

Starke weltweite Expansion von Sure Hotels

Schnelles Wachstum: Die Sure Hotel Gruppe, die von Best Western Hotels & Resorts vor nur knapp zwei Jahren auf den Markt gebracht wurde, ist weltweit auf bereits fast 200 Hotels gewachsen, darunter allein 100 Häuser in Nordamerika.

Phoenix / Eschborn, 15. August 2018. Starke Expansion: Best Western Hotels & Resorts wächst kontinuierlich weiter - auch dank der neuesten Marken der Sure Hotel Gruppe. Insgesamt gehören weltweit nach nur knapp zwei Jahren nach Markteinführung schon 189 Häuser zu Sure Hotel, davon allein 100 Hotels in Nordamerika, die dort unter dem Namen SureStay Hotels firmieren. Damit zählt die neue Gruppe zu den am schnellsten wachsenden Marken in der Hotellerie. Unter dem Dach der Sure Hotel Gruppe bietet Best Western Hotels & Resorts für individuelle Hotelbetreiber und Hotelgruppen insgesamt drei Einzelmarken: Die beiden Full Brands *Sure Hotel by Best Western* und *Sure Hotel Plus by Best Western* sowie den Soft Brand *Sure Hotel Collection by Best Western*. Das schnelle Wachstum der Sure Hotel Group ist auf eine Reihe von Faktoren zurückzuführen. Die Marke ist in kürzester Zeit in Nordamerika bei Reisenden als vertrauenswürdige Hotelmarke bekannt geworden, die gleichbleibenden Komfort, Sauberkeit und eine Servicegarantie zu einem erschwinglichen Preis bietet. Die Marke ist aufgrund ihrer wettbewerbsfähigen Gebührenstruktur und des Zugangs zur starken Dachmarke Best Western Hotels & Resorts auch bei den Hotelentwicklern und Hotelbetreibern auf großes Interesse gestoßen. „SureStay Hotel Group (*in Europa Sure Hotel Gruppe*) ist eine der am schnellsten wachsenden Marken der Branche, und es ist bemerkenswert, dass wir in weniger als zwei Jahren seit der Markteinführung eine solche Größenordnung erreicht haben“, sagt David Kong, President und CEO von Best Western Hotels & Resorts. „Allein mehr als 100 Hotels in Nordamerika sind ein beeindruckender Meilenstein für die Marke, und wir freuen uns darauf, diese rasante Entwicklung auch in Zukunft fortzusetzen.“

Neue Marken für individuelle Hotels

Die Marke Sure Hotel by Best Western wurde vor knapp zwei Jahren weltweit eingeführt und richtet sich an individuelle Mittelklassehotels der Drei-Sterne-Kategorie in Städten und Feriendestinationen. Neben der Marke Sure Hotel by Best Western wurden zeitgleich auch die beiden Marken Sure Hotel Plus by Best Western für gehobene Drei-Sterne-Hotels und Sure Hotel Collection by Best Western, ein Soft Brand im Drei-Sterne-Bereich, gelauncht. Alle Sure Hotels bestechen mit ihrer Individualität, bleiben unternehmerisch eigenständig und profitieren wie auch alle Best Western Marken von den weltweiten Marketing- und Vertriebsmaßnahmen der Gruppe für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Die Hotels werden in Europa mit dem Markennamen Sure Hotels, weltweit mit dem Markennamen SureStay Hotels geführt und sind über sämtliche Best Western Buchungskanäle sowie über GDS buchbar. Zudem profitieren die Hotels von den weltweiten Konditionen aller globalen Partnerschaften von Best Western Hotels & Resorts – im Bereich der OTAs bis hin zum Key-Account Management für Firmen- und Reisebüroverträge sowie von dem weltweiten Loyalty-Programm Best Western Rewards mit über 34 Millionen Mitgliedern. Darüber hinaus ergeben sich durch die Anbindung an die Gruppe zahlreiche Vorteile für die Gäste, beginnend mit einer Hotelbuchung über die Best Western Systeme, über jährlich geprüfte Qualitätsstandards im Hotel, spezielle Tagungs- und Urlaubsangebote, bis hin zu der Möglichkeit, bei jeder Übernachtung Best Western Rewards Treuepunkte zu sammeln. „Nach außen tritt Sure Hotels als vollkommen eigenständige Marken auf. Es gibt zahlreiche Gründe für Betreiber, Entwickler oder Privathoteliere, sich für einen Anschluss zu entscheiden: Wenn es beispielsweise schon ein Best Western Hotel in unmittelbarer Nähe gibt, werden mit der Marke Sure Hotel eine Kannibalisierung und ein direkter Wettbewerb vermieden und es können so zusätzliche Umsatzpotenziale und Synergien realisiert werden“, sagt Marcus Smola, Geschäftsführer der Best Western Hotels Central Europe GmbH mit Sitz in Eschborn. Mit elf verschiedenen Markenkonzepten bietet Best Western Hotels & Resorts

heute Hotels und Gästen maßgeschneiderte Hotelangebote und noch mehr Flexibilität als je zuvor.

Alle Hotels der Sure Hotel Gruppe müssen weltweit einheitlichen Qualitätskriterien entsprechen, die jährlich geprüft werden. So müssen die Sure Hotels eine Mindestbewertung von 3,5 bei TripAdvisor aufweisen, einer Zufriedenheitsgarantie und unangekündigten Inspektionen zustimmen. „Wir bieten Hotelbetreibern mit unserem neuen Markenangebot in verschiedenen Kategorien faire Franchisebedingungen, ein wettbewerbsfähiges Gebührenmodell sowie erstklassigen Support. Sure Hotels erhalten Zugang zur Marketing- und Vertriebspower von Best Western, zu unserem starken weltweiten Loyalty-Programm mit 34 Millionen Mitgliedern sowie zu unseren weltweiten Partnerschaften und damit attraktiven Vertragsbedingungen. Dies macht die neuen Marken von Sure Hotel besonders attraktiv und wird auch in unserer Region Hotelbetreiber und Entwickler überzeugen. Wir rechnen mit dem Markteintritt von Sure Hotel in Deutschland noch in diesem Jahr“, sagt Andreas Westerburg, Head of Hotel Development bei Best Western Hotels Central Europe GmbH.

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:

Bildunterschrift: Die Sure Hotel Gruppe ist nach kürzester Zeit auf knapp 200 Hotels weltweit gewachsen. Foto: SureStay Plus Hotel by Best Western Omaha South.

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 Collection by Best Western, sowie die Marken Sure Hotel by Best Western, Sure Hotel Plus by Best Western und Sure Hotel Collection 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 Loyaltätsprogramm 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, Head of Corporate Communications

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

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse