

12/03/2014

## Dowling auf Forbes-Liste der einflussreichsten Marketingchefs

**Dorothy Dowling, Senior Vice President Marketing and Sales bei Best Western International in Phoenix, gehört zu den einflussreichsten Marketingverantwortlichen von Unternehmen weltweit.**

**Eschborn/Phoenix, 3. Dezember 2014.** Dorothy Dowling, Senior Vice President Marketing and Sales bei Best Western International mit Sitz in Phoenix, zählt laut einer Studie der Magazine Forbes und Appinion zur Riege der einflussreichsten Chief Marketing Officers weltweit. Die jährliche Forbes-Studie bewertet die maßgeblichsten Marketingverantwortlichen der größten Unternehmen weltweit. Unter den Ausgezeichneten sind ausschließlich Vertreter globaler Spitzenmarken, wie beispielsweise Apple, Ralph Lauren und General Motors. Dorothy Dowling, die seit 2004 bei Best Western tätig ist, erreicht als eine von zwei Vertretern aus der Hotellerie Rang 27 auf der diesjährigen Liste. „Es ist eine große Ehre, in einer Riege solch hochkarätiger Markenführer genannt zu werden“, so Dowling.

Die Marketingexpertin hat die Marke Best Western maßgeblich beeinflusst. Unter anderem hat Dowling das Loyalitätsprogramm Best Western Rewards zu einem der erfolgreichsten Kundenbindungsprogramme der Reiseindustrie ausgebaut und dazu beigetragen, den Marktanteil der Marke zu stärken sowie mehrere herausragende Marketing-Initiativen besonders im Onlinebereich initiiert. So zeichnet Dowling verantwortlich für die preisgekrönte Webseite bestwestern.com und die Integration von TripAdvisor und Google Maps Business View. David Kong, CEO Best Western International: „Dorothy ist klug, fleißig und authentisch. Sie hat enorm dazu beigetragen, unsere Marke unter anderem durch Partnerschaften mit Facebook, Disney, AAA/CAA und Harley-Davidson voranzutreiben und zu stärken.“

Seit 2014 ist Dowling außerdem Mitglied der Marketing Hall of Femme. Ein Jahr zuvor wurde sie zum Vice President des Global Business Travel Association Allied Leadership Council berufen. Auch ist sie die ehemalige Vorsitzende der Hospitality Sales and Marketing Association International (HSMAI) Americas Board und war vorige Präsidentin des HSMAI Kanadas. Bereits zweimal ist Dowling unter den „HSMAI's Top 25 Extraordinary Minds in Sales in Marketing“ verzeichnet worden.

Dowling begann ihre Hotelleriekarriere nach einem Soziologie-Studium an der Universität von Waterloo im kanadischen Ontario. 2008 hat sie dort den „University's Distinguished Alumni Award“ erhalten.

Die vollständige Forbes/Appinions 2014 CMO Einflussstudie gibt es zum Download auf <http://dj.appinions.com/CMO-2014>.

**Bildmaterial steht zum Download bereit unter:**

[www.bestwestern.de/Bildmaterial](http://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 rund 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 Millionenaufgabe 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,

Manuela Töpfer -844, Fax (0 61 96) 47 24 78

E-Mail: [presse@bestwestern.de](mailto:presse@bestwestern.de)

Internet: [www.bestwestern.de/presse](http://www.bestwestern.de/presse)