

GORGEOUS SMILING HOTELS | DEVELOPMENT BROSCHÜRE

MIT UNS AUF EXPANSIONSKURS



AUF EXPANSIONSKURS

Die Gorgeous Smiling Hotels GmbH ist ein etablierter Multi-Brand-Operator mit Hauptsitz in München. Als Franchisenehmer global agierender Hotelgruppen wie der InterContinental Hotels Group, Hilton oder Wyndham Hotels & Resorts, deren Marken wir erfolgreich auf dem europäischen Markt platzieren, liegt unser Fokus auch auf unseren Eigenmarken Rilano Hotels & Resort und Arthotel ANA.



Ausgezeichnet von der Financial Times und Focus Business, zählt die Gorgeous Smiling Hotels GmbH zu den tausend schnellst wachsenden Unternehmen in Europa.



Sowohl Neubauvorhaben als auch Bestandsumwandlungen werden von uns kreativ konzipiert und professionell umgesetzt.



Die Stärke der Gruppe liegt in ihrer Vielseitigkeit und Flexibilität. Durch innovative Eigenmarken und internationale Franchisepartner können wir uns an die jeweiligen regionalen Gegebenheiten, Marktströmungen und die Erfordernisse unserer Geschäftspartner anpassen.



Die starke Expansion der Gorgeous Smiling Hotels GmbH in der DACH-Region und den Niederlanden führt zu einem Portfolio von derzeit knapp 40 Objekten in den verschiedensten Segmenten. Aktuell liegen Expansionspläne für weitere europäische Länder vor.

Namhafte institutionelle Investoren halten unsere Hotels im Bestand und planen weiterhin gemeinsam mit uns zu wachsen.



UNSER WACHSTUM IN ZAHLEN

Mit 39 bestehenden Hotels, 7 in der Pipeline und dem Ziel, um 75 weitere Hotels in den nächsten 5 Jahren zu wachsen, möchten wir unsere Position als einer der führenden Hotelbetreiber Deutschlands weiter ausbauen.



HOTELS
IM BESTAND

HOTELS
IN DER ENTWICKLUNG

HOTELS
IN 5 JAHREN



Arthotel ANA Amber
Rostock

Arthotel ANA Momentum
Göppingen



KONTINUIERLICHES WACHSTUM

Ansprechende Architektur, anregendes Design, moderne und komfortable Zimmer, die Wohlfühlatmosphäre versprühen, sowie herzlicher Service und professionelles Management sind Stütze und Treiber für unser stetes Wachstum. Unsere Hotels bedienen ein weites Spektrum von verschiedensten Kundengruppen von Geschäftsreisenden und Konferenzen über touristische Gruppenreisen bis hin zu Familien.

- Sowohl Einzelhotel- und Porfolioübernahmen, die wir mit unseren Marken bespielen, als auch Neubautwicklungen für langfristige Mietverträge legen den Grundstein für unsere Expansion. Mit uns nahe stehenden Entwicklern verpflichten wir uns als Langzeitpächter.
- Bestehende Konzepte erfolgreich zu adaptieren und an die jeweiligen Märkte und Regionen anzupassen, zählt zu den Stärken der Gorgeous Smiling Hotels. Franchisemarken in das Portfolio zu integrieren und diese Häuser mit dem typischen GSH-“Look & Feel“ auszustatten, zeugt von der Kreativität und Wandlungsfähigkeit des Unternehmens. Besonders Bestandsimmobilien profitieren von der schnellen und ökonomischen Anpassung an die Standards der Gruppe
- In Partnerschaft mit einem Hotelfond führen wir auch mit familiengeführten Hotels Gespräche, die nach Kauf und Umwandlung an unsere Brand Standards angepasst und in unser Portfolio aufgenommen werden.
- Finanziell gestärkt durch einen Private Equity Fond weisen wir eine hohe Finanzdichte auf, die Entwicklern und institutionellen Investoren bei der Kreditbeschaffung den nötigen Auftrieb gibt.



Arthotel ANA Soul
Oberhausen



The Rilano Hotel
München

STIMMEN UNSERER DEVELOPMENT PARTNER

REVITALIS //
REAL ESTATE AG

„Gerne blicken wir auf unsere gemeinsamen, erfolgreichen Projekte in Kiel und Freiburg zurück. Das partnerschaftliche und stets konstruktive Miteinander, auch in schwierigen Projektphasen werden wir sehr gerne als Grundlage für neue Projekte und Ideen verwenden.“

Marc Wirtz
Vorstand,
Revitalis Real Estate AG

LIST Gruppe

„Die Entwicklung des Arthotel ANA als Teil des Rostocker Hanse Trios ist ein Musterbeispiel, wie Betreiber und Entwickler gemeinsam ein kundenzentriertes und effizientes Hotel realisieren können. Die solide Unternehmensaufstellung und Finanzdichte der Gorgeous Smiling Hotels war zudem ein sehr relevantes Argument beim Verkauf des Gebäudeensembles an die Union Investment.“

Michael Garstka
Geschäftsführer / Gesellschafter,
LIST Develop Commercial GmbH & Co. KG

ABACCO
HOTEL

„Für unser Haus in Stuttgart-Kornthal war es uns wichtig, einen Partner zu finden, dem wir vertrauen können. Diesen Partner haben wir in GSH gefunden. Der gesamte Ablauf war professionell, auf Augenhöhe und von erfreulicher Schnelligkeit. Die Kooperation zwischen Abacco & Rilano Hotels an diesem hervorragenden Standort zeugt von langfristigem Engagement.“

Patrick Wild
Geschäftsführer,
Abacco Group



Super 8 by Wyndham
Chemnitz

Super 8 by Wyndham
Hamburg

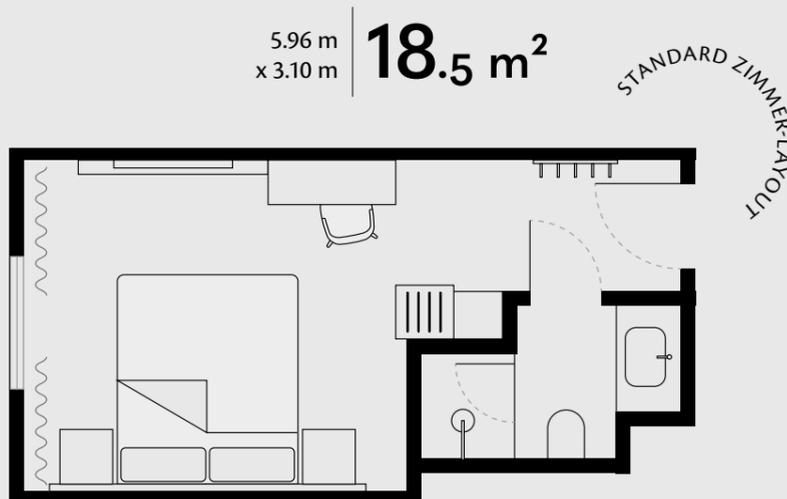


ARTHOTEL ANA



Brand-Story

Arthotel ANA ist eine Eigenmarke der GSH-Gruppe und zeichnet sich durch zeitgemäßes Design im Interieur sowie weiteren Extras in allen Bereichen aus. Ob in Deutschland oder in Österreich – Anspruch und Design treffen stets auf Wohlfühlambiente und Komfort zu vernünftigen Preisen. Neben einem umfangreichen Frühstücksbuffet wartet Arthotel ANA auch mit kostenfreien Kaffeespezialitäten des Münchner Traditionshauses Dallmayr auf, die Gästen ebenso wie der Mini-Shop rund um die Uhr zur Verfügung stehen.



