03/26/2014

Best Western Top 2 in Europa

Laut der aktuellen Hotelmarktstudie des führenden Consulting- und Marktforschungs-Spezialisten für Tourismus, Hotellerie und Catering, MKG Hospitality, Paris, ist Best Western hinter Accor erneut die zweitgrößte Hotelgruppe Europas nach Zimmeranzahl. Auf dem dritten Rang folgt die Intercontinental Hotels Group (IHG).

Paris/Eschborn, 26. März 2014. Die weltweit größte Hotelmarke Best Western ist hinter Accor die zweitgrößte Hotelgruppe Europas nach Zimmeranzahl, IHG (Intercontinental Hotels Group) folgt auf Platz drei. Das geht aus der aktuellen Hotelmarktstudie des Consulting- und Marktforschungsspezialisten MKG Hospitality, Paris, hervor. Best Western konnte seine Hotelanzahl in Europa und die Anzahl der Zimmer vergrößern – das Wachstum im Jahr 2013 betrug 1,3 Prozent. Zum Jahreswechsel umfasste das Best Western Hotelangebot in Deutschland und Luxemburg 194 Hotels mit 18.276 Zimmern.

Mit Stichtag 1. Januar 2014 wurde von MKG Hospitality die Reihenfolge der Top 5 Hotelgruppen ausgewertet. Accor konnte seine Position als größte Hotelgruppe nach Zimmeranzahl behaupten, danach folgt erneut Best Western auf dem zweiten Platz. Auf Rang 3 findet sich die Intercontinental Hotels Group (IHG), Rang 4 geht an die Louvre Hotels Group. Rang 5 hat die britische Gruppe Whitebread inne – sie verzeichnete den größten Zuwachs mit plus 6,2 Prozent.

***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 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

Tina Weik -14, Fax (0 61 96) 47 24 78

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse