

INHALTSVERZEICHNIS

DIE ROMANTISCHE PHILOSOPHIE	2
Ambiente, Gastlichkeit und Gaumenfreuden Qualitätsanspruch bestimmt die Philosophie	
DATEN UND FAKTEN	4
"Romantik" im Überblick Eine Kooperation stellt sich vor	
DIE GÄSTE	6
Für Genießer, für Wohlfühler, für Pärchen, für Aktive, für... Wer sind die Gäste der Romantik Kooperation?	
AKTIVITÄTEN IM ÜBERBLICK	7
Vom Guide bis zur internen Kommunikation Umfangreiche Aktivitäten einer Hotel-Kooperation	
ROMANTIK WERTE	10
Prix Romantik Liebold Romantik Preis für europäische Werte und Tugenden	
SOZIALES ENGAGEMENT	13
Kindern ein sicheres Zuhause geben Die Initiative be your own hero e.V./SAFE HOUSE	
GESCHICHTE	14
Chronologie einer romantischen Idee 40 Jahre Romantik Hotels & Restaurants	
ANSPRECHPARTNER	16

DIE ROMANTISCHE PHILOSOPHIE

Ambiente, Gastlichkeit und Gaumenfreuden Qualitätsanspruch bestimmt die Philosophie

Romantik Hotels & Restaurants steht für die Vielfalt europäischer Regionen, für exzellentes Gastgebertum und professionelles Know-How. Die Kooperation erfüllt die Bedürfnisse unserer hektischen Zeit nach Entschleunigung, Ruhe und Entspannung. Die Romantik Gastgeber rücken Werte in den Mittelpunkt, Tradition über Generationen, folgen dem Trend zum Cocooning, der Genuss steht im Fokus. Im Markenauftritt überzeugend, im Umgang mit dem Gast persönlich, im eigenen Betrieb mit einem Blick fürs Detail. Romantik ist gelebte Philosophie und Basis für den Erfolg von Romantik Hotels & Restaurants.

Eine Vielfalt individueller Häuser:

- Landhäuser und Stadthotels
- Burgen und Schlösser
- Hotels auf dem Berg und Hotels am Meer
- regionale Spezialitäten und Sterne-Küche
- zertifizierte Wellness-Hotels und Tagungshotels

All das ist Romantik.

Durch einen einheitlichen Markenauftritt und ein klares Versprechen an die Gäste haben die Romantik Hotels heute eine führende Rolle in der europäischen Markenhotellerie. Aus den acht Gründungsmitgliedern im Jahre 1972 ist eine starke Gruppierung engagierter Privathoteliere entstanden, die mit 213 Häusern in 12 Ländern Europas vertreten sind und knapp 7.445 Mitarbeiter beschäftigt. Der Umsatz liegt bei 563 Millionen Euro im Jahr und die Auslastung liegt bei 67,5 Prozent.

Von Benelux bis Italien, von Ungarn bis Portugal – kein Hotel gleicht dem anderen. Ob klein oder groß, in Städten oder Urlaubsregionen gelegen – in einem weiten Spektrum drückt sich die Vielfalt der historischen Häuser und die Individualität jedes einzelnen Romantik Hotels aus.

So unterschiedlich und individuell die einzelnen Häuser sind, Gastgeber aus Leidenschaft sind alle. Der Gast steht im Mittelpunkt.

Doch ob Romantik Hotel oder Restaurant, bestimmte Bedingungen müssen erfüllt werden, um die Marke „Romantik“ im Namen führen zu dürfen:

- Ein **historisch gewachsenes Haus**, das geschichtlich und kulturell die Region widerspiegelt.
- Die Lage: Häuser mit **Hideaway-Charakter**, im grünen Idyll oder Herzstück des Ortskerns.
- Die **persönliche Leitung durch den Inhaber**: Jedes der 213 Romantik Häuser ist durch die Handschrift des Eigentümers individuell geprägt.
- Eine **stilvolle Atmosphäre** und **gepflegtes Ambiente**: Romantik Hotels & Restaurants übersetzen ihre wertvolle Tradition authentisch.
- Ein **hoher Anspruch an Küche und Keller**: Kreativität auf dem Teller gehört zur „romantischen Tischkultur“ wie der passende Weine. Eine Vielzahl der Mitgliedsbetriebe ist von den führenden Restaurantführern mit Sternen, Hauben und Löffeln ausgezeichnet.

