

Erfolgsbeispiel Repositionierung & Revitalisierung Strandhotel Zingst

Düren / Zingst

2022 - 2024



Strandhotel
ZINGST

Best Practice Case

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Mission completed.

Wie man die Krise als Chance nutzt und
daraus gestärkt hervorgeht.



Strandhotel Zingst
Seestraße 60
18374 Ostseeheilbad Zingst

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Erfolgs-Projekt an der Ostsee

- Leistungen: Finanzierung, Asset-, Property-, Technisches Management, Revitalisierung im Auftrag eines institutionellen Investors
- Historie: ab 2004 gebaut / 2006 eröffnet
- Bis 12/2021 Pachtvertrag mit Steigenberger
- Neu: seit 1.1.2022 Hotel-Eigen-Management / Herauslösung aus Kettenhotellerie
- Strategie: erfolgreiche Re-Positionierung
- Refurbishment: 2024 umfangreiche Sanierung (Zimmer, SPA, Gastronomie, Lobby, Bar, Technik)
- Ergebnis: nach Übernahme von Steigenberger während der Corona-Zeit innerhalb von 4 Jahren **NOP-Steigerung (EBITDA) um 93% vs. Steigenb.**



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Objekt Key Facts

- Grundstücksgröße 8.229 m²
- Hotel im klassischen Seebäderstil
- 122 Doppelzimmer und Suiten
- Großzügige Lobby mit einladendem Entree
- Oyster Bar mit Terrasse in Richtung Fußgängerzone
- **Restaurant Nautica mit Sonnenterrasse**
- Eleganter „**Wellness & Spa**“-Bereich mit Innenpool & Whirlbucht, Außenpool, Saunalandschaft, Fitnessraum, Behandlungsräume
- 63 Parkplätze in Tiefgarage und auf Außenparkplatz



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Asset Highlights I

Frequenzstarker Standort

- Lage an der Ostsee zwischen Rostock und Stralsund, mitten im Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft
- Region Fischland-Darß-Zingst
- Hohe touristische Nachfrage
- Individualtouristen mit Liebe zur Ostsee und zur Natur
- Regionale Großveranstaltungen: Umweltfest „horizonte zingst“ (national etabliert), Familienherbstfest „De Harvst“, Jazz- und Bluestage, Nationalparktage



JAGDEERD
Estate & Real Estate

Asset Highlights II

Leistungsspektrum

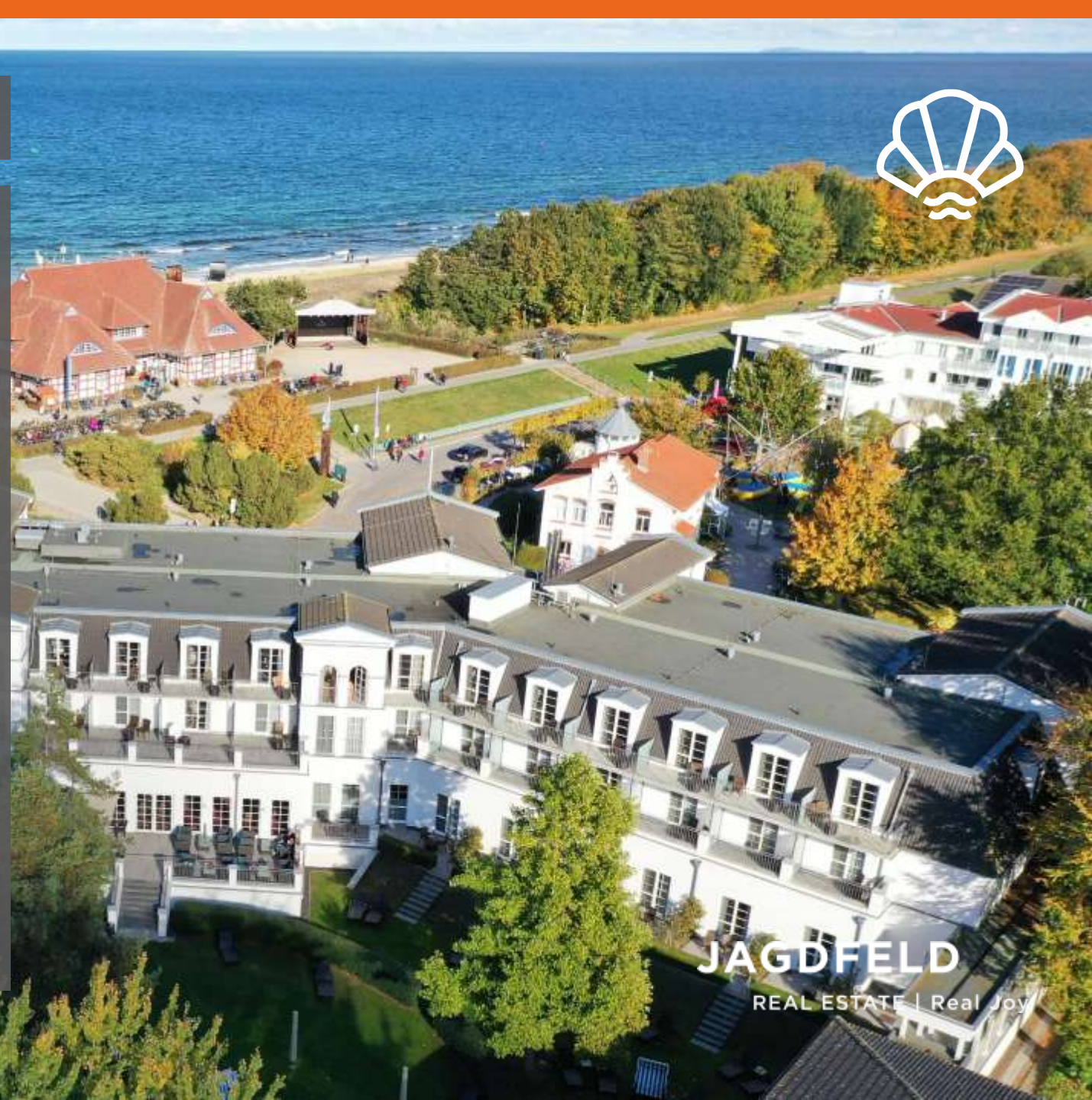
- Full-Service Hotel: Zimmer, Gastronomie, SPA (Innenpool UND Außenpool)

Einzigartige Leisure-Aufstellung

- Hotel mit Resort-Charakter

Einzigartige Positionierung

- Das erste Haus im Ostseeheilbad Zingst mit der Ausrichtung des modernen, jungen Luxus
- Aktive und kontinuierliche Marketing-Bespielung des Hauses
- Aktive Vernetzung mit den Akteuren vor Ort (Kur- und Tourismus GmbH Zingst, Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V., Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.)



JAGDFELD
REAL ESTATE | Real Joy

Lage - Makro

- An der Ostsee – zwischen Rostock und Stralsund
- Region: Fischland-Darß-Zingst
- Bundesland: Mecklenburg-Vorpommern
- Stadt: Ostseeheilbad Zingst
- Landkreis: Vorpommern-Rügen
- Fläche: 50,5 km²
- Bevölkerungsdichte: 63 Einwohner je km²
- Einwohner: ca. 3.173



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Standort Zingst

- Staatlich anerkanntes Ostseeheilbad
- Größter Ort auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst
- Zingst – der Ort der Fotografie – einzigartiger USP
- Umgeben vom Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft
- Ca. 3,8 Mio. Übernachtungen pro Jahr



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Einzugsgebiet des Hotels

Anreisen im Jahr 2023:

- 97,4% Deutschland
- 1,22% Schweiz
- 0,37% Österreich
- 0,21% Dänemark
- 0,17% Niederlande
- 0,63% Sonstige Staaten (u.a. Belgien, Luxemburg, Frankreich, Schweden, USA, Australien)

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

An aerial photograph of a coastal town, likely in Germany, featuring a long wooden pier extending into the sea. At the end of the pier is a glass pavilion. The town is densely packed with houses and greenery, with a large white building complex in the center. The water is a vibrant blue-green color.

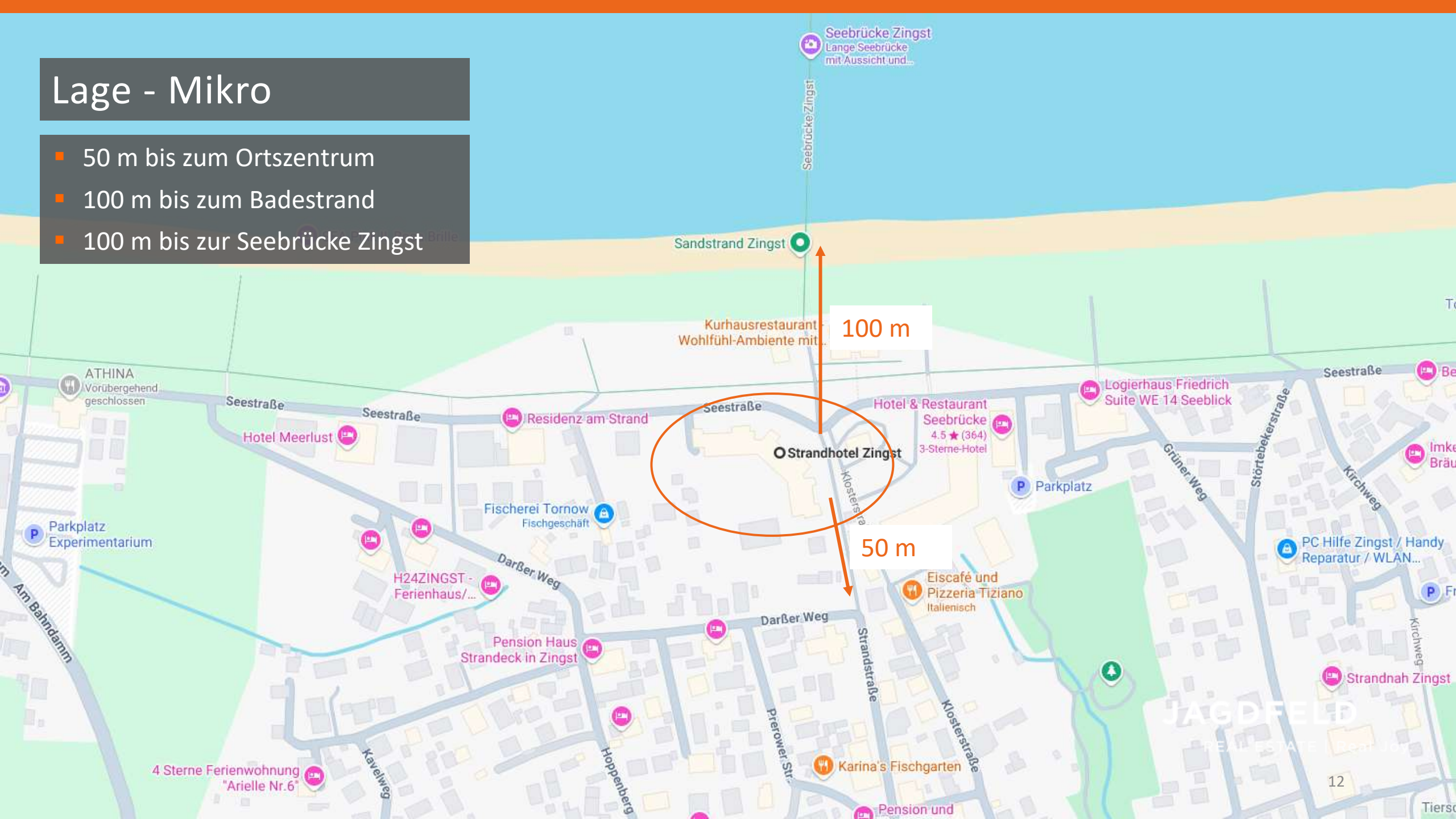
Lage - Mikro

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Lage - Mikro

- 50 m bis zum Ortszentrum
- 100 m bis zum Badestrand
- 100 m bis zur Seebrücke Zingst



Wirtschaftsklima Hotellerie

- Corona-Jahre mit Schließungszeiten haben in der ganzen Branche deutliche Spuren hinterlassen
- Danach wieder anziehende Nachfrage zeigt akuten Mitarbeiter-Mangel
- Deutschlandweite Energiekrise und Inflationsschub folgten: Anstieg bei Gas- und Strompreisen sowie Lebensmittel- und Personalkosten (+25%)
- Digitalisierungs- und Nachhaltigkeitswünsche prägen die Branche zunehmend
- Ansprüche der Gäste steigen: „digitale Nomaden“ suchen Orte zum Arbeiten, Networken, Genießen auch in Hotels



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Die Individual-Hotel-Strategie

Neustart nach Übernahme von Steigenberger 2022

1. **Marken-Relaunch**: Aufbau einer zielgruppen- und standortorientierten Individual-Marke mit Loyalty-Fokus (u.a. OYSTER Club mit 6.000 Mitgliedern *Stand 1.9.24*)
2. Integration eines **KI-gesteuerten Pricing**- und Revenue-Management-Systems (RMS) zur optimalen Abschöpfung der Zahlungsbereitschaft potenzieller Gäste
3. Verstärkung des **Nachhaltigkeits**-Ansatzes
4. **Refurbishment**: spürbares Upgrade des Interieurs auf das Niveau eines exklusiven Ostsee-Resorts



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

1. Marken-Relaunch



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

1. Marken-Relaunch

- Neu-Entwicklung von Vision, Mission, Werten (Erlebnis-Dimensionen) des Hauses
- Neu-Entwicklung des Corporate Designs (Name, Logo, Kommunikations- und Organisationsmittel)
- Zielgruppen-Analyse und -Clusterung sowie Neujustierung der Ansprache (Inhalt, Media-Mix)
- Neu-Aufsetzen der Vertriebskanäle (u.a. alle Digital-Kanäle und Verstärkung von Kooperationen)



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Die Vision unseres Handelns

Selbstbewusst und prägnant stehen wir in der ersten Reihe deutscher Strandhotels und prägen das Erscheinungsbild, den Geist und die Seele unserer Destination. Als Rückzugsort und Kraftquelle sind wir bei Erholungssuchenden und Entdeckern von nah und fern angesehen und wohlbekannt und bleiben dabei für unsere Nachbarn stets „einer von uns“.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Mission



Mit unabhängigem Verstand und starker Persönlichkeit behaupten wir den Führungsanspruch in unserem Segment. Wir orientieren uns an unseren Werten und schaffen damit Werte, wir kreieren bleibende Erlebnisse für unsere Gäste, kontinuierliches Wachstum für unsere Mitarbeiter und Partner und nachhaltige Ergebnisse für unsere Shareholder.

Unser partizipativer Führungsstil stärkt und bestärkt unsere Mitarbeiter. Er begründet eine Gemeinschaft von motivierten und loyalen Gastgeber, die aktiv Verantwortung übernimmt und eine Dienstleistung abliefert, die wahrhaftig, empathisch und ausgesprochen menschlich ist.

Im Einklang mit dem Geist der Region, in der wir verwurzelt sind, und dem Charakter unserer Mitarbeiter sind Integrität und Verlässlichkeit die Grundpfeiler unserer DNA. Wir konzentrieren uns ganz auf das, was uns am Herzen liegt: auf unsere Gäste. Wir tun dies mit einer gewinnenden Mischung aus Professionalität und Ungezwungenheit, sind nahbar und gut gelaunt, und gewürzt mit einer allgegenwärtigen Prise norddeutschem Charme gewinnen wir Verbundenheit und Vertrauen.



Die Erlebnisdimensionen I



„Angekommen“ - Wer das Strandhotel Zingst erreicht, der ist angekommen. Wir sind keine Durchgangsstation, liegen nicht auf der Strecke, wir sind dort, wo das Land endet und das Leben beginnt. Wir sind das Ziel, nicht der Weg, wer bei uns ist, ist auch bei sich, will vielleicht nie wieder weg.

„Mittenmang“ - Auch wenn wir am äußersten Ende des Darß sind – das Beste kommt ja bekanntlich immer am Schluss –, so sind wir doch mittendrin: zwischen Ostsee und Bodden, im Nationalpark, direkt an der Seebrücke, im Herzen des Ortes, nicht nur geografisch, und vor allem: mitten im Leben.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Die Erlebnisdimensionen II

„**Nordisch by Nature**“ - Wir sind hoch im Norden und die meisten von uns sind von hier, wir finden, das ist auch gut so. Wir sind geradeheraus und ehrlich, müssen nicht mit allem polarisieren, sind nicht edgy, aber an de Kant. Von Geburt an den weiten Horizont vor Augen und im Geist tragen wir unser Herz nicht gleich auf der Zunge, aber stets am rechten Fleck.

„**Reines Vergnügen**“ - Bei aller Liebe zu weiten Horizonten und bei allem Respekt vor anderen Meinungen sind wir in einem stur: Ein Urlaubshotel ist zum Verwöhnen da. Die Großzügigkeit unseres Hauses, die zauberhafte Stille unseres Gartens, die wohlige Wärme unseres Spa-Hauses und unser liebevoller Service – wir tun alles, damit es unseren Gästen gut geht. Tagungsräume? Ihnen geht's ja wohl nicht gut!



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Die Erlebnisdimensionen III

„**In guter Gesellschaft**“ - Wir sind individuell, selbstbewusst und autark, wissen aber auch, dass man gemeinsam stärker ist, wir legen Wert auf gute Gesellschaft. Wir sind ein eingeschweißtes Team und sind fest verwurzelt in unserer Nachbarschaft. Viele unserer Gäste kommen immer wieder, spüren, hier stimmt die Chemie, andere würden es Stammgäste nennen, wir sagen Freunde fürs Leben.

„**Das gute Leben**“ - Wir nennen es nicht Luxus, sondern Lebensart, sind nicht Lifestyle, aber haben Stil. Man sieht es uns schon von außen an: was Klasse hat, braucht keine Schnörkel, Substanz kommt ohne Beiwerk aus. Komfortzonen sind für uns etwas Wunderschönes, denn in der Ruhe der Natur entdeckt man auch seine ganz persönliche Natur. Und wer das Glück hat, am Meer zu sein, der hat eigentlich all das Glück, das ein Mensch haben kann.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Individuelle Zielgruppen-Ansprache:

Fokussierung: Wer sind unsere künftigen Gäste – was ist ihnen wichtig – wie können wir das für sie umsetzen?

1. Leisure- / Urlaubs-Bereich

- Zahlungskräftiges Postmaterielles Sinus-Milieu und Konservativ-Gehobenes Sinus-Milieu

2. Gastronomie-Bereich

- Inhouse Gäste und Gäste, die nicht im Hotel übernachten

Zielgruppen: Sinus Milieus



Soziale Lage



Oberschicht /
Obere Mittelschicht

Mittlere
Mittelschicht

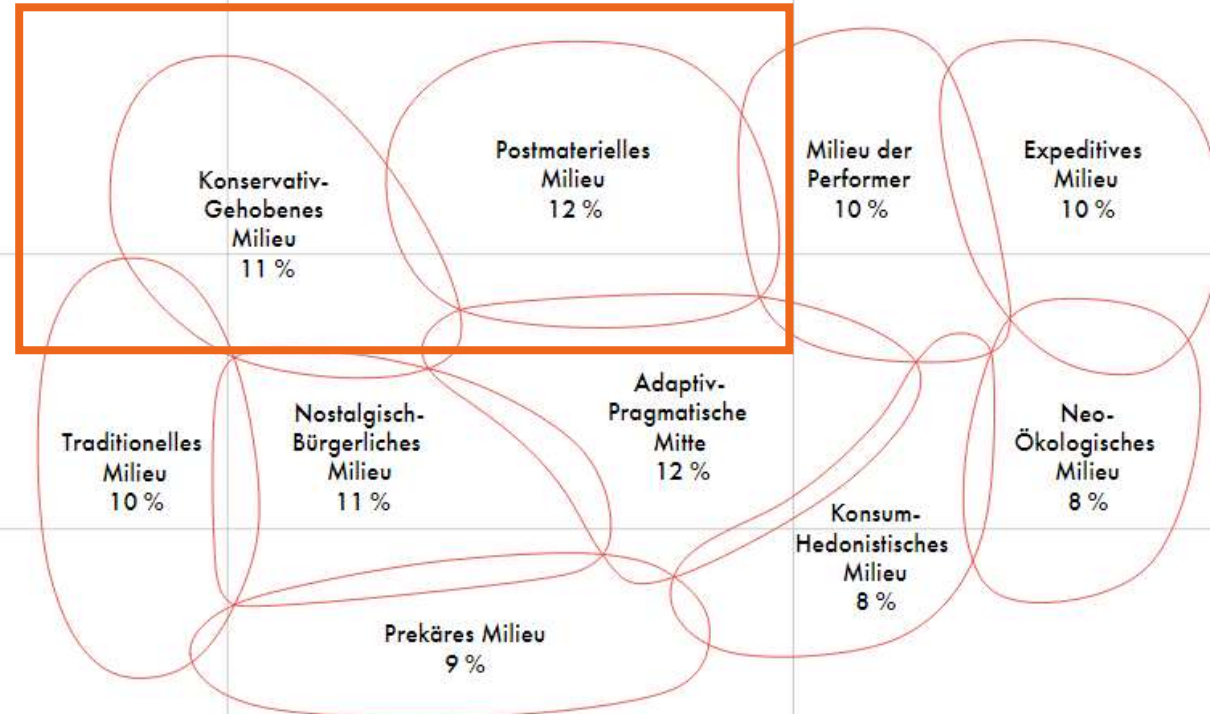
Untere Mittelschicht /
Unterschicht

Grundorientierung →

Tradition
Pflichterfüllung,
Ordnung

Modernisierung
Individualisierung,
Selbstverwirklichung, Genuss

Neuorientierung
Multi-Optionalität,
neue Synthesen



Zielgruppen Leisure Beispiel



Konservativ-Gehobenes Milieu

Die alte strukturkonservative Elite



Klassische Verantwortungs- und Erfolgsethik sowie Exklusivitäts- und Statusansprüche

Wunsch nach Ordnung und Balance

Selbstbild als Fels in der Brandung postmoderner Beliebigkeit

Erosion der gesellschaftlichen Führungsrolle

Leitmotiv:
„Privilegien verpflichten“

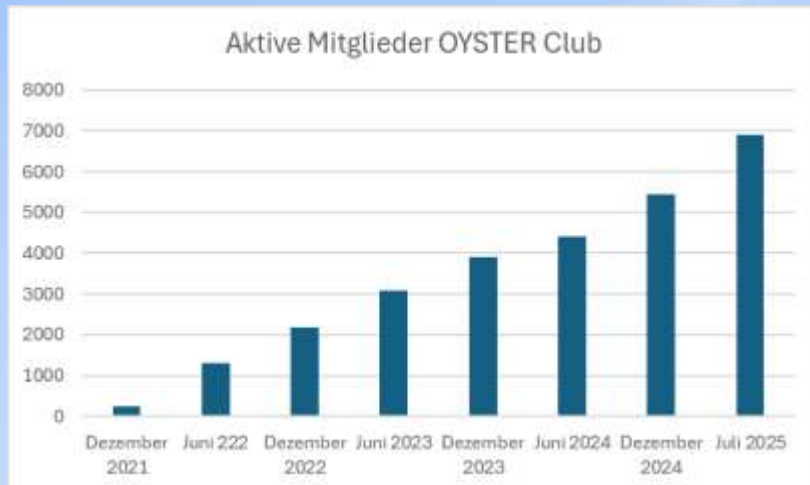
11 %

7,8 Mio. *

*Grundgesamtheit:
Deutschsprachige Wohnbevölkerung
ab 14 Jahren

Loyalty Programm: OYSTER Club

- Loyalty Programm seit Dezember 2021
- Mitgliederzahl wächst stetig
- Mitglieder erhalten 10% Preisnachlass auf Übernachtung inkl. Frühstück; profitieren von exklusiven Angeboten; bekommen bei 1. Anreise unseren persönlichen Reiseführer „Zingstliebe“, einen Welcome-Drink und regionale Produkte; bei jeder weiteren Anreise gibt es wieder regionale Produkte
- Mitglieder haben flexiblere Stornierungsbedingungen
- Über 50% der Buchungen laufen über Member-Rate



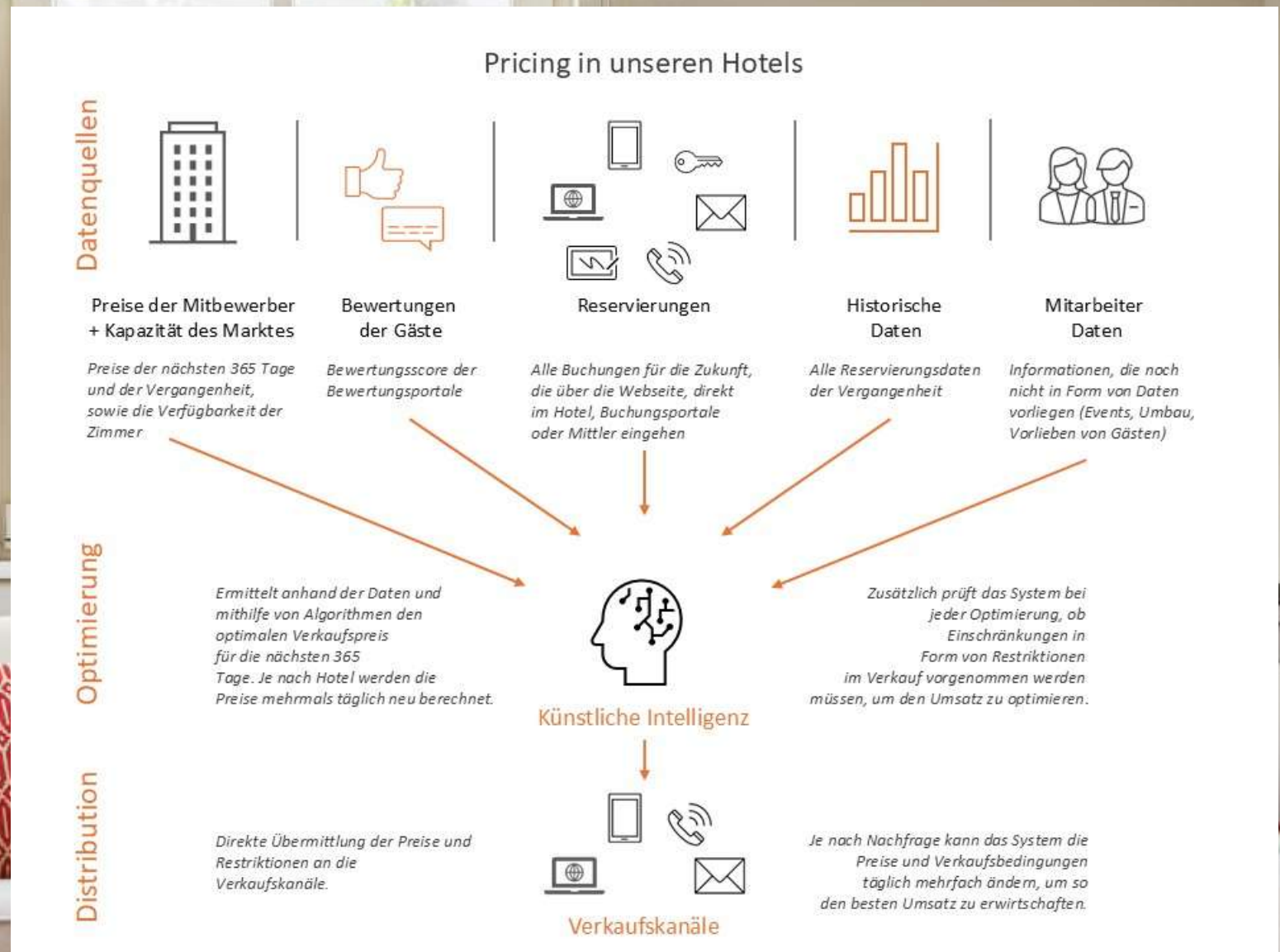
Verstärkung von Marketing-Kooperationen

- Mitglied im Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V.
- Aktive Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
- Aktive Zusammenarbeit mit der Kur- und Tourismus GmbH Zingst
- Schulterschluss und Gespräche mit der MV-Landesregierung



2. Einführung KI-gesteuertes Pricing

- 80% der Hotel-Buchungen erfolgen heute digital
- Die Kür in diesem Prozess ist dabei, den stets optimalen Preis der verfügbaren Zimmer anzubieten
- Ein hochkomplexes, Algorithmen gesteuertes Revenue Management System in Echtzeit organisiert diesen Prozess



3. Verstärkung des Nachhaltigkeits-Ansatzes



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Verstärkung des Nachhaltigkeits-Ansatzes

- Zusammenarbeit mit Lieferanten, die sich ebenfalls sozialer, ökologischer und ökonomischer Verantwortung verschrieben haben:
 - Reinigung von Zimmern, Küchen und öffentlichen Bereichen mit Reinigungsmitteln von Dr. Schnell
 - Die Gäste schlafen in natürlichen Bettwaren von Mühldorfer
 - Bettwäsche und Handtücher werden nachhaltig bei Fliegel Textilservice produziert und gereinigt
- Fleisch und Fisch kommen bevorzugt von lokalen und regionalen Herstellern
- Mitarbeiterführung gestaltet sich mit u.a. unbefristeten Arbeitsverträgen, Sonn- und Feiertagszuschlägen sowie dem Zugang zu Corporate Benefits nachhaltig und zukunftsorientiert.
- Zimmerrate „Umweltliebe“: Gäste verzichten auf tägliche Zimmerreinigung



Verstärkung des Nachhaltigkeits-Ansatzes

- Wer 2023 im Strandhotel Zingst zu Gast war, konnte im Rahmen des Programms “Umweltliebe” auf die tägliche Zimmerreinigung verzichten.
- 1.400 eingesparte Reinigungen haben sich so ergeben.
- Pro nicht getätigter Reinigung spendete das Hotel jeweils 5 Euro.
- Insgesamt kam eine Summe von 7.000 Euro zustande, die das Hotel an die Junior Ranger sowie an das NABU-Kranichzentrum spendete.



Verstärkung des Nachhaltigkeits-Ansatzes

- Zertifizierte Nachhaltigkeit GreenSign Level 4 (von 5)
- Alle relevanten Bereiche des Hotelbetriebs wurden auf ihre Nachhaltigkeit geprüft und mit Punkten bewertet.
- Das Hotel stellte sich über 100 Kriterien in 8 Kategorien wie etwa Umwelt (Energie, Wasser, Abfall), Biodiversität und kulturelles Erbe oder Qualitätsmanagement und nachhaltige Entwicklung mit abschließendem Audit
- Level 4 steht für eine **nachhaltige Hotelführung** und die Erfüllung der wichtigsten Kriterien im Einklang von ökologischem Anspruch, sozialem Engagement und wirtschaftlichem Erfolg.
- Kriterien des „Globalen Rates für nachhaltigen Tourismus“ (GSTC - Global Sustainable Tourism Council) damit ebenfalls erfüllt.



Verstärkung des Nachhaltigkeits-Ansatzes

- Förderung des „S = Social“ in ESG
- Entwicklung Arbeitgebermarke „DIE CREW“ im Jahr 2023
- Erarbeitung eines Team-Leitbildes und der Werte:
 - # Offenheit / Aufgeschlossenheit für Neues und für Weiterentwicklungen
 - # Vertrauen / Loyalität
 - # Leidenschaft / Spaß
 - # Fairness / Gleichbehandlung
 - # Umgang auf Augenhöhe / Per Du
 - # Diversität
- Entwicklung einer Webseite www.strandhotel-zingst.de/die-crew sowie Bespielung diverser Social Media Kanäle

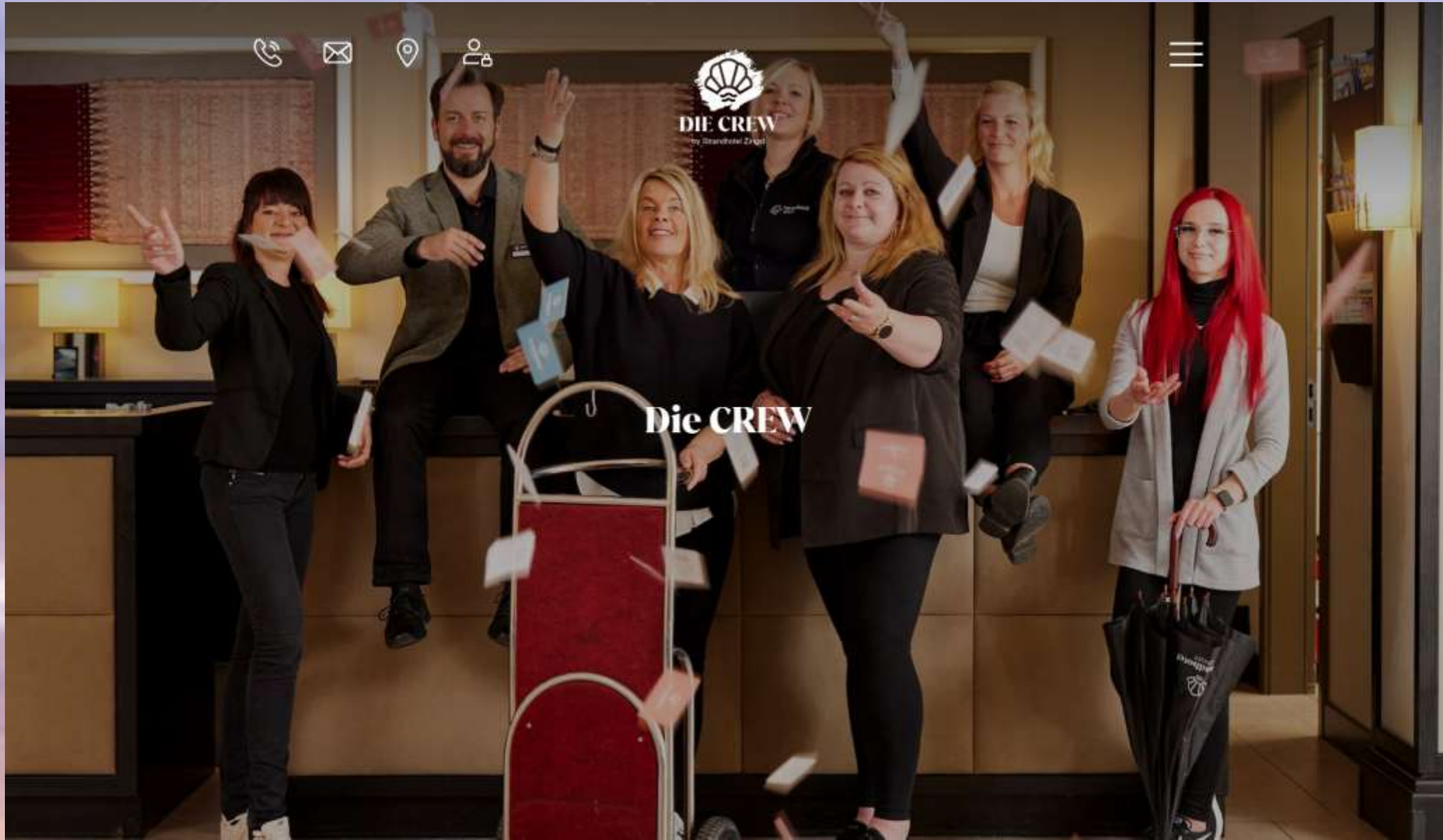


DIE CREW

by Strandhotel Zingst

DEIN ERFOLG. DEINE KARRIERE. DEINE ZEIT.

