

Best Western auf dem meetingplace Germany

In diesem Jahr ist Best Western erstmals auf dem meetingplace Germany in Wiesbaden, einer neuen Fachmesse für Seminar-, Tagungs- und Veranstaltungsplaner, vertreten. Vom 19. bis 20. September 2012 präsentiert sich Deutschlands größte Hotelgruppe mit über 120 Tagungs- und Seminarhotels interessierten Messegästen und informiert über Trends im MICE-Segment.

Eschborn/Wiesbaden, 19. September 2012. Zum erstmals stattfindenden „meetingplace Germany“ in Wiesbaden stellt die Best Western Hotels Deutschland GmbH vom 19. bis 20. September ihr Angebot rund ums Thema Tagungen, Seminare und Events vor. Die weltweit größte Hotelkette, die in Deutschland mit rund 200 Hotels flächendeckend vertreten ist, bietet ein breites Portfolio von über 120 Tagungs- und Seminarhotels hier zu Lande an: von Kongresshotels in Metropolen wie Berlin, Köln, Frankfurt und München bis hin zu exklusiven Seminarhotels im Grünen, sei es direkt am Schweriner See, im schwäbischen Remstal oder vor Bergkulisse bei Berchtesgaden. Auch für jede Veranstaltungsgröße ist das passende Hotel zu finden: Die Best Western Hotels halten für Events aller Art Räumlichkeiten in allen Größen bereit, von kleinen Seminarrunden bis hin zu Veranstaltungen mit bis zu 10.000 Teilnehmern, die beispielsweise im Best Western Parkhotel Westfalenhallen in Dortmund möglich sind.

Best Western hat auf dem meetingplace Germany viele Angebote und Serviceleistungen für Tagungs- und Veranstaltungsplaner im Gepäck, die am Stand F.05 in Halle 1 der Rhein-Main-Hallen Wiesbaden präsentiert werden. „Wir sind sehr gespannt auf das Konzept des meetingplace Germany. Das Tagungs- und Veranstaltungssegment ist für unsere Gruppe einer der wichtigsten Geschäftsbereiche“, erklärt Yvonne Hentschel, Marketingdirektorin Geschäfts- und Gruppenreisen der Best Western Hotels Deutschland GmbH. „Wir präsentieren auf der neuen Messe unter anderem das optimierte Anfrage-Tool Best Western Meetingpoint. Weiterhin sprechen wir über spannende Tagungstrends, die wir mittels einer Umfrage unter Veranstaltungsplanern ausgemacht haben“, informiert Hentschel.

Tagen in drei Kategorien

Bessere Orientierung für Veranstaltungsplaner bei der Hotelauswahl – die Hotelgruppe Best Western präsentiert seit dem Jahreswechsel mit Best Western Plus eine neue Markenkategorie in Deutschland. Neben Best Western und Best Western Premier ist diese Kategorie Teil einer globalen Markenstrategie der weltweit größten Hotelkette, die noch höhere Transparenz für Tagungsbucher über das Angebot des weitgefächerten Hotelangebots schafft. Die drei Hotelkategorien unterscheiden sich in Ausstattung, Serviceangebot und Design. „Bei Best Western gibt es keine Hotels von der Stange. Alle unsere Hotels weltweit sind trotz garantierter Qualitätsstandards sehr individuell und unterscheiden sich alle voneinander. Unsere Gäste sollen mit der Kategorisierung eine noch klarere Aussage über das Angebot und den Standard der einzelnen Best Western Hotels erhalten“, bringt es Hentschel auf den Punkt.

Rahmenprogramme immer wichtiger

Bei Tagungsbuchungen liegen Rahmenprogramme wieder stärker im Trend als noch in 2011, außerdem nimmt die Nachfrage nach ökologischen Aspekten bei der Tagungsplanung zu – dies sind Ergebnisse der aktuellen MICE-Umfrage 2012 der Best Western Hotels Deutschland GmbH. Diese ist bereits zum zweiten Mal unter 250 Tagungsorganisationskleiner und mittelständischer Unternehmen sowie Großkonzernen durchgeführt worden, die bei Deutschlands größter Hotelgruppe buchen. Für 45 Prozent der befragten

Unternehmen (im Vorjahr 40 Prozent) gehören Rahmenprogramme bei Veranstaltungen zum festen Bestandteil. Das Thema „Green Meetings“ spielt für 20 Prozent bei der Buchungsentscheidung eine wichtige Rolle (Vorjahr: 18,3 Prozent). Die Best Western Umfrage bei Tagungsbuchern zeigt außerdem, dass Online-Portale auch weiterhin ein wichtiges Kriterium bei der Hotelsuche sind: Zu 70 Prozent wird das Internet als Entscheidungshilfe bei der Planung genutzt.

Kreative Ideen im Tagungsplaner 2012

Im aktuellen Katalog „Tagungsplaner 2012“ präsentiert Best Western von der Küste bis in die Alpen über 120 Tagungshotels für Veranstaltungen jeder Art. Sowohl in allen deutschen Großstädten als auch attraktiven Feriengebieten – individuelle MICE-Angebote der Hotelgruppe finden sich flächendeckend in ganz Deutschland. Darüber hinaus enthält der Tagungsplaner kreative Verblüffungsideen und spannende Rahmenprogramme für „merk“-würdige Veranstaltungen. „Verblüffende Events, wie auch außergewöhnliche Rahmenprogramme, liegen bei Tagungen und Kongressen wieder stärker im Fokus und tragen zum Erfolg der Gesamtveranstaltung bei“, erklärt Hentschel. Mit den Best Western Verblüffungsideen werden umfangreiche Informationen präsentiert, mit denen Tagungen und Events einen besonderen und unvergesslichen Charakter erhalten.

Persönliche und schnelle Betreuung – on- und offline

Schnell und professionell betreut der Best Western Tagungsservice die Veranstaltungsplanung: Innerhalb eines Tages wird jede Anfrage beantwortet und ein individuelles Angebot mit gegebenenfalls einer Alternative erstellt. Dabei wird jeder Tagungskunde von einem persönlichen Ansprechpartner betreut, der seine Wünsche und Bedürfnisse kennt und mit dem breiten Angebot der Best Western Hotels in Einklang bringt. Zeitlich flexibel und unkompliziert können Veranstaltungsplaner ihre Anfrage über den neuen Best Western Meetingpoint direkt an ausgewählte Best Western Hotels oder den zentralen Tagungsservice schicken.

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 4.000 Hotels in mehr als 90 Ländern ist Best Western die größte Hotelkette der Welt. In Deutschland und Luxemburg gehören knapp 200 individuelle Hotels zur Best Western Hotels Deutschland GmbH, die im Jahr 2011 einen Gesamtumsatz von mehr als 634 Millionen Euro erwirtschaftet haben. Die Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Marke Best Western garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und bieten gleichzeitig einen individuellen Stil und lokalen Flair. Neben der Kernmarke präsentiert Best Western die Hotelkategorien **Best Western Premier** und **Best Western Plus**, die sich durch zusätzliche Serviceangebote und Ausstattung qualifiziert haben. Zudem verfügt Best Western über eigene Reservierungszentralen. Know-how Transfer ist eine der weiteren Aufgaben von Best Western: Im eigenen Trainingsinstitut werden wichtige Fachkenntnisse vermittelt und geschult. Das Loyalitätsprogramm für Vielreisende heißt Best Western Rewards mit weltweit 15 Millionen Mitgliedern.*

Weitere Informationen und Pressekontakt:

Best Western Hotels Deutschland GmbH, Eschborn

Anke Cimal, 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