Best Western launcht neue Lifestylemarken Sadie und Aiden

Best Western Hotels & Resorts hat die Einführung von gleich zwei neuen Boutiquehotel-Marken in Nordamerika angekündigt: Sadie und Aiden. Das Markenangebot der beiden neuen Brands richtet sich an individuelle Hotelbetreiber, die neue oder bestehende Hotels im Lifestyle-Segment mit der Vermarktungspower des globalen Gruppe Best Western stärker am Markt positionieren wollen. Dabei soll die Marke Sadie im Upscale-Segment und die Marke Aiden im Upper Midscale-Segment positioniert werden.

Phoenix / Eschborn, 26. September 2018. Best Western Hotels & Resorts erweitert sein Markenportfolio: Die Hotelgruppe mit rund 4.000 Hotels und elf Marken weltweit kündigt zwei neue Lifestyle-Marken für Nordamerika an: Die Boutiquehotel-Marken Sadie und Aiden wurden nun vorgestellt. Die beiden neuen Markenangebote sollen Hotelentwicklern und Hoteliers mit neuen oder bestehenden Hotels im Lifestyle-Segment die Möglichkeit bieten, ihre Häuser mit Hilfe der Marken neu zu positionieren und mit der Vertriebs- und Markenpower einer globalen Hotelgruppe die wirtschaftliche Performance der Hotels zu verbessern. Während Sadie im gehobenen so genannten Upscale-Segment positioniert werden soll, wird die neue Marke Aiden im oberen Mittelklasse-Segment (Upper Midscale) positioniert werden.

Breites Markenangebot für Betreiber, Entwickler und Investoren

Mit Sadie und Aiden erhöht sich die Zahl der Marken unter der Dachmarke Best Western Hotels & Resorts von elf auf insgesamt 13 Brands. Die Markenfamilie von Best Western Hotels & Resorts vereint weltweit sowohl Full Brands als auch Soft Brands für alle Hotelkategorien. Diese Marken-Diversität der weltweiten Gruppe bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das jeweils passende Markenkonzept für das eigene Haus und Produkt zu nutzen. „Mit unserem breitgefächerten Markenangebot und neuen Marken liefern wir Hoteliers einen außergewöhnlichen Mehrwert. Je nach Bedürfnissen und Erwartungen findet so jeder die passende Marke für sein Haus, seine Zielgruppe und seinen Markt. Die beiden neuen Marken Sadie und Aiden werden allerdings nun vorerst in Nordamerika angeboten“, sagt Best Western Central Europe-Geschäftsführer Marcus Smola.

Individuelles Design am Puls der Zeit

Ganz bewusst bieten beide nun vorgestellten Markenkonzepte eine hohe Flexibilität und Individualität im Designkonzept. Unkonventionelle Hotels mit urbanen und zeitgemäßen Style kommen für die beiden neuen Marken in Frage, Open Space Lobbys, ein Treffpunkt für Gäste und lokale Szene mit einer mutigen Interior-Gestaltung in Zimmern und öffentlichen Bereichen, die aus der Reihe fällt und in kein bestehendes Schema passt. Sadie und Aiden werden kein Design von der Stange und keine einheitliche Gestaltung bieten, sondern können sich von Standort zu Standort unterscheiden, um höchste Individualität und urbanen Flair widerzuspiegeln. „Sadie und Aiden sind schicke, anspruchsvolle und einzigartige Hotelmarken, die den Stil und den Puls der lokalen Umgebung reflektieren und Gästen in jedem Hotel ein Gefühl von Abenteuer und Spaß vermitteln“, kommentierte David Kong, President und CEO von Best Western Hotels & Resorts, die Markeneinführung. „Wir freuen uns, als erste Gruppe in unserer Branche gleich ein Doppel neuer Boutique-Marken auf den Markt zu bringen - Sadie für das gehobene Segment und Aiden für das obere Mittelklasse-Segment. Sowohl Sadie als auch Aiden bieten sowohl unabhängigen Hoteliers als auch Hotelentwicklern mit bestehenden Häusern die Möglichkeit, ihre Häuser auf einzigartige Weise neu zu positionieren. Ein engagiertes Onboarding-Team in den USA wird dafür sorgen, dass diese neu positionierten Hotels schnell in die leistungsstarken Umsatzquellen von Best Western integriert werden, die für einen schnellen

Geschäftsaufschwung sorgen sollen“, wie Kong die geplante Einführung in Nordamerika weiter erläutert.

Innovative Gestaltungselemente statt Hotelstandards

Sadie und Aiden füllen eine Lücke in der **Hotelszene** und geben Entwicklern die Möglichkeit, kreativ zu sein und lokales Flair in ihre Entwürfe zu integrieren, indem sie ein neues oder bestehendes Hotel mit einer modernen Ästhetik unterstützen und mit einer passenden Marke versehen. Die Marken nutzen kreativ Raum und Technik, wobei einige typische Hotelanforderungen entfallen. Im Zentrum jedes Sadie- und Aiden-Hotels befindet sich ein multifunktionaler öffentlicher Bereich mit einem Café oder einer Bar, modernen Sitzgelegenheiten und mobilen Check-in-Möglichkeiten.

Globale Vertriebs- und Markenpower für Lifestyle-Hotels

Wie alle Best Western Marken bleiben auch Sadie und Aiden Hotels unternehmerisch eigenständig und nutzen die weltweiten Marketing- und Vertriebsmaßnahmen der Gruppe für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Die Hotels sind über sämtliche Best Western Buchungskanäle sowie über GDS buchbar. Zudem profitieren die Hotels von den weltweiten Konditionen aller globalen Partnerschaften von Best Western Hotels & Resorts – im Bereich der OTAs bis hin zum Key-Account Management für Firmen- und Reisebüroverträge sowie von dem weltweiten Loyalty-Programm Best Western Rewards mit über 37 Millionen Mitgliedern.

Einblick in die beiden neuen Konzepte Sadie Hotel and Aiden Hotel: [hier klicken](#).

Folgende Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:

Best Western Hotels & Resorts kündigt die Einführung von gleich zwei neuen Boutiquehotel-Marken in Nordamerika an: Sadie und Aiden.

Best Western Hotels & Resorts kündigt die Einführung von gleich zwei neuen Boutiquehotel-Marken in Nordamerika an: Sadie und Aiden.

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über Best Western Hotels & Resorts:

Best Western Hotels & Resorts mit Hauptsitz in Phoenix, Arizona, ist eine internationale Hotelgruppe mit einem globalen Netzwerk von rund 4.000 Hotels in mehr als 90 Ländern. Insgesamt gehören zur Markenfamilie von Best Western Hotels & Resorts weltweit sowohl Einzelmarken als auch Soft Brands für alle Kategorien. So werden unter dem Dach von Best Western Hotels & Resorts insgesamt 13 Einzelmarken präsentiert: Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, VÄ«b®, GL , Executive Residency by Best Western®, Sadie Hotel , Aiden Hotel , BW Premier Collection® by Best Western, and BW Signature Collection® by Best Western sowie die Marken Sure Hotel® by Best Western, Sure Hotel Plus® by Best Western and Sure Hotel Collection® by Best Western. Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Konzept für das eigene Produkt auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels. Alle Hotels von Best Western Hotels & Resorts weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt.

Best Western Hotels Central Europe GmbH betreut insgesamt rund 230 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter einem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt Best Western Hotels & Resorts das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Für alle relevanten Marktsegmente werden modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereitgestellt. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet und Partner optimal präsentiert und buchbar. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und der Social Media Aktivitäten, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot. Das Loyalitätsprogramm für Vielreisende, Best Western Rewards mit weltweit mehr als 37 Millionen Mitgliedern, ist eines der größten Kundenbindungsprogramme der Reisebranche. Weitere Informationen: www.bestwestern.de und www.bestwestern.com

Weitere Informationen und Pressekontakt:

Best Western Hotels Central Europe GmbH

Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn

Anke Cimbal, Head of Corporate Communications

Frankfurter Straße 10-14, 65760 Eschborn, Deutschland

Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de, www.bestwestern.de/presse