STANDORTE

- Gute bis sehr gute Lagen innerhalb gelisteter Destinationen
- Neuentwicklungen
- Konversionsobjekte
- Objekte zur Hotel- & Mischnutzung

FLÄCHENBEDARF

- 28 – 32 m² BGF bei Arthotel ANA pro Zimmereinheit auf die gesamte Hotelfläche
- Mindestens 80 Zimmereinheiten ab 2.500 m² BGF
- Standard Zimmer hat eine Nettofläche von ca. 17 – 20 m² (inkl. Bad)

KOSTEN BEI MIN. 100 GÄSTEZIMMERN

- Baukosten pro Zimmer 90.000 €
- FF&E pro Zimmer 10.500 €



UNSERE MARKEN

LOOK & FEEL of ARTHOTEL ANA



Arthotel ANA Amber
Rostock

Arthotel ANA Momentum
Göppingen

Arthotel ANA Soul
Oberhausen

Arthotel ANA Soul
Oberhausen

Arthotel ANA Amber
Rostock

ANA LIVING BY ARTHOTEL ANA



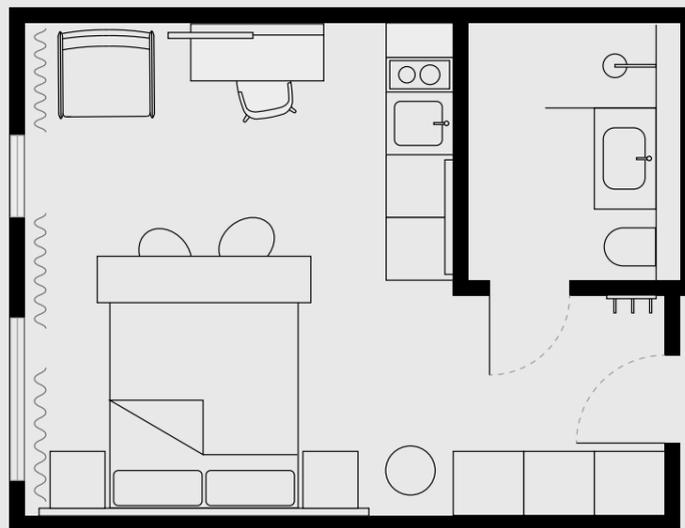
Brand-Story

Die Serviced Apartments der Marke ANA Living by Arthotel ANA wurden für Langzeitgäste konzipiert und präsentieren sich als komfortabel ausgestattete Long Stay & Boarding Houses. Stylish gestaltete Aufenthaltsbereiche samt Wohlfühlcken, Kochgelegenheiten im Apartment oder der Social Kitchen sowie weitere Services, die das Wohnen auf Zeit zum Erlebnis machen, runden das Angebot ab.

5.91 m
x 4.62 m

27.3 m²

STANDARD APARTMENT-LAYOUT



STANDORTE

- Gute bis sehr gute Lagen innerhalb gelisteter Destinationen
- Neuentwicklungen
- Konversionsobjekte
- Objekte zur Hotel- & Mischnutzung

FLÄCHENBEDARF

- 33 – 36 m² BGF bei ANA Living by Arthotel ANA pro Apartmenteinheit auf die gesamte Hotelfläche
- Mindestens 80 Apartmenteinheiten ab 2.800 m² BGF
- Standard Apartment hat eine Nettfläche von ca. 24 – 30 m² (inkl. Bad)

KOSTEN BEI MIN. 100 APARTMENTS

- Baukosten pro Apartment 100.000 €
- FF&E pro Apartment 12.000 €



UNSERE MARKEN

LOOK & FEEL of ANA LIVING BY ARTHOTEL ANA



ANA Living
Oberhausen

ANA Living
Augsburg

ANA Living
Augsburg

ANA Living
Stuttgart-Böblingen

UNSERE MARKEN

RILANO HOTELS & RESORTS

RILANO HOTELS & RESORTS

Brand-Story

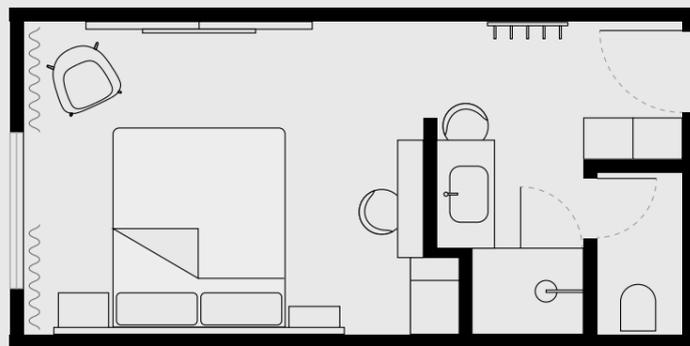
Raum für Individualität und Besinnung auf traditionelle internationale Hotelwerte mit zukunftsweisendem Auftritt – das ist das Leitmotiv der Rilano Hotels & Resorts. Der Name „Rilano“ vereint das Beste aus drei Ländern mit großer Gastgebertradition: Leichtigkeit, Stil und Lebensfreude entstammen dem Italienischen, die Serviceorientierung und der Spaß an modernster Technologie kommen aus dem Amerikanischen und Zuverlässigkeit sowie Qualität entspringen den deutschen Wurzeln.

Ob Hochzeit, Tagung, Team-Event oder Geschäftsessen, Rilano Hotels & Resorts bestechen durch ihre gezielte Ausrichtung auf Konferenzen und Veranstaltungen und überzeugen mit flexiblen Konzepten, modernster Technik und einem vielfältigen F&B-Angebot. Die Konferenzflächen der Hotels reichen von 125 m² bis 930 m² und sind variabel nutzbar.

6.66 m
x 3.33 m

22.2 m²

STANDARD ZIMMER-LAYOUT



STANDORTE

- Bestandhotels & Neuentwicklungen mit guter Anbindung & hohem Stellplatzfaktor in gelisteten Destinationen
- Konversionsobjekte
- Hotels & Resorts in beliebten touristischen Destinationen

FLÄCHENBEDARF

- 40 – 55 m² BGF pro Zimmereinheit auf die gesamte Hotelfläche
- Konferenzbereich für mindestens 150 Personen
- Großzügige öffentliche Bereiche
- Spa & Health Facilities optional
- Standard Zimmer hat eine Nettfläche von ca. 22 – 27 m² (inkl. Bad)

KOSTEN BEI MIN. 100 GÄSTEZIMMERN

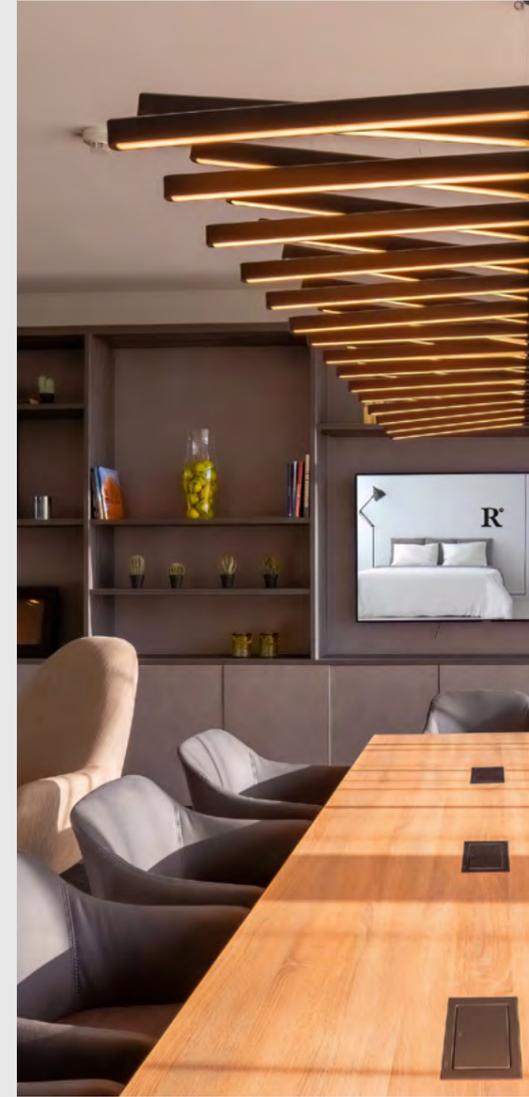
- Baukosten pro Zimmer 120.000 €
- FF&E pro Zimmer 17.500 €



