

# BW | Best Western. Hotels & Resorts



## Best Western Hotels & Resorts:

### Individuelle Vielfalt mit starken Marken

Best Western Hotels & Resorts ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette mit rund 4.000 Hotels in mehr als 90 Ländern. Alle Best Western Hotels weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die Best Western Hotels Central Europe GmbH betreut insgesamt rund 230 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter einem gemeinsamen Unternehmensdach. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Marke garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre unternehmerische Eigenständigkeit. Zur Markenfamilie von Best Western Hotels & Resorts gehören sowohl Einzelbrands als auch Soft Brands für alle Kategorien. So bietet Best Western insgesamt elf Hotelmarken: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, die bisher in Nordamerika eingeführte Longstay-Marke Executive Residency, die beiden Lifestyle-Marken Vib und Glo sowie die Franchise-Marken Sure Hotels und Sure Hotel Plus. Neben diesen so genannten Full Brand Marken bietet Best Western außerdem drei Soft Brand Angebote für markenunabhängige Hotels in allen Kategorien, die ausschließlich die Vertriebs- und Marketinglösungen nutzen wollen: Von Sure Hotel Collection über BW Signature Collection bis hin zum Softbrand BW Premier Collection. Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Konzept für das eigene Produkt auszuwählen und so den Anforderungen im eigenen Markt gerecht zu

werden. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels.

Als Markenpartner für Hotels 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 Zielgruppen. Best Western stellt 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. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und der Social Media Aktivitäten, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot. Mit rund 37 Millionen Mitgliedern führt Best Western zudem eines der größten Kundenbindungsprogramms der Reisebranche: Best Western Rewards.

Weitere Informationen: [www.bestwestern.de](http://www.bestwestern.de) und [www.bestwestern.com](http://www.bestwestern.com)

## Starke Marken für alle Gästegruppen und Marktsegmente

Zu dem weltweiten Markendach von Best Western Hotels & Resorts gehören die Marken Best Western, Best Western Plus und Best Western Premier. Zudem bietet Best Western Hotels & Resorts die beiden Lifestylemarken Vib und Glo sowie das Longstay-Konzept Executive Residency. Neben diesen so genannten Full Brand Marken bietet Best Western außerdem Soft Brand Angebote für markenunabhängige Hotels in allen Kategorien, die ausschließlich die Vertriebs- und Marketinglösungen nutzen: Von der Sure Hotel Collection über die BW Signature Collection bis hin zur exklusiven BW Premier Collection. Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Konzept für das eigene Produkt auszuwählen und so den Anforderungen im eigenen Markt gerecht zu werden. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels. Derzeit gehören zu Best Western Hotels & Resorts insgesamt elf Hotelmarken.

## Full Brands

### Best Western – individueller Charme und gutes Preis-Leistungs-Verhältnis



Best Western Hotels sind Mittelklassehotels in der Drei- bis Vier-Sterne-Kategorie, die eine einheitliche Qualität garantieren und sich durch individuelle Ausstattung und Charakter sowie ein exzellentes Preis-Leistungsverhältnis auszeichnen. Ein professionelles Qualitätsmanagement sorgt für international einheitliche Standards, wie zum Beispiel verfügbare Nichtraucherzimmer, Heißgetränke-Servicestationen und für Gäste kostenfreies High-Speed-Internet im ganzen Hotel. Dennoch gleicht kein Hotel dem anderen, denn als privat geführter Betrieb überzeugen Best Western Hotels sowohl Geschäfts- als auch Privatreisende durch ihre individuelle Ausstattung und den ganz persönlichen Charme.

### Best Western Plus – das Plus an Service und Ausstattung



Hotels der Marke Best Western Plus gehören zur gehobenen Mittelklasse in der Vier-Sterne-Kategorie. Sie bieten die klassische Best Western Qualität mit zusätzlichen Ausstattungs- und Serviceangeboten und somit ein Plus an Komfort. Das Plus-Erlebnis setzt sich aus vielen einzelnen Komponenten zusammen, das Gästen den Eindruck eines höherwertigen

Aufenthaltes vermittelt. Zu den Zusatznutzen für Gäste gehören unter anderem ein großzügiges Bettenkonzept, Hotelsafes auf den Gästezimmern und das Angebot von Bademänteln. Ferner können Gäste darauf vertrauen, den ganzen Tag eine umfassende Verpflegung zu nutzen – vom Frühstücksangebot, über ein abendliches Snackangebot in Bar oder Lounge, bis zum hochwertigen Restaurantangebot.

## Best Western Premier – Hotels mit exklusivem Charakter



Best Western Premier ist die hochwertigste Marke der Best Western Markensegmentierung und ist der gehobenen Hotelklasse in der Vier- bis Vier-Sterne-Superior-Kategorie zuzuordnen. Diese Hotels erfüllen den Anspruch an außergewöhnlichen Hotelkomfort in erlesenem Ambiente mit unverwechselbarem Charakter. Die Marke zeichnet sich durch ausgesuchtes Design sowie zusätzliche Service- und Leistungsangebote wie Hotelrestaurant, Room-, Concierge-, Turn-Down-Service und viele weitere Annehmlichkeiten aus.

## Vib – Das urbane Lifestyle-Markenkonzept



Bei dem innovativen Hotelkonzept Vib – kurz für „Vibrant“ (engl. für dynamisch, pulsierend) – stehen Reisende aus der Generation Y und die Zielgruppe der so genannten Millennials im Fokus, die technologieaffin und einem nachhaltigen, großstädtischen Lebensstil folgen. Die Hotelmarke Vib an urbanen Standorten setzt auf State-of-the-Art Technologie in Verbindung mit modernem Design unter der Prämisse von sozialem und nachhaltigem Engagement.

## Glo – Lifestylemarke an Sekundärstandorten



Die bisher in Nordamerika eingeführte Marke GLö ist eine weitere Lifestyle-Marke von Best Western. Alle Hotels der Marke sind Neubauten, die in schlichtem, zeitgemäßem Design gestaltet sind und die es an Sekundärstandorten wie beispielsweise Stadtrandlagen sowie Autobahndestinationen geben wird. Mit GLö sollen Reisende

angesprochen werden, die sowohl preissensibel sind als auch auf Design, Style und Komfort achten. Wie der Hotelname impliziert, wird die Marke in vielerlei Hinsicht „Glühen“. Sowohl die Architektur als auch das Innendesign von GLö sind geprägt von einem außergewöhnlichen LED-Lichtelementen und einem Design-Lichtkonzept.

## Executive Residency by Best Western – Appartement- und Long-Stay-Konzept



Executive Residency ist ein Hotelangebot für Long-Stay-Gäste. Das Appartementkonzept im gehobenen Mittelklasse-Segment bietet flexiblen Wohnraum, kombiniert mit stylischem Design für einen komfortablen Long-Stay-Aufenthalt. Executive Residency-Hotel-Studios und -Suiten sind ausgestattet mit Kochmöglichkeit in der Kleinküche samt Mikrowelle und Kühlschrank. Erste Executive Residency by Best Western Häuser gibt es in den USA und Kenia.

## Sure Hotel – Mittelklasse-Hotels mit Qualitätsversprechen



Sure Hotel by Best Western (In Nordamerika und Asien: Sure Stay Hotels by Best Western) ist eine Hotelmarke für individuelle Mittelklassehotels der Drei-Sterne-Kategorie in Städten und Feriendestinationen. Die Marke garantiert Reisenden weltweit eine einheitliche Qualität in Ausstattung und Service.



## Sure Hotel Plus – Gehobene Mittelklasse-Hotels mit Qualitätsversprechen

Sure Hotel Plus by Best Western (In Nordamerika und Asien: Sure Stay Plus Hotels by Best Western) ist eine Hotelmarke für individuelle Hotels der gehobenen Mittelklasse in Städten und Feriendestinationen. Die Marke garantiert Reisenden weltweit eine einheitliche Qualität in Ausstattung und Service.

## Soft Brands – 3 Soft Brand Konzepte für alle Kategorien

### BW Premier Collection – Soft Brand für exklusive Tophotels



Der exklusivste Soft Brand von Best Western heißt BW Premier Collection und ist ein Vermarktungsangebot für die gehobene unabhängige

Top-Hotels in Metropolen und Feriendestinationen. Unter dem Dach dieser Kollektion werden ausgesuchte außergewöhnliche Privathotels präsentiert, die von dem Dienstleistungsangebot von Best Western profitieren, ohne das volle Branding der Marke zu übernehmen. Unabhängige Hotels profitieren unter anderem von dem Distributionsangebot und Loyaltyprogramm von Best Western. Hotels der BW Premier Collection sind über die Best Western Website und Buchungskanäle buchbar. Gäste haben die Möglichkeit, in Hotels der BW Premier Collection Best Western Rewards Punkte zu sammeln.

### BW Signature Collection – Soft Brand für unabhängige Privathotels der gehobenen Mittelklasse



Die BW Signature Collection ist ein Soft Brand von Best Western für unabhängige Privathotels der gehobenen Mittelklasse mit besonderem Design. Unter dem Dach der BW Signature Collection werden ausgesuchte Hotels vermarktet, die nicht direkt zur Marke Best Western gehören, die aber über die Best Western Website und Buchungskanäle

buchbar sind. Unter dem Dach dieser Kollektion profitieren Hotels unter anderem von dem Distributionsangebot und Loyaltyprogramm von Best Western.

### Sure Hotel Collection – Das Soft Brand Konzept für Drei- und Vier-Sterne-Privathotels



Die Sure Hotel Collection ist ein Soft Brand von Best Western für unabhängige Privathotels. Das Vermarktungsangebot richtet sich an Hotels der Drei-

und Vier-Sterne-Kategorie in Metropolen und Feriendestinationen. Unter dem Dach der Sure Hotel Collection werden ausgesuchte Hotels vermarktet, die nicht direkt zur Marke

Best Western gehören, die aber über die Best Western Website und Buchungskanäle buchbar sind. Unter dem Dach dieser Kollektion profitieren Hotels unter anderem von dem Distributionsangebot und dem Loyaltyprogramm von Best Western.

**Bildmaterial steht zum Download bereit unter:**

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

**Über Best Western Hotels Central Europe:**

*Best Western ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette mit rund 4.000 Hotels in mehr als 90 Ländern. Alle Best Western Hotels weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die Best Western Hotels Central Europe GmbH betreut insgesamt rund 230 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter einem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle 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 insgesamt elf Einzelmarken: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Vīb, GLö, Executive Residency by Best Western, BW Premier Collection, BW Signature Collection by Best Western, sowie die Marken Sure Hotel by Best Western, Sure Hotel Plus by Best Western and Sure Hotel Collection by Best Western.*

*Als Dienstleistungspartner von Hotels 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. Das Loyaltätsprogramm für Vielreisende heißt Best Western Rewards mit weltweit mehr als 37 Millionen Mitgliedern. Weitere Informationen: [www.bestwestern.de](http://www.bestwestern.de) und [www.bestwestern.com](http://www.bestwestern.com)*

**Weitere Informationen und Pressekontakt:**

Best Western Hotels Central Europe GmbH

*Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn*

Anke Cimal, Head of Corporate Communications  
Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129  
E-Mail: [presse@bestwestern.de](mailto:presse@bestwestern.de)  
Internet: [www.bestwestern.de/presse](http://www.bestwestern.de/presse)