



PRESSEMITTEILUNG

A-Rating für GOLD INN Gruppe mit der Marke DORMERO Höchster Neueinsteiger im TREUGAST Investment Ranking 2010

Berlin, 04. Oktober 2010

Das TREUGAST Investment Ranking 2010 untersucht die Performance der 68 wichtigsten Hotelgesellschaften in Deutschland und stellt in der Mitte Januar 2011 erscheinenden Ausgabe erstmals über 30 Newcomer vor. Höchster Neueinsteiger unter den Newcomern ist die GOLD INN Gruppe mit der Marke DORMERO. Auf Anhieb erreichte sie das A-Rating als Garant für „überdurchschnittliche Investitionssicherheit“.

Das seit elf Jahren jährlich von der TREUGAST Solutions Group, einem der europaweit führenden Branchen-Spezialisten und Beratungsunternehmen für Hotellerie, Gastronomie und Touristik, durchgeführte Investment Ranking basiert auf vielschichtigen Kriterien. So wurden insgesamt 213 Kriterien in 38 Kriteriengruppen herangezogen, die in sechs Dimensionen zusammengefasst werden: Bilanzanalyse, Operative Performance, Portfolioanalyse, Strategie, Reservierungssystem sowie Contracting & Partnership.

Seit vielen Jahren gilt das Investment-Ranking der TREUGAST Solutions Group als Zuverlässigkeitsbarometer für die Performance-Bewertung der großen Hotelgesellschaften. Es stellt den Betreiber in den Mittelpunkt und ist zukunftsorientiert ausgerichtet.

Die Berliner GOLD INN Gruppe mit 50%iger Beteiligung der INTRO Group des erfolgreichen Unternehmers Rudolf Wöhrl und unter Führung von Aleksej Leunov, Peter Oncken und Michael Struck überzeugte die Analysten gleich zweifach. Mit der neugeschaffenen Marke DORMERO und mit einem sehr ausgefeilten Unternehmenskonzept als Ausgangsbasis für das weitere Wachstum.

„Wir freuen uns sehr über das A-Rating für die GOLD INN Gruppe und unsere neue Marke DORMERO“, so Aleksej Leunov, Gründer und Geschäftsführer der Gold Inn Gruppe, „gleichzeitig sehen wir das Ergebnis als Bestätigung und Anreiz für den weiteren Ausbau unseres zentralen Managementkonzeptes.“

Neben der zentralen Steuerung basiert das Unternehmenskonzept der Gold Inn Gruppe auf einem hohen Maß an Standardisierung von Abläufen und Prozessen. Dies ermöglicht den einzelnen Hotels die Fokussierung auf das Wichtigste – den Service am Gast.

Besonderes Augenmerk liegt bei DORMERO auf dem guten Schlaf der Gäste, daher auch der Name – abgeleitet vom lateinischen Wort für Schlafen „dormire“. Ein eigenes DORMERO-Schlaf-System wurde entwickelt. Ein weiterer Fokus liegt auf der technisch perfekten Ausstattung der Zimmer. Besonders innovativ präsentiert sich das neue DORMERO Hotel Hannover erstmals auf allen Zimmern mit Double Screens, iPod-Docking Stations, einem Soundsystem und einem Beleuchtungssystem mit individuell einstellbaren Lichtstimmungen.

Internet, Filme und Getränke auf dem Zimmer sind bei DORMERO grundsätzlich kostenfrei.

DORMERO ist eine Marke mit Wachstum. Die GOLD INN Gruppe betreibt unter der Marke DORMERO bereits sehr erfolgreich Häuser in Hannover, Halle/Leipzig, Plauen und Nürnberg/Reichenschwand. Bereits Anfang 2011 eröffnet mit 93 Zimmern ein weiteres DORMERO Hotel in Dresden, im August 2011 mit 148 Zimmern das DORMERO Frankfurt am Main und im Jahr darauf folgt mit 265 Zimmern ein weiteres Haus in Berlin. Insgesamt 20 DORMERO Hotels sollen es in den nächsten fünf bis zehn Jahren werden, allesamt in Deutschland.

„Alle DORMERO Hotels werden sich durch einheitliche Produktqualität und Servicestandards auszeichnen. Unsere Gäste sollen sicher sein dürfen, was sie erwartet“, erläutert Michael Struck, Geschäftsführer der Gold Inn Gruppe, die strategische Planung. „In Sekundärdestinationen wollen wir das beste Hotel am Platz sein. In Primärdestinationen die beste Alternative.“

- ENDE -

Buchungshinweise:

www.dormero.de

Pressekontakt:

GOLD INN AG, Bundesallee 39-401, D-10717 Berlin

Ansprechpartner: Christian Drewes

Tel.: +49 30 20 21 3 – 223, presse@gold-inn.de