabei haben sie gesehen, wie sehr die Markenhotellerie auf dem Vormarsch ist. Diese Entwicklung hat sie beschäftigt, weshalb die Kooperationsidee der Ringhotels rasch auf fruchtbaren Boden fiel. So wurde das Ringhotel Sellhorn zum Gründungsmitglied der Kooperation. Der Vorteil war offensichtlich, denn wie sonst hätte man damals in kürzester Zeit in rund einer Million Prospekten, die in allen Häusern auslagen, für sich werben können?

Wann haben Sie den Familienbetrieb übernommen und wie war Ihr Einstieg bei den Ringhotels?

Dierksen: Meine Frau und ich haben das Ringhotel am 1. Januar 1993 überschrieben bekommen. Da hatte ich schon die Hotelfachschule absolviert und sechs Jahre im Familienbetrieb mitgearbeitet. Daher habe ich auch noch Franz-Josef Frenzel, den Gründungsgeschäftsführer der Ringhotels kennengelernt.

Als seine Nachfolgerin Karin Abele-Danier angetreten ist, bin ich schon stellvertretend auf die Jahreshauptversammlungen gegangen, obwohl der Betrieb noch gar nicht auf mich übertragen worden war.

Was hat sich bei den Erwartungen und Freizeitaktivitäten der Gäste bei ihrem Aufenthalt im Ringhotel Sellhorn über die Jahre hinweg am meisten verändert?

Dierksen: In den 80er-Jahren war der Wandertourismus stark rückläufig, weil alle nur noch Fahrrad fahren wollten. Daraufhin haben wir Fahrräder angeschafft, die wir den Gästen zur Verfügung stellen konnten. Inzwischen ist Wandern wieder voll im Trend, weil es sehr gesund ist. Bei den Radfahrern sind die Gäste mit E-Bike eine Gruppe für sich. Wer viel Geld in sein E-Bike investiert, nimmt es auch auf Reisen mit.

Hat es bauliche oder andere Veränderungen gegeben, die auf geänderte Gästewünsche zurückzuführen sind?

Dierksen: Wir haben 1997 ein neues Schwimmbad gebaut und einen Wellnessbereich mit drei Saunen und Ruheraum eingerichtet. Die Gäste suchten damals vermehrt nach Wellnessangeboten, und wir haben natürlich auch geschaut, was die Hotels um uns herum ihren Gästen so bieten. Aktuell bauen wir die WLAN-Kapazitäten aus, damit die Gäste überall im Haus störungsfrei Videogespräche führen können.

Wie sehr hat Ihnen die Mitgliedschaft und der Austausch mit anderen Ringhoteliers bei Ihrer Arbeit geholfen?

Dierksen: Der entscheidende Vorteil bei den Ringhotels sind die gemeinsamen Marketing-Maßnahmen. Die könnte ein

einzelnes Haus in dieser Weise niemals stemmen. Die gemeinsamen Treffen fanden immer in guter Atmosphäre statt, und im informellen Gespräch bekommt man ebenfalls einiges aus der Branche mit.

Manche Hoteliers suchen händeringend einen Nachfolger. Wie glücklich sind Sie, dass Ihre Tochter Nele und Ihr Sohn Sven heute Verantwortung übernehmen?

Dierksen: Das ist natürlich sehr erfreulich. Hinzu kommt, dass meine Kinder noch weitere Unterstützung haben. Mein Schwiegersohn führt ein eigenes Catering-Unternehmen und so können meine Tochter Nele und er sich auch fachlich gut austauschen. Meine Schwiegertochter ist gelernte Hotelfachfrau und bringt ihre Ideen ebenfalls mit ein. Das erleichtert die Führung des Hotels im Vergleich zu meiner Zeit doch sehr.

Die 80er Jahre

POLITIK, ZEITGEIST UND TRENDS

Das neue Jahrzehnt beginnt mit einer königlichen Hochzeit, die zum weltweiten Fernsehereignis wird: Lady Diana und Prinz Charles geben sich 1981 das Ja-Wort. Im Oktober 1982 wird Helmut Kohl neuer Bundeskanzler – und wird es 16 Jahre lang bleiben. Noch bedeutender ist der Wechsel an der Spitze in Moskau: Michail Gorbatschow leitet in der Sowjetunion ab 1985 eine Politik der Offenheit und des gesellschaftlichen Umbaus ein. Glasnost und Perestroika sind in aller Munde. In vielen Ländern Osteuropas sorgen friedliche Demonstrationen für das Ende von vier Jahrzehnten kommunistischer Herrschaft. Am 9. November 1989 fällt dann auch die Mauer zwischen Ost- und Westdeutschland.

Grelle Neonfarben stehen für die 80er-Jahre ebenso wie schrilles Make-up und auffällige Kleidung. Karottenhosen, XL-Schulterpolster, Puffärmel und Leggings sind „in“. Getanzt wird zu Wham, Depeche Mode und den Songs der Neuen Deutschen Welle. Die Musik kommt aus dem „Walkman“, einem tragbaren Kassettenrekorder mit Kopfhörern. Oder läuft in Form von Videoclips beim Musik-Sender MTV. Im Sport erobern Boris Becker und Steffi Graf die Tenniswelt: Becker gewinnt 1985 als jüngster Spieler das Turnier in Wimbledon, Graf siegt 1988 in allen vier Grand Slam-Turnieren. Bei den Männern ist die Vokuhila-Frisur (vorne kurz, hinten lang) ebenso trendig wie der Oliba (Oberlippenbart). Die Frauen tragen bevorzugt Föhnfrisuren oder Lady Dianas Kurzhaarfrisur.

REISEN UND URLAUB

In den 80er-Jahren blüht der Urlaubs- und Flugtourismus richtig auf. Die Deutschen werden in dieser Dekade „Reiseweltmeister“: Niemand gibt pro Kopf so viel Geld für das Reisen aus wie sie – und das bis heute! Das liegt auch an der weiteren Zunahme von Pauschalreisen: Ende der 80er Jahre enthalten zwei von fünf Reisen Hin- und Rückreise plus Hotelunterkunft. Der Anteil an Auslandsreisen nimmt ebenfalls zu: 1989 gehen 69 Prozent aller Urlaube ins Ausland. Ein Wert, der bis heute konstant ist.

Neben dem Reisen wird vor allem das Bezahlen im In- und Ausland wesentlich einfacher – und bargeldlos. Kreditkarten, eine US-amerikanische Erfindung, etablieren sich auch in Europa. Zudem werden in Deutschland ab 1981 die ersten Geldautomaten aufgestellt. Wer keine Kredit- oder EC-Karte hat, bezahlt im Ausland mit Traveller Cheques, die man bei einer Bank gegen Bargeld einlösen kann.

Im Bahn-Tourismus sind die 80er-Jahre die Dekade des Inter-rail-Tickets. Mit ihm können junge Menschen für einen festen Preis einen Monat lang kreuz und quer durch Europa reisen. Nicht immer bequem, aber meist abenteuerlich. Wichtigstes Gepäckstück: der Rucksack. Weil telefonieren teuer ist, ruft man nur gelegentlich von unterwegs an. Und ist für die Eltern oder den Chef ansonsten nicht erreichbar. Freiheit!

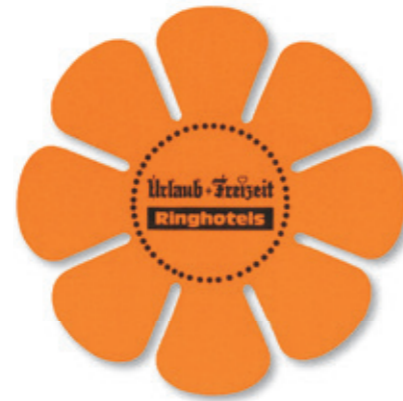
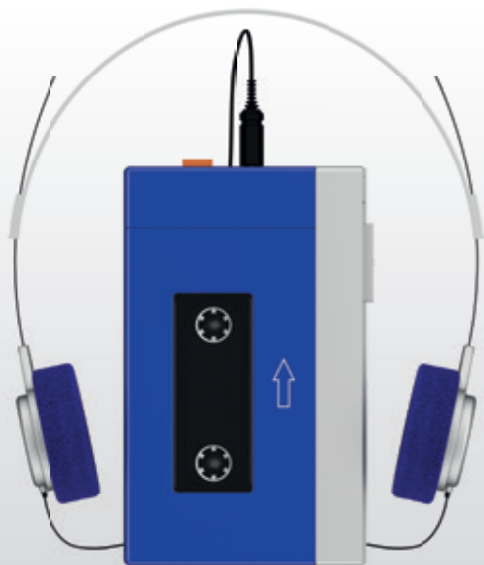


Bild oben links: Der „Vokuhila“ liegt voll im Trend
Bild oben rechts: Neonfarben stehen in den 80ern hoch im Kurs:
Aufkleber Ringhotels 1982
Bild unten links: Musik zum mitnehmen – der Sony Walkman
Bild unten rechts: Reiseplaner 1981



Die 80er Jahre

IN DEN RINGHOTELS

In den Ringhotels läuten die 80er-Jahre ebenfalls einen neuen Entwicklungsschub ein. Die Mitgliederversammlung, die Ende Januar 1981 in Asperg zusammenkommt, fasst einige wichtige Beschlüsse. Die etwas mehr als 100 Mitgliedsbetriebe werden künftig ihren Namen ändern und sich mit Ringhotel und dem jeweiligen Ortsnamen melden. So melden sich die Mitarbeitenden im „Hotel Sonne am Kurpark“ nun mit „Ringhotel Freudenstadt“. Diese Umstellung hat anfangs ihre Tücken in Orten, in denen es zwei Ringhotels gibt. So verwechseln die Gäste zum Beispiel in Schleswig öfter die beiden Ringhotels und wundern sich, warum ihr Zimmer nicht gebucht zu sein scheint. Bis sich der Irrtum aufklärt und sie beim richtigen Ringhotel landen.



