

SUPERIOR HOTEL

HOTELPROJEKTE

Mit neuem Logo



Das Comfort Hotel Monheim erhält als erstes Haus in Zentraleuropa das neue Comfort Logo / Foto: Choice Hotels

Das kürzlich eröffnete Comfort Hotel Monheim steht als erstes Haus in Zentraleuropa unter dem neuen Logo, das 2018 vorgestellt wurde und die weltweite Marken- und Wachstumsstrategie der Marke Comfort begleitet. Mit 2.200 Häusern ist sie die portfoliostärkste Marke von Choice Hotels.

Das im August 2018 eröffnete Comfort Hotel Monheim ist der ideale Startpunkt für das anstehende Re-Branding der Marke in Europa. Das neue Haus repräsentiert alle Merkmale des erweiterten Gästelerlebnisses, für das die Marke Comfort nach der erfolgreichen Weiterentwicklung steht, erklärt Georg Schlegel, Geschäftsführer Choice Hotels Deutschland und Zentraleuropa. Die Evolution der Marke startete 2012 und mündete in neue, gehobene Markenstandards.

Das Comfort Hotel Monheim wurde erst im August 2018 eröffnet. Die Bilanz seitens der Betreiber fällt bereits jetzt überdurchschnittlich positiv aus. Die ideale Lage zwischen den Wirtschaftszentren Düsseldorf und Köln und das einzigartige Kunstkonzept des Hotels haben dafür gesorgt, dass unsere Erwartungen übertroffen wurden, so Martin Kemmer, geschäftsführender Gesellschafter der Betreibergesellschaft Place Value. Das Hotel mit 176 Zimmern und zwei Suiten liegt an der Rheinpromenade. Die im Rahmen eines ausgeschriebenen Kunstwettbewerbs ausgezeichneten Kunstwerke finden sich als Fotografien an den Decken der Zimmer wieder und verleihen so jedem Raum ein individuelles Ambiente.

Alleine in den USA werden mehr als 2,5 Milliarden Dollar in die Marke Comfort investiert.

Das neue Logo steht daher international für den gesteigerten Mehrwert der Comfort Hotels bei gleichbleibend großer Individualität?, so Schlegel weiter. In den USA schreitet das Re-Branding kontinuierlich voran.

Das Upgrade der Marke zeigt auch auf Investorenmenseite Ergebnisse: ?Das neue Erscheinungsbild der Marke Comfort ist in zunehmendem Maß für Investoren interessant, die auf der Suche nach einer etablierten Marke mit hoher Attraktivität und zuverlässiger Performance sind?, erklärt Brian Quinn, Vice President, Head of Development, New Construction Brands bei Choice Hotels. ?Die rund 120 neuen Franchiseverträge für Comfort Hotels, die allein im letzten Jahr zu verzeichnen waren, belegen diese Entwicklung und unterstützen zugleich das weitere Wachstum.?