

SUPERIOR HOTEL

MANAGEMENT & STRATEGIEN

Markteintritt in Skandinavien



Impressionen unterschiedlicher Zleep Hotels. In das familiengeführte Unternehmen hat nun die Deutsche Hospitality investiert / Fotos: Zleep Hotels

Die Deutsche Hospitality nimmt mit einem Investment von 51 Prozent in die familiengeführten Zleep Hotels eine fünfte Hotelmarke auf und schafft so Voraussetzungen für weiteres Wachstum aller Marken.

Bislang werden unter dem Dach der Deutschen Hospitality die vier Marken Steigenberger Hotels and Resorts, Maxx by Steigenberger, Jaz in the City und IntercityHotel vereint. Mit Zleep Hotels baut man das Angebot nun aus, etabliert sich im Economy-Markt und expandiert nach Skandinavien, denn derzeit gehören zehn Hotels in Dänemark und eines in Schweden zum Portfolio von Zleep Hotels. Vier weitere Projekte sind in Planung. Beide Parteien, Deutsche Hospitality und Zleep Hotels, werden einen mehrstelligen Millionenbetrag in die weitere Entwicklung investieren. Die skandinavische Marke bringt zudem die Plattform und das Wissen ein, damit die Deutsche Hospitality auch mit den anderen Marken in Nordeuropa expandieren kann.

„Zleep Hotels passen perfekt in unsere Marken-Familie“, erklärt Thomas Willms, CEO, Deutsche Hospitality. „Peter Haaber, Gründer und CEO von Zleep Hotels, hat in den vergangenen Jahren eine bemerkenswerte Erfolgsgeschichte geschrieben und im hartumkämpften skandinavischen Markt eine Marke für Gäste etabliert, die preisbewusst sind und gleichzeitig Wert auf Design und Qualität während ihres Aufenthalts legen. Mit ihrer starken Präsenz in Skandinavien sind Zleep Hotels der ideale Partner für das weitere Wachstum der Deutschen Hospitality.“

Peter Haaber: „Unsere Vision von Zleep Hotels ist es, Qualität, Service und Design zu einem

guten Preis für möglichst viele Gäste zu bieten. Seit unserer Gründung im Jahr 2003 hat sich Zleep Hotels zu einer bekannten und erfolgreichen Hotelmarke in Skandinavien entwickelt. Durch die Zusammenarbeit mit der Deutschen Hospitality können wir nun auch insbesondere in Mitteleuropa Fuß fassen. So ergänzen sich die verschiedenen Marken perfekt und wir werden uns gemeinsam weiterentwickeln."

Für die Deutsche Hospitality stehen alle Zeichen auf Wachstum: Mit den geplanten Hotels der neuen Marke befinden sich mehr als 30 Hoteleröffnungen in der Pipeline. Das Portfolio umfasst damit insgesamt derzeit fast 150 Hotels auf drei Kontinenten.