

SUPERIOR HOTEL

HOTELPROJEKTE

Wachstum im ersten Halbjahr 2020



Zwischen Offenbach und Frankfurt entsteht das neue Best Western Plus Hotel Frankfurt/Kaiserlei als Teil des Großprojekts Quartier Kaiserlei. Die Eröffnung ist Anfang 2022 geplant / Foto: KSP

Jürgen Engel Architekten / CG Gruppe AG

Trotz schwieriger Zeiten verzeichnet die BWH Hotel Group Central Europe ein erfolgreiches erstes Halbjahr 2020 und mehr als 2.000 neue Zimmer in ihrer Region: So haben sich 19 neue Hotels und Projekte für die Zusammenarbeit entschieden und setzen auf den Support der internationalen Gruppe sowie auf jeweils eine der insgesamt 18 Marken. Von den neuen Häusern gehen knapp zwei Drittel mit einer der bekannten Full Brands an den Start, acht Hotels sind Neubauten und eines wird Mitte Juni 2021 den Markenstart des Lifestyle-Konzepts Aiden in Österreich begehen. Der Schwerpunkt beim Ausbau des Portfolios liegt nach wie vor in Deutschland.

„Trotz der schwierigen Zeiten durch die Corona-Krise, mit denen wir aktuell zu tun haben und die uns auch in den kommenden Monaten und Jahren begleiten werden, sehen wir eine Nachfrage von Hotels, die Bedarf an den Services unserer Gruppe haben und vielleicht gerade jetzt feststellen, wie sinnvoll und nützlich der Support einer starken und internationalen Gemeinschaft ist“, sagt Marcus Smola, der als Geschäftsführer der BWH Hotel Group Central Europe GmbH mit Sitz in Eschborn rund 300 Hotels in den zehn europäischen Ländern Deutschland, Luxemburg, Österreich, Schweiz, Liechtenstein, Kroatien, Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn verantwortet.

Full Brands weiterhin stark, viele Neubauten, Markenstart in Österreich

So haben sich knapp zwei Drittel der Neuzugänge, die sich vorwiegend in Deutschland befinden, in den ersten sechs Monaten des Jahres für einen der starken und sichtbaren Full Brands entschieden, wie etwa Best Western, Best Western Plus und Best Western Premier.

Acht Hotels starten mit einem der Soft Brands der Gruppe, darunter BW Signature Collection, Sure Hotel Collection und WorldHotels Collection. Acht Hotels sind Neubauten, die übrigen sind Bestandshäuser und wurden vor dem Markenanschluss teilweise renoviert und modernisiert. Während die neue Lifestyle-Marke Aiden bereits seit Jahresbeginn in Deutschland im schwäbischen Biberach an der Riß vertreten ist, wird sie im Sommer 2021 mit einem Neubau in Steyr auch ihre Premiere in Österreich feiern. Zu den weiteren Neuzugängen der BWH Hotel Group Central Europe zählen sechs Stadthotels in Cottbus, Empfingen, Essen, Frankfurt, Wuppertal und Prag, zwei Urlaubshotels in Ottobeuren am Tor zum Allgäu und in Zell am See in Österreich, ein Designhotel im niedersächsischen Einbeck und das größte deutsche Hotel der Gruppe mit 351 Zimmern in Hannover. Zu den weiteren Hotelprojekten, die in diesem Jahr eröffnet haben und eröffnen werden, gehören Stadthotels in Anklam, Eningen und Wehingen sowie in Dreieich bei Frankfurt und in Kiefersfelden im Landkreis Rosenheim. Weiterhin entsteht ein neues Best Western Plus Hotel als Teil des Großprojekts Quartier Kaiserlei in Offenbach, das Anfang 2022 eröffnen soll, sowie ein neues Tagungshotel im österreichischen Bundesland Salzburg: Die Eröffnung des künftigen Best Western Congress Hotel Saalfelden ist Ende 2021 geplant.

Full- und Soft-Brands: 18 Marken im Angebot

Die BWH Hotel Group vereint als Markendach die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group. Insgesamt gehören heute weltweit 18 Hotelmarken zur BWH Hotel Group, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen. Die Nachfrage nach individuellen Lösungen für eine weltweite Vermarktung war bereits vor der Krise da und wird auch weiterhin kontinuierlich steigen. Bei unserer Marken-Diversität können Hotelbetreiber und Hotelgruppen das adäquate Konzept für das jeweilige Hotel auswählen, um so den Anforderungen im Markt am besten gerecht zu werden, erklärt Andreas Westerburg, Head of Hotel Development BWH Hotel Group Central Europe.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. So profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Dabei behalten die zum Teil familiengeführten Hotels ihre unternehmerische Eigenständigkeit bei. Die neuen Hotels, die in der ersten Jahreshälfte zu uns gekommen sind, zeigen jeweils ihren eigenen individuellen Charakter und ergänzen das bestehende Markenangebot in unseren Ländern sehr gut, somit sind wir heute sehr vielfältig aufgestellt und können jeden Bedarf erfüllen. Ich freue mich besonders darüber, dass wir vom Urlaubs- und Tagungshotel bis hin zum Designhotel Betreiber und Hoteliers von unseren Dienstleistungen überzeugen konnten, sagt Westerburg.