Weltweites Wachstum mit neuen Marken: 590 Hotels in der Pipeline

Best Western Hotels & Resorts expandiert weltweit mit neuen Hotels und Marken. Zum International Hotel Investment Forum 2018 (IHIF) in Berlin gibt die Hotelgruppe ihre Entwicklungspläne bekannt: Derzeit befinden sich in Nordamerika, Asien, Afrika, Europa, dem Mittleren Osten, Südamerika und Ozeanien knapp 600 Hotelprojekte in der Pipeline. Vor allem die Marke Sure Hotel sowie die neuen Soft Brands sind auf Expansionskurs.

IHIF Berlin / Phoenix / Eschborn, 5. März 2018. Best Western Hotels & Resorts verkündet im Rahmen des diesjährigen International Hotel Investment Forum (IHIF) seine weltweiten Expansionspläne. Derzeit sind rund 590 Hotelprojekte in der Pipeline: Allein in Nordamerika hat die Hotelmarke etwa 300 Hotels projektiert, international sind rund 290 Standorte in Planung. Vor allem die neue Marke Sure Hotel ist weltweit mit über 70 Projekten auf dem Vormarsch. Darüber hinaus sind rund 40 Hotels der neu vorgestellten Soft Brands in allen Kategorien in der Pipeline. Allen voran wird die BW Premier Collection, die exklusivste der drei Kollektionen, stark nachgefragt. „Best Western setzt mehr denn je darauf, Hotelentwicklern, Betreibern und Eigentümern mit vielfältigen Markenkonzepten einen außergewöhnlichen Mehrwert zu liefern. In unserer Region Central Europe sind die Nachfrage und das Interesse an unseren Kernmarken ungebrochen. Mit drei neuen Soft Brands für alle Kategorien gewinnen wir neue Zielgruppen für uns. In der Marke Sure Hotel, die wir bisher noch nicht in unserer Region eingeführt haben, sehen wir ebenfalls großes Potenzial“, sagt Marcus Smola, Geschäftsführer der Best Western Hotels Central Europe GmbH. „Das Jahr 2017 war für uns sehr spannend, denn die ersten Häuser in Deutschland und Österreich profitieren als Mitglieder der Soft Brands von der Marke und verzichten dabei auf ein klassisches Branding. Für das laufende Jahr sehen wir gute Wachstumschancen. Wir freuen uns darauf, Hotels in neue Destinationen zu bringen und mit allen unseren Marken zu wachsen, um unsere Präsenz in Zentraleuropa noch weiter auszubauen“, so Smola weiter.

Mit elf verschiedenen Markenkonzepten, davon zehn in Europa, bietet Best Western Hotels & Resorts heute maßgeschneiderte Produkte und Optionen sowie mehr Flexibilität als je zuvor.

Die aktuellen Entwicklungspläne von Best Western umfassen weltweit:

- 298 Hotelprojekte in Nordamerika
- 144 Hotelprojekte in Europa
- 52 Hotelprojekte in Asien und im Mittleren Osten
- 30 Hotelprojekte in Ozeanien
- 34 Hotelprojekte in Südamerika
- 20 Hotelprojekte in Afrika

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:

Bildunterschrift: Eines der ersten Hotels der Lifestyle-Marke Vib entsteht derzeit im populären Stadtteil Gangnam von Seoul, Südkorea.

Bildunterschrift: Ende 2018 soll das neue Best Western Hotel Wiesbaden in der Nähe des Hauptbahnhofs eröffnen. (© OFB Projektentwicklung GmbH)

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über Best Western Hotels Central Europe:

Best Western ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette mit rund 4.000 Hotels in mehr als 90 Ländern. Alle Best Western Hotels weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die Best Western Hotels Central Europe GmbH betreut insgesamt rund 230 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter einem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Marke garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre unternehmerische Eigenständigkeit. Best Western Hotels & Resorts präsentiert insgesamt elf Einzelmarken: Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, VÄ«b®, GL , Executive Residency by Best Western®, BW Premier Collection®, BW Signature CollectionSM by Best Western, sowie die Marken Sure Hotel by Best Western, Sure Plus Hotel by Best Western und Sure Hotel CollectionSM by Best Western.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt Best Western das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Neben zielgruppenspezifischen Katalogen in Millionenaufgabe stellt Best Western für alle Marktsegmente modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereit. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet optimal präsentiert und buchbar. Zudem verfügt Best Western über eigene Reservierungszentralen. Das Loyalitätsprogramm für Vielreisende heißt Best Western Rewards mit weltweit mehr als 34 Millionen Mitgliedern. Weitere Informationen: www.bestwestern.de und www.bestwestern.com

Weitere Informationen und Pressekontakt:

Best Western Hotels Central Europe GmbH

Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn

Anke Cimbal, Direktorin Unternehmenskommunikation

Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse