

02/09/2021

## Best Western Hotels wecken Reiselust mit Marketingkampagne

**Traumziele in zehn Ländern Zentraleuropas: Die BWH Hotel Group Central Europe begleitet ihre Hotels im Rahmen der reichweitenstarken Marketingkampagne Best Western Sehnsuchtsorte durch die Corona-Krise. Obwohl touristische Reisen derzeit verboten sind, inspirieren die monatlich wechselnden Sehnsuchtsorte mit aussagekräftigen Bildern, Texten und Videos für den nächsten Urlaub.**

**Eschborn, 9. Februar 2021.** Reise-Inspiration für die schönsten Nahziele in der Region Central Europe: Seit Sommer 2020 unterstützt die BWH Hotel Group ihre Hotels mit der aktuellen reichweitenstarken Marketingkampagne „Best Western Sehnsuchtsorte“. Bereits 16 Themen mit jeweils vier Destinationen in zehn Ländern hat das Team in den vergangenen Monaten erfolgreich beworben. Ob am Meer, in den Bergen, am äußersten Rand von Deutschland oder in Europas schönsten Hidden Citys: Die Best Western Hotels begrüßen ihre Gäste an verschiedenen Orten Europas. Jeweils ein Teammitglied aus der Zentrale der Hotelkooperation stellt im Rahmen der Kampagne Destinationen zu einem bestimmten Thema vor. Die Sehnsuchtsorte kommen einmal im Monat mit einem persönlichen Text inklusive Urlaubstipps direkt ins E-Mail-Postfach der Newsletter-Abonnenten. Auf den jeweiligen thematischen Landingpages unter [www.bestwestern.de/sehnsuchtsorte.html](http://www.bestwestern.de/sehnsuchtsorte.html) finden sich die Traumziele zudem dauerhaft. Begleitende Posts auf allen Social-Media-Kanälen der Hotelgruppe vervollständigen die Kampagne mit Sehnsuchtpotenzial.

### **Inspiration und Vermarktung trotz Reiseverbot**

Trotz des touristischen Reiseverbots weckt die Kampagne mit persönlichen Tipps und viel Inspiration die Reiselust auf den nächsten Urlaub. Außerdem bieten die Hotels im aktuellen Lockdown Tipps für Wellness im eigenen zu Hause oder teilen ihre Lieblings-Rezepte zum Nachkochen. Aktuell laden die Hoteliers in Hamburg, Wien, am Bodensee und im slowenischen Ljubljana ihre potenziellen Gäste mit Videos dazu ein, sich online auf eine ganz persönliche Traumreise zu begeben. Bei rund 230 Best Western Hotels in zehn Ländern finden Erholungssuchende neben Urlaubs-Klassikern auch Ziele, die noch abseits touristischer Pfade liegen. Alle Häuser bieten zudem flexible Stornierungsbedingungen und so lässt es sich bereits jetzt mit Vorfreude auf den kommenden, sicheren Urlaub blicken und den nächsten Trip buchen.

### **Ausgezeichnet im E-Mail-Marketing**

Für das kreative E-Mail-Marketing wurden die Best Western Hotels & Resorts bereits mehrfach ausgezeichnet. Zuletzt bescheinigte dies die Studie „E-Mail-Marketing Benchmarks 2021“ des Deutschen Dialogmarketing Verbands DDV, die gemeinsam mit der Unternehmensberatung absolot durchgeführt wurde: Hier belegten die Best Western Hotels & Resorts im Ranking von 48 Unternehmen den Silberrang in der Kategorie „Hotel“.

Weitere Informationen zur Auszeichnung finden Sie [in dieser Pressemeldung](#).

Alle Best Western Sehnsuchtsorte finden Sie online unter:

<https://www.bestwestern.de/sehnsuchtsorte.html>

**Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:**

*Bildunterschrift: Die Best Western Hotels & Resorts inspirieren mit ihrer reichweitenstarken*

Marketingkampagne „Sehnsuchtsorte“ für zukünftige Reisen.

**Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:**

[www.bestwestern.de/Bildmaterial](http://www.bestwestern.de/Bildmaterial)

**Über BWH Hotel Group:**

*Die BWH Hotel Group ist eine internationale Hotelgruppe mit Hauptsitz in Phoenix/Arizona und das Markendach für die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group mit einem globalen Netzwerk von rund 4.700 unabhängigen Hotels in rund 100 Ländern weltweit.\* Insgesamt gehören zur Markenfamilie BWH Hotel Group weltweit 18 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vib, GLo, Aiden, Sadie, BW Premier Collection und BW Signature Collection sowie WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive und WorldHotels Crafted. Zudem ergänzen die Marken Sure Hotel, Sure Hotel Plus, Sure Hotel Collection und Sure Hotel Studio das Portfolio der Gruppe.\*\* Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Markenkonzept aus dem Markenangebot von drei eigenständigen Markenfamilien auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Hotelauswahl. Alle Hotels unter dem Dach der BWH Hotel Group weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die BWH Hotel Group bietet Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten und die Kundenbindungsprogramme Best Western Rewards und WorldHotels Rewards.*

*Die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, vormals Best Western Hotels Central Europe GmbH, mit Sitz in Eschborn betreut insgesamt rund 300 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter dem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe und der verschiedenen Marken garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.*

*Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group 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 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. Die Loyalitätsprogramme für Vielreisende, Best Western Rewards und WorldHotels Rewards, mit weltweit mehr als 40 Millionen Mitgliedern, gehören zu den größten Kundenbindungsprogrammen der Reisebranche. Weitere Informationen: [www.bwhhotelgroup.de](http://www.bwhhotelgroup.de) und [www.bestwestern.de](http://www.bestwestern.de).*

*\* 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:**

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

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

Anke Cimal, Head of Corporate Communications

Sophie Elise Pauly, PR Manager, 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@bwhhotelgroup.de](mailto:presse@bwhhotelgroup.de)

Internet: [www.bwhhotelgroup.de](http://www.bwhhotelgroup.de) [www.bestwestern.de/presse](http://www.bestwestern.de/presse)

-