07/25/2014

Best Western ist Kundenliebling im Deutschland-Test

Best Western Hotels gehören zu den beliebtesten Hotels in Deutschland, so das Ergebnis einer Kundenbewertungs-Studie von Faktenkontor im Auftrag des Magazins Focus Money. Im Ranking 'Deutschland-Test Reise & Gastronomie' wurde Best Western unter 14 Hotelmarken auf Rang zwei gewählt.

Eschborn, 25. Juli 2014. Die Marke Best Western mit rund 200 individuellen Hotels in Deutschland gehört zu den beliebtesten Hotelgruppen hierzulande. Dieses Ergebnis wurde im 'Deutschland-Test Reise & Gastronomie' von der Faktenkontor GmbH in Hamburg im Auftrag des Wirtschaftmagazins Focus Money veröffentlicht. In der Studie sind 54 Marken aus den vier Branchen Urlaubsanbieter, Hotels, Gastronomie und Verkehr in Bezug auf Kundenmeinungen untersucht und bewertet worden. In der Kategorie Hotels, in der insgesamt 14 Hotelmarken unter die Lupe genommen wurden, erreicht Best Western Platz zwei hinter Accor. Auf den weiteren Rängen folgen Hilton (Platz 3), NH Hotels (Platz 4) und Ibis (Platz 5). Marriott, Steigenberger, Kempinski, Sheraton und Intercontinental finden sich im Ranking weiter hinten, schreibt Focus Money. Die Marke Best Western ist damit von dem Wirtschaftsmagazin mit dem Deutschland-Test-Siegel 'Kundenliebling 2014' in Silber ausgezeichnet worden.

Die Studie 'Kundenlieblinge 2014' von Focus Money ist die größte Untersuchung zur Markenstärke aus Verbrauchersicht: Zu 500 Marken aus insgesamt 44 Branchen wurden über 1,1 Millionen Kundenstimmen aus den sozialen Medien in der Zeit von November 2012 bis Oktober 2013 zu Preis, Service und Qualität ausgewertet. In die Rubrik 'Deutschland-Test Reise & Gastronomie', die Teil der großen Studie ist, flossen die Kundenbewertungen zu insgesamt 54 Marken aus vier Branchen ein.

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. 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 Millionenauflage 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 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 78

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse