

Economy Accommodation Forum

Preiswerthotellerie im Wachstumstrend – Sparpotenziale für Geschäftsreisende und junge Urlauber

Pressemappe

Inhaltsverzeichnis

- Presse-information der Messe Berlin
- Grußwort von David Jones (Director General, WYSE Travel Confederation)
- Pressestatement - Macy Marvel (Professeur der Ecole Hôtelière de Lausanne)
- Marktüberblick - Colette Ambiehl (Senior Consultant, MKG Hospitality Group)
- Pressestatement - Gerard Greene (CEO, YOTEL Ltd.)
- Pressestatement - Oliver Winter (Managing Director, A&O Hostels & Hotels Holding AG)
- Pressestatement - Philippe Weyland (Managing Director, Motel One AG)

Berlin, 05. 03. 2008

www.economy-accommodation-forum.com

ITB 2008 Berlin
5. bis 9. März 2008

 Messe Berlin

PRESSE- INFORMATION

Economy Accommodation Forum: Preiswerthotellerie im Wachstumstrend – Sparpotenziale für Geschäftsreisende und junge Urlauber

Zwei-Sterne-Segment im Blickpunkt: Fachveranstaltung am
05. März, 15 Uhr in Halle 4.1

Berlin, 05.02.2008 – Der Zwei-Sterne-Sektor ist zum am schnellsten wachsenden Marktsegment der Hotellerie geworden. Die den Bereich internationaler Jugendreisen prägenden Übernachtungsangebote globaler Hostel-Netzwerke werden heute auch von Geschäftsreisenden angenommen. Die Trendsetter in der Budget-Hotellerie versprechen neue Sparpotenziale für Business Travel Agenten und Geschäftsreisende. Hochkarätige Vertreter der Hotellerie- und Hostelbranche diskutieren erfolgreiche Marketingkonzepte. Was begeistert den Sparfuchs von heute?

Teilnehmer:

- Gerard Greene (CEO, YOTEL Ltd.)
- Colette Ambiehl (Senior Consultant, MKG Hospitality Group),
- Michael Mücke (Managing Director, Accor Hotellerie Deutschland GmbH)
- Philippe Weyland (Managing Director, Motel One AG),
- Oliver Winter (Managing Director, A&O Hostels & Hotels Holding AG).
- Moderiert wird die Veranstaltung von Macy Marvel (Professeur der Ecole Hôtelière de Lausanne)
- mit einem Grußwort von David Jones (Director General, WYSE Travel Confederation).

Aktuelle Zahlen und Fakten

Einen ersten Eindruck vom Marktsegment Budget-Hotellerie vermittelt die aktuelle STAY WiSE-Studie in der Altersgruppe der Reisenden unter 30*: 1,6 Mrd. Übernachtungen jährlich weltweit, 70% erwarteter Zuwachs zwischen 2005 und 2020, insbesondere in China und Indien (Quelle: Macy Marvel). Aus diesem Grund ist das



Offizielles Partnerland
der ITB Berlin 2008:



Pressekontakt:

Messe Berlin:

Michael T. Hofer
Leiter Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Unternehmensgruppe

ITB Berlin:

Astrid Ehring
Pressereferentin
Messedamm 22
14055 Berlin
Tel.: + 4930 3038-2275
Fax: + 4930 3038-2141
ehring@messe-berlin.de
www.messe-berlin.de

Projektbüro der Messe Berlin

Dr. Heike Bähre
c/o INTEGRON
Tel.: +49(0)30 56044889
Fax.: +49(0)30 56044840
EcAcc@integron.de

Weitere Informationen:

<http://www.itb-berlin.de>
www.itb-kongress.de

Geschäftsführung:
Raimund Hosch
(Vorsitzender),
Dr. Christian Göke
Aufsichtsratsvorsitzender:
Dr. Ralf Corsten
Handelsregister:
Amtsgericht
Charlottenburg, HRB
5484 B

Thema „Preiswert Übernachten“ ("Economy Accommodation") ein Schwerpunkt der ITB Berlin 2008. Aussteller aus der Branche stehen am Mittwoch, den 5. März in Halle 4.1 „Trends and Events“ vor und nach der Veranstaltung sowie an allen anderen Messtagen bis Sonntag, 9. März für Gespräche zur Verfügung.

Weitere Informationen zum Economy Accommodation Forum erhalten Sie im Integron Projektbüro der Messe Berlin (Tel: +49-(0)30-56 044 889, Fax: +49-(0)30-56 044 840 oder per E-Mail: EcAcc@integron.de, www.Economy-Accommodation-Forum.com).

Grußwort von David Jones, Director General, World Youth Student and Educational (WYSE) Travel Confederation

Neue Trends im Beherbergungssektor und zur junges Reisen

Die Unterbringung von jungen Reisenden ist nicht nur eine Frage von billigen Unterkünften. Jugendliche definieren über den Ort, in dem sie übernachten, auch die Kultur des Gastlandes. Hostels bieten dem Sparfuchs auf Reisen sowohl eine sichere, bezahlbare und saubere Unterkunft, als auch eine gesellige Atmosphäre in einer Community an.

