



PRESSEMITTEILUNG

BWH Hotel Group

Weltweite Expansion an über 100

Destinationen geplant

Die BWH Hotel Group baut ihre globale Präsenz weiter aus: Die Gruppe will durch die Expansion ihrer 18 Hotelmarken an mehr als 100 Standorten weltweit weiter wachsen, teilte das Unternehmen Anfang Mai anlässlich des International Hotel Investment Forum (IHIF) 2022 in Berlin mit.

Phoenix, Arizona / IHIF, Berlin, 3. Mai 2022. Die BWH Hotel Group, ein führendes Unternehmen der Hotellerie, baut ihre globale Präsenz in über 100 Schlüssel-Destinationen weltweit weiter aus. Dies teilte die Hotelgruppe Anfang Mai anlässlich des International Hotel Investment Forum (IHIF) 2022 in Berlin mit. Durch Expansion, die Einführung neuer Marken und Akquisitionen ist die BWH Hotel Group heute ein modernes und innovatives globales Hotelunternehmen mit 18 unverwechselbaren Full- und Soft Brands in drei Markenfamilien – Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group. Mit diesem Angebot werden alle Hotelsegmente abgedeckt – von Luxus bis Economy, die sowohl den Bedürfnissen von Hotelbetreibern und Hotelentwicklern als auch den Ansprüchen der Reisenden entsprechen.

„Unsere Hotelbranche ist endlich auf dem Weg der Besserung, nachdem sie eine der schwierigsten Perioden in ihrer Geschichte durchgemacht hat“, sagt Larry Cuculic, President und Chief Executive Officer der BWH Hotel Group, in Berlin. „Bei der BWH Hotel Group haben wir uns weiterhin verpflichtet, unseren Hoteliers die bestmögliche Unterstützung zu bieten, das Wohlbefinden unserer Gäste zu gewährleisten und zur Erholung der Branche insgesamt beizutragen. Es freut uns zu sehen, dass sich unsere Bemühungen auszahlen, was sich in einem anhaltenden Erfolg unserer globalen Entwicklungsinitiativen zeigt.“



Seite 2 von 6 der Pressemitteilung: *Weltweite Expansion an über 100 Destinationen geplant*

Stärkung der globalen Aktivitäten

Um ihren globalen Erfolg noch stärker auszubauen, ernannte die BWH Hotel Group in diesem Frühjahr Ron Pohl zum President of International Operations und President of WorldHotels Collection. Pohl kam bereits 2007 zur BWH Hotel Group und war zuvor als Senior Vice President und Chief Operations Officer tätig. In seiner neuen Funktion wird Pohl dafür verantwortlich sein, die Expansion von BWH Hotel Group weltweit voranzutreiben und die operative Führung auf globaler Ebene weiter zu optimieren. „Wir haben bereits große Fortschritte bei der Diversifizierung unseres Portfolios gemacht und bieten heute neue und aufregende Marken an, die die Erwartungen der Entwickler und Gäste übertreffen. Ich freue mich darauf, nun noch enger mit unseren globalen Partnern, der Unternehmensführung und allen Mitarbeitern des Unternehmens zusammenzuarbeiten, um unsere Erfolgsbilanz fortzuführen“, so Ron Pohl.

Auf dem Fundament des Erfolgs aufbauen

Bevor die BWH Hotel Group ihr Portfolio erweiterte, um jedes Marktsegment zu erreichen, konzentrierte sie sich auf die Stärke ihrer Kernmarken, Best Western, Best Western Plus und Best Western Premier. In den vergangenen Jahren haben sich die Eigentümer der Kernmarken verpflichtet, Milliarden von Dollar in die Verbesserung und Renovierung ihrer Häuser zu investieren, wodurch ein großes Angebot von revitalisierten und frischen Hotels entstanden ist, die den modernen Reisenden ansprechen. Heute verfügen diese Marken über 3.171 Hotels weltweit und weitere 284 Häuser sind in der weltweiten Planung.

Flexible und moderne Hotellösungen

Auf einer starken Grundlage begann die BWH Hotel Group vor einigen Jahren mit der Erweiterung ihres Portfolios um ihre Soft Brand-Angebote und Hotelkollektionen, die nach der Übernahme von WorldHotels Collection im Jahr 2019 nun insgesamt sieben Soft Brands umfasst, die jedes Marktsegment abdecken. Zu den Collection-Angeboten der Gruppe gehören die BW Signature Collection, die BW Premier Collection und die



Seite 3 von 6 der Pressemitteilung: *Weltweite Expansion an über 100 Destinationen geplant*

WorldHotels Collection, die zusammen über etwa 300 Hotels und Resorts weltweit verfügen und weitere 85 neue Häuser in der globalen Pipeline haben. Die jüngsten Eröffnungen der Soft Brands weltweit können [hier](#) eingesehen werden.

Erfolgsschlüssel Boutique-Hotelmarken: Vīb, GLō, Sadie und Aiden

Ein weiterer wichtiger Erfolgsbereich für die BWH Hotel Group war die Einführung ihrer vier Boutique- und Lifestyle-Hotelmarken: Vīb, GLō, Sadie und Aiden. Diese neugeschaffenen Hotelangebote spielten eine entscheidende Rolle bei der Modernisierung der BWH Hotel Group und der Ausweitung ihrer Reichweite auf das gehobene Segment mit einzigartigen Boutique-Angeboten. Heute gibt es über 30 Boutique-Hotels weltweit, weitere 44 Häuser sind in Planung. Zu den jüngsten bemerkenswerten Eröffnungen in diesem Segment gehören das Aiden in Sydney, Australien, und das Vīb in Tempe, Arizona.