The Rilano Hotel Cleve City
Kleve

UNSERE MARKEN

LOOK & FEEL of RILANO HOTELS & RESORTS



The Rilano Hotel
München

The Rilano Hotel
Frankfurt Oberursel

The Rilano Hotel
München

The Rilano Hotel
Cleve City

Rilano 24|7 Hotel
Kevelaer

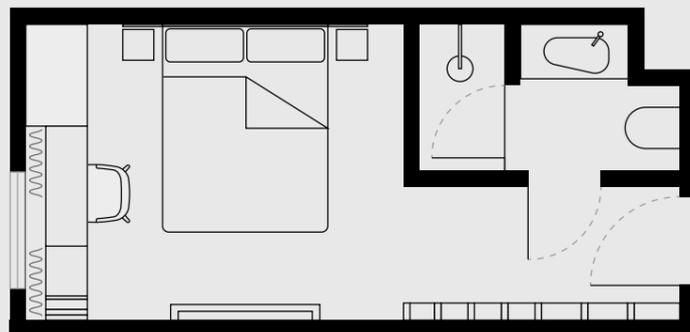
SUPER 8 BY WYNDHAM



Brand-Story

Die Mid-Scale Marke Super 8 by Wyndham zählt mit rund 2.900 Hotels weltweit zu den erfolgreichsten Brands der Wyndham Hotels & Resorts. Die Gruppe betreibt rund 9.000 Hotels in mehr als 95 Ländern auf sechs Kontinenten und ist gemessen an der Anzahl der Hotels das weltweit größte Hotel-Franchise-Unternehmen. Alle Hotels der Marke Super 8 by Wyndham bieten ein umfassendes Frühstück und kostenfreies Highspeed WLAN an. Die Zimmer sind modern und stylish gestaltet. Von der Lounge über den Coffee Shop, einer ruhigen Terrasse zum Entspannen bis hin zum Kiosk oder Tagungsraum - die Häuser der Marke Super 8 eignen sich gleichermaßen ideal für Städte- und Businessreisende.

6.37 m
x 2.89 m **18.4 m²**



STANDARD ZIMMER-LAYOUT

STANDORTE

- Leicht erreichbare in A und B Lagen in gelisteten Destinationen
- Neuentwicklungen
- Objekte zur Hotel- und Mischnutzung

FLÄCHENBEDARF

- 32 – 33 m² BGF pro Zimmereinheit auf die gesamte Hotelfläche
- Standard Zimmer hat eine Nettofläche von ca. 17 – 19 m² (inkl. Bad)

KOSTEN BEI MIN. 100 GÄSTEZIMMERN

- Baukosten pro Zimmer 85.000 €
- FF&E pro Zimmer 10.000 €



Super 8 by Wyndham
Freiburg

UNSERE FRANCHISE MARKEN

LOOK & FEEL of SUPER 8 BY WYNDHAM



Super 8 by Wyndham
Munich City North

Super 8 by Wyndham
Oberhausen

Super 8 by Wyndham
Augsburg

Super 8 by Wyndham
Chemnitz

Super 8 by Wyndham
Chemnitz

UNSERE FRANCHISE MARKEN

HOLIDAY INN EXPRESS UND HOLIDAY INN



Brand-Story

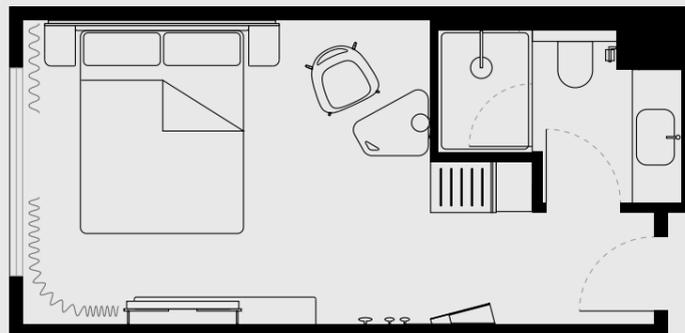
Im Jahr 1952 gegründet, ist Holiday Inn® eine der vertrauenswürdigsten Upper-Midscale Marken der Welt und bietet angenehme und einladende Aufenthalte. Holiday Inn® bietet eine große Auswahl an Hotels von städtischen Zentren bis hin zu Strandresorts mit einem umfangreichen Tagungsangebot, variablen Veranstaltungsräumlichkeiten und einem vielseitigen F&B-Angebot.

Angesiedelt im Midscale-Bereich, ist Holiday Inn Express®, die am schnellsten wachsende Marke der IHG und längst auch in Europa zu einer renommierten Brand geworden. Holiday Inn Express® bietet seinen Gästen ein einfaches und intelligentes Reiseerlebnis mit dem im Zimmerpreis inbegriffenen Frühstücksbuffet. Holiday Inn® und Holiday Inn Express® verfügen derzeit zusammen über mehr als 4.100 Hotels weltweit, die allesamt besonders durch ihre Flächeneffizienz überzeugen. Die Hotels dieser Marken sind außerdem ideal mit modularer Bauweise errichtbar.

6.50 m
x 3.00 m

19.5 m²

STANDARD ZIMMER-LAYOUT



STANDORTE

- Zentrale innerstädtische Lagen in gelisteten Destinationen
- Neuentwicklungen
- Objekte zur Hotel- und Mischnutzung

FLÄCHENBEDARF:

- 30 – 35 m² BGF pro Zimmereinheit auf die gesamte Hotelfläche
- Standard Zimmer hat eine Nettofläche von ca. 18 – 19 m² (inkl. Bad)

BEISPIELFLÄCHE EINES 200-ZIMMER HOTELS

- Öffentliche Fläche 300m²
- Interne Fläche 300 m²
- 2 Gästeaufzüge
- 1 Serviceaufzug

KOSTEN BEI MIN. 100 GÄSTEZIMMERN

- Baukosten pro Zimmer 90.000 €
- FF&E pro Zimmer 10.500 €



UNSERE FRANCHISE MARKEN

LOOK & FEEL of HOLIDAY INN EXPRESS UND HOLIDAY INN



Holiday Inn Express
Rosenheim

Holiday Inn
Mannheim

Holiday Inn
Zürich Messe

Holiday Inn Express
Rosenheim

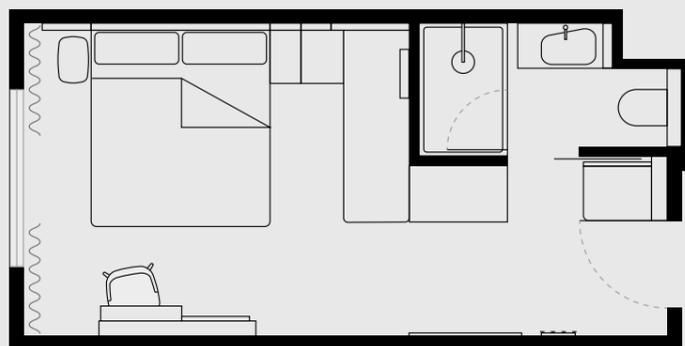
HAMPTON BY HILTON



Brand-Story

Die 1984 gegründete Marke Hampton by Hilton ist eine der erfolgreichsten Franchisemarken der Hilton-Gruppe und ist mit über 2.800 Hotels mittlerweile in 34 Ländern aktiv. Die Häuser bewegen sich im Bereich der oberen Mittelklasse und bestechen mit einer zentralen Lage und erschwinglichen Preisen. Hochwertig gestaltete Unterkünfte und Annehmlichkeiten wie moderne und geräumige Zimmer, kostenloses WLAN und inbegriffenes Frühstücksbuffet erwarten qualitätsbewusste Reisende. Zudem überzeugen die Häuser durch ihre Flächeneffizienz und sind ideal mit modularer Bauweise errichtbar.

6.40 m
x 3.20 m | **20.5 m²**



STANDARD ZIMMER-LAYOUT

STANDORTE

- Zentrale innerstädtische Lagen in gelisteten Destinationen
- Neuentwicklungen
- Objekte zur Hotel- und Mischnutzung

FLÄCHENBEDARF

- 35 – 38 m² BGF pro Zimmereinheit auf die gesamte Hotelfläche
- Standard Zimmer hat eine Nettofläche von ca. 20 – 22 m² (inkl. Bad)

KOSTEN BEI MIN. 100 GÄSTEZIMMERN

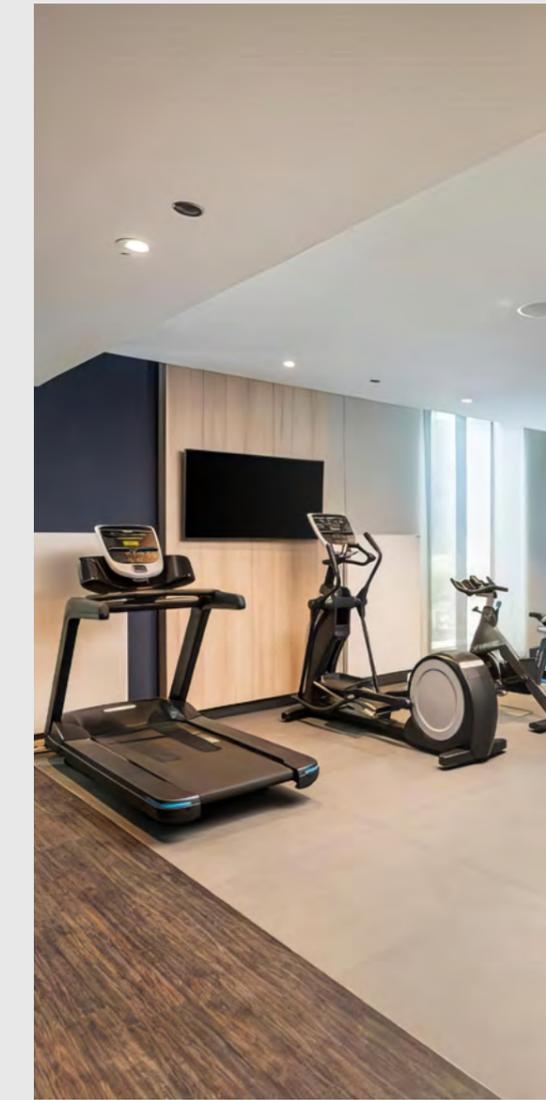
- Baukosten pro Zimmer 105.000 €
- FF&E pro Zimmer 11.000 €



Hampton by Hilton
Kiel

UNSERE FRANCHISE MARKEN

LOOK & FEEL of HAMPTON BY HILTON



WHERE TO
GO NEXT?

WIR SUCHEN



- Je nach Marke von Top-Standorten in besten innerstädtischen Lagen bis zu B Standorten, die über eine gute Erreichbarkeit und Anbindung verfügen. Gästezimmeranzahl von 80 -400.
- Neubau-Entwicklungen und Konversionen anderer Asset Klassen, z. B. bestehende Kaufhäuser zu mixed-use Objekten, die in Hotels (teil)umgewandelt werden.
- Hotels fußläufig großer Verkehrsknotenpunkte sowie in Nähe neuer Büroquartiere sind ebenfalls von Interesse.
- Rebrandings bestehender Hotels.
- Bebaute und unbebaute Grundstücke, die wir mit unseren Partnern erwerben. BGF Bedarf von 3.000 m² bis 13.000 m²
- Turnkey-Hotel-Entwicklungen nach Baubeschreibung unserer Franchisegeber.
- Betreiberfreie und leer stehende Konversionsobjekte.



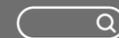
DEUTSCHLAND



- Aachen
- Aschaffenburg
- Augsburg
- Bad Hersfeld
- Baden-Baden
- Bayreuth
- Berlin
- Bielefeld
- Binz
- Bonn
- Braunschweig
- Bremen
- Bremerhaven
- Celle
- Cuxhaven
- Dresden
- Düsseldorf
- Erfurt
- Essen
- Flensburg
- Frankfurt
- Freiburg
- Friedrichshafen
- Fulda
- Fürth
- Garmisch-Partenkirchen
- Göppingen
- Göttingen
- Halle
- Hamburg
- Hannover
- Hildesheim
- Kaiserslautern
- Kempten
- Kiel
- Koblenz
- Köln
- Konstanz
- Krefeld
- Leipzig
- Leverkusen
- Lindau
- Lübeck
- Lüneburg
- Mainz
- Mannheim
- Marburg
- München
- Münster
- Nürnberg
- Offenburg
- Oldenburg
- Paderborn
- Passau
- Pforzheim
- Potsdam
- Prien
- Regensburg
- Reutlingen
- Rosenheim
- Rostock
- Rothenburg o.d.T.
- Rüdeshcim a.Rh.
- Schwerin
- Speyer
- Stuttgart
- Sylt
- Timmendorf
- Travemünde
- Trier
- Tübingen
- Ulm
- Weimar /Jena
- Wiesbaden
- Wilhelmshaven
- Wolfsburg
- Würzburg

STANDORTSUCHE

ÖSTERREICH



- Bad Gastein
- Bregenz
- Flachau
- Graz
- Hallstatt & Dachstein
- Innsbruck
- Ischgl
- Kitzbühel
- Klagenfurt
- Krems
- Lech/Zürs
- Linz
- Mayrhofen
- Melk
- Obertauern
- Saalbach
- Salzburg
- Schladming
- Sölden
- St. Anton
- St. Pölten
- Stubaital
- Villach
- Wien



STANDORTSUCHE

SCHWEIZ



- Bellinzona
- Basel
- Bern
- Biel
- Bürgenstock
- Chur
- Crans-Montana
- Davos
- Genf
- Gstaad
- Jungfrauoch
- Küsnacht
- Laax
- Lausanne
- Lauterbrunn
- Liechtenstein
- Locarno
- Lugano
- Luzern
- Montreux
- St. Gallen
- St. Moritz
- Thun
- Verbier
- Vevey
- Winterthur
- Zug
- Zürich



- Almere
- Amsterdam
- Anderlecht
- Antwerpen
- Breda
- Brügge
- Brüssel
- Charleroi
- Den Haag
- Gent
- Groningen
- Haarlem
- Hasselt
- Leuven
- Lüttich
- Luxemburg
- Maastricht
- Mechelen
- Namur
- Nijmegen
- Ostende
- Rotterdam
- Schaarbeek
- Schiphol
- Tilburg
- Utrecht
- Ypern



Gorgeous Smiling Hotels GmbH
Wilhelm-Wagenfeld-Str. 4
80807 München



MARCO EL MANCHI

CHIEF FINANCIAL OFFICER

Telefon: +49 89 588 0 558 0

E-Mail: m.elmanchi@gsh-hotels.com

gsh

part
hotel
ana
LIVING
BY ARTHOTEL ANA

part
hotel
ana

RILANO
HOTELS & RESORTS

Super
8
A WORLDWIDE BRAND

H Holiday Inn
Express
EIN IHG HOTEL

H Holiday Inn
EIN IHG HOTEL

Hampton
by HILTON