Mitglied zu werden bedeutet, Qualitätstests bestanden zu haben: Bevor ein Haus neu in die Romantik Kooperation aufgenommen wird, muss es sich einem unabhängigen Qualitätstest unterziehen. Auch bestehende Mitgliedsbetriebe werden regelmäßig anonym getestet. So ist sichergestellt, dass alle Häuser die Qualitätsansprüche erfüllen. Pro Geschäftsjahr erhält die Kooperation circa 350 Bewerbungen, die Zahl der letztlich aufgenommen ist um Wesentliches geringer.

DATEN UND FAKTEN

„Romantik“ im Überblick Eine Kooperation stellt sich vor

FIRMIERUNG	Romantik Hotels & Restaurants AG
GEGRÜNDET	1972 in Deutschland
VERBREITUNG 2012	213 Hotels & Restaurants in 12 europäischen Ländern A/CZ/H: 25; B: 4; CH: 27; D: 114; E: 2; F: 10; I: 24; L: 1; NL: 5; P: 1
KRITERIEN	<ul style="list-style-type: none"> • historisch gewachsenes Haus • persönliche Leitung durch den Inhaber • stilvolle Atmosphäre und gepflegtes Ambiente • hoher Anspruch an Küche und Keller • Gebietsschutz (30 km)
AUFNAHME	<p>Phase 1:</p> <p>Bewerbung / Selbstauskunft</p> <p>Überprüfung der Daten nach festgelegten Kriterien (Gebietsschutz, Nennung in Führern etc.)</p> <p>Phase 2:</p> <p>anonymer Test</p>
AKTIVITÄTEN	<ul style="list-style-type: none"> • Publikationen (Romantik Hotel & Restaurant Guide, Themen-Broschüren) • Homepage • Newsletter, Social Media • Romantik Gutschein-Programm • Romantik Pass • MyRomantik (Online-Loyalitätsprogramm) • Markt- und Trendforschung • Presse- und Öffentlichkeitsarbeit • Anzeigenwerbung • Messebeteiligungen • Cross Marketing • Interne Kommunikation (Tagungen, Schulungen, interner Newsletter, Intranet, Mitarbeiter-Rabatte, Arbeitskreise) • unabhängige Qualitätschecks

BEITRÄGE

Romantik Hotel & Restaurant

Jährlicher Beitrag: 6.090 Euro + 177 Euro pro Zimmer
(max. 60 Zimmer) (Stand: Januar 2012)

Romantik Restaurant

Jährlicher Beitrag: 3.045 Euro

Aktienpaket im Wert von 2.500 Euro

Aufgeld / Agio: 5.000 Euro

KLASSIFIZIERUNGEN

Hotels:



Gelber Schlüssel für Romantik Hotels mit luxuriösem Angebot. Für Gäste, die höchste Ansprüche an Stil, Ambiente, Genuss und Gastlichkeit stellen.



Blauer Schlüssel für Romantik Hotels mit erstklassigem Komfort. Für Gäste, die sich individuelles Wohlfühlgefühl in persönlicher Atmosphäre wünschen.



Grüner Schlüssel für Romantik Hotels mit gehobenem Komfort. Für Gäste, die herzliche Gastfreundschaft und Behaglichkeit schätzen.

Küche:



Die Kochmütze: Von anerkannten Restaurantführern ausgezeichnete Küche.

Wellness:



Wellness Plus Romantik Hotels mit großzügigem Wellness-Bereich und vielfältigem Angebot an Wellness-Anwendungen.



Wellness Romantik Hotels mit schöner Atmosphäre und einer Auswahl an Wellness-Anwendungen.



Wellness light Romantik Hotels, darunter einige Stadthotels, mit kleinem Wellness-Angebot.

DIE GÄSTE

Für Genießer, für Wohlfühler, für Pärchen, für Aktive, für ... Wer sind die Gäste der Romantik Kooperation?

Das romantische Plus macht den Unterschied: Die Entscheidung für ein Hotel oder Restaurant mit dem „Romantik Siegel“ ist meist mit einer Erwartungshaltung des Gastes verbunden. Stets willkommen zu sein, beste Qualität in allen Bereichen, ein persönlicher, herzlicher und engagierter Inhaber sowie ein Angebot an Wellness, Sport und Kultur haben höchste Priorität bei Romantik Gästen. Darüber hinaus erwartet der Gast das, was den Unterschied ausmacht: ein historisch gewachsenes Haus mit sehr persönlichem Service und einem hohen, zeitgemäßen Anspruch an Küche und Keller, die Liebe zum Detail und natürlich Romantik.

Das Durchschnittsalter der Gäste liegt bei 51 Jahren. Über 55 Prozent der Romantik Gäste haben einen Universitäts- oder Fachhochschul-Abschluss. 54 Prozent der Gäste haben ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von über 4.000 Euro. Romantik Hotels & Restaurants sind auch für die Zielgruppe im mittleren Einkommensbereich ein attraktives Reiseziel. Dabei geht der Trend zu einem Aufenthalt von 3 bis 5 statt 1 bis 2 Nächten. 69 Prozent aller Befragten sind verheiratet. 23 Prozent der Befragten geben geschäftliche Reisegründe an, 77 Prozent private. In den letzten Jahren konnten neue Gäste gewonnen werden, die deutlich jünger sind als die Stammgäste. So sind 29 Prozent der Neu-Gäste jünger als 39 Jahre. Zudem haben die Neu-Gäste auch ein höheres monatliches Nettohaushaltseinkommen als die Stammgäste.¹

Bewusster Konsum und Nachhaltigkeit sind Themen, die für Romantik Gäste auch bei ihrer Reiseplanung von großer Bedeutung sind. Sie schätzen regionale Verwurzelung, lieben Kultur und erkennen die Bedeutung von Individualität und Authentizität.

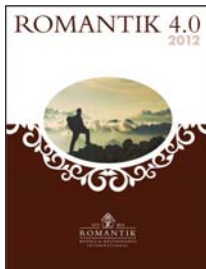
¹ Die Zahlen entstammen einer Gästebefragung vom Oktober 2010.

AKTIVITÄTEN IM ÜBERBLICK

Vom Guide bis zur internen Kommunikation Umfangreiche Aktivitäten einer Hotel-Kooperation

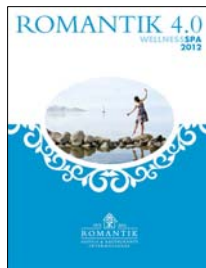
Publikationen

Romantik Hotel & Restaurant Guide



- jeder Mitgliedsbetrieb mit einer repräsentativen, reich bebilderten Doppelseite
- viersprachig (D/E/I/F)
- erscheint jährlich im November
- Auflage: 220.000

Wellness Broschüre



- alle unabhängig getesteten Romantik Hotels mit einem Wellness-Siegel
- zweisprachig (D/E)
- erscheint jährlich
- Auflage: 80.000

Hochzeit & mehr Broschüre



- Romantik Hotels & Restaurants mit Highlights rund um das Thema Hochzeit
- zweisprachig (D/E)
- Auflage: 150.000

Classics Broschüre



- Romantik Hotels & Restaurants mit Angeboten für Liebhaber klassischer Automobile
- deutschsprachige Printausgabe, deutschsprachige und englischsprachige E-Broschüre
- erscheint jährlich
- Print-Auflage: 1.500

Online

Homepage – www.romantikhoteles.com



- Inhalte: u.a. Online-Buchungsmöglichkeit, aktuelle Arrangements und Angebote, Gutschein-Shop, Broschüren-Shop
- viersprachig (D/E/I/F)
- Page Impressions pro Monat: Ø 10.777.589 (Jahr 2010)
- Visits pro Monat: Ø 173.720 (Jahr 2010)

Newsletter

- Romantik Themen wie Genuss und Wohlfühlen, Reise-Routen und Urlaubsregionen
- zweisprachig (D/E)
- erscheint monatlich
- über 55.000 Abonnenten

Social Media

Romantik Rezept Blog – www.romantikrezeptblog.wordpress.com



- Rezepte, kulinarische Veranstaltungstipps, Kochportraits
- deutschsprachig

Romantik Travel Blog – www.romantikhoteles.wordpress.com



- Reiseartikel
- englischsprachig

Twitter – www.twitter.com/RomantikHotels

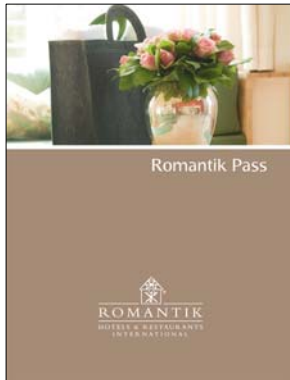
Facebook – www.facebook.com/RomantikHotels

YouTube – www.youtube.com/RomantikHotels

Loyalitätsprogramm

Romantik Hotels & Restaurants kombiniert ein traditionelles Kundenbindungssystem mit einem zeitgemäßen Online-Bindungsprogramm.

