

Hotel-Beliebtheitsranking: Platz 3 für Best Western Hotels

Best Western Hotels gehören zu den beliebtesten Hotels in Deutschland: Das ist das Ergebnis einer Onlinebefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts Schad (S.W.I.) im Auftrag des Handelsblatts. So wurde in dem Beliebtheitsranking von Deutschlands Vier- und Fünf-Sterne-Hotels die Hotelgruppe Best Western auf Platz 3 hinter Hyatt (Platz 1) und Radisson Blu (Platz 2) gewählt. Best Western erhielt zudem die höchste Weiterempfehlungsquote aller Hotelgruppen in dem Ranking.

Eschborn, 26. Februar 2014. Die Marke Best Western mit rund 200 individuellen Hotels in Deutschland gehört zu den Top 3 der beliebtesten Hotelgruppen in Deutschland. Dieses Ergebnis wurde in einem Beliebtheitsranking von Deutschlands Vier- und Fünf-Sterne-Hotels nun von dem Sozialwissenschaftlichen Institut Schad (S.W.I.), Hamburg, im Auftrag des Handelsblatts veröffentlicht. In der Kundenbefragung erreicht Best Western Platz 3 mit 81,2 von 100 möglichen Punkten, hinter Hyatt (82,9 Punkte) und Radisson Blu (82,5 Punkte). Best Western wird gefolgt von den Hotelmarken Dorint (Platz 4), Steigenberger (Platz 5), Maritim (Platz 6), Marriott (Platz 7), NH Hotels (Platz 8), Hilton (Platz 9) und Mercure (Platz 10). „Wir freuen uns sehr über diese Bewertung und die Bronze-Medaille im Beliebtheitsranking, zumal wir uns als Mittelklasse-Marke im Vergleich mit Luxusmarken mehr als gut behaupten konnten“, erklärt Marcus Smola, Geschäftsführer der Best Western Hotels Deutschland GmbH.

Insgesamt 3.848 Übernachtungsgäste wurden von dem Hamburger Institut in einer Online-Befragung von November 2013 bis Januar 2014 nach ihren Erfahrungen mit Premium-Hotels hier zu Lande befragt. Dabei fasste das S.W.I. den Buchungsprozess, Check-in und Mitarbeiterverhalten in der Kategorie „Service“ zusammen, die zu 30 Prozent in die Gesamtwertung eingeflossen ist. Mit 20 Prozent wurde die „Erlebnisqualität“ gewertet, wozu die Bereitschaft zur Weiterempfehlung und das Preis-Leistungs-Verhältnis zählten. Hauptkriterium war mit einer Gewichtung von 50 Prozent die „Leistung“. Zu ihr rechnete S.W.I. die Lage, die Zimmerbewertung und das gastronomische Angebot. Best Western trumpfte bei der Befragung durch den unkomplizierten Buchungsprozess, das Serviceverhalten der Hotelmitarbeiter sowie durch das Preis-Leistungs-Verhältnis auf. Außerdem erhielt Best Western im Ranking die höchste Weiterempfehlungsquote durch die Befragten bescheinigt – noch vor den beiden Erstplatzierten.

Beliebtheitsranking Premium-Hotels in Deutschland

Kundenbewertungen der 4- und 5-Sterne-Hotels in Deutschland in Punkten

Platz	Hotelgruppe	Punkte
1.	Hyatt	82,9
2.	Radisson Blu	82,5
3.	Best Western	81,2
4.	Dorint	80,0
5.	Steigenberger	79,8
6.	Maritim	79,7
7.	Marriott	79,4
8.	NH Hotels	79,2
9.	Hilton	76,7
10.	Mercure	76,7
11.	Ramada	76,5
12.	Sheraton	74,7
13.	Novotel	74,5

14. Holiday Inn	74,3
15. Intercity Hotels	71,9

Quelle: Handelsblatt Februar 2014, Sozialwissenschaftlichen Institut Schad (S.W.I.), Hamburg

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. Als Dienstleistungspartner verfolgt Best Western das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. In Deutschland und Luxemburg gehören knapp 200 Hotels zur Best Western Hotels Deutschland GmbH, die im Jahr 2013 einen Gesamtumsatz von mehr als 673 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.

Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Neben zielgruppenspezifischen Katalogen in Millionenaufage stellt Best Western für alle Marktsegmente modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereit. 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 mehr als 20 Millionen Mitgliedern.

Weitere Informationen und Presse-Kontakt:

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

Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial und im Bereich Presse