Führend im Economy-Segment: SureStay Hotel Group

Die BWH Hotel Group hat außerdem mit ihrer 2016 eingeführten SureStay Hotel Group, die mit fast 400 Häusern weltweit eine der am schnellsten wachsenden Marken in der Hotelindustrie weltweit ist, einen großen Erfolg erzielt. Zu der Markenfamilie gehören vier Einzelmarken: SureStay, SureStay Plus, SureStay Collection und SureStay Studio (in Europa werden die Hotels der Marken SureStay Hotels mit dem Namen Sure Hotels geführt), die Gästen eine Vielzahl von Optionen im Economy-Segment bieten. Die SureStay-Marken wurden in der J.D. Power 2020 und 2021 North America Hotel Guest Satisfaction Index Study zur Nummer 1 im Economy-Segment ernannt.

Blick in die Zukunft

„Bei der BWH Hotel Group beobachten wir ständig und konsequent die Wünsche und Bedürfnisse unserer Gäste, um sicherzustellen, dass unsere Hoteliers ein modernes Produktangebot liefern können, das die nächste Generation von Reisenden anspricht“, kommentiert Brad LeBlanc, Senior Vice President und Chief Development Officer, BWH



Seite 4 von 6 der Pressemitteilung: *Weltweite Expansion an über 100 Destinationen geplant*

Hotel Group. „Unsere Kernmarken werden bei uns immer ein Schwerpunkt bleiben, aber wir sehen eine wachsende Nachfrage nach Soft Collections und Boutique-Marken sowohl von Hotelentwicklern als auch von Reisenden. Bei der BWH Hotel Group sind wir heute gut gewappnet und aufgestellt, um in allen Segmenten führend zu sein. Wir blicken auch in die Zukunft und auf das, was im Development-Bereich vor uns liegt: Optionen sehen wir künftig in den Bereichen Extended- und Long-Stay.“ So wird das Portfolio der BWH Hotel Group bereits heute durch die Extended Stay Optionen Executive Residency und SureStay Studio abgerundet. Das Extended-Stay-Segment wird für das Unternehmen im Jahr 2022 und darüber hinaus ein wichtiger Entwicklungsschwerpunkt sein, da die BWH Hotel Group ihre Präsenz mit diesen Marken ausbauen möchte.

„Ich bin stolz auf unser breit gefächertes Portfolio“, fügt Cuculic hinzu. „Mit 18 unverwechselbaren Marken in allen Hotelsegmenten bin ich zuversichtlich, dass unsere flexiblen und modernen Hotellösungen die Erwartungen von Gästen und Entwicklern in den weltweiten Märkten auch weiterhin übertreffen werden.“

Weitere Informationen zur BWH Hotel Group finden Sie hier:

www.bestwestern.com

www.worldhotels.com

www.bestwesterndevelopers.com

www.surestay.com

Seite 5 von 6 der Pressemitteilung: *Weltweite Expansion an über 100 Destinationen geplant*

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:



„Unsere Hotelbranche ist endlich auf dem Weg der Besserung, nachdem sie eine der schwierigsten Perioden in ihrer Geschichte durchgemacht hat“, sagt Larry Cuculic, President und Chief Executive Officer der BWH Hotel Group. Weltweit plant die BWH Hotel Group an über 100 Standorten zu wachsen.

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial



Seite 6 von 6 der Pressemitteilung: *Weltweite Expansion an über 100 Destinationen geplant*

Über BWH Hotel Group:

Die BWH Hotel Group ist eine internationale Hotelgruppe mit Hauptsitz in Phoenix/Arizona und das Markendach für die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group mit einem globalen Netzwerk von rund 4.500 unabhängigen Hotels in rund 100 Ländern weltweit. Insgesamt gehören zur Markenfamilie BWH Hotel Group weltweit 18 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vib, GLo, Aiden, Sadie, BW Premier Collection und BW Signature Collection sowie WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive und WorldHotels Crafted. Zudem ergänzen die Marken Sure Hotel, Sure Hotel Plus, Sure Hotel Collection und Sure Hotel Studio das Portfolio der Gruppe.***

Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Markenkonzept aus dem Markenangebot von drei eigenständigen Markenfamilien auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Hotelauswahl. Alle Hotels unter dem Dach der BWH Hotel Group weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die BWH Hotel Group bietet Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten und die Kundenbindungsprogramme Best Western Rewards und WorldHotels Rewards.

** Die Zahlen sind Schätzwerte, die schwanken können und Hotels beinhalten, die sich derzeit in der Entwicklungspipeline befinden.*

***Alle Hotels der Marken Best Western, WorldHotels und Sure Hotels sind privat geführt und werden unabhängig betrieben. Außerhalb von Europa werden die Hotels der Marken Sure Hotels mit dem Namen SureStay geführt.*

Weitere Informationen und Pressekontakt:

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

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

Anke Cimal, Head of Corporate Communications
Frankfurter Straße 10-14, 65760 Eschborn, Deutschland
Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129

E-Mail: presse@bwhhotelgroup.de

Internet: www.bwhhotelgroup.de www.bestwestern.de/presse