Romantik Pass



Der Romantik Pass ist der klassische Weg der Gäste-Loyalisierung. Etwa 10.000 Gäste reisen mit ihrem persönlichen Reisetagebuch durch Europa und sammeln bei jedem Aufenthalt einen Stempel. Für zehn Stempel erhalten sie als Dank einen Treue-Gutschein, der in einem Romantik Hotel ihrer Wahl eingelöst werden kann.

MyRomantik



MyRomantik ist ein Online-System, das aus Gästen vom ersten Aufenthalt an Stammgäste macht. Die Gäste geben ihre Bedürfnisse und Wünsche, ihre Vorlieben und speziellen Anforderungen an. Jeder Gast gibt dabei die Informationen, die er geben möchte. Bei der Online-Buchung gelangen diese Informationen zum Hotelier, der sich dann besser auf den individuellen Gast

einstellen kann.

Die Profile können vom Hotelier und der Geschäftsstelle abgerufen werden, um sowohl den Aufenthalt als auch die Marketingmaßnahmen auf die Wünsche des einzelnen Gastes abzustimmen. Mit der richtigen Nutzung wird dem Gast das Gefühl von hoher Individualität und Wertschätzung vermittelt.

ROMANTIK WERTE

Prix Romantik Liebold

Romantik Preis für europäische Werte und Tugenden

Die Idee

Der Prix Romantik Liebold wird von Romantik Hotels & Restaurants an Persönlichkeiten verliehen, deren Denken und Wirken durch europäische Werte und Tugenden geprägt ist. Vorbild und Namensgeber für diesen Preis ist Friedwolf Liebold, Romantik Hotelier, Vordenker und Wegbereiter der Romantik Hotel-Kooperation, sowie ehemaliges Vorstandsmitglied in maßgeblichen Organisationen von Hotellerie und Gastronomie.

Die Kriterien

Verliehen wird der Preis branchenübergreifend und international an Persönlichkeiten, deren Tun und Wirken im besten Sinne europäisch und zukunftsgerichtet ist. Ihr Denken und Handeln ist geprägt durch

Toleranz	Kultur	Leidenschaft	Tradition	Authentizität
Bildung	Lebensart	Verantwortung	Herzlichkeit	Gastgebertum
Freundschaft	Qualität	Gerechtigkeit		

Die Jury

Die Jury setzt sich zusammen aus dem Namensgeber Friedwolf Liebold, dem Vorstand von Romantik Hotels & Restaurants Roland Zadra und Inge Struckmeier sowie den früheren Preisträgern.

Der Preis

Der Prix Romantik Liebold ist mit 5.000 Euro dotiert. Die Preisträger erhalten einen Füllfederhalter aus der Graf von Faber-Castell Linie in einer Kombination aus Edelmetall und braunem Pernambuk – dem Holz der Geigenmacher – mit 18 Karat Bicolor Goldfeder. Der Füllfederhalter symbolisiert im digitalisierten Kommunikationszeitalter die Rückbesinnung auf die europäische Schreibkultur.

Der Initiator

Der Prix Romantik Liebold ist ein Preis von Romantik Hotels & Restaurants, einem 1972 gegründeten, europaweiten Zusammenschluss individueller mittelständischer Hoteliers und Gastronomen.

Der Prix Romantik Liebold wird im Rahmen der internationalen Aktionärs-Versammlung vergeben, die jeweils im Frühjahr in einem europäischen Land mit Mitgliedsbetrieben durchgeführt wird.

Die Preisträger

6. April 2008, Neapel

Prix Romantik Liebold 2008 für Albert Darboven, Kaffeeröster aus Hamburg

Zur Begründung: Seit 48 Jahren lenkt Albert Darboven das traditionsreiche, 1866 gegründete Familienunternehmen. Leidenschaft für sein Tun, Qualitätsdenken und hohes Verantwortungsgefühl gegenüber Kunden, Mitarbeitern und seiner Familie prägen seinen unternehmerischen Stil. Sein Auftreten und seine Haltung werden bestimmt von den hanseatischen Tugenden Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Respekt dem Menschen gegenüber in jeder Situation. Mit vorausschauenden Entscheidungen setzt Albert Darboven gesellschaftspolitische Zeichen - nicht zuletzt durch Nachhaltigkeit in der Kaffee-Produktion – und unterstützt eine Vielzahl von Projekten aus den Bereichen Sport, Soziales, Kultur und Natur.

26. April 2009, Wiesbaden

Prix Romantik Liebold 2009 für Joachim Franz, Extremsportler und AIDS-Aktivist

Laudatio: Prof. Carl H. Hahn, ehemaliger Vorstandsvorsitzender von Volkswagen

Zur Begründung: Bis Januar 1990 lebte der am 11. November 1960 geborene Joachim Franz das normale Leben eines Schichtarbeiters im VW Werk in Wolfsburg. Bis zu jenem Tag, an dem er sich sagte: „Ab heute alles anders!“ und zum Extremsportler wurde, der seinen Sport in den Dienst humanitärer Projekte stellte. Joachim Franz hat nicht nur mit seinen spektakulären Aktionen im Kampf gegen AIDS Zeichen gesetzt, sondern auch mit seinem persönlichen Lebensweg. Er hat gezeigt, dass jeder zunächst einmal bei sich selbst beginnen muss, und dass man mit Entschlusskraft und Vertrauen in die eigene Leistungsfähigkeit viel bewegen kann.

18. April 2010, Wien

Prix Romantik Liebold 2010 für Ernst Bachinger, Direktor der Spanischen Hofreitschule, Wien

Laudatio: KR Dipl. Kfm. Elisabeth Gürtler, Generaldirektorin der Spanischen Hofreitschule, Chefin der Hotels Sacher in Wien und Salzburg



Zur Begründung: Jemand wie Ernst Bachinger, der sein Leben in die Tradition dieser Institution gestellt hat, weiß, dass Bildung und Ausbildung für Mensch und Tier eine fundamentale Grundlage ist und sie nur mit Geduld, Gerechtigkeit und Toleranz zum Erfolg geführt werden kann. Er hat Verantwortung übernommen, um die Tradition dieses Kulturgutes lebendig zu erhalten. Er lebt damit die Werte, die Romantik in diesem Preis zusammenfasst und verkörpert sie auf die ihm eigene leidenschaftliche und gleichzeitig besonnene Weise. Wie kein Zweiter ist er dazu berufen, die gelebte Tradition der einzigartigen Institution „Hofreitschule“ dem Reiternachwuchs und Gästen aus aller Welt zu vermitteln – unter anderem als Gastgeber für über 270.000 Besucher im Jahr.

SOZIALES ENGAGEMENT

Kindern ein sicheres Zuhause geben Die Initiative be your own hero e.V./SAFE HOUSE

„Sie werden mich daran messen können, was ich aus dieser Auszeichnung machen werde!“ Diese Worte von Joachim Franz anlässlich der Verleihung des Prix Romantik Liebold 2009 durch die Romantik Hotels & Restaurants waren Auslöser, Versprechen und Messlatte zugleich. Die Idee zu be your own hero e.V./SAFE HOUSE war geboren.

be your own hero e.V./SAFE HOUSE ist ein Qualitätssiegel, mit dem Wohn-Projekte für sozial, emotional oder finanziell benachteiligte Kinder ausgezeichnet werden. Sie bieten den Kindern einen Ort, an dem sie Wärme, Fürsorge, Zuneigung, Freundschaft, Toleranz, Gerechtigkeit, Liebe und Schutz erfahren. Nur Projekte, die die vorgegebenen Kriterien nachweislich erfüllen und den Kindern ein sicheres, liebevolles Zuhause bieten, werden mit Spendengeldern unterstützt und erhalten die Plakette be your own hero e.V./SAFE HOUSE.

Die Projekte

Seit März 2010

Ithemba Krankenabteilung des Tygerberg Hospital in Kapstadt, Südafrika

Seit Mai 2010

HIV-Ambulanz der Kinderklinik der Medizinischen Hochschule Hannover, Deutschland, Dr. Baumann

Februar 2011

In Zusammenarbeit mit Volkswagen Nutzfahrzeuge werden ein VW-Bully an das Projekt Clouds of Hope in Underberg, Südafrika, und ein VW-Bully an die Ithemba Krankenabteilung des Tygerberg Hospital in Kapstadt, Südafrika, übergeben.

GESCHICHTE

Chronologie einer romantischen Idee 40 Jahre Romantik Hotels & Restaurants

Anfang der 70er Jahre hatte Jens Diekmann, Unternehmensberater im Bereich der Hotellerie, die Idee, einen Qualitätsbegriff für historische Hotels und Restaurants unter dem Markennamen „Romantik Hotels“ als Alternative zu Hotelkonzernen zu etablieren. Den Grundstein für die Hotel-Kooperation der Romantik Hotels & Restaurants legte er Ende 1971 gemeinsam mit Alfred Mäder. Bereits im ersten Jahr des Bestehens schlossen sich 15 Hotels den „Romantikern“ an, unter ihnen so renommierte Häuser wie „Katzenbergers Adler“ in Rastatt – geführt von Rudolf Katzenberger, der Vaterfigur vieler deutscher Köche. Unter den Pionieren der ersten Stunde sind namhafte Familienunternehmen zu finden, die der „romantischen Idee“ bis heute verbunden sind. Mit Herrmann’s Posthotel & Restaurant in Wirsberg, dem Weinhaus Messerschmitt in Bamberg, dem Hof zur Linde in Münster, dem Gasthaus Rottner in Nürnberg, dem Stern in Bad Hersfeld und dem Waldhorn in Ravensburg seien an dieser Stelle nur einige genannt.

Wie erfolgreich die romantische Idee war und ist, zeigte sich auch in den folgenden Jahren und Jahrzehnten. Heute zählt die Hotel-Kooperation 213 Mitglieder in 12 europäischen Ländern.

Die Chronologie der romantischen Hotel-Kooperation

- 1971 Jens Diekmann und Alfred Mäder legen den Grundstein für die Hotel-Kooperation der Romantik Hotels & Restaurants.
- 1972 Handelsregistereintrag der Gesellschaft. Weitere 15 Häuser schließen sich an.
- 1975 Österreich kommt als erste internationale Ländergruppe hinzu.
- 1977-1979 Die „romantische Idee“ wird europäisch: Hotels in der Schweiz und den Niederlanden, in Italien, Norwegen, Dänemark, Großbritannien und Schweden werden aufgenommen.
- 1981 Erste Betriebe in den USA.
- 1986 Hoteliers in Frankreich und Luxemburg schließen sich an.
- 1989 Jens Diekmann geht von Bord. Die Gesellschaft erhält eine neue Rechtsform: Alle Hoteliers sind bei Romantik Hotels & Restaurants GmbH & Co. KG gleichberechtigte Gesellschafter.



- 1991 Belgien macht die Liste der Benelux-Staaten komplett.
- 1995 Die Romantik Hotels bauen ihre Präsenz aus: Portugal tritt bei.
- 1997-1998 „Romantik“ geht ostwärts: Neue Partner gibt es in Tschechien und in Ungarn.
- 2004 Die Hotel-Kooperation führt als erste länderübergreifende Kooperation eigene, klar definierte Wellness-Klassifizierungen für ihre Häuser ein.
- 2007 35 Jahre Romantik Hotels & Restaurants.
- 2008 Der Prix Romantik Liebold wird erstmals in Neapel verliehen.
- 2010 Umwandlung in eine Aktiengesellschaft. Die Initiative be your own hero e.V./SAFE HOUSE erhält Unterstützung von Romantik Hotels & Restaurants. 35 Jahre Romantik Hotels & Restaurants in Österreich.
- 2011 1. Aktionärs-Versammlung der Romantik Hotels & Restaurants AG auf Mallorca. Die ersten spanischen Hotels schließen sich der Kooperation an.

Das Jahr 2010 signalisiert einen Meilenstein in der Entwicklung der europäischen Hotel-Kooperation. Mit der Umwandlung in die nicht börsennotierte Romantik Hotels & Restaurants AG mit Sitz in Frankfurt am Main präsentiert sich die Kooperation als international aufgestelltes Unternehmen.

Den Formwechsel in die kleine Aktiengesellschaft begründet der zum Vorstandsvorsitzenden berufene Roland Zadra damit, dass die Gesellschaft der GmbH & Co. KG in wachstumsstarken Ländern wie Italien, Spanien und Frankreich unbekannt ist. „Die Kommunikation mit potentiellen Mitgliedern und Geschäftspartnern in Europa hat gezeigt, dass eine international anerkannte, für Seriosität, Transparenz und Stabilität stehende Gesellschaftsform für die Kooperation von Vorteil ist.“



ANSPRECHPARTNER

Geschäftsstelle

Geschäftsstelle	Romantik Hotels & Restaurants AG Hahnstraße 70 60528 Frankfurt Deutschland Tel +49 (0) 69 / 66 12 34-0 Fax +49 (0) 69 / 66 12 34-56 info@romantikhoteles.com www.romantikhoteles.com
Aufsichtsratsvorsitzender	Dr. Florian Kreibich
Vorstandsvorsitzender	Roland Zadra
Vorstand	Inge Struckmeier
Director Marketing & Sales	Stephan Moseler

Aufsichtsrat

Vorsitzender	Dr. Florian Kreibich Kreibich & Kleibel Rechtsanwälte GmbH Erzabt-Klotz-Straße 4 5020 Salzburg, Österreich
Stellvertretender Vorsitzender	Achim Kniese Romantik Hotel Zum Stern Linggplatz 11 36251 Bad Hersfeld, Deutschland
Aufsichtsratsmitglieder	Alexandre Bomo Romantik Hotel Le Maréchal 4-6 Place des Six Montagnes Noires 68000 Colmar, Frankreich
	Francesco Cavaliere Romantik Hotel Villa Pagoda Via Capolungo, 15 16167 Genova-Nervi, Italien
	Ralph Düker Romantik Hotel Zur Schwane Hauptstraße 12 97332 Volkach, Deutschland
	Otto Hauser Romantik Hotel Schweizerhof 3818 Grindelwald, Schweiz
	Werner Herrmann Herrmann's Romantik Posthotel & Restaurant Marktplatz 11 95339 Wirsberg, Deutschland
	Andreas Ludwig Romantik Hotel Margna 7515 Sils-Baselgia, Schweiz
	Pieter Smits Romantik Hotel Hostellerie De Hamert Hamert 2 5856 CL Wellerlooi, Niederlande

PR-Netzwerk

Deutschland Pressebüro	Organize Communications GmbH Barbara Wanner Riefstahlstraße 6 76133 Karlsruhe, Deutschland Tel: +49 (0) 7 21 / 91 24 50 romantik@organize.de www.organize.de
BeNeLux Pressebüro	Allied Consultants Annelies Bakker Rozenlaan 24 3090 Overijse, Belgien Mobil: +32 (0) 47 57 / 9 81 81 anneliesbakker@alliedconsultants.eu www.alliedconsultants.eu
Frankreich Pressebüro	DM Communication Dominique Darrigade 52, rue de Malte 75011 Paris, Frankreich Tel: +33 (0) 1 47 / 00 55 03 Mobil: +33 (0) 6 07 / 82 97 08 ddmcom@club-internet.fr
Italien Pressebüro	Ella Studio Carla Soffritti Via Capanna 18 43038 Sala Baganza, Italien Tel: +39 05 21 / 1 81 74 91 info@ella.it www.ella.it
Österreich / Tschechische Republik / Ungarn Pressebüro	Romantik Hotels & Restaurants Stephan Moseler, Kerstin Sick Hahnstraße 70 60528 Frankfurt, Deutschland Tel: +49 (0) 69 / 66 12 34-0 presse@romantikhoteles.com
Schweiz Pressebüro	F+W Communications AG Silvio Weilenmann Hinterer Schermen 29 3063 Ittigen, Schweiz Tel: +41 (0) 31 / 9 21 75 55 Mobil: +41 (0) 79 / 4 15 22 62 s.weilenmann@fwcom.ch www.fwcom.ch
USA / Kanada Pressebüro	tma target market america Sandra Barsalini-Cordova 10119 Costa del Sol Blvd. Doral FL 33178, USA Tel: +1 30 56 00 27 30 sandrab@targetmarketamerica.com www.targetmarketamerica.com