

NH HOTEL GROUP: MARKTEINTRITT IN CHINA

- „Nuo Han“ ist die neue Marke der NH Hotel Group für den chinesischen Markt.
- Gemeinsam mit der HNA Hospitality Group entwickelt NH China ein „Musterhotel“ zur Positionierung der Marken NH Hotels und NH Collection in China.
- Aktuell werden zwei NH Hotels in Sanya und Haikou realisiert, deren Eröffnung für die zweite Jahreshälfte 2016 geplant ist. Bis Ende 2016 sollen insgesamt 10 bis 20 Hotels hinzukommen.
- Ziel ist es, bis 2020 etwa 120 bis 150 Hotels im mittleren und gehobenen Segment zu betreiben.

Berlin, 31. März 2016. Die NH Hotel Group, eine der führenden Hotelketten in Europa, schließt das geplante Joint Venture mit der HNA Hospitality Group in China ab und verkündet seinen neuen chinesischen Markennamen: „Nuo Han“ steht für das Versprechen, die Erwartungen der Gäste stets zu erfüllen und ihnen einen unvergessenen Aufenthalt zu bieten. Darüber hinaus präsentiert die Hotelgruppe seine Entwicklungspläne – bis Ende des Jahres sollen zwei neue Hotels der Marke NH Hotels in China realisiert und für weitere 10 bis 20 Hotels Verträge unterzeichnet werden.

Die Gründung des Gemeinschaftsunternehmens NH China (Beijing NH Grand China Hotel Management Co., Ltd) mit Sitz in Peking folgt auf die Unterzeichnung einer strategischen Absichtserklärung zwischen NH und HNA im Rahmen des Ende 2014 stattgefundenen bilateralen Handelskongresses zwischen Spanien und China, an dem der spanische Präsident Mariano Rajoy und der chinesische Ministerpräsident Li Keqiang teilnahmen.

Ziel des Joint Ventures in China ist es, ein Portfolio mit Hotels der Marken NH Hotels und NH Collection im mittleren und gehobenen Segment aufzubauen, die HNA oder Drittunternehmen gehören. Bis 2020 sollen insgesamt 120 bis 150 Hotels zu NH China hinzukommen. Dieser Ansatz entspricht der Strategie der NH Hotel Group, Wachstum ohne kapitalintensive Investitionen zu erzielen.

Bai Haibo, Vorsitzender der HNA Hospitality Group, dazu: „Die Gründung des Joint Ventures und der damit einhergehende Aufbau eines Markenportfolios im mittleren, gehobenen und Luxussegment gemeinsam mit der NH Hotel Group ist ein wichtiger Meilenstein für die internationale Entwicklung der HNA Hospitality Group. Wir werden uns die umfassende Erfahrung der NH Hotel Group und den Bekanntheitsgrad ihrer Marken zu Nutze machen. Geplant ist, auf vorhandene HNA Ressourcen zurückzugreifen, um in enger Zusammenarbeit hochwertige Serviceleistungen für chinesische Reisende und Mitglieder der Kundenbindungsprogramme beider Unternehmen bereitzustellen.“

Pressekontakt:

Ketchum Pleon GmbH
Britta Werner/Susanne Dopp
T: +49 69 24286-165 / -310
F: +49 69 24286-250
nh-presse@ketchumpleon.com

Unternehmenskontakt:

NH Hotel Group
Maxi Schumacher
Senior Communication Manager – CE
Berlin
m.schumacher@nh-hotels.com

Federico J. González Tejera, CEO der NH Hotel Group, fügt hinzu: „China ist als zweitgrößte Industrienation der Welt sowohl für lokal ansässige als auch internationale Hotelketten einer der am schnellsten wachsenden Märkte. Eine wichtige Triebkraft für die zunehmende Nachfrage nach gehobenen Reise- und Hotelangeboten dürften besonders die mehr als 100 Millionen chinesischen Mittelständler sein. Die NH Hotel Group ist mit ihrer strategischen Planung ideal aufgestellt, um von genau dieser Entwicklung auf dem chinesischen Markt zu profitieren.“

Aktuell ist im Rahmen des Joint Ventures die Eröffnung von zwei NH Hotels in Sanya und Haikou in der Provinz Hainan für die zweite Jahreshälfte 2016 geplant. Das NH Sanya Phoenix International Airport wird über 334 Zimmer verfügen, während das NH Haikou Meilan International Airport mit 1.001 Zimmern das größte als NH Hotel betriebene Hotel der Welt sein wird. Generelles Ziel bis Ende des Jahres ist der Ausbau des Hotelportfolios auf insgesamt 10 bis 20 Hotels. Dafür werden bereits mögliche Standorte in Peking, Schanghai und Hangzhou erkundet sowie das Potenzial weiterer wichtiger chinesischer Städte untersucht. Bisher verzeichnen die Marken NH Hotels und NH Collection in China eine hohe Akzeptanz.

