

PRESSEMITTEILUNG

Motel One setzt auf Zentralität – und bietet damit optimale Voraussetzungen für Geschäftsreisende in Deutschland

Die [Karte des Monats](#) von Nexiga zeigt, wie die Hotel-Ketten Motel One, Maritim und Dorint Business in Deutschland verteilt sind und wie günstig die Lage der Hotels bezogen auf die Firmenverteilung im direkten Umkreis ist

Bonn, 6. Juni 2018_ Die Anzahl der Geschäftsreisen in deutschen Unternehmen wächst seit Jahren kontinuierlich: Waren es im Jahr 2012 laut Statista noch 166 Millionen Geschäftsreisende, waren im Jahr 2016 bereits über 183 Millionen Menschen auf Geschäftsreise - Tendenz steigend. Gleichzeitig wächst die Anzahl der geschäftsbedingten Übernachtungen: 2016 waren es 74 Millionen. Im Vorjahr waren es dagegen noch 68 Millionen Übernachtungen. Das Geomarketing-Unternehmen Nexiga hat daher in der aktuellen [Karte des Monats](#) die Hotel-Ketten Dorint Business, Maritim und Motel One in Bezug auf die Anzahl der umliegenden Firmen, die fußläufig in 15 Minuten erreichbar sind, analysiert. Und zeigt auf, welche der betrachteten Hotels in den deutschen Städten sich zumindest theoretisch am besten für Geschäftsreisende hinsichtlich der Distanz zu Firmen eignen. Meist werden Hotels ohnehin nach Verfügbarkeit, Budget sowie Präferenzen ausgewählt.

Motel One bietet die meisten Standorte mit Nähe zu Firmen

Geschäftsreisende, die sich für Motel One entscheiden, haben die größte Chance „ihr“ Unternehmen in 15 Minuten Gehzeit zu erreichen: Mit seinen 45 Standorten in der Bundesrepublik, befinden sich durchschnittlich 2.295 Firmen nahe der Hotel-Kette. Das liegt hauptsächlich an der meist sehr zentralen Lage der Motel-One-Standorte. Deutlich weniger kann bei den 32 Maritim-Standorten erwartet werden. Hier befinden sich insgesamt lediglich 1.150 Firmen in der Nähe der Hotels. Dorint Business mit seinen 31 Standorten schneidet am schlechtesten ab – in Gehdistanz sind insgesamt nur 757 Firmen angesiedelt.

Verteilung der Standorte in Deutschland

Mit Blick auf die Deutschland-Karte fällt auf: Motel-One-Hotels sind vermehrt in zentralen sowie norddeutschen, Städten wie Leipzig, Düsseldorf, Essen, Bremen, Hamburg, Lübeck, Rostock und Berlin vorzufinden. Die Hotel-Ketten Maritim und Dorint Business sind mit ihren Standorten hauptsächlich südlich der genannten Städte angesiedelt. Beispielsweise in München, Nürnberg, Stuttgart und Mannheim. Lediglich Berlin, Frankfurt am Main, Wiesbaden und die Metropolregion Rhein-Ruhr sind für Geschäftsreisende aller Hotel-Ketten gut an Firmen angebunden.

Es gibt auch Städte, in denen es keine Standorte der betrachteten Hotelketten gibt. Dazu gehören unter anderem Karlsruhe, Ingolstadt, Regensburg, Koblenz, Münster sowie Hannover, Wolfsburg und Braunschweig. Hier müssen sich Geschäftsreisende anderweitig umschauen.

Die in dieser Karte dargestellten Ergebnisse können direkt in die Planung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten einfließen. Auch unternehmerische Entscheidungen – etwa die Planung neuer Standorte oder Vertriebswege von Hotels – können mithilfe der Hotel-Karte für Geschäftsreisende gestützt werden.

Quelle der Daten: Eigene Berechnungen von Nexiga, Hotel-Standort der drei Hotel-Ketten.

Über Nexiga

Die Nexiga GmbH ist Pionier und einer der Marktführer für Geomarketing. Mit der zunehmenden Integration von Geomarketing-Komponenten in den Geschäftsprozessen der Unternehmen unterstützt der Full-Service-Anbieter diese in der Planung und Bewertung von Standorten, Vertriebsgebieten, Zielgruppen und der Ermittlung von Marktpotenzialen.

Mit LOCAL® - der ganzheitlichen Geomarketing-Lösung - bietet Nexiga neben einer enormen Datenbasis auch die notwendigen Technologien für detaillierte und passgenaue Analysen: So beschreiben die hausgenauen Daten von LOCAL® Data Standorte anhand von Markt- und Geodaten samt branchenspezifischer Merkmale und liefern damit essentielle Inhalte für genaue Analysen über das Marktpotenzial sowie die Infrastruktur der Standorte vor Ort. Eine systematische Marketing- und Vertriebsplanung ist über die automatische Anreicherung von Datensätzen mit raumbezogenen Informationen durch die Geomarketing-Systeme von LOCAL® Systems möglich. Adressen werden schnell und präzise verifiziert, lokalisiert und dargestellt, so dass sie als Basis für die strategische Marktbearbeitung dienen. Werbe- und Marketingmaßnahmen sind mess- und planbar, weil genau ermittelt werden kann, wo potenzielle Neukunden zu erreichen sind. LOCAL® Competence rundet das Full-Service-Paket von Nexiga ab. Das erfahrene Expertenteam sorgt mit seiner langjährigen Erfahrung und dem gezielten Einsatz von umfassenden Analyse-, Planungs- und Berechnungsmethoden für eine zuverlässige Beratungskompetenz.

Über Geomarketing

„All success is local“: Die räumliche Komponente spielt in der Wirtschaft eine herausragende Rolle und hilft Unternehmen, optimal und effizient zu steuern und strategisch fundierte Entscheidungen mit minimalem wirtschaftlichen Risiko zu treffen. Für die wirtschaftliche Betrachtung und Bewertung eines Marktes macht Nexiga räumliche Zusammenhänge nach den relevanten Parametern für die weitere Bearbeitung transparent und beantwortet zusätzlich durch exakte Geoinformationen und -daten die wichtige Frage nach dem „Wo“. Darüber hinaus gibt der Kompetenzführer für Geomarketing Unternehmen ergänzende Marktinformationen und -daten an die Hand, mit denen sie die für sich interessanten Gebiete nach wirtschaftlichen und soziodemographischen Gesichtspunkten, wie Kaufkraft, Alter, Wohnumfeld oder Produktaffinität noch besser und exakter einschätzen können. Auf dieser Basis erhalten Kunden eine optimale Planungsgrundlage für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen sowie Neukundengewinnung.

Weitere Informationen unter <http://www.nexiga.com>

###

Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager

Pressekontakt:

Christoph Hausel,

wagner@nexiga.com

Tel.: 089 720 137 – 20
nexiga@elementc.de