Verstärkung des Nachhaltigkeits-Ansatzes



Verstärkung des Nachhaltigkeits-Ansatzes

■ Benefits für DIE CREW



Faire Entlohnung



Zuschläge

(Sonn- & Feiertagszuschläge, Nachtzuschlag, Rufbereitschaft)



Prämien

(Weihnachtsgeld, Jubiläumsprämie, Zielvereinbarungen)



Sachbezüge

(40 € pro Monat und 60 € zu deinem Geburtstag)



Betr. Altersvorsorge

(hogarente plus)



Kostenversteuerung

(Übernahme der Versteuerung der Verpflegungskosten)



Arbeitszeiterfassung

(Genaue Erfassung deiner Arbeitszeit & Abrechnung, Ausgleich von Mehrarbeit)



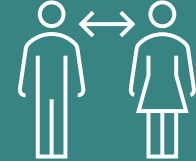
Urlaubsanspruch

(Übertariflich und gestaffelt nach Betriebszugehörigkeit)



Extra Weihnachtszeit

(Die Regelarbeitszeit am 24.12. beträgt 4 Stunden anstatt 8 Stunden)



Entwicklungsgespräch

(Jährliche Gespräche zur Karriere)



Verpflegung

(Frühstück, Mittag, Abendessen aus der Küche, inkl. Wasser, Tee & Kaffeespezialitäten)



Plus Vorteile

(Job Rad, Unterbringung im Hotel/Appartement bis eine Wohnung gefunden wurde, Vergünstigte Konditionen bei vielen Partnern (Corporate Benefits))

4. Umfassende Revitalisierung

- 2024 mit 6,75 Mio. EUR Investment in alle wesentlichen Bereiche
- Maritimer Gestaltungsansatz mit 2 Designkonzepten von Interior Designerin Anne Maria Jagdfeld



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Revitalisierung Zimmer / Suiten

- Sandfarbene Wände und punktuelle Farbkontraste sorgen für wohnlichen Charakter.



Revitalisierung Zimmer / Suiten

- Sandfarbene Wände und punktuelle Farbkontraste sorgen für wohnlichen Charakter.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Revitalisierung Zimmer / Suiten

- Geschwungene Headboards mit Ikat- oder Korallen-Motiven vereinen Eleganz und maritimes Flair.



JAGDFELD
REAL ESTATE | Real Joy.

Revitalisierung Zimmer / Suiten

- Neue Betten mit großzügigen 2,10 Metern Länge sowie neue Matratzen und Topper schaffen hervorragenden Schlafkomfort.
- In 20 Zimmern lassen sich die Doppelbetten auch individuell als Einzel-Twinbetten stellen.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Revitalisierung Zimmer / Suiten

- Das Mobiliar aus Walnussholz gibt den Zimmern eine behagliche Wohlfühlnote.
- Neue bequeme Sitzmöbel in klassischen Formen und Zero-Waste-Stoffen (100% recycelt) runden das neue Wohnkonzept ab – sei es als Sessel oder Sofa.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Revitalisierung Zimmer / Suiten

- In 20 Zimmern lässt sich das Schlafsofa in ein zusätzliches Bett verwandeln.



JAGDFELD
REAL ESTATE | Real Joy.

Revitalisierung Zimmer / Suiten

- Ein neu integrierter Entertainment-Cube mit Lademöglichkeiten für mobile Endgeräte, Radio, Bluetooth Streaming-Box und Telefon sowie moderne Flatscreen-Fernseher lassen keine Technikwünsche offen.
- 30 Zimmer erhalten zusätzlich einen Schreibtisch, um Gästen eine „Workation“ zu ermöglichen.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Badezimmer

- Auch die Badezimmer wurden umfangreich renoviert:
- Komfortable und fast bodentiefe Duschen wurden auf 90 Zimmer erweitert, die übrigen sind mit einer großzügigen Badewanne ausgestattet.
- Moderne Armaturen mit leicht regulierbaren Thermostaten schaffen zusätzlichen Komfort.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Lobby

- Das maritime Gestaltungskonzept setzt sich in den öffentlichen Bereichen wie Lobby, Restaurant und Bar fort, die ebenfalls vollkommen neugestaltet wurden.

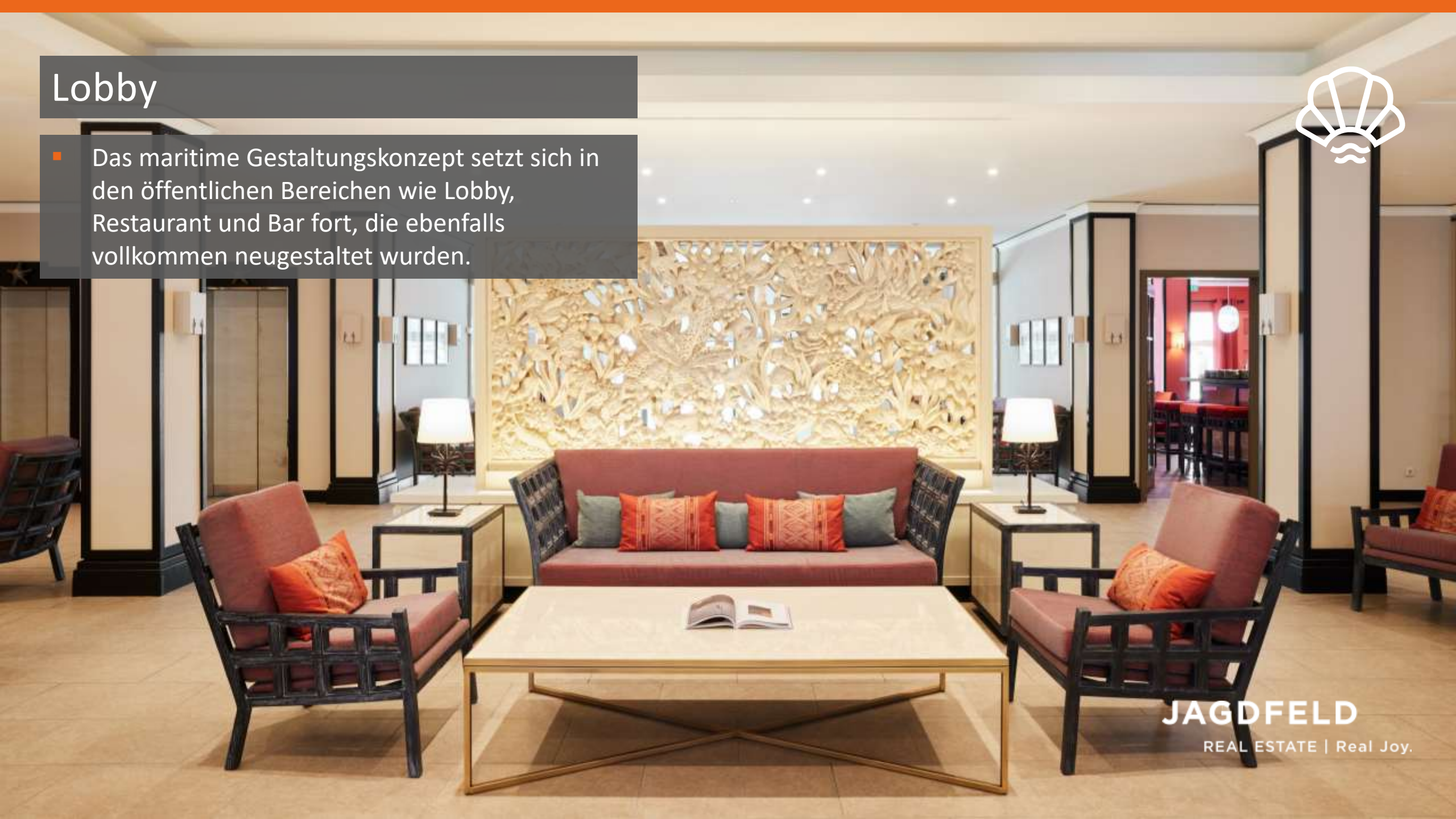


JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Lobby

- Das maritime Gestaltungskonzept setzt sich in den öffentlichen Bereichen wie Lobby, Restaurant und Bar fort, die ebenfalls vollkommen neugestaltet wurden.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Restaurant Nautica