Markland Blaiklock, Geschäftsführer von NH China und CEO des Joint Ventures, ergänzt: „Wir sind unseren Aktionären dankbar und sehr stolz darauf, in China aktiv zu werden und so eine solide Grundlage für die Weiterentwicklung unserer eigenen Marken zu schaffen.“

Chinesischer Markenname der NH Hotel Group

„Nuo Han“ ist das Ergebnis umfangreicher Marktforschung und interner Diskussionen. Das Zeichen „Nuo“ symbolisiert das Versprechen der NH Hotel Group, die Erwartungen ihrer Gäste jederzeit mit Aufrichtigkeit und Leidenschaft zu erfüllen. „Han“ wiederum bedeutet so viel wie „höher fliegen“ oder nach „Höherem greifen“ und verspricht Geschäfts- als auch Städtereisenden außergewöhnliche Erlebnisse. Der neue Name steht im Einklang mit der Verpflichtung der Hotelgruppe, der Kundenzufriedenheit stets höchste Priorität zukommen zu lassen.

Im Rahmen der Expansionsplanung wird die Hotelgruppe auch in den kommenden Jahren ihr gesamtes Hotelportfolio über alle Marken hinweg in den aktuellen Märkten kontinuierlich ausbauen. In China wird **NH Collection** künftig unter der Marke „Jing Xuan“ betrieben, was so viel wie „hervorragende Wahl“ bedeutet. Der Name vermittelt im Chinesischen das, wofür NH Collection steht: ein außergewöhnliches Erlebnis zu bieten und die Erwartungen der Gäste zu übertreffen.

Über die HNA Hospitality Group

Die HNA Hospitality Group wurde 1997 als Tochtergesellschaft der HNA Group gegründet. Seitdem konnte sich die Hotelgruppe mehrere Auszeichnungen sichern und wurde unter anderem als wettbewerbsfähigste nationale Hotelmarke in die Top 300 der weltweiten Hotelgesellschaften aufgenommen sowie als beste Hotelbetreibergesellschaft in China ausgezeichnet.

Über die NH Hotel Group

Die NH Hotel Group (www.nh-hotels.de) ist die fünftgrößte Business-Hotelgruppe in Europa und betreibt zurzeit über 380 Hotels mit fast 60.000 Zimmern in 29 Ländern in Europa, Amerika und Afrika – und das in den Top-Destinationen wie Berlin, Madrid, Amsterdam, Brüssel, London, Buenos Aires, Rom, Wien, Bogota, Mexico City, Barcelona, Frankfurt und New York.

Pressekontakt:

Unternehmenskontakt:

Ketchum Pleon GmbH
Britta Werner/Susanne Dopp
T: +49 69 24286-165 / -310
F: +49 69 24286-250
nh-presse@ketchumpleon.com

NH Hotel Group
Maxi Schumacher
Senior Communication Manager – CE
Berlin
m.schumacher@nh-hotels.com



nhow

Hesperia
RESORTS



Federico J. González Tejera,
CEO der NH Hotel Group



Von links nach rechts:
Federico J. González Tejera (CEO NH Hotel
Group), HE Mr. Manuel Valencia (spanischer
Botschafter in der VRChina) and Haibo Bai
(Vorsitzender der HNA Hospitality Group)

Social Media

Facebook | Twitter | Blog | YouTube



Für weitere Informationen und Bildmaterial stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Pressekontakt:

Ketchum Pleon GmbH
Britta Werner/Susanne Dopp
T: +49 69 24286-165 / -310
F: +49 69 24286-250
nh-presse@ketchumpleon.com

Unternehmenskontakt:

NH Hotel Group
Maxi Schumacher
Senior Communication Manager – CE
Berlin
m.schumacher@nh-hotels.com