

IHG will Wachstum in Europa vorantreiben

Ein neues Sales Team bei der InterContinental Hotels Group soll die Wachstumschancen auf dem europäischen Markt fördern.



Das Hôtel InterContinental Genève.

Bild: swisshoteldata.ch / hotelleriesuisse

Die IHG (Intercontinental Hotels Group) kündigt die Umstrukturierung des europäischen Sales Teams an. Die neue Struktur orientiere sich an wichtigen Marktchancen und werde langfristig zu schnellerem Wachstum auf dem gesamten europäischen Markt führen, schreibt das Hotelunternehmen in einer Mitteilung. Das neue Team unter der Führung von Debbie Male, Head of Sales für Europa, sitze in den europäischen IHG-Geschäftsstellen und stärke von dort aus den Verkauf sowie die B2B-Präsenz der IHG in den jeweiligen Märkten.

Dieser Schritt orientiert sich laut dem Unternehmen an den branchenführenden Gewinnerträgen der IHG im Gruppen- und Tagungsgeschäft für Hoteleigentümer, mit dem Ziel, das Geschäft mit Bestandskunden auszubauen, Neugeschäft zu generieren und den Gewinn weiter zu erhöhen. Die neue Struktur soll sicherstellen, dass Mitglieder des Sales Teams über die richtigen Voraussetzungen und Sprachkenntnisse für den jeweiligen Markt verfügen. Neben dem Ermitteln von Neugeschäft werde das Team weiterhin eng mit neuen und bestehenden Partnern zusammenarbeiten, um den Umsatz langfristig zu steigern.

Einführung von neuen Marken geplant

Jean-Charles Denis, VP Commercial, Europe, erklärt: «Durch die Weiterentwicklung unseres existierenden Portfolios und die Einführung neuer, attraktiver Marken gewinnt das Wachstum der IHG in ganz Europa weiter an Schwung. Unser neues Sales Team in Europa wird eine entscheidende Rolle dabei spielen, Neugeschäft zu ermitteln und die Ertragssteigerung für unsere Hoteleigentümer in Europa weiter voranzutreiben.»

Debbie Male, Head of Sales, Europe, kommentiert: «Unser Portfolio in Europa besteht aus starken Marken und Immobilien, die unseren Kunden hervorragende Optionen für Gruppengeschäft, Meetings und Konferenzen bieten. Die neue Teamstruktur ermöglicht es uns, noch mehr Vorteile für unsere Kunden zu schaffen. Wir freuen uns schon jetzt darauf, gemeinsam mit unseren Partnern die Umsatzentwicklung für alle Beteiligten zu beschleunigen.»

Die Umstrukturierung erfolge zu einem spannenden Zeitpunkt für das europäische Geschäft der IHG, schreibt das Unternehmen weiter. Das Geschäft in Europa habe massgeblich dazu beigetragen, die höchste Anzahl an Vertragsabschlüssen und Hoteleröffnungen für die IHG seit zehn Jahren zu erzielen. Weiteres Potenzial für die IHG in Europa liege im starken Wachstum der neuen Upscale-Marke Voco und der neuen Mainstream-Marke Avid, in der Expansion der Luxusboutiquemarke Kimpton Hotels & Restaurants sowie in der kürzlich erfolgten Übernahme der Wellnessmarke Six Senses Hotels Resorts Spas, die Luxus auf höchstem Niveau bietet. (htr)

Publiziert am Freitag, 12. April 2019