- Möbel aus gekalktem schwarzem Holz und korallenrotem Samt sowie glasierte Fliesenspiegel im Restaurant lassen Erinnerungen an die Bäderkultur vergangener Zeiten aufleben.



Restaurant Nautica

- Möbel aus gekalktem schwarzem Holz und korallenrotem Samt sowie glasierte Fliesenspiegel im Restaurant lassen Erinnerungen an die Bäderkultur vergangener Zeiten aufleben.



Restaurant Nautica

- Die zahlreichen maritimen Fotografien, die die Wände in „Petersburger Hängung“ schmücken, und ein harmonisches Lichtkonzept geben dem Raum, den dank neuer variabler Bestuhlung mehr Gäste nutzen können, eine wohnliche Atmosphäre.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Restaurant Nautica

Das neue innovative Küchenkonzept:

- Gäste können ihr Menü jetzt selbst zusammenstellen, die Speisenwahl wird insgesamt flexibler und unkonventioneller.
- Vegane und vegetarische Gerichte haben ihren festen Platz.
- Lokale und regionale Hersteller werden bevorzugt (der frische Fisch kommt z.B. direkt vom benachbarten Fischer)



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Oyster Bar

- Die Bar folgt dem Gestaltungskonzept des Restaurants, intensiviert das Genießen mit allen Sinnen noch durch das starke Korallrot der Wände.
- Der ideale Ort für Cocktails, erfrischende Long Drinks, beliebte Spirituosen, feine Kaffees, Tees und Snacks.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Oyster Bar

- Die Bar folgt dem Gestaltungskonzept des Restaurants, intensiviert das Genießen mit allen Sinnen noch durch das starke Korallrot der Wände.
- Der ideale Ort für Cocktails, erfrischende Long Drinks, beliebte Spirituosen, feine Kaffees, Tees und Snacks.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Wellness Bereich

- Der 1.400 m² große Spa- und Wellnessbereich wurde einer grundlegenden Überholung unterzogen.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Wellness Bereich

- Dazu gehören u.a. finnische, Bio- und Dampf-Sauna.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Wellness Bereich

- Ein weiterer Ruheraum wurde geschaffen
- Neue Liegen und Daybeds sorgen für noch mehr Entspannungsmöglichkeiten an Innen- und Außenpool.
- Sportlich ambitionierte Gäste freuen sich zudem über neue Trainingsgeräte in einem neuen und größeren Fitnessraum.



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Ergebnis unseres Relaunches



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Gewachsener wirtschaftlicher Erfolg



- 2010-2021: Steigenberger im Management
Ø Gewinn/Zimmer (GOP) p.a. Index: **100**
 - Ab 2022/23: JRE im Management
Ø Gewinn/Zimmer (GOP) p.a. Index : **102**
(trotz Kostensteigerungen um 25% wg. COVID, Inflation)
 - Ab 2024: JRE im Management
Ø Gewinn/Zimmer (GOP) p.a. Index : **143**
(Wirkung Marketing-Relaunch, Revitalisierung)
 - Ab 2025: JRE im Management
Ø Gewinn/Zimmer (GOP) p.a. Index : **154**
(Wirkung weiterer Rollout der 2024-Maßnahmen)
- ➔ **GOP (Gross Operating Profit)-Steigerung um 54%**
- ➔ **NOP (Net Operating Profit)-Steigerung um 81%**
innerhalb v. 4 Jahren vs. Steigenberger



Preisgekrönt & ausgezeichnet

„TUI Global Awards 2023“

- Das Hotel gehört zu den 800 besten Unterkünften von insgesamt 13.000 Hotels im weltweiten TUI-Programm.
- Die jährlichen Gewinnerinnen und Gewinner der TUI Global Hotel Awards basieren auf dem Feedback von mehr als 16 Millionen TUI Gästen im Jahr 2022. Dies umfasst alle Bewertungen vom Service, über das Essen und die Ausstattung, bis hin zum Gesamterlebnis.



Preisgekrönt & ausgezeichnet

Holiday Check:

- Titel „Weiterempfohlen auf HolidayCheck“ in 2023, 2024, 2025
- Mit einer Weiterempfehlungsrate von 93 Prozent und 5,5 von 6 Punkten in 3 aufeinanderfolgenden Jahren zählt das Haus zu den beliebtesten Hotels der HolidayCheck-Gäste.
- Neben der ausgezeichneten Lage direkt am Ostseestrand glänzt das inhabergeführte Individualhotel im Service und mit dem kulinarischen Angebot im Restaurant Nautica.
- Die HolidayCheck AG betreibt das größte unabhängige Bewertungsportal im Internet für Urlaub und Reisen im deutschsprachigen Raum.



Preisgekrönt & ausgezeichnet

falstaff Hotel Guide:

- Jährlich prämiert das renommierte österreichische Reisemagazin “Falstaff TRAVEL” über seine Leser und eine Expertenjury die besten Hotels in Österreich, Deutschland und der Schweiz.
- Wiederholt wurde das “Strandhotel Zingst” mit 91/100 Punkten aufgenommen. In den Kategorien „Wellness“ und „Lage“ erreichte das Hotel die volle Punktzahl.
- Und auch im „Service“ und „Ambiente“ freut sich das Hotel über 14 von 15, bzw. 9 von 10 Punkten.
- Über 1.200 Hotels, verteilt auf vier Länder, schafften es in 2025 in die Bestenlisten.

falstaff HOTEL GUIDE 2025

STRANDHOTEL ZINGST

18374 ZINGST

WURDE VON 25.000 TRAVEL CLUB MITGLIEDERN
UND EINER EXPERTENJURY MIT

91
VON 100 PUNKTEN
HERVORRAGEND

AUSGEZEICHNET

W. Zingst

Wolfgang M. Zingst
Herausgeber Falstaff

falstaff.com

**falstaff
HOTEL GUIDE**

**BEST OF
GERMANY
2024**

falstaff-travel.com





Strandhotel
ZINGST

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Ihr Gastgeber

Benedikt Jagdfeld
Owner & CEO

JAGDFELD RE Management GmbH
Kölustraße 89
52351 Düren
T +49 2421 49558 5112
E benedikt.jagdfeld@jagdfeld-realestate.de



JAGDFELD
REAL ESTATE | Real Joy.

Ihr Partner



Jagdfeld Real Estate ist als einer von sechs Unternehmensbereichen Teil der Jagdfeld Gruppe. Deren breite Immobilien-Expertise umfasst über 45 Jahre Markterfahrung, in denen sie als Asset Manager und Projektentwickler entlang der kompletten Wertschöpfungskette erfolgreich Einzelhandels-, Büro-, Hotel- und Wohnimmobilien finanziert, entwickelt, realisiert und managt.

Mehr als 800 Objekte mit einem Volumen von über fünf Milliarden Euro wurden bisher realisiert, revitalisiert und verwaltet. Dazu gehören u.a. namhafte Objekte wie das Hotel Adlon Berlin, die Privaten Residenzen Heiligendamm und der China Club Berlin. Aktuell betreuen in der Gruppe ca. 500 Spezialisten Immobilien im Wert von ca. 3 Mrd. Euro auf einer Gesamtfläche von etwa 704.000 m².



JAGDFELD
REAL ESTATE | Real Joy.

A modern office interior with a dark, textured wall in the foreground. The wall has the text "JAGDFELD GRUPPE" in white, bold, sans-serif capital letters. To the left of the wall, there are white tables and wooden slatted stools. To the right, there is a white pillar, a staircase with a black railing, and a potted plant. The ceiling is made of horizontal wooden slats with recessed linear lighting. The floor is a light gray.

JAGDFELD GRUPPE

© JAGDFELD RE Management GmbH | Kölnstraße 89 | 52351 Düren |
www.jagdfeld-realestate.de

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

Appendix

Vorher-Nachher-Darstellung
Revitalisierung der öffentlichen
Bereiche



JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.

LOBBY / FOYER - VORHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



LOBBY / FOYER - NACHHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



OYSTER BAR - VORHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



OYSTER BAR - NACHHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



ZIMMER - VORHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



ZIMMER - NACHHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



ZIMMER - NACHHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



ZIMMER - NACHHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



ZIMMER - NACHHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



RESTAURANT NAUTICA - VORHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



RESTAURANT NAUTICA - NACHHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



WELLNESS BEREICH - VORHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



WELLNESS BEREICH - NACHHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



WELLNESS BEREICH - NACHHER

JAGDFELD

REAL ESTATE | Real Joy.



Zielgruppen Leisure Beispiel



Konservativ-Gehobenes Milieu

Die alte strukturkonservative Elite



Klassische Verantwortungs- und Erfolgsethik sowie Exklusivitäts- und Statusansprüche

Wunsch nach Ordnung und Balance

Selbstbild als Fels in der Brandung postmoderner Beliebigkeit

Erosion der gesellschaftlichen Führungsrolle

Leitmotiv:
„Privilegien verpflichten“

11 %

7,8 Mio. *

*Grundgesamtheit:
Deutschsprachige Wohnbevölkerung
ab 14 Jahren

Zielgruppen Leisure Beispiel



Konservativ-Gehobenes Milieu

Typische Vertreter*innen





Konservativ-Gehobenes Milieu

Grundorientierung

- Selbstverständnis als konservative Elite der Gesellschaft; meritokratische Grundhaltung: Erfolg durch Leistung, Pflichtbewusstsein, Zielstrebigkeit und Ernsthaftigkeit; Eigenverantwortung und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, hohe Erwartungen an sich selbst und andere
- Verfechter christlich-humanistischer Grundsätze und konservativ-bürgerlicher Werte: Tradition, intakte Familie, Seriosität, Anstand, Bildung und Kultiviertheit, Disziplin und Ordnung, Autorität, Glaube und Religion; Selbstbild als Bewahrer der abendländischen Leitkultur
- Kritik des fortschreitenden Werteverfalls, der postmodernen Beliebigkeit und des substanzlosen Zeitgeistes; Ablehnung der vulgären Spaßgesellschaft und der verantwortungslosen Wegwerfgesellschaft; Wunsch nach Ordnung, Disziplin, Balance und Nachhaltigkeit
- Selbstbewusstsein des klassischen Establishments: gehobene Stellung in der Gesellschaft, gesicherte materielle Verhältnisse, exklusiver, distinguerter Lebensstil; Statusdenken und Standesbewusstsein, Akzeptanz sozialer Ungleichheit
- Wachsende Skepsis gegenüber der beschleunigten Modernisierungsdynamik (Globalisierung, Pluralisierung und Diversität), zunehmend Probleme, im digitalen Wandel mitzuhalten; Erosion der gesellschaftlichen Führungsrolle und Verlust der Meinungsführerschaft

Zielgruppen Leisure Beispiel



Konservativ-Gehobenes Milieu

Soziodemografische Fakten im Überblick

Verteilung

11 %
ca. 7,8 Mio.



Männer Frauen

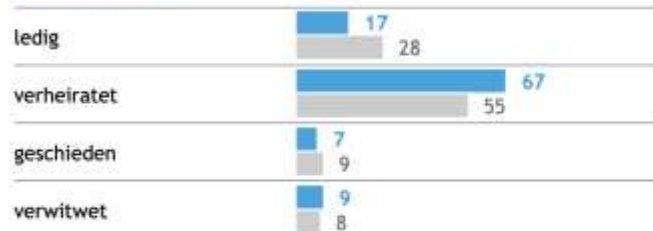


Alter ø 53 Jahre



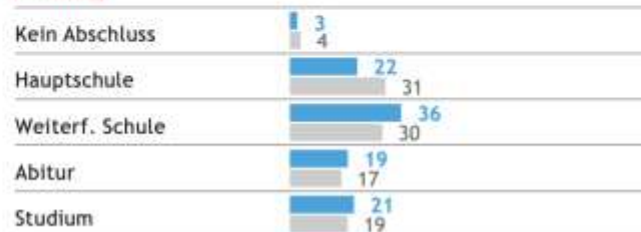
■ ≤ 29 J. ■ 30-49 J. ■ 50-69 J. ■ ≥ 70 J.

Familienstand



- 33% der Konservativ-Gehobenen sind unverheiratet (Bev: 45%), davon leben 9% in einer Beziehung (Bev: 15%).

Bildung



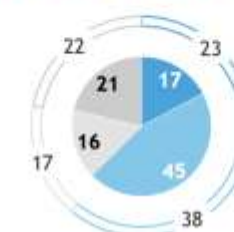
Berufstätigkeit



Stellung im Beruf

- Überwiegend voll berufstätig oder bereits im Ruhestand
- Leicht überdurchschnittlicher Anteil an Selbständigen
- Oftmals in qualifizierten bzw. leitenden Positionen

Personen im Haushalt



■ 1 Pers. ■ 2 Pers. ■ 3 Pers. ■ 4+ Pers.

Haushaltssituation

	% KOG	% Bev.
Eigene Kinder	74	65
Kinder im HH		
<6 J.	7	10
6 - 13 J.	13	14
14 - 17 J.	13	13
Enkelkinder	38	30

Haushaltsnettoeinkommen ø 3.585 € (Bev: 3.232 €)



Quelle: b4p 2022 – 30.810 Fälle; Angaben in %
Basis Konservativ-Gehobene: 3.417 Fälle

■ Stark überdurchschnittlich
■ Stark unterdurchschnittlich

■ Konservativ-Gehobenes Milieu
■ Gesamtbevölkerung