

# SUPERIOR HOTEL

MANAGEMENT & STRATEGIEN

## In den Startlöchern



Philipp Wolter ist Development Manager bei der Plateno Group  
Deutschland / Foto: Plateno Group

Im Zuge der Expansion nach Europa hat die Hotelkette 7 Days Premium der chinesischen Plateno Group im Jahr 2018 die ersten deutschen Häuser in Leipzig und München eröffnet. Ein Interview mit Philipp Wolter, Development Manager bei der Plateno Group Deutschland, über die weiteren Pläne.

&nbsp;

Herr Wolter, der Markteintritt nach Deutschland ist 2018 gelungen. Die Eröffnung eines weiteren Hauses in Berlin steht in den Startlöchern, in Duisburg wird ein Haus gebaut.

Welche Zielgruppe sprechen Sie vornehmlich an?

Unsere Hotelmarke 7 Days Premium spricht vor allem Geschäftsreisende an, aber auch Privatreisende, die günstig neue Städte erkunden wollen, fühlen sich bei uns wohl. Die gute Verkehrsanbindung, die bei der Auswahl unserer Objekte im Fokus steht, bietet sich dafür auch ideal an. Generell ist unser Konzept von Schlichtheit und Komfort an erster Stelle natürlich ansprechend für die jüngere und mittlere Generation, das heißt jedoch nicht, dass wir ältere Menschen nicht auch sehr gerne bei uns willkommen heißen.

Wie werden die 7 Days Premium Häuser bisher angenommen?

Vor allem Geschäftsreisende aber auch Gruppen und Individualreisende nehmen Standorte wie Leipzig (Flughafen) aber auch München gut an. Hier ist natürlich wichtig festzuhalten, dass der Business Mix natürlich auch immer stark von den unterschiedlichen Locations abhängig ist.

Seit 2015 expandiert 7 Days Premium erfolgreich auf dem europäischen Markt ? als

chinesische Marke. Welchen Herausforderungen sehen Sie sich auf dem österreichischen und deutschen Markt gegenübergestellt?

Vor allem werden wir, aufgrund des chinesischen Ursprungs der Hotelkette, mit vielen Vorurteilen konfrontiert. Als das Leipziger Haus zum Beispiel eröffnete, wunderten sich nicht wenige, warum das Interior-Design nicht dem des typisch chinesischen Designs entsprach. Wir wirken diesen Vorurteilen klar entgegen, um zu zeigen, dass eine chinesische Marke nicht zwingend 'typisch chinesisch' ist.

Welche Städte sind für eine weitere Expansion für 7 Days Premium besonders spannend? Generell sind in Deutschland besonders Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern interessant, die gleichzeitig eine gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr aufweisen. Diese Anbindung eignet sich gerade für Privatreisende, die fliegen oder mit dem Zug reisen. Im Fokus sind besonders die Großstädte wie Berlin, Hamburg und Frankfurt, wo wir momentan in Offenbach am Kaiserlari, also direkt an der Stadtgrenze zu Frankfurt, ein Projekt realisieren. Voraussichtlich eröffnen wir das Haus dort im dritten Quartal von 2019. Blickt man auf das Ruhrgebiet, liegen die Städte relativ nah beieinander. Ein aktuelles Projekt begann im Juli 2018 mit dem Spatenstich in Duisburg. Aber auch Düsseldorf haben wir im Auge und sehen uns nach passenden Bestandsobjekten oder auch Baugrundstücken um. Gibt es bereits konkrete Planungen für den Baustart neuer Häuser im Jahr 2019?

Aktuell befindet sich sowohl das Duisburger, Wiener als auch das Haus in Offenbach im Bau, während das Berliner Hotel und das in Mestre bei Venedig kurz vor der Eröffnung stehen.

Welche Strategie verfolgen Sie bei der Expansion?

Die ersten Projekte, die wir in Europa hatten, waren in Österreich, wo wir zwei bereits bestehende Objekte übernommen haben. Dadurch war Österreich für den Einstieg ein gut zugänglicher Markt. Parallel zu den österreichischen Projekten wagten wir den Einstieg in den deutschen Markt, wo Hotels als Neubauten, nach unseren Standards und in Konversion entstanden. Diese Art der Expansion verfolgen wir seitdem - wir setzen auf langfristige Pacht- und Franchiseverträge in den europäischen Ländern, wobei die Dauer von Land zu Land variabel ist. Außerdem sind wir auch auf der Suche nach Managementverträgen in den verschiedenen europäischen Destinationen.

Abgesehen von Italien, richten Sie ihr Augenmerk auch auf weitere europäische Länder? Ja, in jedem Fall. Touristisch attraktive Orte - vor allem für chinesische Reisende - stehen im Fokus. Neben Ländern wie Deutschland, Österreich und Italien sind das auch Länder in Osteuropa - also Polen, Tschechien und Russland. Diese Destinationen werden zunehmend beliebter, wobei wir in Russland bereits Franchisenehmer unter dem Namen 7 Days Premium haben.