12/23/2014

Die Best Western Story in Zeitabschnitten

Die Best Western Story in Zeitabschnitten

2014

Das Online-Reisebüro **Expedia**, Inc., und Best Western International besiegeln eine **globale strategische Partnerschaft**, um alle 4.000 Hotels der Marke künftig noch effektiver über die Webseiten von Expedia, Inc., zu vermarkten zu können. Best Western schließt eine **Kooperation mit dem Tourenanbieter Guiders GmbH**, der über das größte deutschsprachige Outdoor-Angebot verfügt und geführte Touren vermittelt. Best Western Hotels sind im Service-Ranking **„Service-Champions 2014“** mit dem Gütesiegel in Gold bewertet worden. Als offizieller Partner unterstützt die weltweit größte Hotelmarke mit rund 200 individuellen Hotels in Deutschland nun die **2. Basketball-Bundesliga**. Im Ranking **„Deutschland-Test Reise & Gastronomie“** von Focus Money wird Best Western unter 14 Hotelmarken auf Rang zwei gewählt. PKF hotelexperts München wertet **Best Western als größte Hotelmarke in Deutschland**.Insgesamt elf Hotels der **Amedia Hotelgruppe** schließen sich der weltweit größten Hotelmarke Best Western in Deutschland, Österreich und Tschechien an. Best Western Hotels werden **offizieller Partner von Harley Davidson** weltweit. Der **‚Gute Bär‘** sammelt im Sommer Spenden für das Benefiz-Fußballspiel **„Kick für Kinder“**: Gemeinsam mit Formel-1-Piloten und Prominenten aus Sport, Kultur und Fernsehen setzt sich Best Western damit für Kinder ein. Best Western Hotels werden im **Beliebtheitsranking von Deutschlands Vier- und Fünf-Sterne-Hotels auf Platz 3** gewählt: Das ist das Ergebnis einer Onlinebefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts Schad (S.W.I.) im Auftrag des Handelsblatts. Die **Deutsche Bahn ist neuer Partner** des Kundenbindungsprogramms Best Western Rewards.

2013

Neue Charity-Aktion: Die Best Western Hotels in Deutschland und Luxemburg sammeln mit dem Projekt **‚Der gute Bär‘** im ersten Jahr der Aktion 50.000 Euro Spendengelder für lokale Hilfsprojekte. Das Kundenprogramm **Best Western Rewards knackt die Marke von 20 Millionen Mitgliedern und feiert sein 25-jähriges Bestehen**. Besonders familienfreundlich: In einer aktuellen deutschlandweiten Kundenbefragung **„Familienfreundliche Unternehmen 2013“** wird die Hotelgruppe mit dem Gold-Rang bewertet und ist gleichzeitig Branchengewinner der Hotels. Das Wirtschaftsmagazin *impulse* zeichnet Best Western als **beste Hotelgruppe im Top-50-Franchise-Ranking** aus. Best Western ist **‚Beste Hotelmarke‘ im Markenranking Global Brand Simplicity Index**. Der Best Western Hotelgutschein, die Travel Card, kann von Kunden mit einem eigenen Foto selbst gestaltet werden.

2012

Best Western Hotels entwickelt eigene deutschsprachige **mobile Website**. Mit dem Gewinnspiel „Gewinne ein Hotel“ startet Best Western Hotels Deutschland erstmals eine strategische **bundesweite Marketingkampagne**. Platz 2 für Prämiensystem Best Western Rewardsim **Kundenkarten-Test** des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Best Western ist mit rund 50 Ferienhotels einer der **größten nationalen Markenanbieter im Urlaubssegment**. Top-100-Ranking des Wirtschaftsmagazins *impulse*: Best Western gehört erneut zu den **Top Ten der besten Franchise-Partner** aller Dienstleistungsbranchen. **Best Western unter Top 50 der besten Dienstleister** im Wettbewerb „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“ des IFPM der Universität St. Gallen, der ServiceRating GmbH und der Wirtschaftszeitung *Handelsblatt*. Mit dem Best Western Plus iO Hotel in Eschborn/Schwalbach am Taunus feiert die Marke im Dezember ihr **200. Hotel** hierzulande. Der Hotelgutschein Best Western **Travel Card** feiert zehnjährigen Geburtstag.

2011

Best Western Hotels Deutschland integrieren Bewertungen von externen Hotelportalen auf der Webseite.