Früher, nicht von einer globalen Organisation vertreten, wird dieses wichtige Segment jetzt zum aller ersten Mal von dem neuen Verband **STAY (Safe Travel Accommodation for Youth) WYSE** repräsentiert, der von der WYSE Travel Confederation gegründet wurde.

Die erste Priorität für STAY WYSE war die globale 'Why Youth Travel Accommodation Matters' Studie durchzuführen, um die Größe dieses einzigartigen Segments genauer einschätzen zu können.

Wichtige Trends, die von STAY WYSE offenbart wurden:

- Junge Reisende geben heutzutage 40% mehr Geld aus als noch vor 5 Jahren.
- Das Jugendbeherbergungsegment erlebt einen phänomenalen Wachstumstrend. Das Segment macht bereits 5% der globalen Beherbergungsindustrie aus.
- Im Jahre 2006 haben 50% der Hostels weltweit ihre Kapazitäten ausgeweitet. Nun beträgt die durchschnittliche Gesamtzahl von Betten pro Hostel in Westeuropa 117.
- Viele Hostels investieren in Renovierung und Verbesserung von Anlagen und Einrichtungen, um den lukrativen 'Flashpacker'-Markt anzulocken.

Die Jugendherbergungsindustrie ist...

Ein wertvoller globaler Markt, dessen Wert laut Prognosen von US\$7,4 Milliarden (2005) auf etwa US\$12 Milliarden bis 2020 wachsen wird.

Backpacker mit größeren Budgets reisen

Viele Hostels stellen ihr Angebot von Mehrbettzimmern mit Etagenbetten auf Einzelzimmer mit Bad/Dusche und WC um. Außerdem konzentrieren sie sich auf eine stärkere Präsenz in der Stadtmitte, um den wachsenden 'Flashpacker'-Markt anzulocken. In diesem Markt weitaus kürzer, aber öfter, gereist.

Ein verbundener Markt

Die Verwendung von Web 2.0-Technologie für Buchungen und Kundenbewertungen hilft zur Verbesserung der Qualität und Rentabilität in vielen Hostels. Durch die Platzierung von Hostels neben preiswerten Hotels verschwimmen die Grenzen zwischen diesen Segmenten.

Ein sich ausbreitendes Netzwerk

Das globale Netzwerk von selbstständigen Hostels verbreitet sich schnell. Die circa 15.000 Hostels im Jahre 2005 (Travelfat) machen jetzt zwei Drittel aller Hostels weltweit aus.

„Unsere Forschung stellt fest, dass die Jugendbeherbergungsindustrie gegenwärtig eine dramatische Veränderung in Angebot und Nachfrage erfährt. Hostels weltweit erweitern ihre Kapazität und Anlage, um sich attraktiver auf den neuen Märkten zu präsentieren. Außerdem ist es ihr Ziel, die großen Web 2.0-Entwicklungen erfolgreich zu integrieren und umweltfreundlicher zu werden“.

David Jones, Director General, WYSE Travel Confederation.

*****Pressecommuniqué*****

Wachstum im Budget Hotel Sektor - Geschäftsreisen werden günstiger

Im Sektor der 'Economy' oder 'Budget' Hotels erwartet man für die nächsten zwei Jahre starke Wachstumsraten, da weltweit sowohl Geschäfts- als auch Freizeitreisende in einem wirtschaftlich schwächeren Umfeld günstiger reisen werden.

Das Budget-Hotel-Format stammt ursprünglich aus den USA, doch einheitliches Branding' und einfache, standardisierte Unterkünfte sind jetzt auf der ganzen Welt im Trend.

In Europa hat Frankreich bereits ein dichtes Netz derartiger 'Budget' Herbergen. Grossbritannien und Deutschland bauen das Angebot ständig aus. In Spanien und Italien steckt die Entwicklung jedoch noch in der Anfangsphase.

Travelodge UK hat im November 2007 Investitionen von 1 Milliarde € angekündigt, sie sollen bis 2020 in 100 Projekte in Spanien fließen.

In einigen 'BRIC' Ländern ist das Wachstumspotential für 'Budget' Hotels beachtlich. Dies betrifft u. A. China, wo die Anzahl der 'Economy' Hotels von 166 im Jahr 2004 auf 1'698 Ende Dezember 2007 geklettert ist. Auch in Indien zeichnet sich eine ähnliche Entwicklung ab, dort werden zurzeit 8,500 Zimmer der 'Budget' Sparte fertig gestellt.

Internet Buchungen steigen rapide an: bei Travelodge UK wird jetzt zu 80% online gebucht.

