

Deutsche Best Western Hoteliers trafen sich in Dortmund

Zur diesjährigen Herbsttagung der Best Western Hotels Deutschland haben sich Anfang Dezember 200 Best Western Hoteliers aus ganz Deutschland im Best Western Parkhotel Westfalenhallen in Dortmund getroffen. Auf dem dreitägigen Treffen wurden die laufenden sowie zukünftigen Strategien und Projekte der Marke besprochen und diskutiert.

Eschborn/Dortmund, 10. Dezember 2012. Von der Nordsee und von den Alpen ging es nach Dortmund – 200 Best Western Hoteliers aus ganz Deutschland und Luxemburg haben sich vom 5. bis zum 7. Dezember im Best Western Parkhotel Westfalenhallen in Dortmund zur Jahrestagung der Hotelgruppe getroffen. Auf dem dreitägigen Treffen der Gruppe individueller Hotels wurden die laufenden sowie zukünftigen Strategien und Projekte der Marke besprochen und diskutiert.

„Zum ersten Mal hat unsere jährliche Tagung mit allen Hoteliers aus Deutschland und Luxemburg in Dortmund stattgefunden. Mit seinen Tagungskapazitäten für bis zu 10.000 Personen hat das Haus ein Alleinstellungsmerkmal in der gesamten Gruppe und ist für alle Veranstaltungsarten gerüstet“, sagt Marcus Smola, Geschäftsführer Best Western Hotels Deutschland GmbH. „Frank Weeke, der Geschäftsführer des Hotels, und sein Team haben den Hoteliers unserer Marke eine erfolgreiche Tagung in großartigem Ambiente bereitet.“ Während der diesjährigen Tagung diskutierten die teilnehmenden Hoteliers und Aktionäre der Marke die Entwicklung der Branche und Maßnahmen für die Zukunft. „Das Jahr 2012 ist für die deutsche Hotellerie recht erfreulich verlaufen. Die Prognosen fürs kommende Jahr sind verhalten – umso wichtiger, dass wir auch auf mögliche rauere Zeiten gefasst sind und kluge Strategien und Antworten auf Veränderungen im Markt parat haben“, berichtet Hans Gerst, Präsident und Vorsitzender des Aufsichtsrats der Best Western Hotels Deutschland. Auf dem Tagungsprogramm standen Themen aus den Bereichen Einkauf, Touristik, Loyalty und CRM, Geschäftsreise und Gruppengeschäft sowie Presse und Weiterbildung.

Best Western wird als Qualitätsmarke im Drei- bis Vier-Sterne-Bereich bestärkt durch den steten Ausbau des Portfolios an Stadt-, Tagungs- und Ferienhotels. So konnten in diesem Jahr Neuzugänge in Oberstdorf, Bautzen, Fellbach bei Stuttgart, Pirmasens, Berlin und Ehingen an der Donau verzeichnet werden. Mit dem Best Western Plus iO Hotel in Eschborn/Schwalbach am Taunus hat sich im Dezember das 200. Hotel der Gruppe individueller Häuser in Deutschland und Luxemburg für die Marke entschieden. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen individuellen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen: den Geschäftsreise- und Tagungsmarkt sowie den touristischen Individualreise- und Gruppenmarkt. Neben zielgruppenspezifischen Katalogen in Millionenauflage stellt Best Western für alle Marktsegmente modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereit. Zudem verfügt Best Western über eigene Reservierungszentralen. Die erfreulichen Zuwächse der Best Western Hotels in den vergangenen Jahren bei Umsatz, Belegung und Durchschnittsraten bestätigen den Erfolgskurs der Hotelgruppe in Deutschland. So gehört Best Western seit vielen Jahren zu den wirtschaftlich stärksten Hotelgruppen hierzulande.

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 knapp 200 individuelle Hotels zur Best Western Hotels Deutschland GmbH, die im Jahr 2011 einen Gesamtumsatz von mehr als 634 Millionen Euro erwirtschaftet haben. Die Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Marke Best Western garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und bieten gleichzeitig einen individuellen Stil und lokalen Flair. Neben der Kernmarke präsentiert Best Western die Hotelkategorien **Best Western Premier** und **Best Western Plus**, die sich durch zusätzliche Serviceangebote und Ausstattung qualifiziert haben. Zudem verfügt Best Western über eigene Reservierungszentralen. Know-how Transfer ist eine der weiteren Aufgaben von Best Western: Im eigenen Trainingsinstitut 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,

Tina Weik -14, Fax (0 61 96) 47 24 60

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse