

## Best Western plant neuen weltweiten Markenauftritt

**Eine Traditionsmarke erfindet sich neu: Nach über 20 Jahren kündigt die weltweit größte Hotelkette einen neuen Markenauftritt ihrer Hotelmarken Best Western, Best Western Plus und Best Western Premier an. Die Marke individueller Hotels soll von Anfang 2016 an einen komplett neuen Look und Außenauftritt erhalten. Neue moderne Logos der einzelnen Marken, die einer klaren Positionierung der Einzelmarken sowie der Entwicklung der Marke entsprechen, weisen den Weg in die Zukunft. Im Zuge des Relaunchs wird sich zudem Best Western International in Best Western Hotels & Resorts als Masterbrand umbenennen.**

**Phoenix/Eschborn, 30. September 2015.** Best Western macht einen radikalen Schnitt: Über zwei Dekaden hat ein bekanntes Traditionslogo - bisher in drei Kategorien - die Häuser der Gruppe individueller Hotels geprägt. Von 2016 an führt Best Western neue Logos für die Kernmarke Best Western sowie für die Marken Best Western Plus und Best Western Premier ein. Ein zweijähriger Prozess von Analysen und weltweiten Marktforschungen ging dieser historischen Veränderung voraus. Präsentiert werden nun zeitgemäße und unverwechselbare Logos der drei Marken, die sich klar voneinander unterscheiden und die neue Markenstrategie unterstreichen. „Wir sind froh, dass wir nicht nur eine leichte Modifikation unseres Logos durchführen, sondern dass wir weltweit einen kompletten Wandel unseres Außenauftritts vollziehen. Unser liebgewonnenes Logo ist in die Jahre gekommen und wirkte bei vielen mittlerweile etwas angestaubt. Nun können wir unter einem Markendach für alle unsere drei Markenkategorien frische Logos präsentieren und Best Western, Best Western Plus sowie Best Western Premier klar voneinander differenzieren. Der neue hochwertigere Außenauftritt entspricht zudem deutlich besser unserem Hotelportfolio weltweit, das durch hohe Investitionen der Hotelbetreiber in ihre Häuser sowie ein konsequentes Qualitätsmanagement nochmals einen Schub nach oben vollzogen hat. Mit diesem Schritt tragen wir der Entwicklung der vergangenen zehn Jahre und der damit einhergehenden Niveausteigerung unserer Hotels Rechnung“, erklärt Marcus Smola, Geschäftsführer Best Western Hotels Deutschland GmbH.

### **Neuer Masterbrand: Best Western Hotels & Resorts**

Der Relaunch der Logos geht einher mit der Benennung eines so genannten Masterbrands Best Western Hotels & Resorts, der die bisherige Bezeichnung Best Western International ablöst. Mit der neuen Dachmarkenstrategie unterstreicht die Hotelgruppe eine klarere Positionierung ihrer Einzelmarken innerhalb einer Markenfamilie. Als Absendermarke bleibt bei allen Markenauftritten die Dachmarke Best Western erhalten, die Einzelmarke tritt hingegen jeweils in den Vordergrund und schafft damit eine bessere Markt- und Gästewahrnehmung. „Wir haben uns weltweit gemeinsam auf der Grundlage diverser Marktforschungen, Gästebefragungen sowie Rückmeldungen unserer Partner und in Abstimmung mit unseren Hoteliers für diesen revolutionären Schritt eines Relaunchs entschieden und verabschieden uns komplett von der bisherigen Gestaltung des Logos. Unverwechselbare Designelemente, neue Formen sowie neue Schriften im Erscheinungsbild markieren die jeweiligen neuen Auftritte unserer Brands, die dennoch gleichzeitig als einer Markenfamilie zugehörig erkennbar sind. Allerdings werden sich die starken traditionellen Best Western Farben Blau und Rot auch künftig in der Logogestaltung wiederfinden“, so Smola. Von Anfang 2016 an soll mit dem Umbranding-Prozess gestartet werden. „Innerhalb von rund zwei Jahren werden wir den Prozess auch auf der Hotelseite abgeschlossen haben. Unsere Hotels haben also genügend Zeit, sich in Sachen Außenwerbung und Materialien neu aufzustellen. Unsere komplette zentrale Kommunikation auch im Onlinebereich wird voraussichtlich im Frühjahr 2016 komplett umgestellt und erscheint dann im neuen Look und mit neuen Logos“, erklärt Smola.

## Neue Markenlogos mit klarer Differenzierung

Mit dem Relaunch der Außendarstellung reagiert Best Western auf den Wandel und den Umbruch, den die Marke in den vergangenen Jahren mit ihren Häusern vollzogen hat. Die neuen Logos sind jeweils Wort-Bild-Marken und die visuellen Basiselemente des neuen Corporate Designs. Die Einfachheit und Einprägsamkeit der jeweiligen geometrischen Formen der drei neuen Logos, die der Gestaltung zugrunde liegen, sowie verschiedene Farben erzeugen ein prägnantes und unverwechselbares Bild der Einzelmarken. Darüber hinaus betont das Rebranding der Marken die Initialen von Best Western – BW sowie BWP – als Elemente in den neuen Logos. Formen und Proportionen der einzelnen Wort-Bild-Marken sind so aufeinander abgestimmt, dass sich das Aussehen zwar deutlich voneinander unterscheidet, gleichzeitig aber auch die Zugehörigkeit zu einer Markenfamilie vermittelt wird. „Die neuen Logos bringen eine einprägsame Differenzierung zwischen unseren verschiedenen Marken und machen es Gästen einfacher, die verschiedenen Angebote unter unserem Markendach zu verstehen“, so David Kong, Präsident und CEO Best Western Hotels & Resorts mit Sitz in Phoenix/Arizona.

Das Masterbrand-Logo **Best Western Hotels & Resorts** nimmt die aktuelle klassische blaue Farbe der Marke auf, aktualisiert mit einem modernen Farbton und einem neuen handgezeichnet anmutenden Best Western Schrifttyp, der zeitgemäß, freundlich und einprägsam ist.

Das Design des neuen Logos der Kernmarke **Best Western** nimmt ebenfalls die bekannte Markenfarbe Blau auf. In einer blauen Kugel, die an einen Globus erinnert, steht der handgezeichnet anmutende weiße Schriftzug mit den Buchstaben BW für Best Western. Die blaue Kugel als Herzstück des Logos wird durch Spezialeffekte wie einen Farbverlauf und 3-D- und Lichteffekte aufgewertet.

Im neuen Logo der Marke **Best Western Plus** wurde eine Rautenform verwendet und es findet sich die bekannte Best Western Traditionsfarbe Rot in der Gestaltung wieder. Ebenso wie bei der Kernmarke Best Western wird auch hier auf die gleichen handschriftlichen weißen Buchstaben BW gesetzt und das Logo durch 3-D-Effekte zum Leben erweckt. Allerdings wird durch den in rot gestalteten großen unterstrichenen Schriftzug Plus mit einer sich verjüngenden Unterlinie, der mit der Bildmarke kombiniert ist, die Kategorie Plus in den Vordergrund gestellt.

Auch das neue Logo von **Best Western Premier** nutzt eine geometrische Form und einen prägnanten Schrifttyp, um Stil und Eleganz auszudrücken. Ein Monogramm mit den Buchstaben BWP für Best Western Premier befindet sich in einer umrandeten elliptischen Form. Als traditionelles Element findet sich die klassische Best Western Farbe Rot im Logo wieder. Im Fokus des Logos steht der Schriftzug Premier in Versalien ebenfalls kombiniert mit einer sich verjüngenden Unterlinie und dem Markennamen Best Western. Die Gestaltung des Logos hebt sich deutlich von den anderen Logos ab und signalisiert, dass es sich bei Best Western Premier um die oberste Kategorie der Markenfamilie handelt.

## Dachmarkenstrategie mit Wachstumspotenzialen

International gibt es nunmehr insgesamt sechs Einzelmarken unter der neuen Dachmarke Best Western Hotels & Resorts. Neben Best Western, Best Western Plus und Best Western Premier werden international außerdem die Marken Best Western Plus Executive Residency, ein Longstay-Hotelkonzept in Nordamerika, die neue Lifestyle-Marke Vib sowie der Softbrand BW Premier Collection angeboten. „Mit der neuen Dachmarkenstrategie können wir nun noch flexibler auf Veränderungen im Markt reagieren. Es gilt, dass wir als Gruppe auch zukünftig auf neue Gästebedürfnisse mit neuen Hotelangeboten und Produkten reagieren sollten und unser Markenportfolio einer sich verändernden Nachfrage anpassen werden“, so Smola.

Alle nun angekündigten neuen Logos werden in einem Abstimmungsprozess von den Hoteliers in Nordamerika in den kommenden Wochen geprüft und genehmigt. Die finale und offizielle Zustimmung zum neuen Markenauftritt wird Mitte November 2015 erfolgen. Die Markteinführung startet dann im Frühjahr 2016.

**Bildmaterial steht zum Download bereit unter:**

[www.bestwestern.de/Bildmaterial](http://www.bestwestern.de/Bildmaterial)

**Best Western Hotels & Resorts** ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette, die unternehmerisch unabhängige Hotels unter einer Marke vereint. Mit über 4.000 Hotels in mehr als 90 Ländern ist Best Western Hotels & Resorts die größte Hotelkette der Welt. In Deutschland und Luxemburg gehören mehr als 200 Hotels zur Best Western Hotels Deutschland GmbH, die im Jahr 2014 einen Gesamtumsatz von rund 680 Millionen Euro erwirtschaftet haben. Die Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Marke garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre unternehmerische Eigenständigkeit. Best Western Hotels & Resorts präsentiert unter seinem Markendach insgesamt sechs Einzelmarken: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Best Western Plus Executive Residency, Vib sowie den Softbrand BW Premier Collection.

Als Dienstleistungspartner verfolgt Best Western das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. 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 25 Millionen Mitgliedern.

**Weitere Informationen und Pressekontakt:**

Best Western Hotels Deutschland GmbH, Eschborn

Anke Cimbal, Tel. (0 61 96) 47 24 -301, 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)