

Best Western mit neuem Messestand bei ITB 2019

Neuer Look für neue Marken: Best Western Hotels & Resorts präsentiert sich zur diesjährigen ITB in Berlin mit einem komplett neuen Messestand.

Eschborn/Berlin, 6. März 2019. „Welcome to Today's Best Western“: Unter diesem Leitspruch tritt Best Western Hotels & Resorts bei der diesjährigen ITB, der weltgrößten Tourismusmesse in Berlin vom 6. bis 10. März 2019, mit einem komplett neuen Messestand auf. Mit einem weltweit breit aufgestellten Hotelmarkenangebot für alle Kategorien, darunter Full Brands sowie Soft Brands, präsentiert sich die Gruppe individueller und unabhängiger Hotels nun in einem noch frischeren und urbanen Look. Der Messestand bietet einen Mix aus Industriestil und wohnlich-stylischen Elementen, ist offen, jung und einladend gehalten. Neben verschiedenen Sitzmöglichkeiten gibt es wieder einen exklusiven Gesprächsbereich auf der zweiten Ebene. „Mit dem Design unseres neuen Messestandes bilden wir die umfassende Erneuerung und Transformation unserer Gruppe sowie die Entwicklung unserer Markenwelt ab“, so Marcus Smola, Geschäftsführer Best Western Hotels Central Europe. „Best Western hat sich über die vergangenen Jahre immens weiterentwickelt und an vielen Stellen komplett neu erfunden. Nach einem weltweiten Marken-Relaunch, der im Jahr 2018 abgeschlossen wurde, der Einführung neuer Markenangebote und der kürzlichen Übernahme der eigenständigen Marke WorldHotels ist unser Portfolio inzwischen weltweit auf 16 Marken gewachsen. Darunter finden sich sowohl die klassischen Full Brands, deren Hotels ihre Marke offen am Haus tragen, und seit vergangenem Jahr auch unsere Soft Brands. Diese stehen individuellen Hoteliers zur Verfügung, die kein voll sichtbares Markenbranding wünschen, aber dennoch von den vielen Vorteilen unserer Gruppe bei Marketing und Vertrieb profitieren möchten.“

Nachdem im Februar 2019 Best Western Hotels & Resorts die Übernahme von WorldHotels bekanntgegeben hat, zu der weltweit rund 300 unabhängige und einzigartige Hotels und Resorts im Upper-Midscale- und Luxus-Segment gehören, werden heute unter dem Dach von Best Western Hotels & Resorts insgesamt 16 Einzelmarken präsentiert, um Hotelbetreibern und Kunden in jedem Markt das passende Angebot machen zu können. Zu den Full Brands gehören Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, V&A, GL, Aiden und Sadie sowie Sure Hotels und Sure Hotels Plus, die außerhalb von Europa unter dem Namen SureStay geführt werden. Zudem präsentiert Best Western Hotels & Resorts drei Soft Brands als Vermarktungsangebote für Hotels, die ohne Best Western Marken-Branding geführt werden und gleichzeitig von dem weltweiten Dienstleistungsangebot der Hotelgruppe profitieren: BW Premier Collection, BW Signature Collection sowie die Sure Hotel Collection. Die drei Soft Brands sind für verschiedene Hotelkategorien konzipiert und lehnen sich in ihren jeweiligen Standards an den Marken der Full Brands Best Western Premier, Best Western Plus und Best Western an. Durch die Übernahme von WorldHotels im Februar 2019 ergänzen nun auch die eigenständigen Soft Brands WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite und WorldHotels Distinctive das Portfolio der Gruppe. „Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das richtige Konzept für das eigene Produkt auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels. Alle Hotels von Best Western, Sure Hotels und WorldHotels sind dabei unternehmerisch unabhängig und individuell geführt“, erklärt Smola.

ITB-Besucher finden den neuen Messestand von Best Western Hotels & Resorts vom 6. bis 10. März 2019 in Halle 9, Stand 309.

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:

Neu und frisch: Best Western Hotels & Resorts präsentiert sich bei der ITB Berlin 2019 einem umfassenden

Markenportfolio und einem neuen Messestand in komplett neuem Design.

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 4.500 Hotels in knapp 100 Ländern weltweit.* Insgesamt gehören zur Markenfamilie von Best Western Hotels & Resorts weltweit sowohl Full Brands als auch Soft Brands für alle Kategorien. So bietet Best Western 16 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen. Zu den Best Western Markenhotels gehören Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, Executive Residency by Best Western®, VÄ«b®, GL, AidenSM, SadieSM, BW Premier Collection® und BW Signature Collection®. Durch die kürzliche Übernahme bietet Best Western nun auch WorldHotels® Luxury, WorldHotels Elite und WorldHotels Distinctive Marken an. Zudem ergänzen die Franchisemarken Sure Hotel®, Sure Hotel Plus® und Sure Hotel Collection® das Portfolio der Gruppe.** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das richtige Konzept für das eigene Produkt auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels. Alle Hotels unter dem Dach von Best Western Hotels & Resorts weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Best Western feiert mehr als 70 Jahre Gastfreundschaft und bietet seinen Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten.

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

* Die Zahlen sind Schätzwerte, die schwanken können und Hotels beinhalten, die sich derzeit in der Entwicklungspipeline befinden.

**Alle Hotels der Marken Best Western, WorldHotels und Sure Hotels sind privat geführt und werden unabhängig betrieben. Außerhalb von Europa werden die Hotels der Marken Sure Hotels mit dem Namen SureStay geführt.

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