Unsere Gäste:

Colette Ambiehl, Senior Consultant der Pariser MKG Hospitality Group,

Gerard Greene, CEO Yotel Ltd., Erfinder des ersten 'Capsule' Hotels,

David Jones, Director General, World Youth Student and Educational (WYSE) Travel Confederation

Michael Muecke, Managing Director, Accor Hotellerie Deutschland, die führende Hotelgruppe Deutschlands,

Philippe Weyland, Managing Director, Motel One AG, eine stark expandierende 'Budget' Hotelkette mit grossen europaweiten Expansionsplänen,

Oliver Winter, Managing Director, A&O Hostels & Hotels Holding AG.

Moderator:

Macy Marvel, Professor an der Ecole hôtelière de Lausanne und Autor der Mintel-Studie "Budget Hotels in Europe" report, und zahlreicher Berichte zum internationalen Hotelmarkt.

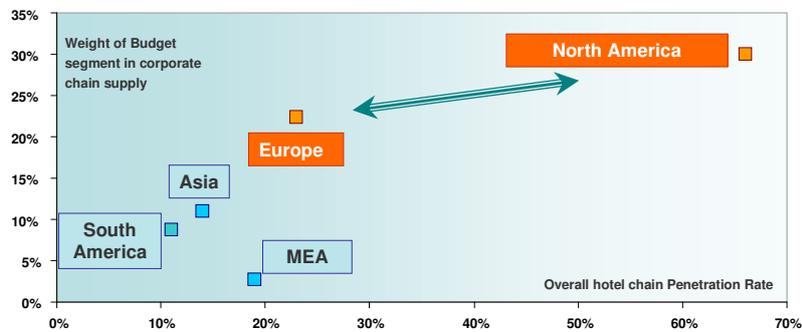
Macy Marvel, Professor, Ecole hôtelière de Lausanne
8. Februar 2008

Economy Hotel Supply in Europe



Progress in the development cycle

- Two main criteria that assess the product cycle of a hotel market:
 - Total market share of hotel chains against total supply
 - Proportion of Budget hotels against total supply of hotel chains
- Opportunities for development still exist for hotel chains in the European market

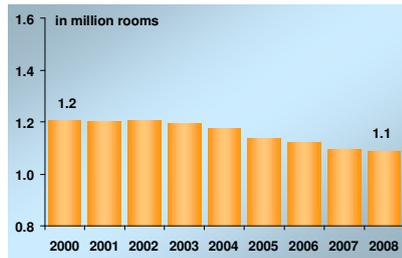


Source: MKG Hospitality Database

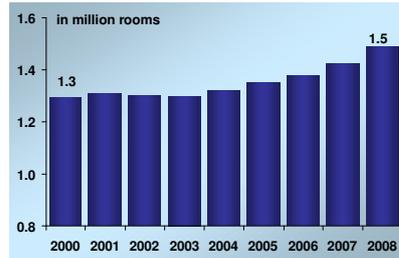
Trend of independent hotel supply per category

- A noticeable trend in key European markets is the decline of independent Budget hotels: -1.3% annually since 2000.

Independent Budget Supply



Independent Midscale and Upscale supply



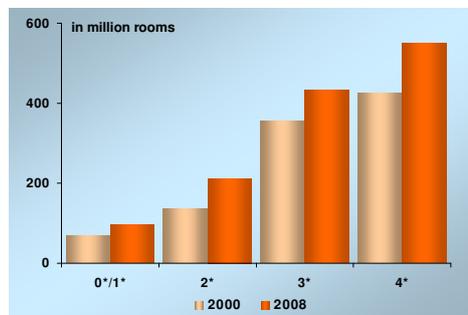
Source: MKG Hospitality Database

* Calculation based on 7 countries: France, Germany, United Kingdom, Spain, Italy, Belgium, Netherlands, or 73% of overall supply in the EU.

Trend of corporate hotel chain supply per category

- The 4-star segment benefited most from an overall increase in room volume. In 2008, the 4-star segment constituted almost half of the corporate chain hotels created (approximately 26,000 rooms).
- Dynamic growth was also recorded in the 0-1 and 2-star segments.

Corporate hotel chain supply

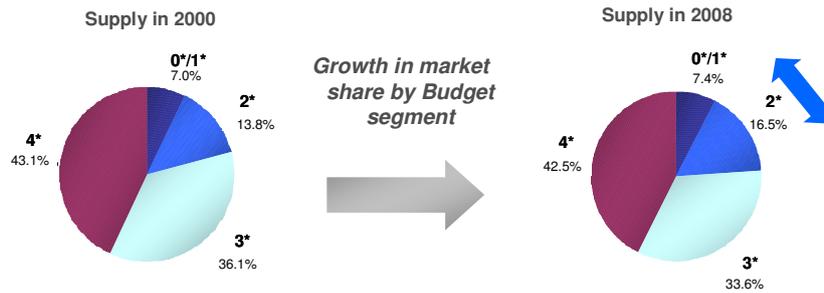


Source: MKG Hospitality Database

Category	Annual average variation	Growth rate 2008
0*/1*	+4.2%	+5.0%
2*	+5.8%	+3.4%
3*	+2.5%	+0.6%
4*	+3.3%	+2.2%
Total	+3.5%	+2.0%

Trend of corporate hotel chain supply per category

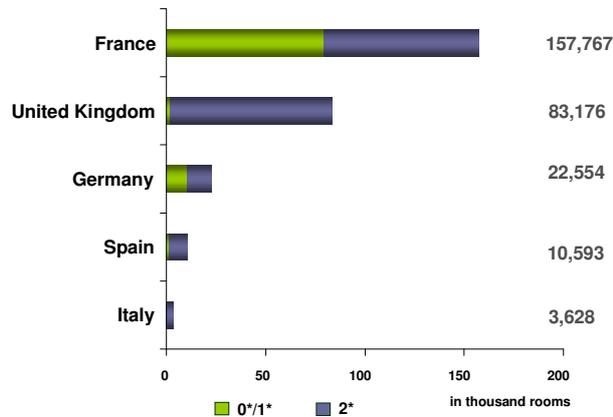
- In spite of the progress of the 4-star supply in volume, the 2-star segment achieved the largest growth in market share over the last 8 years.



Source: MKG Hospitality Database

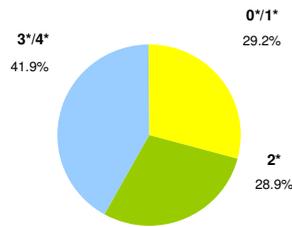
Corporate chain Budget supply in major European markets

Corporate chain supply in 2008 – Budget hotels

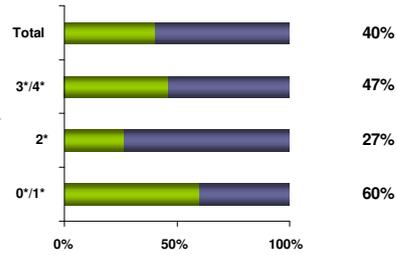


Breakdown per category and penetration index of chains in France

Breakdown per category of Corporate hotel chains in 2008



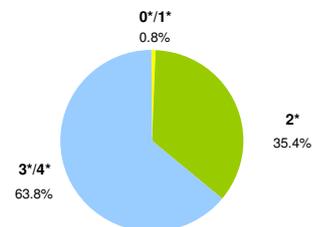
Estimation of corporate hotel chain penetration rates in 2008



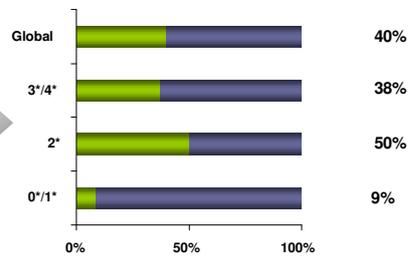
Source: MKG Hospitality Database

Breakdown per category and penetration index of chains in the United Kingdom

Breakdown per category of Corporate hotel chains in 2008



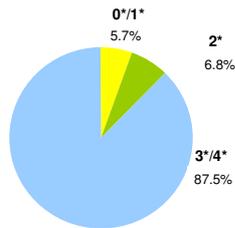
Estimation of corporate hotel chain penetration rates in 2008



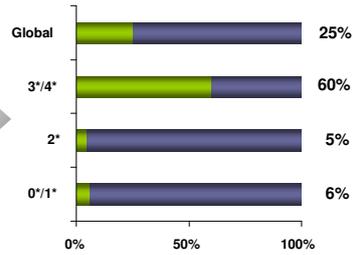
Source: MKG Hospitality Database

Breakdown per category and penetration index of chains in Germany

Breakdown per category of Corporate hotel chains in 2008



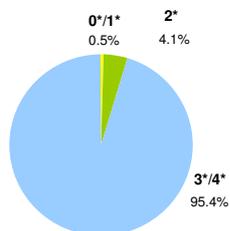
Estimation of corporate hotel chain penetration rates in 2008



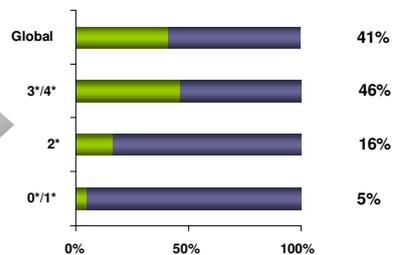
Source : MKG Hospitality Database

Breakdown per category and penetration index of chains in Spain

Breakdown per category of Corporate hotel chains in 2008



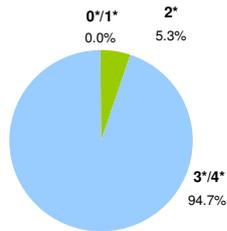
Estimation of corporate hotel chain penetration rates in 2008



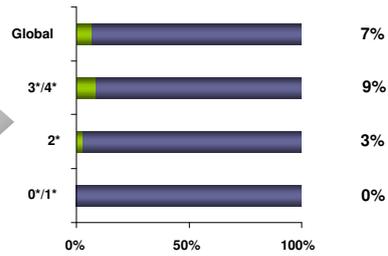
Source: MKG Hospitality Database

Breakdown per category and penetration index of chains in Italy

Breakdown per category of Corporate hotel chains in 2008



Estimation of corporate hotel chain penetration rates in 2008

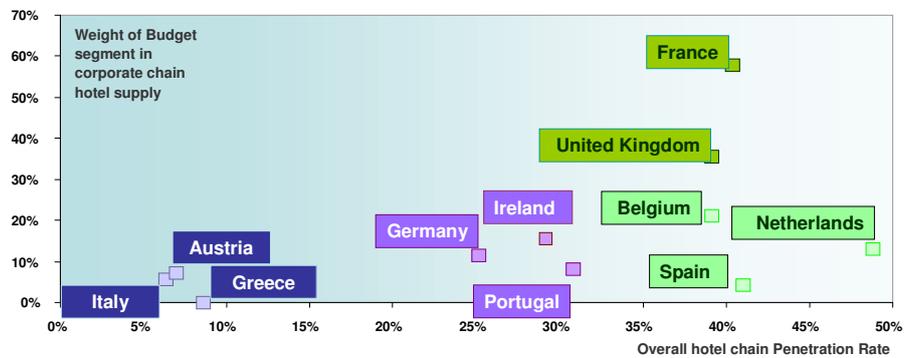


Source: MKG Hospitality Database

Maturity of European markets

Western European markets: Greece, Austria and Italy revolve around a leisure hotel market, thus retain a marginal share of chain hotel supply

- Penetration rates are very weak as overall independent hotel supply is high
- Chain hotel supply is limited to 3- and 4-star properties

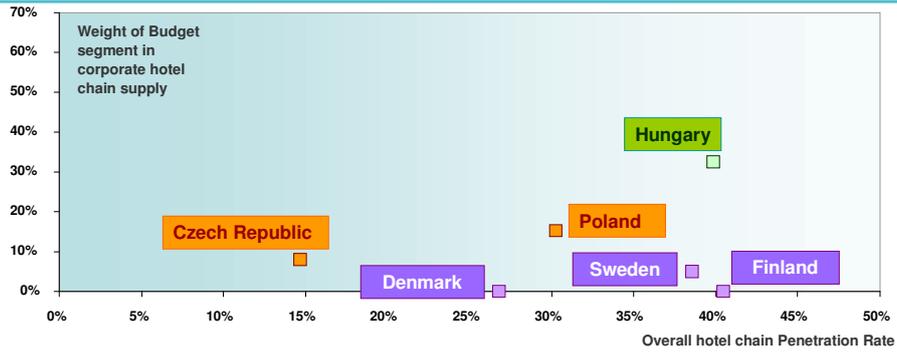


Source: MKG Hospitality Database

Maturity of European markets

Eastern and Northern European markets:

- Corporate chains have a strong presence in Northern Europe, developing almost exclusively Midscale and Upscale products.
- Hotel chains are slowly entering Eastern European markets and developing Budget products (particularly in Hungary – the most developed market)

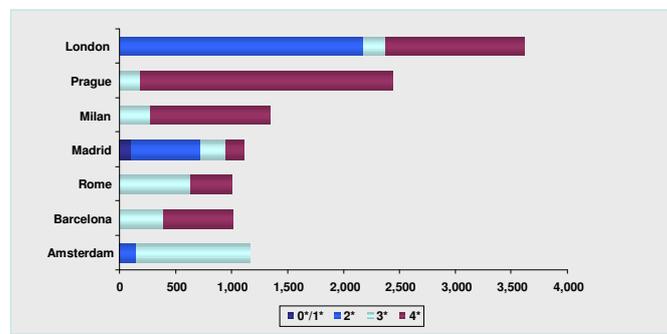


Source: MKG Hospitality Database

Hotel chain supply in key European cities

- London and Prague recorded the largest number of chain hotel developments in 2007

Development in major European cities – 2007
(number of hotel chain rooms created)



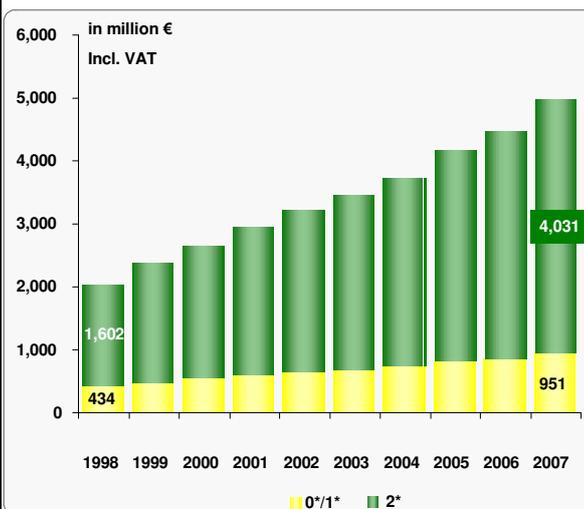
Source: MKG Hospitality Database

Top 10 Budget hotel chains in Europe - 2008

Rank 08	Rank 07	Chains	Groups	Hotels in 2008	Rooms in 2008	Change
1	1	- IBIS	ACCOR	641	67,112	1.9%
2	2	- PREMIER INN	WHITBREAD	505	34,424	11.0%
3	3	- ETAP HOTEL	ACCOR	365	30,159	8.4%
4	5	- CAMPANILE	GROUPE DU LOUVRE	382	24,220	1.6%
5	4	- FORMULE 1	ACCOR	315	23,289	-2.7%
6	6	- TRAVELODGE	TRAVELODGE	331	22,375	17.4%
7	7	- EXPRESS BY HOLIDAY INN	IHG	178	18,780	9.7%
8	8	- PREMIERE CLASSE	GROUPE DU LOUVRE	219	15,614	3.0%
9	11	- B&B	GROUPE B&B	193	14,037	61.2%
10	10	- KYRIAD	GROUPE DU LOUVRE	208	11,781	3.8%

• The sharp increase in number of rooms for the B&B brand is explained by the acquisition of Villages Hotels group in 2007.

Room turnover in Budget category



- A linear progression of room turnover throughout Europe since 1998.
- +9.1% average annual growth for the 0- and 1-star segments.
- +10.8% average annual growth for the 2-star segment.



YOTEL

YOTEL bringt eine neue Dimension zum Hotelmarkt mit seiner charakteristischen YO! Formel von Innovation und Unterhaltung. Das YOTEL-Konzept verwendet die Sprache des Fluglinienreisens und bietet ein Business-Class-Erlebnis von nur £25. Der Prototyp wurde von Priestman Goode konzipiert, der Airbus geholfen hat, die Ausstattung des Doppeldeckerflugzeugs der Zukunft zu definieren. Die „Kabinen“ sind 10m², die bewegenden Doppelbetten erhalten. Des Weiteren findet man dort raffinierte Beleuchtung, Klappschreibtische, Monsun-Dusche, Flachbildschirm-Fernseher und drahtlose Internet-Verbindung. Kabinen können ab vier Stunden gebucht werden, damit verspätete Fahrgäste, und Fahrgäste, die umsteigen müssen, sich privat in einer Hotelumgebung entspannen können. YOTEL ist jetzt im Südterminal auf Londons Gatwick Flughafen geöffnet und macht seit Ende Juni 2008 sehr gutes Geschäft. Ein weiteres YOTEL wurde Dezember 2007 im London Heathrow Terminal 4 eröffnet. Das erste internationale YOTEL wird Anfang 2008 im Schiphol Flughafen, Amsterdam, eröffnet. Die Expansion in anderen bedeutenden Flughäfen und Großstädten ist bereits weltweit im Gang.



PRESSEMITTEILUNG

A&O beim Economy Accomodation Forum auf der ITB 2008

Auf der Internationalen Tourismus Börse wird in diesem Jahr erstmalig am 5. März 2008 um 15 Uhr in Halle 4.1, Stand 100 das Economy Accommodation Forum zum Thema „Preiswerthotellerie im Wachstumstrend – Sparpotentiale auf Geschäftsreisen“ stattfinden. Moderiert wird die Veranstaltung von Macy Marvel, Professeur an der Ecole hôtelière de Lausanne. Zu Gast ist auch Oliver Winter, General Manager von A&O HOTELS and HOSTELS. „Unsere Gäste haben ein starkes Bewusstsein für das, was sie bei ihrer Reise brauchen, entwickelt. Wer einen Städtetrip macht, ist sowieso den ganzen Tag unterwegs, da braucht es bei unseren Kundinnen und Kunden kein Fünf-Sterne-Hotel zu sein. Außerdem geht es unseren Gästen weniger ums Sparen, als um das Community-Erlebnis. Das gilt sowohl für junge als auch für jung gebliebene Menschen“, erklärt Oliver Winter.

Viele Geschäftskunden sind den ganzen Tag bei ihren Kunden oder auf einer Messe unterwegs und suchen sich deshalb öfter gezielt ein Low-Budget-Hotel aus. Auch damit lässt sich die Tatsache erklären, dass es sich bei der Budget-Hotellerie um das am schnellsten wachsende Beherbergungssegment handelt. „Unsere Häuser sind eine Mischform der klassischen Hotelkategorien: Unser Service mit einer 24-Stunden besetzten Rezeption und einem Concierge-Service wie in der gehobenen Hotellerie wird mit einem Budget-Übernachtungsprodukt ergänzt“, erklärt Oliver Winter.

A&O HOTELS and HOSTELS haben als größte Hostelkette in Europa sowohl Geschäfts- als auch Privatkunden viel zu bieten: Mit neun Standorten und rund 5.000 Betten in Berlin, Dresden, Hamburg, München und Prag ist für alle etwas dabei. In 2008/2009 runden neue Häuser in Leipzig, Düsseldorf und Wien das Angebot von A&O ab. Weitere Informationen finden interessierte Leserinnen und Leser unter Free Call 0800 – 222 67 14 oder www.aohostels.com .

Kontakt für die Redaktionen:

A&O HOTELS & HOSTELS Holding AG

Oliver Winter

- General Manager -

Weinbergstr. 21 - 31

16259 Beiersdorf - Freudenberg

fon +49 (0)30 80 94 7 - 5012

fax +49 (0)30 80 94 7 - 5091

oliver.winter@aohostels.com

www.aohostels.com

Impressum:

Holding AG, Weinbergstrasse 21-31, 16259 Beiersdorf-Freudenberg,

Aufsichtsratsvorsitzender: Michael Kluge, Vorstand: Oliver Winter (Vors.), Michael Rehberg

A&O HOTELS and HOSTELS

Registergericht Frankfurt (Oder), HRB 10046FF,



HOSTEL

HOTEL



A&O benefits:

- Karaoke nights
- Wii Lounge
- Childcare
- Sauna
- Tickets
- Bars
- A&O Inhouse Magazine
- Tours
- Meeting point for the young and young at heart





HOSTEL

HOTEL



**9 HOTELS and HOSTELS
already in 5 cities:**

- 3x Berlin
- 1x Dresden
- 2x Hamburg
- 2x Munich
- 1x Prague

**New openings in 2008 /
2009:**

- 1x Duesseldorf
- 1x Leipzig
- 1x Vienna

to be continued...

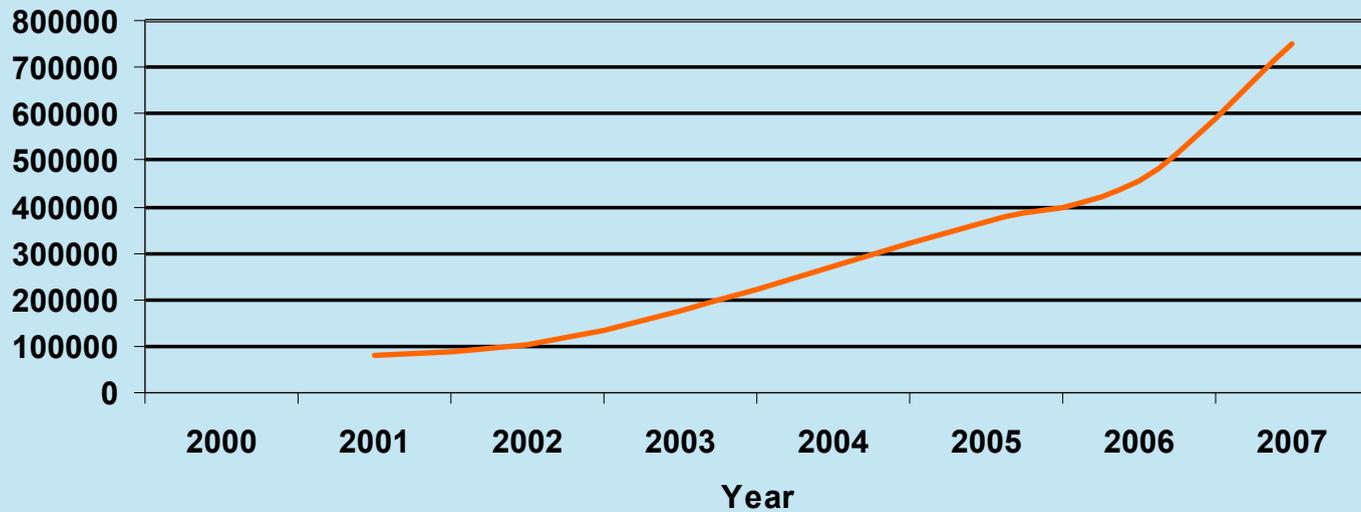


HOSTEL

HOTEL



Number of accommodation



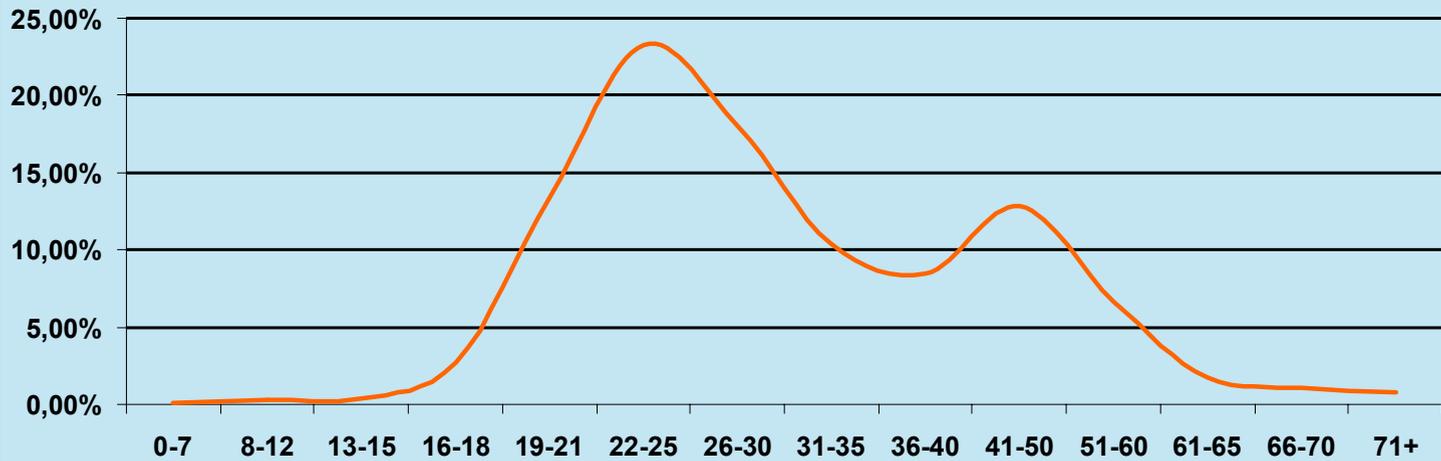


HOSTEL

HOTEL



Average age



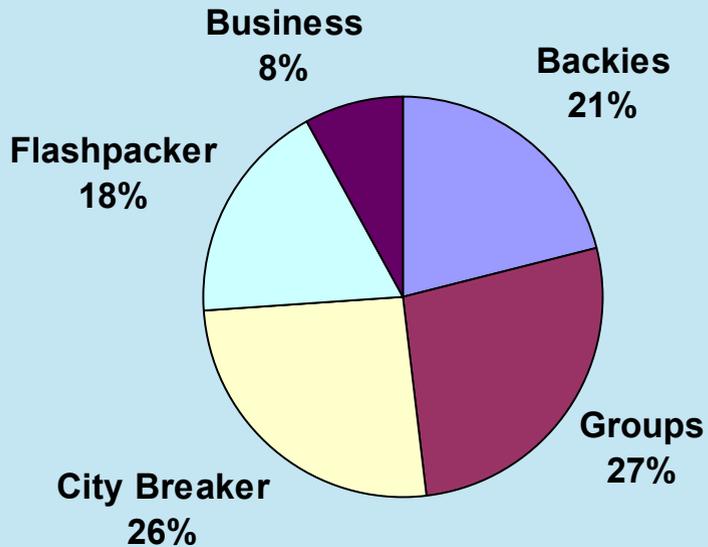


HOSTEL

HOTEL



Customer demographics



Motel One

Die Motel One Gruppe wurde 1999 gegründet und hat sich bereits erfolgreich als preiswerte Design-Hotelkette in Deutschland platziert. Motel One hat seinen Sitz in München und betreibt gegenwärtig 19 Hotels mit insgesamt 2.700 Zimmern. Verträge wurden bereits unterschrieben, um das zukünftige Wachstum der Firma mit 35 Hotels und mehr als 7.500 Zimmern zu versichern.

Motel One hat soviel Erfolg aufgrund Ihres Konzeptes: angeboten werden gut-ausgestattete Hotel-Unterkünfte in zentrumsnahen Orten, immer mit niedrigen Preisen. Diese systematische Einstellung zum Geschäft ist entscheidend sowohl für weiteren finanziellen Erfolg, als auch für zukünftige Wachstumspläne.

Motel One ist eine dynamische Firma, die zurzeit ein robustes Wachstum erlebt. Die Firma wird von einem tief-erfahrenen Management-Team geführt, das eine besonders moderne und spannende Vorgehensweise bei dem Budget-Hotel-Markt hat.

Gäste bekommen ab €49 Doppelzimmern mit Klimaanlage, W-LAN, Flachbildschirmfernseher und ein Badezimmer in schwarzem Granit ausgestattet mit „Monsoon-Dusche“. Zusätzlich zum Angebot ist die One-Lounge, die gleichzeitig als Empfangshalle, Frühstücksounge und Bar mit kostenloser W-LAN-Verbindung dient. Weitere Informationen finden Sie unter www.motel-one.com.