

Eine Million Punkte zum 25-jährigen Geburtstag

Eine Million Punkte gewinnen zum Geburtstag - Best Western Rewards, das Kundenbindungsprogramm der Best Western Hotels mit weltweit mehr als 20 Millionen Mitgliedern, feiert in diesem Jahr sein 25-jähriges Bestehen. Zum Jubiläum startet ein attraktives Gewinnspiel für Mitglieder, bei dem neben zahlreichen Tagespreisen als Hauptpreis einmal 1.000.000 Punkte für das Rewardskonto als Gewinn winken.

Eschborn, 16. September 2013. Bereits seit 1988 können Best Western Gäste in über 4.000 Best Western Hotels weltweit schlafend Punkte sammeln und diese gegen attraktive Prämien einlösen. Best Western Rewards, das Kundenbindungsprogramm der Hotelgruppe, feiert in diesem Jahr sein 25-jähriges Jubiläum. Zum ersten Vierteljahrhundert startet heute für 25 Tage ein attraktives Gewinnspiel unter www.bestwestern.de/25. Best Western Rewards Mitglieder können bei dem Online-Gewinnspiel „Run for Rewards“ neben zahlreichen attraktiven Tagespreisen wie beispielsweise Hotelgutscheine zweimal eine Best Western Travel Card im Wert von je 2.500 Euro gewinnen. Als Hauptpreis winken einmalig eine Million Punkte für das Best Western Rewards Konto. Das Kundenprogramm der weltweit größten Hotelkette wurde bereits mehrfach ausgezeichnet: Zuletzt wurde Best Western Rewards im vergangenen Jahr von DISQ - Deutsches Institut für Service-Qualität in Hamburg, das die Leistungen der in Deutschland angebotenen Kundenkarten untersucht hat, zum zweitbesten Bonusprogramm in Deutschland hinter der Deutschen Bahn gekürt. In diesem Jahr wurde Best Western Rewards zudem von U.S. News World Reports zum zweitbesten Hotel-Kundenbindungsprogramm weltweit gewählt.

Mehr als 20 Millionen Stammgäste

Mit über 20 Millionen Mitgliedern weltweit gehört Best Western Rewards zu einem der größten und erfolgreichsten Bonusprogramme der Reisebranche. Bei dem Loyalitätsprogramm, das vor 25 Jahren unter dem Namen „Gold Crown Club“ ins Leben gerufen wurde und für Mitglieder kostenfrei ist, sammeln Gäste bei Übernachtungen in Best Western Hotels Punkte, die sie gegen Prämien eintauschen können. So werden Gäste bereits nach durchschnittlich zehn Übernachtungen in Best Western Hotels mit einer Freiübernachtung in weltweit über 4.000 Hotels belohnt. Zu den internationalen Kooperationspartnern von Best Western Rewards aus der Luftfahrt-Industrie gehören die Kundenprogramme von insgesamt mehr als 20 Airlines, zum Beispiel von Air Berlin, American Airlines und Lufthansa. Weitere Kooperationsunternehmen sind die Autovermieter Avis und Sixt sowie Deutschlands größtes Bonussystem PAYBACK und 30 Online-Partner. „In den vergangenen 25 Jahren hat sich unser Kundenprogramm erfolgreich etabliert und unsere Gäste honorieren sehr, dass sie in über 4.000 Hotels Punkte erschlafen und gegen attraktive Prämien eintauschen können“, erklärt Beatrice Bachelin, Direktorin Loyalty Marketing bei Best Western Hotels Deutschland, die das Bonusprogramm für Deutschland und Luxemburg von Eschborn aus verantwortet. „Die Attraktivität von Best Western Rewards hat in den vergangenen Jahren für unsere Gäste enorm zugenommen. Unsere Gäste schätzen die zusätzlichen exklusiven Services und haben zu Best Western eine starke Markenloyalität entwickelt. Über 30 Prozent aller Hotelaufenthalte weltweit werden derzeit von Mitgliedern unseres Loyalty Clubs getätigt“, führt Bachelin aus.

Elite Mitglieder im Fokus

Best Western Rewards Mitglieder, die mehr als 15 Übernachtungen im Jahr tätigen, erhalten den Status eines Platinum Mitglieds, Gäste mit mehr als 30 Übernachtungen jährlich den Diamond Status. Platinum- und Diamond-Kartenhalter, die so genannten Best Western Elite Mitglieder, profitieren von zusätzlichen Bonuspunkten und Services. Seit Juli 2013 können sich Mitglieder auch alternativ mit gesammelten Punkten für einen Elite-Status qualifizieren. Bereits ab 15.000 Basispunkten oder 15 Nächten erhalten Mitglieder den Platinum-Status und ab 30.000 Punkten oder 30 Nächten den Diamond-Status. Rund zwölf Prozent der Best Western Rewards Mitglieder sind Elite Mitglieder und im Besitz von Platinum- und Diamond-Karten. Diesen

Vielreisenden schenkt die Hotelgruppe besondere Beachtung, da sie eine der attraktivsten Zielgruppen sind. „Viele unserer Mitglieder sind sehr markentreu und übernachten bis zu 200 Nächte im Jahr in unseren Hotels. Solche Gäste kennen unsere Hotels oftmals besser als ihr eigenes Zuhause“, sagt Bachelin.

Mit Punkten direkt im Hotel zahlen

Seit Sommer 2013 können Mitglieder auch mit den gesammelten Punkten direkt Leistungen im Hotel zahlen. Ob ein Restaurantbesuch, die Massage oder einfach nur die Zeitung morgens zum Kaffee, Extras können in bequemen Fünf-Euro-Schritten mit Punkten bezahlt werden. „Dies erhöht die Flexibilität und Attraktivität unseres Kundenprogramms deutlich“, erklärt Bachelin.

500 Bonuspunkte bei Online-Buchungen und größere Prämienauswahl

Aufenthalte, die Gäste bei Best Western bis zum Ende des Jahres online über die Best Western Internetseite www.bestwestern.de buchen, werden mit 500 Bonuspunkten zusätzlich zu den regulären Punkten belohnt. „Egal wohin die Reise geht: Zu den regulären Punkten gibt es 500 Bonuspunkte pro Aufenthalt“, freut sich Bachelin. „Außerdem haben wir seit 2012 ein erweitertes Prämiensortiment, das auch für Mitglieder, die nicht verreisen wollen, eine Fülle an Prämien bietet“, so Bachelin weiter. Unterteilt nach Themen-Bereichen können gesammelte Punkte gegen rund 80 Sach- und Gutschein-Prämien eingelöst werden: vom iPod über die Kamera, Koffersets, Spiele, bis hin zu Amazon-, Media Markt- oder Douglas-Gutscheinen.

www.bestwestern.de/25

www.bestwestern.de/rewards

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 über 20 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