Ranking MKG Hospitality: Best Western ist nach wie vor die weltweit größte Hotelmarke und auch die Nummer 1 der Marken in Europa. Top-100-Ranking des Wirtschaftsmagazins impulse: Best Western unter den Top Ten der besten Franchise-Systeme der Dienstleistungsbranche. Ausbau der Social Media-Aktivitäten: Best Western Hotels nutzen Twitter, Facebook & Co. im direkten Dialog mit ihren Gästen. Best Western bietet kostenfreie Anwendung „Best Western to go“ für iPhone, iPad und Android. Best Western Hotels flächendeckend mit über 30 Ferienhotels in Deutschlands beliebtesten Ferienregionen vertreten. Neue weltweite Markenstrategie: Zusätzlich zu BEST WESTERN und BEST WESTERN PREMIER geht im Dezember die neue Kategorie BEST WESTERN PLUS in Deutschland und Luxemburg an den Start.

2010

Umfassender Refresh der deutschen Best Western Website. Best Western iPhone App kommt auf den Markt. Best Western Hotels Deutschland wird Partner von PAYBACK. Das Wirtschaftsmagazin impulse bewertet Best Western als beste Franchisemarke für Hotels. Im HRS-Ranking nach ungestützten Bekanntheitswerten erreicht Best Western Rang zwei hinter Hilton. J.D. Power Studie: Best Western auf Platz 2 in Europa bei der Gästezufriedenheit. Best Western bringt zu Weihnachten den duftenden Hotelgutschein heraus: die Travel Card mit Zimtgeruch. Best Western Rewards mit über 13 Millionen Mitgliedern. Über 190 Best Western Hotels in Deutschland.

2009

Neuauflage Best Western Laufbuch „Laufend unterwegs“: rund 130 Laufstrecken an Best Western Hotels. Alle Best Western Hotels weltweit sind ab September über die führende touristische Buchungsmaske Amadeus Tour Market (TOMA) verfügbar. Kooperation mit dem europäischen Hotelpreisvergleich trivago.de. Best Western unterstützt internationale Kinderhilfsorganisation World Vision mit großer Hilfsaktion für ein Wasserprojekt in Nicaragua. Über 180 Hotels unter dem Best Western Markendach in Deutschland.

2008

Best Western Laufbuch „Laufend unterwegs“: rund 100 Laufstrecken an Best Western Hotels. Über 170 Hotels unter dem Best Western Markendach in Deutschland. Best Western ist bekannteste Marke für Geschäftsreisende im Mittelklassesegment. 20-jähriges Jubiläum: Kundenclub Best Western Rewards (ehemals Gold Crown Club International) mit zehn Mio. Mitgliedern. 500 Mio. Euro-Umsatzgrenze in Deutschland geknackt.

2007

Relaunch des Internetauftritts www.bestwestern.de. Mehr Transparenz durch neue Preisstrategie: keine Preisrabatte ohne Buchungsrestriktionen. Mit 166 Hotels unter dem Best Western Markendach größte Hotelgruppe in Deutschland.

2006

Best Western wird Partner von Miles & More, dem Vielflieger-Programm der Lufthansa (über zwölf Millionen Miles & More Teilnehmer). Fußball-WM-Jahr: spezielle WM-Fanzimmer für Fußball-Fans, Fußball-Fluchtpakete für alle, die dem WM-Rummel entfliehen wollen. Seit Mai ist das neue Tagungsportal „Meeting Point“ unter www.bestwestern.de online.

2005

Internetauftritt von Best Western wird achtsprachig: Hotel- und Buchungsinformationen in Englisch, Spanisch, Französisch, Italienisch, Deutsch, Chinesisch, Japanisch und Koreanisch. Rekordzuwachs: In Deutschland 21 neue Hotels, darunter sieben Hotels der Queens Gruppe. Zahl der Best Western Premier Hotels wächst weltweit auf 81 Hotels, davon 22 in Deutschland.

2004

Frühbucherrabatt bei Best Western: europaweit bis zu 30 Prozent Rabatt bei Buchungen über das Internet. Einführung des Preisgarantie-Programms Online Low Rate – Guaranteed: Auf keiner Internetseite ist ein besserer Preis buchbar als auf den konzerneigenen Seiten. Entdeckt ein Bucher innerhalb von 48 Stunden auf

einer anderen Online-Buchungsseite einen günstigeren Preis für den gleichen Anreisetermin und die gleiche Leistung, wird das Best Western Hotel diesen günstigeren Preis und zusätzlich darauf einen zehnprozentigen Discount gewähren.

2003

In der Topkategorie Best Western Premier sind 57 Hotels in Europa am Markt. In Deutschland, Polen und Luxemburg sind insgesamt 145 Hotels der Gruppe angeschlossen.

2002

Topkategorie Best Western Premier wird eingeführt. Einführung der Best Western Travel Card: elektronisch aufladbares Zahlungsmittel bei Reisen, Akzeptanz in allen Best Western Hotels. Zum 1. Januar sind in den weltweit über 4.000 Hotels die 14 Minimum-Standards „Beste Wünsche“ umgesetzt. Best Western Hotels Deutschland startet mit einem eigenen „Virtual Privat Network“ seinem Intranet der zweiten Generation.

2001

16. Januar: Startschuss zur ersten Stufe der Qualitätsoffensive. 14 neue Minimumstandards werden in allen Best Western Hotels weltweit eingeführt. Vorbereitung der zweiten Stufe der Qualtitätsoffensive: Einführung einer neuen Produktgruppe.

2000

www.bestwestern.de geht online. Einzigartig: Hotels können umfangreiche Informationen wie Preise, Beschreibungen, besondere Angebote und vieles mehr auf Hotelebene pflegen. Weltweite Qualitätsoffensive wird beschlossen.

1990er Jahre

Best Western Hotels in Nordamerika verfügen über eigene elektronische Reservierungsterminals in den Häusern. Im Jahre 1991 ist Deutschland das erste europäische Land, das die weltweiten Best Western Hotelreservierungen direkt von Hotel zu Hotel auf elektronischem Weg vornehmen kann. 1992 erfolgt die erstmalige Durchführung der jährlichen und europaweiten Qualitätskontrolle der Best Western Hotels. Weltweit ist Best Western in 42 Ländern vertreten mit 3.300 Hotels in 2.400 Städten. 1.900 Hotels in Nordamerika, 1.000 in Europa und 100 in Deutschland. 1993: Das neue Best Western Logo wird verabschiedet, um ein besseres und hochwertigeres Image am Markt zu erreichen (Entwicklungskosten: 1,5 Millionen US-Dollar). 1994 erfolgt der vollständige Anschluss an alle großen Airline-Reservierungssysteme. Erste Hotels in Afrika. In Amerika sind 600 Best Western Häuser testweise über das Internet buchbar. Best Western Deutschland wandelt im Jahr 1995 alte Kooperations- in neue Dienstleistungsverträge (Franchisebasis) um. Luxemburgische Best Western Hotels werden von Deutschland mit betreut. Im Jahr 1996 ist Best Western eine der ersten Hotelketten weltweit, bei der alle Hotels über das Internet online buchbar sind. Installationsbeginn des neuen unternehmenseigenen Reservierungssystems Lynx, dem Nachfolger von STAR (Kosten 15 Mio. US-Dollar). Gründung der unitels consulting GmbH als hundertprozentige Tochtergesellschaft der DEHAG Hotel Service AG. Die unitels erbringt Beratungsleistungen für die Bereiche Finanzen, Operations / Management, Marketing. 1997: Einführung der weltweit einheitlichen Qualitätskontrolle für länderübergreifend vergleichbare Standards unter den Best Western Hotels. Erste Hotels werden von der unitels gemanagt. Im Jahr 1998 ist Best Western die erste deutsche Hotelkette, die ein Intranet einführt. Erstes Hotel in Polen. Mit 124 Hotels in Deutschland, Luxemburg und Polen ist Best Western zweitgrößte Hotelgesellschaft hierzulande. Zu Best Western gehören im Jahr 1999 4.000 Hotels weltweit in über 80 Ländern. In Deutschland, Luxemburg und Polen sind es 134 Hotels. Jahresumsatz in Deutschland erreicht 608 Mio. DM.

1980er Jahre

Anschluss der deutschen unitels Hotelkooperation an Best Western International. Als weltweit erste Hotelkette verwirklicht Best Western in Zusammenarbeit mit American Airlines eine direkte Verbindung ihrer beiden Computer-Buchungssysteme Sabre und STAR. Über 90.000 Terminals des Sabre-Systems können seit 1982 von allen Best Western Hotels mit sofortiger Bestätigung gebucht werden. Die unitels Hotelkooperation firmiert seit 1986 neu unter dem Namen Best Western Hotels Deutschland GmbH. Weitere Hotelketten in Israel,

Norwegen und Portugal schließen sich mit rund 70 Hotels Best Western an. Im gleichen Jahr: Gründung der progros, pro Großverbraucher Einkaufsgesellschaft mbH, durch die deutschen Best Western Hoteliers. Die progros betreut in ihrer Einkaufsaufgabe auch andere Hotelgesellschaften. 1987 werden erste Best Western Hotels in Hongkong und Singapur eröfffnet. Best Western ist in 38 Ländern mit 3.100 Hotels präsent. In Deutschland Gründung der DEHAG Hotel Service AG. Mit Wirkung zum 1. Januar 1989 erwirbt die DEHAG, die sich über Namensaktien im hundertprozentigen Besitz der deutschen Best Western Hoteliers befindet, als Finanzholding die Geschäftsanteile von progros und Best Western Hotels Deutschland. Sie schließt mit beiden Unternehmen Beherrschungs- und Ergebnisabführungsverträge.

1970er Jahre
Weltweite Expansionsentscheidung: Erste Etappen sind Australien und Neuseeland mit 411 Hotels und Mexiko mit 25 Häusern. In Deutschland wird mit 29 Partnerhotels die unitels Hotelkooperation gegründet, die sich später Best Western International anschließt. Beginn des internationalen Auf- und Ausbaus des vollelektronischen Best Western Buchungssystems STAR.

1960er Jahre
Mit knapp 700 Hotels und über 35.000 Gästezimmern wird Best Western zur größten und bekanntesten Hotelkette der USA. Es folgt die Fusionierung mit Best Eastern, einer Hotelkette ähnlichen Musters, die sich zwischenzeitlich im Osten der USA gebildet hat. Hauptsitz ist Phoenix/Arizona.

1946 – Die Gründung
Die Best Western Idee: Hotelier Merrill K. Guertin möchte seinen Gästen Hotels für ihre Weiterreise im Westen der USA empfehlen. Er will ihnen nur Hotels nennen, die eine gute Qualität aufweisen und die durch ihre ähnliche Ausstattung miteinander vergleichbar sind. Diese "Weiterempfehlungsidee" bringt ihn dazu, eine Auswahl von persönlich besuchten Häusern zusammenzustellen. Damit wird die Grundlage geschaffen, gemeinsam mit 66 weiteren Hoteliers die Hotelkette Best Western mit Sitz in Long Beach/California zu gründen. Ziel: Die gegenseitige Vermarktung unter einer einheitlichen Qualitätsmarke. Von dem gemeinsamen Schulterschluss in der Gruppe soll die unternehmerische Selbständigkeit der einzelnen Hotels profitieren.

Reservierungs-/Kataloganfragen:
Tel. (08 00) 21 25 888
E-Mail: info@bestwestern.de

Best Western im Internet:
www.bestwestern.de, www.bestwestern.com

Bildmaterial steht zum Download bereit unter:
www.bestwestern.de/Bildmaterial

Best Western ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette, die unternehmerisch unabhängige Hotels unter einer Marke vereint. Mit über 4.200 Hotels in mehr als 90 Ländern ist Best Western die größte Hotelkette der Welt. In Deutschland und Luxemburg gehören mehr als 200 Hotels zur Best Western Hotels Deutschland GmbH, die im Jahr 2012 einen Gesamtumsatz von mehr als 687 Millionen Euro erwirtschaftet haben. Die Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Marke Best Western garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre unternehmerische Eigenständigkeit. Neben der Kernmarke präsentiert Best Western die Kategorien Best Western Plus und Best Western Premier, die sich durch ein hochwertiges Ambiente, durchgängiges Design sowie zusätzliche Serviceangebote und Ausstattung qualifiziert haben. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet optimal präsentiert und buchbar. Zudem verfügt Best Western über eigene Reservierungszentralen. Know-how Transfer ist eine der weiteren Aufgaben von Best Western: In der eigenen Best Western Akademie werden wichtige Fachkenntnisse vermittelt und geschult. Das Loyalitätsprogramm für Vielreisende heißt Best Western Rewards mit weltweit 18 Millionen Mitgliedern.

Weitere Informationen und Pressekontakt:

Best Western Hotels Deutschland GmbH, Eschborn
Anke Cimbal, Tel. (0 61 96) 47 24 31, Fax (0 61 96) 47 24 78
E-Mail: presse@bestwestern.de
Internet: www.bestwestern.de/presse