Generalversammlung der Ringhotels, Kurparkhotel Bad Sooden, 1987

Auf das Aufkommen von Kreditkarten reagiert das Servicebüro der Kooperation umgehend und handelt für die Ringhotels entsprechende Sonderkonditionen für die gängigsten Karten aus.

Mitte der 80er-Jahre werden erstmals Gastredner zur Mitgliederversammlung eingeladen. Während Wolfgang Momberger, Geschäftsführer bei den Steigenberger Hotels, über „Corporate Identity in der Hotellerie“ spricht, berichtet Karin Abele-Danier, Verkaufskordinatorin der deutschen Intercontinental Hotels über die Marketing-Aufgaben eines Hotelverkaufsdirektors. Das dabei gewonnene Wissen nutzt die Kooperation für ihre eigene Weiterentwicklung und Professionalisierung des Außenauftritts.



ITB Stand der Ringhotels 1985

DIE WELT ZU GAST AUF DEM TELLER

In den 1980er-Jahren drückt ein neuer Trend die klassische Küche noch weiter an den Rand. Während die Deutschen immer öfter ins Ausland reisen, kommen umgekehrt bis dahin unbekannte oder kaum verfügbare Lebensmittel aus immer weit entfernten Regionen ins Land. Dank des zunehmenden Flugverkehrs sind auf einmal Früchte, Fisch, Gemüse und Gewürze aus aller Welt verfügbar. Für Köche bietet das neue kreative Möglichkeiten: Je exotischer die Zutaten, desto besser. Man will und kann die Welt auf dem Teller servieren.

So kommt es, dass zum Beispiel die Ananas vorübergehend zu kulinarischen Ehren kommt: Ein „Toast Hawaii“ oder ein „Kalbsschnitzel Madagaskar“, die jeweils mit Ananasscheiben belegt sind, gelten in den 80er-Jahren als aufregend und neu. Selbst, wenn die Ananas meist nicht frisch ist, sondern aus der Dose kommt. Und noch ein Trend kommt zu dieser Zeit auf: Bekannte Obst- und Gemüsesorten sind auf einmal das ganze Jahr über frisch erhältlich. Ob Äpfel, Erdbeeren oder Spargel – weil in den Ländern der südlichen Halbkugel wie Chile, Südafrika oder Neuseeland die Jahreszeiten umgekehrt sind, können sie frische Waren liefern, während bei uns Winter oder Frühjahr ist.



Voller Strand in Gran Canaria, 1981



Der Klassiker der 80er, Toast Hawaii



Gut essen und trinken, 1982

Ausbildung

OHNE NACHWUCHS KEINE ZUKUNFT

Als ausgewiesene Familienbetriebe wissen die Ringhotels nur zu gut, dass eine ihrer wichtigsten Aufgaben darin besteht, die junge Generation auf das Berufsleben und die Übernahme von Verantwortung vorzubereiten. Deshalb sind die Ringhotels stets auch Ausbildungsbetriebe für die Bereiche Hotellerie, Gastronomie und Küche.

Dabei hat sich die Ausbildung im Laufe der Jahrzehnte in manchen Lehrberufen stark verändert. Die Digitalisierung im gesamten Buchungs- und Servicebereich ist da nur ein Beispiel von vielen. Doch ohne Engagement und Einsatz geht es bis heute nicht. Dass die Auszubildenden in den Ringhotels beides mitbringen, sieht man an den zahlreichen Siegen und Auszeichnungen in den verschiedenen Ausbildungswettbewerben auf Landes- und Bundesebene, die sie seit vielen Jahren kontinuierlich einheimen.

Übrigens: Seit August 2022 gelten die neuen Ausbildungsordnungen. Die neuen Auszubildenden in den Ringhotels werden nach den neuen Standards in sieben verschiedenen Lehrberufen ausgebildet, darunter zwei in der Hotellerie (Hotelfachmann/Hotelfachfrau, Kaufmann/Kauffrau für Hotelmanagement), drei in der Gastronomie (Fachkraft Gastronomie, Fachmann/Fachfrau Restaurant & Veranstaltungsgastronomie oder Systemgastronomie) sowie zwei in der Küche (Koch/Köchin, Fachkraft Küche). Dadurch wird die Ausbildung noch vielfältiger – und bietet jungen Menschen eine gute Perspektive in einem zukunftssicheren Beruf.



1991, Feste Marienberg, Abschied von Franz-Josef Frenzel



KochTalente 2022 beim Wettbewerb in der Berufsbildenden Schule III Lüneburg



DIE JUNGE RINGHOTELIER-GENERATION TAUSCHT SICH AUS

Die Ringhotels sind stolz darauf, eine Kooperation von privaten Hotels zu sein, die meist schon über mehrere Generationen in der Hand einer Familie sind. Deshalb sind Generationenwechsel in den Ringhotels eine ziemlich normale Sache. Und doch wohnt jedem Anfang bekanntlich ein Zauber inne.

Für die jeweils in die Verantwortung für den Betrieb nachrückenden Familienmitglieder ist es ein wichtiger Schritt in ihrem Leben – und eine Herausforderung noch dazu.

Da ist es natürlich hilfreich, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, die vor derselben Aufgabe stehen. Deshalb haben sich die jungen Ringhoteliers bereits 1992 ein eigenes Forum geschaffen, auf dem sie über Innovationen, Herausforderungen im Alltag und kreative Lösungen diskutieren können. Gemeinsam entwickeln sie in der Ringhotels Schmiede Ideen zur Gestaltung der Zukunft der Kooperation.

Vor allem stellt die Ringhotels Schmiede eine Plattform dar, die für den Erfahrungsaustausch unter jungen Kollegen genutzt wird. Themen sind neben dem täglichen Geschäft auch wirtschaftliche Aspekte, die typischen Reibungspunkte zwischen älterer und jüngerer Generation und anders mehr. Diesen persönlichen Erfahrungsaustausch, der auch jungen Kolleginnen und Kollegen aus der Führungsebene offen steht, erleben viele von ihnen als ausgesprochen hilfreich und motivierend.

Das Design

DAS RINGHOTELS-LOGO IM WANDEL DER ZEITEN

In den vergangenen Jahrzehnten haben sich Logos zu wirklichen Botschaftern für Unternehmen und ihre Markenprodukte entwickelt. Mit vier Ringen verbindet jeder sofort eine deutsche Automarke, ein angebissener Apfel steht für einen bekannten US-amerikanischen Computerhersteller und drei Streifen für Sportartikel aus Herzogenaurach.

Bei der Gründung der Ringhotels in Form eines Vereins spielt neben dem Einkauf vor allem das gemeinsame Marketing eine wichtige Rolle. Folglich muss ein Logo her, das den Markennamen aufgreift und zugleich die Brücke zur Hotellerie schlägt. Die Lösung ist denkbar einfach: Ein Schlüssel, dessen Griff aus einem Ring besteht, in dessen Halm das Wort Deutschland steht und dessen Bart einen herzförmigen Ausschnitt hat. In den ringförmigen Griff ragt ein dunkler Balken, in dem das Wort Ringhotels in heller Schrift steht.



Der Ringhotels-Schlüssel von 1973 bis 1982 in Verwendung. Der Claim „Schmuckstücke deutscher Landschaften“ wandelt sich 1983 zu „Zum Glück gibt's Ringhotels“



Von 1983 bis 1989 sind die Werbemittel mit dem Ringhotels Emblem, dem Schlüssel-Bart mit Herz, sowie mit „Rahmen“ gestaltet, um den Text zu halten. Ringhotels Farbe wird Gold.



Das Logo ab 1990 ist grundlegend verändert. Ein Dreieck mit Ring.



Ab 2014, mit der Neuausrichtung des Markenkerns, wird auch das Logo modernisiert und der Claim „Echt HeimatGenuss erleben“ hinzugefügt.



Das Ringhotels-Logo ab 2021. Ring und Claim bleiben, das Dach verschwindet.

DAS LOGO WECHSELT, DER RING BLEIBT

17 Jahre nach der Gründung der Ringhotels beschließt die Mitgliederversammlung am 29. Januar 1990 im Allee-Hotel Bären in Baden-Baden ein neues Logo. Dem Zeitgeist folgend wird es stark reduziert und besteht nur noch aus einem Dreieck und einem Ring. Von der Wiedervereinigung Deutschlands bis in die Mitte der 2010er-Jahre wird das Logo in dieser Form bestehen. Dreieck und Ring ändern zwischenzeitlich mal leicht die Form und das Wort Ringhotels wird hinzugefügt.

Im Rahmen der 2014 initiierten Neuausrichtung des Markenkerns, der „Echt HeimatGenuss erleben“ in den Mittelpunkt rückt, ergänzen die Ringhotels auch ihr Logo. Unter dem Dreieck mit dem Ring sowie dem Schriftzug Ringhotels wird der neue Claim hinzugefügt.

Auf der Jahreshauptversammlung 2021 kommt es im Zuge der Neuausrichtung des Markenauftritts zu einer neuerlichen Reduzierung des Logos. Der klare und moderne Schriftzug verzichtet auf alle grafischen Schnörkel. Der Ring ist nun in den Namen eingebunden und signalisiert Zusammenhalt und Gemeinschaft – sowohl mit den Gästen als auch unter den Ringhoteliers selbst.

Die 90er Jahre

POLITIK, ZEITGEIST UND TRENDS

Das neue Jahrzehnt bringt Deutschland den Zwei-plus-Vier-Vertrag und die Wiedervereinigung. In Maastricht wird 1992 die Europäische Union gegründet – sie ersetzt die drei in den 50er-Jahren gegründeten Gemeinschaften für Kohle und Stahl, Wirtschaft und Atomenergie. Sie schafft die Basis für die Einführung der Gemeinschaftswährung Euro zum Ende des Jahrzehnts. Zudem erleichtert dieser Schritt die Aufnahme weiterer Mitglieder. Schweden, Finnland und Österreich treten 1995 der EU bei, die nun aus 15 Staaten besteht. Weiter östlich löst sich derweil die Sowjetunion auf, Tschechen und Slowaken trennen sich friedlich, während das ehemalige Jugoslawien gewaltsam auseinanderbricht.



Europäische Union und der EURO prägen die 90er Jahre

Jeans, Jeans, Jeans – das ist der Stoff, aus dem die Mode der 90er-Jahre ist. Bei den Frauen sind bauchfreie Spaghettiträger-Tops und Plateauschuhe in allen Formen und Farben angesagt, bei den Männern leicht getönte Sonnenbrillen. Deutschland wird in Italien Fußballweltmeister – Ost und West feiern gemeinsam. Im Fernsehen fiebern alle mit den „Friends“ mit, in der Musik setzen sich CDs gegen Kassetten und LPs durch. Dementsprechend kommt der „Discman“ in Mode. Der Ausbau der mobilen Funknetze verhilft Handys zum Durchbruch. Die wiederum ändern nicht nur das Telefonieren, sondern die gesamte Kommunikation, denn mit ihnen wird das Schreiben kurzer Nachrichten (SMS) möglich. Im Büro arbeiten immer mehr Menschen am PC, nutzen die ersten Internet-Seiten und schreiben sich E-Mails. Die New Economy ist digital und ihre Aktien kennen nur eine Richtung. Steil nach oben!



Man schreibt sich Kurznachrichten über sehr kleine Handys



Auch im Servicebüro wir nun vorwiegend am Computer gearbeitet



Jahreswechsel in Berlin. Die Mauer ist weg.

REISEN UND URLAUB

Mit dem Fall der Mauer gewinnen die Ostdeutschen auf einen Schlag eine ungewohnte Reisefreiheit. Das führt zu neuen Rekorde im Tourismus: 1990 steigt die absolute Zahl der Reisenden auf 43,2 Millionen. Im April des Jahres landet die erste Interflug-Maschine aus Ost-Berlin in Mallorca. Die meisten Reisen gehen aber zuerst in den Westen. Das gibt der Tourismuswirtschaft in den alten Bundesländern einen kräftigen Schub. Auch Österreich ist bei ostdeutschen Urlaubern recht beliebt. In den fünf neuen Bundesländern muss sich dagegen nach dem Ende des staatlichen Erholungswesens erst wieder eine private Hotellerie etablieren.

In der zweiten Hälfte der 90er-Jahre tritt im Flugverkehr ein neues Phänomen auf: Nach der Deregulierung des Flugverkehrs durch die EU drängen Billigfluggesellschaften wie Ryanair und easyJet auf den Markt und gewinnen mit ihrem Low-cost-Konzept rasch Kunden. Dass die niedrigen Preise mit dem Verzicht auf Comfort-Dienstleistungen einhergehen, stört viele Reisende nicht. Durch die günstigen Flüge löst Spanien Österreich als beliebtestes ausländisches Urlaubsziel der Deutschen ab. Die vielen Mallorca-Urlauber aus West- und zunehmend auch aus Ostdeutschland spielen dabei eine wichtige Rolle.

Reisen in exotischere Länder wie Thailand oder Südafrika erleben durch günstigere Flugtickets ebenfalls einen deutlichen Aufschwung bei deutschen Urlaubern. Vor allem jüngere Menschen, die mit dem Rucksack reisen, brechen nun nicht mehr mit der Bahn, sondern mit dem Flieger auf. Zum Beispiel in die USA oder zu diversen Spots für Tauchurlaube.

Die 90er Jahre

IN DEN RINGHOTELS

Zu Beginn des Jahrzehnts geht mit dem Abschied von Geschäftsführer Franz-Josef Frenzel eine Ära bei den Ringhotels zu Ende. An der Rechtsform des Vereins halten die Ringhotels dagegen fest, geben sich aber eine neue Satzung und führen den Beirat als Partner der Geschäftsführung ein. Zugleich übernimmt Karin Abele-Danier das Marketing für die Kooperation. Unterstützt wird sie von acht Mitarbeitern im Servicebüro in München.

Mitte der 90er-Jahre führen die Ringhotels eine interne Qualitätsberatung ein. Jedes Ringhotel wird von ausgewählten, ehemaligen Kooperationskollegen besucht und anhand eines Ringhotels-Standardbogens überprüft. Im Anschluss werden Schwachstellen angesprochen, damit die Hoteliers Verbesserungen durchführen können.

Die Entwicklung eines zentralen Reservierungssystems lässt das Buchungsaufkommen über das Servicebüro in München rasch steigen. Ab 1997 ist es an das internationale elektronische Reservierungssystem Amadeus angeschlossen. Die Kommunikation läuft über Telefax. Es kommen so viele Reservierungen über Amadeus, dass in München allein zwei Mitarbeiterinnen nur damit beschäftigt sind. Für die mehr als 110.000 Stammgäste wird ein Kundenbindungsprogramm aufgelegt, für die kleinen Gäste wird das Ringuruh entwickelt, das es auch als Plüschtier gibt.

Karin Abele-Danier, neue Geschäftsführerin des Ringhotels e. V.



Verabschiedung Franz-Josef Frenzel auf der Wittelsbacher Höh. V.r.n.l. Paul Heiberg-Christensen (SAS), Franz-Josef Frenzel, Jürgen Kahlcke (Vizepräsident der Ringhotels), Fritz G. Dreesen (Präsident der Ringhotels)



RÜCKKEHR DER KLASSIKER UND LEICHTE KÜCHE

In den 90er-Jahren prägen drei Trends die Gastronomie. Zum einen greift man – ganz im Sinne der aufkommenden Slow Food-Bewegung – gern auf regionale und saisonale Produkte zurück. Und besinnt sich dabei auf klassische Rezepte, die etwas leichter interpretiert werden. Statt einer Mehlschwitze mit reichlich Butter zum Binden der Sauce kommen Crème fraîche und Crème double zum Einsatz. Deren Fettgehalt ist nur halb oder ein Viertel so hoch wie der von Butter.

Die Globalisierung beim Reisen schlägt sich auch auf dem Teller nieder. Die Tex-Mex-Küche mit Chili con Carne und dem

Tequila mit rotem Hut, der mit Zitrone und Salz gereicht wird, ist ebenso angesagt wie Sushi, Tom Kha Gai und Wok-Gemüse. Der Italiener um die Ecke erfreut sich ungebrochen großer Beliebtheit. Immer mehr Deutsche lernen in Italien, Spanien und Frankreich die mediterrane Küche kennen und lieben. So werden Rucola-Salat, getrocknete Tomaten, Olivenöl und Aceto Balsamico zu festen Bestandteilen der Salatzubereitung. Aber wer zur Party keine üppige Tiramisu mit Mascarpone mitbringt, kann gleich wieder nach Hause gehen.



Regionale Küche ist Trumpf



In den 90er-Jahren geht kein Event ohne üppiges Tiramisu

Im Gespräch



Theo Dürr
Gründer des Ringhotel
Hohenlohe in Schwäbisch Hall

„DIE ZEIT WAR EINFACH REIF FÜR DIESE ART DER KOOPERATION“

Das Ringhotel Hohenlohe in Schwäbisch Hall öffnet 1968 seine Tore. Fünf Jahre später gehört Hotelgründer Theo Dürr zu den 98 Betrieben, die den Ringhotels e.V. aus der Taufe heben. Im Gespräch blickt er auf fünf Jahrzehnte Ringhotels in Deutschland zurück.

Herr Dürr, wie haben Sie von der Gründungsidee der Ringhotels erfahren?

Dürr: Die Gründungsidee der Ringhotels erreichte mich über Herrn Neveling, einen Hotelier in Reutlingen. Zu dieser Zeit gab es bereits erste lockere Zusammenschlüsse von Privathotels zum gemeinsamen Einkauf.

Was hat Sie überzeugt, sofort Mitglied der Kooperation zu werden?

Dürr: Besonders verlockend an den Ringhotels war für mich das Vorhaben, über den gemeinsamen Einkauf hinaus eine Marketing-Kooperation für familiengeführte Häuser zu entwickeln. Denn das hielt ich für notwendig, um gegen die zahlreichen neu entstehenden Hotelketten bestehen zu können. Die Zeit war einfach reif für diese Art der Zusammenarbeit. Eine wichtige Rolle haben natürlich auch die handelnden Personen gespielt. Vorzeige-Betriebe wie das Ringhotel Adler in Asperg, das Ringhotel Sonne Post in Murrhardt und viele andere mehr waren natürlich wunderbare, kraftvolle Aushängeschilder für den Aufbau einer deutschlandweiten Kooperation. Unser Hotel war – wie so viele andere Familienbetriebe – als Einzelkämpfer unterwegs. Da kam die Idee, mit

dem Ringhotels e.V. eine schlagkräftige Marketing-Gruppe zu gründen, wie gerufen. Ich erinnere mich noch an den ersten Flyer: „Zum Glück gibt es Ringhotels“. Das war der Anfang!

Bei einigen Hotels hat es nach dem Beitritt einige Jahre gedauert, bis sie bei der Werbung um Gäste den Namenszusatz Ringhotel einsetzten. Wie war das bei Ihnen in Schwäbisch Hall?

Dürr: „Handeln, solange andere reden, schafft Vorsprung!“ Getreu dieser Devise waren die gesamte Familie und unsere Mitarbeiter von der ersten Stunde an voll in alle Aktivitäten der Ringhotels eingebunden. Es gab beispielsweise keinen individuellen Hausprospekt mehr, sondern nur noch die Flyer der Kooperation. Und das Schild mit dem Schriftzug der Ringhotels wurde im Beisein von Pressefotografen an die Tür gehängt. Wenn andere Betriebe etwas zögerlicher agiert haben, dann lag das wohl daran, dass der Name „Ringhotels“ sich als Marke erst noch etablieren musste. Jedes einzelne neue Ringhotels-Mitglied musste lernen, sich als Teil der Gruppe zu betrachten. Das fiel manchem Hotelier anfangs schwer. Der Stolz von Familienbetrieben auf ihre jeweiligen regionalen und individuellen Leistungen fand anfangs vielleicht nicht immer ausreichend Berücksichtigung in der Kooperation.

Sie waren fast 40 Jahre Ringhotelier, ehe Sie den Stab an Ihren Sohn übergaben. An welches Ereignis oder an welche Begegnung erinnern Sie sich heute noch besonders gern?

Dürr: Da ragt für mich die Generalversammlung der Ringhotels in Schwäbisch Hall heraus. Da hatte meine Familie die Möglichkeit, allen Freundinnen und Freunden vorzuführen, welche Power in der Kooperation steckt. Entsprechend dem

damaligen Slogan „Ringhotels bieten immer ein bisschen mehr“. Und natürlich die vielen Begegnungen mit Kollegen auf wohlthuender Augenhöhe, die uns zusammenschweißend haben.

Und welche Entscheidung im Rahmen der Kooperation würden Sie im Rückblick vielleicht anders treffen?

Dürr: Die konsequentere Auswahl der Mitglieder nach Qualitätskriterien, so wie es heute der Fall ist. Und ich würde die regionalen Beiratsgruppen innerhalb der Kooperation wieder schaffen. Mit klaren Regelungen für ihre Rolle.

50 Jahre Ringhotels – wie werden Sie den offiziellen Gründungstag am 25. Januar 2023 feiern?

Dürr: In diesen Zeiten bleibt alles anders. Ich werde nicht persönlich feiern, sondern mit den Gästen und Mitarbeitern. Wir wollen auch im Jubiläumsjahr „ein bisschen mehr bieten“. Wichtiger ist jedoch, die Werte der Ringhotels vorzuleben und den Spirit an die nächste Generation zu übertragen.

Die 2000er Jahre

POLITIK, ZEITGEIST UND TRENDS

Das neue Millennium beginnt mit zwei fürchterlichen Crashes und endet mit einem: Zuerst platzt in den USA und in Deutschland die sogenannte Dotcom-Blase. Viele junge Technologieunternehmen, deren Aktien rasant gestiegen sind, verlieren ab März 2000 dramatisch an Wert. Am 11. September 2001 stürzen islamistische Terroristen zwei Flugzeuge in die Zwillingstürme des World Trade Centers in New York, auch das Pentagon wird getroffen. Neben einer wirtschaftlichen Rezession führen die USA Krieg im Irak und in Afghanistan. 2008 platzt an der Wall Street die Immobilienblase und schickt die Weltwirtschaft erneut auf Talfahrt. Ein Lichtblick in diesem Jahrzehnt: Zehn mittel- und osteuropäische Länder sowie Malta und Zypern treten der EU bei, die damit 27 Länder umfasst.

Frank Schätzing schreibt mit „Der Schwarm“ einen zukunftsweisenden Öko-Thriller, im Kino läuft Michael Bully Herbig in „Der Schuh des Manitu“ zu Höchstform auf. Streaming-Dienste wie Netflix verändern das Fernsehen, zumal sie Serien wie „Breaking Bad“ produzieren. Der Begriff Binge-Watching macht die Runde. Die Musik kommt nun aus MP3-Playern, deren typisch kleinen weißen Kopfhörer zum neuen Statussymbol werden. Und noch ein Gerät tritt in den Nuller-Jahren an, die Welt der Kommunikation zu revolutionieren: Das erste Smartphone mit berührungsempfindlichem Bildschirm kommt 2007 auf den Markt. Und im Sport? Da wird Deutschland dreimal nur fast Fußball-Weltmeister und scheitert jeweils an den späteren Siegern Brasilien, Italien und Spanien.



Das neue Jahrzehnt bringt einige Auf und Abs



Das neue Millennium wird eingeläutet



Wander- und Fahrrad-Tourismus liegen im Trend



Kurzurlaub und Wellness sind äußerst beliebt

REISEN UND URLAUB

Das Internet revolutioniert nicht nur Musik und Fernsehen, sondern auch das Reisen. Online-Buchungen ermöglichen es, Flüge, Zugfahrten und Hotels selbst zu reservieren. Dem entsprechend sinkt die Zahl der Reisebüros zwischen 2001 und 2014 um rund ein Drittel. Weil immer mehr Informationen und Buchungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen, können Entscheidungen für Kurzurlaube spontan und wetterabhängig getroffen werden. Zusätzlich zu einer größeren Reise machen die Deutschen öfter Kurzurlaub in einer Region, die nicht allzu weit weg vom Wohnort liegt. Davon profitiert vor allem der Wander- und Fahrradtourismus in Deutschland, der in diesem Jahrzehnt rasant zunimmt. Das wiederum sorgt dafür, dass immer mehr Bundesländer und Kommunen Geld in die Hand nehmen, um das Wegenetz entsprechend auszubauen.

Bei den Flugreisen, die seit dem Jahr 2000 stets um die 30 Prozent aller Reisen ausmachen, wirkt sich die Weltpolitik dagegen negativ aus: Eine unmittelbare Folge der Terroranschläge vom 11. September 2001 ist die drastische Verschärfung der Sicherheitsmaßnahmen und Kontrollen an den Flughäfen. Das gilt vor allem für das Handgepäck, wodurch sich Personalaufwand und Abfertigungszeiten erhöhen. Die ersten Staaten beginnen damit, die Reisepässe mit biometrischen Daten auszustatten. Die Reiselust bleibt trotz des Schocks allerdings ungebrochen – die Passagierzahlen ins Ausland sinken 2001/2002 nur kurzfristig, um danach umso deutlicher wieder anzusteigen.

Die 2000er Jahre

IN DEN RINGHOTELS

An der Spitze der Ringhotels kündigt sich zu Beginn der Dekade der erst zweite Wechsel der Geschäftsführung an: Karin Abele-Danier verabschiedet sich im März 2001 in den Ruhestand, ihr folgt Elke Schade als neue Geschäftsführerin im Servicebüro in München. Ihre Herausforderung besteht darin, die Ringhotels in eine zunehmend globalisierte und digitalisierte Welt zu führen. Denn die Kommunikation mit dem Gast, die bisher entweder vor Ort oder am Telefon stattfand, findet nun auf immer mehr Kanälen statt: Online, auf Facebook und auf den rasant wachsenden Hotelbewertungsportalen. Aufgaben, die auch ihre Nachfolgerin noch beschäftigen werden: 2008 übernimmt Susanne Weiss die Aufgabe als Geschäftsführerin der Ringhotels.



2001 ist Elke Schade ist neue Geschäftsführerin



Das neue Kundenbindungs-Programm – Die RinghotelsCard geht an den Start

Ringhotels kann durch die Kooperation mit PHE seine Bekanntheit in den Nachbarländern steigern

2004 stellen die Ringhotels nach eingehender Recherche anderer Kundenbindungssysteme ihr eigenes online-basiertes Bonusprogramm mit Clubcharakter vor: die Ringhotels-Card. Mit dieser Kundenkarte sammeln treue Gäste Ringe und kommen in den Genuss exklusiver Serviceleistungen und Angebote. Die Globalisierung muss die Kooperation ebenfalls nicht fürchten. Die bereits Ende der 1990er-Jahre initiierte Kooperation „Partner Hotels Europe“ (PHE) wächst in den 2000er-Jahren und macht die Ringhotels in zahlreichen europäischen Nachbarländern bekannter. Ihre Bekanntheit nutzen die Ringhotels auch, um anderen Menschen Freude zu schenken. So unterstützen sie ab 2004 Dolphin Aid, die Delfine zur Therapie von Kindern einsetzen. 2008 werden die Ringhotels Spendenpartner des Dachverbandes Clowns in Medizin und Pflege Deutschland.



RÜCKBESINNUNG AUF REGIONALE UND SAISONALE AUSWAHL

Mit dem Anbruch des neuen Jahrtausends gewinnen in der Gastronomie zwei Aspekte an Bedeutung, die in den Küchen der Ringhotels nie wirklich weg waren: die regionale und saisonale Auswahl an frischen Lebensmitteln. „Früher war die regionale Küche ein notwendiges Übel, weil der Einzugsbereich der Gemüse- und Fleischlieferanten begrenzt war. Als dann viele exotische Zutaten auf den Markt kamen, war der Apfel vor der eigenen Haustür verpönt“, erklärt Jürgen Menges vom Ringhotel Winzerhof, der rund vier Jahrzehnte Erfahrung in der Hotelgastronomie gesammelt hat. „Heute liegen regionale Zutaten dagegen wieder voll im Trend. Das bedeutet natürlich, dass bei der Auswahl auch die saisonale

Verfügbarkeit wieder eine größere Rolle spielt.“

Ob in Rauenberg oder einem der vielen anderen Ringhotels: Die Gäste schätzen sowohl die regionale Landhausküche in schmucken Gaststuben als auch exquisites Schlemmen im feinen Abendrestaurant. „Während wir in der Landhausküche 120 Plätze haben, sind es im Gourmetrestaurant 20 Plätze. Das spiegelt die Nachfrage schon ganz gut wider“, sagt Menges. Sein Fazit: Die Gäste wollen gut essen und sich dabei wohlfühlen. Dafür braucht es aber keine fünf bis sieben Gänge. Wichtiger ist, dass die angebotenen Gerichte in sehr guter Qualität gekocht werden.



Gutes Essen in schönen Gaststuben steht bei den Gästen hoch im Kurs



Jürgen Menges vom Ringhotel Winzerhof in Rauenberg

Im Gespräch



Ute Paulsen (3.v.l.)
und die Gastgeber des
HeimatGefühl-Hotel Paulsen in Zeven

„DAS REISEN IST INDIVIDUELLER UND DIE GÄSTE SIND ANSPRUCHSVOLLER GEWORDEN“

Ute Paulsen, Gastgeberin im HeimatGefühl-Hotel Paulsen in Zeven, ist den Ringhotels seit 28 Jahren verbunden. Das Haus der Familie Paulsen wird heute als eines der ersten unter der neuen Marke „HeimatGefühl by Ringhotels“ geführt. Sie wirft im Gespräch einen Blick auf die Entwicklung von Hotellerie und Freizeitverhalten in Deutschland zurück.

Ringhotels: Warum sind Sie 1994 Mitglied bei den Ringhotels geworden?

Paulsen: Wir haben nach Unterstützung beim Marketing und bei Online-Buchungen gesucht. Dafür haben wir mehrere Hotelmarken und Kooperationen verglichen und festgestellt, dass die Ringhotels mit ihren Werten am besten zu uns passen.

Ringhotels: Welche Gästegruppen hatten Sie damals und wie wurden die Aufenthalte gebucht?

Paulsen: In den 1980er- und 1990er-Jahren wurde noch anders Urlaub gemacht als heute. Urlaub, das war der Flug nach Mallorca, wo man ein bis zwei Wochen am Strand lag. Ein Hotel in Deutschland brauchte man aus drei Gründen: Erstens für Geschäftsreisen und Tagungen mit Kunden oder Mitarbeitern. Zweitens für Reisegruppen, die mit dem Bus unterwegs

waren. Und drittens für die Verwandtschaft, wenn man privat eine Familienfeier organisiert hat, die dann meist auch bei uns stattfand. Diese Buchungen wurden in der Regel telefonisch direkt bei uns gemacht.

Ringhotels: Und das änderte sich dann in den 1990er-Jahren?

Paulsen: Das Reisen ist damals individueller und die Gäste sind anspruchsvoller geworden. Das heißt, die Menschen fingen an, auch mal über ein verlängertes Wochenende oder über Brückentage zu verreisen. Dafür suchten sie eine schöne Umgebung, die nicht allzu weit entfernt liegt. Dadurch änderte sich das Buchungsverhalten. Mit der steigenden Bedeutung des Internets wurden Online-Buchungen immer wichtiger. Für uns bedeutete das dann unter anderem den Schritt in die Kooperation der Ringhotels. So richtig an Fahrt nahm der bis heute anhaltende Trend zu Kurzreisen rund um das Jahr 2000 auf. Deshalb haben wir heute viele Gäste, die für einige Tage Wandern oder mit dem Fahrrad unterwegs sein möchten. Einige von ihnen nutzen dabei unsere günstige Lage zwischen Hamburg und Bremen, um eine Radtour von Hansestadt zu Hansestadt zu machen.

Ringhotels: Wie mussten Sie Ihr Hotel an diese Entwicklung anpassen?

Paulsen: Wie alle Hoteliers, die am Markt bestehen wollen, mussten auch wir kontinuierlich in unser Haus investieren. Gerade im Tagungsbereich haben wir dabei sehr vom Austausch mit Kolleginnen und Kollegen aus anderen Ringhotels

profitiert. Was die Hotelzimmer betrifft, so sind Einrichtung und Design mit der Zeit deutlich funktioneller geworden. Da wir kontinuierlich am Renovieren sind, können wir viele unterschiedliche Stile umsetzen.

Ringhotels: Und wie hat sich das Freizeitangebot in der Region verändert?

Paulsen: Das Netz an Rad- und Wanderwegen wurde in den letzten Jahren kontinuierlich ausgebaut. Heute stehen Wanderern 24 Touren unterschiedlichster Längen zur Verfügung. Der vor unserer Haustür gelegene „Nordpfad Dör't Moor“ wurde 2021 vom Wandermagazin zum schönsten Wanderweg Deutschlands in der Kategorie Tagestouren gekürt. Der Weg führt rund zehn Kilometer durch eine schöne und ruhige Moor-, Wald- und Heide-Landschaft. Radwanderer können direkt von unserem Hotel aus den beliebten Radwanderweg von Bremen nach Hamburg ansteuern oder wählen uns als Zwischenstopp zwischen den beiden Hansestädten.

Die 2010er Jahre

POLITIK, ZEITGEIST UND TRENDS

Das neue Jahrzehnt beginnt für die EU mit einer verschärften Staatsschuldenkrise im Euroraum. Einzelne Länder müssen mithilfe von „Rettungsschirmen“ vor der Pleite bewahrt werden. In der Folge führen die Europäische Zentralbank und Geschäftsbanken Negativzinsen auf Sparguthaben ein. Großbritannien entscheidet sich für den Brexit, im Osten Europas ziehen mit der russischen Annexion der Krim und dem Krieg um den Donbass düstere Wolken auf. Der Arabische Frühling fegt das eine oder andere Regime weg, aber die Hoffnungen auf mehr Demokratie erfüllen sich nicht. In den USA träumt Trump von einer Mauer zum Nachbarn Mexiko, während sich China anschickt, eine „Neue Seidenstraße“ zu bauen. Deutschland wird die gesamte Dekade von Angela Merkel regiert, die mit einigen Entscheidungen nicht nur ihre eigene Partei vor die Zerreißprobe stellt.



Angela Merkel ist das Jahrzehnt über Bundeskanzlerin. Hier bei der Fußball-WM 2014 in Rio de Janeiro.

In der Mode sind Sneaker ohne Socken und mit hochgekremelten Hosen angesagt: Der Trend nennt sich „Flanking“ und findet bei jungen Frauen und Männern großen Anklang. „Zeigt her eure Schuhe“ einmal anders. In der Musik sorgen zwei gegenläufige Trends für Furore: Euro Dance Music Hits von Avicii, Martin Garrix oder Kygo werden auf YouTube mehr als eine Milliarde Mal geklickt. Davon sind Deutsch-Rapper zwar weit entfernt, aber auch sie geben in diesem Jahrzehnt meist den Ton an. Im Sport holt die deutsche Fußballnationalmannschaft 2014 in Rio den ersehnten vierten WM-Titel. In einer dramatischen Verlängerung gegen Argentinien schießt Mario Götze den entscheidenden Treffer. 2018 siegt mit Angelique Kerber erstmals seit Steffi Graf, die das wichtigste Tennis-Turnier der Welt gleich sieben Mal im Einzel gewonnen hatte, wieder eine Deutsche in Wimbledon.



Großbritannien entscheidet sich für den Brexit



Vier von fünf Internetnutzern gehen online, um sich zu informieren und zu buchen



Der Trend zu Kurzreisen nimmt mehr und mehr zu

REISEN UND URLAUB

Die politischen und wirtschaftlichen Krisen in den 2010er-Jahren können den Deutschen die Lust am Urlaub im eigenen Land oder im Ausland nicht nehmen. Das liegt wohl auch daran, dass es dank des Internets immer einfacher ist, selbst eine Reise zu buchen. Vier von fünf Internetnutzern gehen online, um sich über Reiseziele, Flüge und Hotels zu informieren und zu buchen. Damit verstärkt sich auch der Trend zu mehreren Kurzreisen statt einer langen Reise. 2014 sind die Deutschen im Durchschnitt zwölf Tage unterwegs, wenn sie verreisen.

Im Inland lautet die Antwort auf die Frage nach dem Reiseziel entweder Nord oder Süd, Küste oder Alpen. Die Städte und Strände an Nord- oder Ostseeküste haben die Nase vorn, Oberbayern, das Allgäu und der Bodensee locken ebenfalls viele Gäste an. Trotz des Trends zu Individualreisen dominieren Pauschalreisen auch Mitte des Jahrzehnts noch das Reisegeschehen: ihr Anteil macht 40 Prozent aller gebuchten Reisen aus. Wenn es ins Ausland geht, dann weiterhin am häufigsten nach Spanien. Mit den Balearen und den Kanaren verfügt das Land neben beliebten Städten wie Barcelona, Madrid oder Sevilla über zwei Besuchermagnete. Italien und die Türkei erfreuen sich ebenfalls ungebrochener Beliebtheit.

Die 2010er Jahre

IN DEN RINGHOTELS

Auch im neuen Jahrzehnt engagieren sich die Kooperation als Spendenpartner für gute Zwecke: ab 2013 für die Kinderhilfe Organtransplantation (KiO) und zwei Jahre später für den Mellifera e.V., der sich für den Schutz von Bienen einsetzt. Das hat vor allem mit der „Biene Paul“ zu tun, die 2015 nach einer Gästebefragung das neue Maskottchen der Ringhotels wird. Die Biene Paul steht für den neuen Markenkern „Echt HeimatGenuss erleben“, den die Kooperation 2014 entwickelt.

Angesichts des Trends, dass die Deutschen neben dem Urlaub im Ausland verstärkt auch im eigenen Land öfter verreisen, unterstreichen die Ringhotels mit der Kombination der Begriffe Heimat und Genuss ihre Position im Markt: Sie stehen für qualitätsbewusste, authentische Häuser, bei denen es noch echte Gastgeber gibt. Die Individualität und unverwechselbare Vielfalt der Ringhotels ist es, was die Gäste schätzen.

Mit „Echt HeimatGenuss erleben“ trägt die Kooperation ihren Teil dazu bei, den Deutschen Lust aufs Reisen zwischen Kiel und Oberstdorf zu machen. Mit einem neuen HeimatGenuss-Arrangement bieten sie deshalb den Gästen die Möglichkeit, die Heimat der Gastgeber kennenzulernen. Es enthält neben zwei Abendessen, bei denen die regionale Küche im Vordergrund steht, regionale Extras wie Eintrittskarten zu lokalen Sehenswürdigkeiten oder Leihfahrräder und zum Abschluss ein kleines Geschenk als Reiseerinnerung.



Mellifera e. V. wird Spendenpartner der Ringhotels und „Biene Paul“ das neue Maskottchen

Echt HeimatGenuss erleben



„Echt HeimatGenuss erleben“ wird der neue Markenkern der Ringhotels. Damit greift die Kooperation das Trendthema Reisen in Deutschland auf. V.l.n.r. Frank Köhler, Frauke Köhler, Bernd Kanzow, Rainer Kerssen

Die RinghotelsCard gibt es jetzt auch in Gold und Silber



Die Gewinner des „Goldenen Kompass“ 2016 in der Kategorie Markenidentität. Olaf Kerssen, Rainer Kerssen, Florian Buchebner, Monika Schmitz (v.l.n.r.)



Die Ringhotels Akademie 2019 in Nürnberg als Live Event und nun auch als E-Akademie

WELTWEITE REPRÄSENTANZ UND NEUES TREUEPROGRAMM

Mitte 2016 wird mit dem „Ringhotels Kompass“ eine Balanced Scorecard eingeführt, die zur weiteren Verbesserung der Qualität aller Mitglieder beitragen soll. Gewertet werden die Ergebnisse der Mystery Checks der Hotelkooperation, die Markenidentität, die aktive Mitarbeit und der Trustscore von Trust You. Im Rahmen der Ringhotels Jahreshauptversammlung erhält das Ringhotel mit dem höchsten Score den Wanderpokal „Goldener Kompass“. 2017 werden die Ringhotels Mitglied der „Global Alliance of Private Hotels“, die „Partner Hotels Europe“ ablöst. Damit können die Gäste aller Partnerhotels weltweit über eine Plattform alle Hotels der Allianz suchen und buchen.

Die 2009 gegründete Ringhotels Akademie entwickelt sich zu einem festen Bestandteil im Weiterbildungsangebot der Kooperation. 2019 wird sie um ein „Blended Learning“-Konzept und eine E-Academy ergänzt. Damit können sich die Mitarbeiter schnell und vor allem qualitativ hochwertig in den verschiedensten Themenbereichen weiterbilden – und das unabhängig von Ort und Zeit. Das neue Konzept macht sich während der Anfang 2020 ausbrechenden Corona-Pandemie bezahlt.

Ende 2019 legen die Ringhotels ein neues Treueprogramm für ihre Stammgäste auf. 15 Jahre nach der Einführung der „RinghotelsCard“ gibt es diese nun auch in den Kategorien „Silber“ und „Gold“ – inklusive vieler neuer attraktiver Sach- und Hotelprämien.

Reiseplanung

REISEPLANER & BROSCHÜREN – DAMALS UND HEUTE

In kaum etwas spiegelt sich der Zeitgeist und der jeweilige Geschmack einer Dekade so gut wie in den Fotos, Farben, Schriften und der Gestaltung von Werbemitteln. Das gilt natürlich auch für die Ringhotels. Die ersten Broschüren, die in den 1970er-Jahren aufgelegt werden, muten aus heutiger Sicht eher schlicht und einfach an. Doch die in Orange gehaltenen Prospekte sind typisch für diese Zeit und erzielen, gemessen an den relativ bescheidenen Mitteln, die der Kooperation zu Beginn zur Verfügung stehen, ihre Wirkung.

Bereits im Gründungsjahr wird das erste Verzeichnis der Ringhotels herausgegeben, später gibt es auch eine Karte, auf der die Ringhotels eingezeichnet sind. Zum zehnjährigen Jubiläum werden die Prospekte in Goldfarbe gehalten. Auf der Jahreshauptversammlung wird lange und kontrovers diskutiert, ob die Prospekte im kommenden Jahr wieder in Orange oder weiterhin in Gold gehalten sein sollen. Am Ende entscheidet sich die Mehrheit für Gold.

Mit der Gründung des Servicebüros in München professionalisiert sich das Marketing der Kooperation in der Folgezeit. Eine Entwicklung, die sich besonders gut an der Aufmachung des Reiseplaners und seit 1998 auch am Internetauftritt der Kooperation ablesen lässt. Ebenso wie das Logo werden auch die Werbematerialien in regelmäßigen Abständen angepasst, um den Markenauftritt zu modernisieren – wie zuletzt 2021.



VON „COMFORTABLE AUF REISEN“ ZU „HEIMAT & GENUSS“

Die Idee, die Gäste der Ringhotels mit einer eigenen Zeitung oder Zeitschrift über die Vorzüge der einzelnen Häuser zu informieren, kommt der Hotelkooperation bereits Mitte der 80er-Jahre. Für den internationalen Touch des Titels sorgt – ganz im Trend der Zeit – ein Zusammenspiel von Englisch und Deutsch: „Comfortable auf Reisen“. Gestaltung und Papier sind eher an eine Zeitung angelehnt.

In den 90er-Jahren wird daraus ein Magazin, das in Kooperation mit dem Süddeutschen Verlag als Medienpartner produziert wird. Der Titel „Trend & Tradition“ verdeutlicht, dass die Ringhotels als traditionelle Familienbetriebe dennoch mit der Zeit gehen, um ihre Gäste stets aufs Neue zu verwöhnen. Das Magazin informiert zweimal im Jahr über Reiseziele, Sehenswürdigkeiten und Events, die sich bequem von den Ringhotels aus erreichen lassen. Kulinarische Angebote und Wellness-Anwendungen werden ebenso vorgestellt wie Sport- und Freizeitaktivitäten, die die Gäste in und rund um die Ringhotels unternehmen können.

Im Rahmen der 2014 gestarteten Markenkampagne „Echt HeimatGenuss erleben“ erhält auch das Gästemagazin der Ringhotels ab der Ausgabe Frühjahr/Sommer 2016 einen neuen Titel: „Heimat & Genuss“. Die Optik wird ebenfalls etwas aufgefrischt, doch die inhaltliche Ausrichtung bleibt dieselbe: Das Gästemagazin will mit seinen Beiträgen dazu anregen, Deutschland mit den Ringhotels heimatgenüsslich zu entdecken und zu erleben.

Die 2020er Jahre

MIT 50 IST NOCH LANGE NICHT SCHLUSS

Das neue Jahrzehnt beginnt für die Hotellerie und Gastronomie weltweit mit einer enormen Herausforderung: Der Ausbruch der Corona-Pandemie in China breitet sich binnen weniger Wochen rasant aus. Die Politik reagiert mit einem vorübergehenden Herunterfahren des öffentlichen Lebens. Lockdown, Homeoffice und AHA-Regeln (Abstand halten, Hygieneregeln beachten, im Alltag Maske tragen) bestimmen das Geschehen. Die Ringhotels dürfen, wie die anderen Hotels auch, nur noch Geschäftsreisende beherbergen.

Doch Not macht bekanntlich erfinderisch: Im Gastronomie-Bereich bieten einige Ringhotels Essen zum Mitnehmen an. Die nicht gebuchten Hotelzimmer werden teils als Büro angeboten, weil nicht jeder zu Hause ungestört arbeiten kann. Dennoch kommen auch die Ringhotels in dieser schweren Zeit nicht um Kurzarbeit und Freistellungen herum. Mit staatlicher Hilfe und sehr viel Eigenleistung nutzen zahlreiche Häuser der Kooperation die Zwangspause zur Durchführung von Renovierungs- und Umbaumaßnahmen.

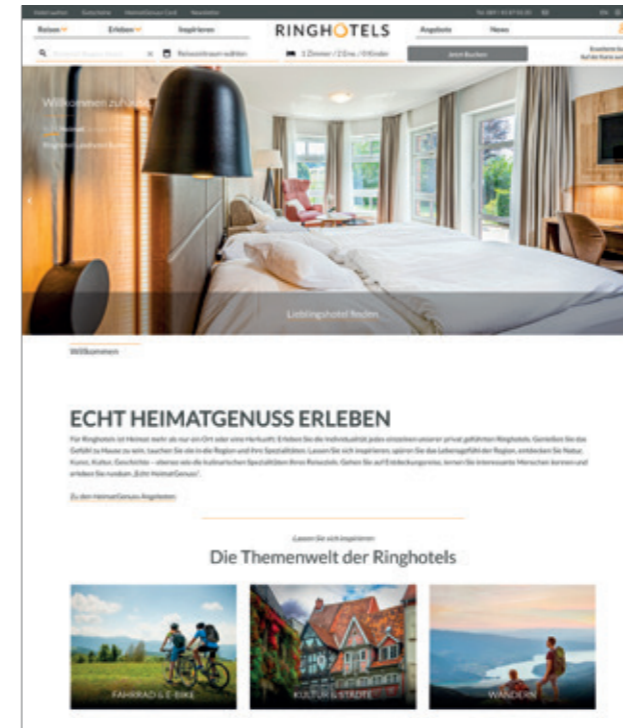
Im Servicebüro der Ringhotels ist man während des Lock-downs ebenfalls nicht untätig. In München wird ein umfangreicher Markenrelaunch vorbereitet, der den Ringhotels-Mitgliedern im Sommer 2021 präsentiert wird. Neben einem überarbeiteten Markenauftritt mit neuer Website, neuem Logo und neuen Vermarktungsformen für die Hotels wird eine Untermarke für kleinere Häuser eingeführt.



Corona hält die Welt in Atem und Hotels und Gastronomie geschlossen



Not macht erfinderisch und take away zu einer Einnahmequelle



2021 präsentieren sich die Ringhotels mit neuem Markenauftritt



Unter dem Dach der Zweitmarke „HeimatGefühl by Ringhotels“ finden sich kleine, feine Hotels und Landgasthäuser, die die Vorteile der Kooperation nutzen möchten.

GUT AUFGESTELLT FÜR DIE ZUKUNFT

Der neue Ringhotels-Markenauftritt basiert auf ausführlichen Marktstudien und spricht vor allem moderne und etablierte Menschen in Zwei-Personen-Haushalten mit einem gehobenen Einkommen an. Unabhängig von der Altersklasse hat diese starke Zielgruppe insbesondere Deutschland als Kurzurlaubsziel für sich entdeckt. Und genau darauf zielen die Ringhotels ab.

Weil der Markenkern „Echt HeimatGenuss erleben“ auch Menschen anspricht, die nicht immer auf der Suche nach einem Full-Service-Aufenthalt in einem klassischen Ringhotel sind, hat die Kooperation ein neues Angebot entwickelt. Mit ihrer Zweitmarke „HeimatGefühl by Ringhotels“ öffnet sich die Kooperation in Zukunft auch kleineren, handverlesenen Hotels und sehr guten Landgasthäusern.

Dank des modern und intuitiv gestalteten Internetauftritts der Ringhotels findet der Nutzer schnell, was er sucht. Die Homepage gibt viele Anregungen und lädt dazu ein, mit den Ringhotels Deutschland (neu) zu entdecken. Verschiedene Themenwelten führen den Gast rasch zu den passenden Angeboten.

Fazit: Ringhotels ist eine bekannte und gut etablierte Marke im deutschen Hotelmarkt – und das seit 50 Jahren. Das liegt auch daran, dass sich die Kooperation kontinuierlich weiterentwickelt hat. Mit dem neuen und modernen Auftritt sind die Ringhotels gut für die Zukunft gerüstet.

50 Jahre im Zeichen von Heimat und Genuss.

1973

Gründung des Ringhotels e.V. am 25. Januar 1973. Erster Präsident des Vereins wird Wilhelm Zilch, Franz-Josel Frenzel wird Geschäftsführender Vorstand. Das erste Gesamtverzeichnis der 98 Gründungsmitglieder wird aufgelegt.



1975

Die Mitgliederversammlung wird als Beschlussorgan anstelle der Delegiertenversammlung eingeführt. Norbert Gruber wird neuer Präsident des Vereins. In den Ringhotels wird die Prospektwand mit Informationen zu allen Häusern eingeführt.



1978

Mit der Spezial-Offerte (später Champagner-Träume) wird ein erfolgreiches Pauschalangebot eingeführt. Das Außenschild an den Häusern mit der Bezeichnung „Ringhotel“ wird Pflicht, auch Hotel-Drucksachen und Gebrauchsartikel mit Ringhotels-Logo werden aufgelegt.

1982/83

Der „Reiseplaner“ als Gesamtverzeichnis aller Ringhotels wird erstmals aufgelegt. Das beliebte Mitgliederverzeichnis erscheint 40 Jahre später immer noch in jährlich aktualisierter Fassung. Auf der Jahreshauptversammlung wird Jens Peters 1983 neuer Präsident des Vereins.



Ein Überblick.

1985

Im Servicebüro der Ringhotels wird das erste Reservierungssystem eingeführt. Damit können in München Zimmer in allen Ringhotels gebucht werden. Der Kooperationsbeitrag wird umgestellt: Ein Sockelbetrag und die Zimmerzahl entscheiden über die Höhe des jeweiligen Mitgliedsbeitrags.



1986

Die Ringhotels legen erstmals eine Gästezeitung auf: „Comfortable auf Reisen“ informiert über einzelne Häuser und Urlaub in Deutschland. Die Kooperationsmitglieder müssen Umsatz, Belegung und Gästeherkunft an das Servicebüro melden.

1987

Auf der Jahreshauptversammlung wird mit Fritz Dreesen ein neuer Präsident der Ringhotels gewählt. Die Ringhotels in Schleswig-Holstein legen die erste „Rundreise“ als Pauschalangebot auf.



1990

Eine Arbeitsgruppe bestätigt den Verein als ideale Rechtsform der Ringhotels. Auf der Jahreshauptversammlung wird die Einrichtung und Wahl des ersten Beirats beschlossen. Das Logo der Ringhotels erhält ein neues Design.

1991

Karin Abele-Danier wird neuer Geschäftsführender Vorstand der Ringhotels. Mit dem Panorama-Hotel in Oberwiesenthal wird das erste ostdeutsche Hotel Kooperationsmitglied.



1995

Ein ehemaliger Ringhotelier wird zum „Neuaufnahmen-Inspektor“ ernannt. Seine Aufgabe besteht darin, Bewerberhotels vor der Aufnahme auf ihre Ringhotels-Tauglichkeit zu prüfen. Auf der Jahreshauptversammlung wird Jürgen Kahlcke neuer Präsident der Ringhotels. Außerdem wird eine interne Qualitätsberatung eingeführt.



1997

Die Ringhotels erhalten Anschluss an das internationale elektronische Reservierungssystem Amadeus. Fortan laufen zahlreiche Buchungen über das Servicebüro der Kooperation.



1998/99

Die Kooperation geht online: Unter ringhotels.de finden Nutzer Informationen zu allen Ringhotels und können Zimmer direkt buchen. 1999 wird Jürgen Donner zum Präsidenten gewählt.



50 Jahre im Zeichen von Heimat und Genuss.

2001

Elke Schade wird neuer Geschäftsführender Vorstand. Die Ringhotels schließen im Rahmen der „Partner Hotels Europe“ weitere Partnerschaften mit ausländischen Hotelkooperationen in europäischen Nachbarländern.



2003

Die Ringhotels feiern ihr 30-jähriges Bestehen. Mit Bernd Riepe wird ein neuer Präsident des Vereins gewählt.



2004

Mit der RinghotelsCard legt die Kooperation ihr erstes online-basiertes Bonusprogramm zur Kundenbindung auf. Die Ringhotels engagieren sich sozial und werden Spendenpartner von Dolphin Aid.



2007

Susanne Weiss übernimmt als Geschäftsführender Vorstand die Führung des Ringhotels e.V.



2017

Der Ringhotels e.V. wird Mitglied der „Global Alliance of Private Hotels“ (GAPH). Alle Kooperationsmitglieder können weltweit über eine Plattform gebucht werden.



2018

Bernd Kanzow wird neuer Präsident des Ringhotels e.V. Die neue DSGVO bringt viele Veränderungen in der Gästekommunikation mit sich und die Digitale Gästemappe wird eingeführt.



Ein Überblick.

2008

Der Mystery Check zur internen Qualitätskontrolle wird für alle Ringhotels verpflichtend. Durchgeführt wird er alle zwei Jahre von externen Beratern.



2009

Marc Arendt wird neuer Präsident der Ringhotels. Die Ringhotels-Akademie zur Weiterbildung von Beschäftigten der Kooperation geht an den Start.



2014

„Echt HeimatGenuss erleben“ wird der neue Markenkern der Ringhotels. Damit greift die Kooperation das Trendthema Reisen in Deutschland auf.



2015

Jan Pauls wird Präsident des Vereins. Die „Biene Paul“ wird nach einer Gästebefragung das neue Maskottchen der Ringhotels.



2019

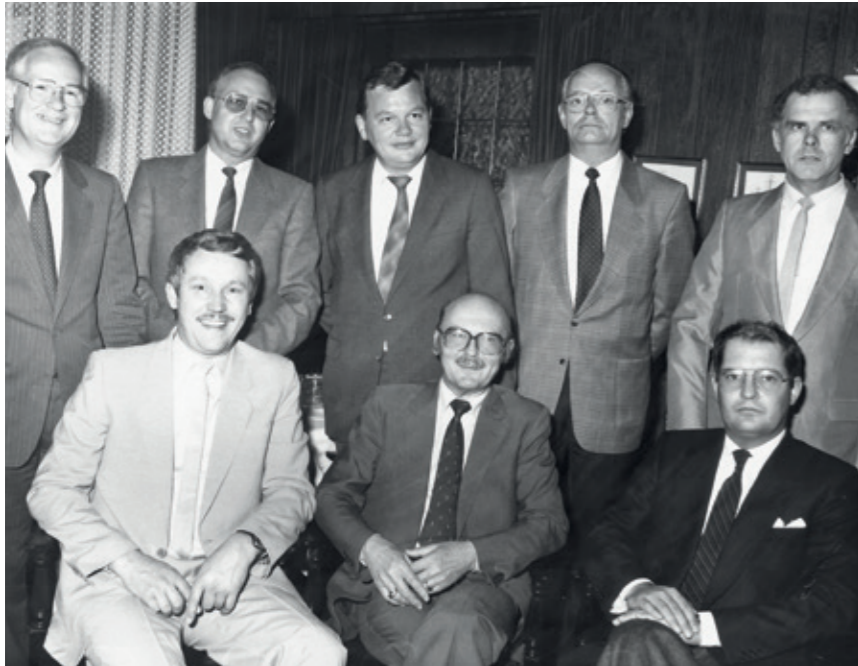
Die Ringhotels erneuern ihr Treueprogramm für Stammgäste: Die RinghotelsCard gibt es nun auch in Silber und Gold. Die Ringhotels Akademie entwickelt mit der E-Academy ein hybrides Lernkonzept, das sich in der Corona-Krise bewährt.



2021

Zahlreiche Ringhotels nutzen die Corona-Pause für Renovierungs- und Umbaumaßnahmen. Die Kooperation stellt ihren neuen Markenauftritt vor und gründet die Zweitmarke „HeimatGefühl by Ringhotels“.





Servicebüro Service Center
Stefan-George-Ring 22
D - 81929 München

Tel. +49 89 45 87 03-0
info@ringhotels.de
ringhotels.de

Die Inhalte dieser Chronik sind urheberrechtlich geschützt.
Die Bereitstellung von Bildmaterien bzw. Inhalten ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Ringhotels e. V. gestattet.

Herausgeber: Ringhotels e. V., Stefan-George-Ring 22, 81929 München, info@ringhotels.de

Realisation: Wolff Kommunikation GmbH, Hüttenallee 237 c, 47800 Krefeld, wolff-kom.de

Bildquellennachweis: Ringhotels e. V. ausser

Seite 10: Getty Images Staff/Hulton Archiv, United Archives, Kontributor/Hulton Archive, beide via Getty Images

Seite 25: Owen Franken/Corbis Historical, Kontributor via Getty Images

Seite 30: Adam Berry/Getty Images News via Getty Images

Seite 36: Simon M Bruty, Kontributor/Getty Images Sport, Hollie Adams/Getty Images News, beide via Getty Images

RINGHOTELS

Echt **Heimat**Genuss erleben