

Best Western Hotels auf dem BME-Kongress in Wiesbaden

Die Hotelgruppe Best Western, die in Deutschland flächendeckend mit rund 200 individuellen Hotels vertreten ist, präsentiert sich erstmals zum BME-Kongress Travel, Mice and More 2014 vom 9. bis 10. Juli in Wiesbaden. Mit im Gepäck sind spezielle Angebote für kleine und mittlere Unternehmen. So erhalten Mittelstandskunden bei Best Western einen Firmenvorteilspreis, der ihnen weltweit einen Preisvorteil von bis zu zehn Prozent auf die beste verfügbare Tagesrate sichert. Roland Elter, Best Western Marketingdirektor Geschäfts- und Gruppenreisen, wird als Experte an der Podiumsdiskussion zum Thema Hoteleinkauf der Zukunft teilnehmen.

Eschborn, 30. Juni 2014. Best Western ist zum ersten Mal als Hotelanbieter beim diesjährigen BME-Kongress „Travel, Mice and More“ dabei, der vom 9. bis 10. Juli in Wiesbaden ausschließlich für Führungskräfte, Einkäufer, Travel- und MICE-Manager stattfindet. Die Fachausstellung soll durch den hohen Praxisbezug der Vorträge und Diskussionsrunden als Informations- und Networkingplattform dienen, um die Beschaffung von Reise- und Eventleistungen zu überprüfen und zu optimieren. Teilnehmer haben die Wahl aus individuellen Schwerpunktthemen zweier Fachforen und profitieren gleichermaßen von Expertengesprächen mit Fachkollegen, Referenten und Dienstleistern. Zum Thema „Hoteleinkauf der Zukunft – Feste Corporate Rates vs. Best Buy“ diskutiert am Mittwochvormittag Roland Elter, Marketingdirektor Geschäfts- und Gruppenreisen bei Best Western, gemeinsam mit weiteren Experten. Anlässlich der hochkarätigen Branchenveranstaltung hat die Hotelgruppe Best Western ein spezielles Programm für kleine und mittlere Unternehmen im Gepäck: den Best Western Firmenvorteilspreis. Mittelständische Unternehmen, deren Mitarbeiter regelmäßig reisen, aber kein garantiertes Übernachtungsvolumen wie beispielsweise Großkunden vorweisen können, sichern sich über das Programm einen Preisvorteil von bis zu zehn Prozent gegenüber der besten verfügbaren Tagesrate in mehr als 4.200 Best Western Hotels. Nach einer kostenfreien Anmeldung am Programm erhalten KMUs über einen individuellen Buchungscode im passwortgeschützten Firmenbereich der Best Western-Homepage Zugriff auf seine Sonderkonditionen – ohne Vertragsbindung. In einem 60-minütigem Round Table am Donnerstagvormittag erläutern Birgit Kappe, Best Western Verkaufsdirektorin Geschäfts- und Gruppenreisen, und Renata Sirucek, Direktorin Sales Support bei Best Western Hotels Deutschland, vor Ort den Einkauf von Hotelleistungen zum Firmenvorteilspreis.

Es profitieren sowohl Mitarbeiter und Entscheider von kleinen und mittelständischen Unternehmen bei der Hotelkette von dem weltweiten Bonusprogramm Best Western Rewards: Sie erhalten direkt mit Anmeldung am Programm zum Firmenvorteilspreis den Platin- oder Diamond-Status. Dem Entscheider wie auch dem Reisenden werden als Willkommensgeschenk 500 Punkte gutgeschrieben, während letzterer dann bei jeder Übernachtung in den Best Western Hotels weltweit weitere Punkte sammeln kann. Schon ab wenigen Aufenthalten können die gesammelten Punkte in Freiübernachtungen eingelöst werden. Dem Entscheider im Unternehmen werden zehn Prozent aller gesammelten Punkte seiner reisenden Mitarbeiter gutgeschrieben.

KMUs, die den Best Western Firmenvorteilspreis nutzen möchten, registrieren sich einfach und kostenfrei über die Webseite www.bestwestern.de/firmenvorteilspreis. Nach Prüfung durch den Best Western Firmendienst erhält der Teilnehmer seinen eigenen individuellen Buchungscode und hat im passwortgeschützten Firmenbereich der Best Western-Homepage Zugriff auf seine Sonderkonditionen – ohne Vertragsbindung. Fragen zum Best Western Firmenvorteilspreis beantwortet der Best Western Firmendienst telefonisch unter (0 61 96) 47 24 878 oder per E-Mail an firmendienst@bestwestern.de.

Auf Geschäftsreisen punkten

Best Western bietet eines der größten Bonusprogramme der Hotellerie mit weltweit mehr als 20 Millionen Mitgliedern. So können Vielreisende und auch die Nutzer des Firmenvorteilspreises bei Best Western Rewards

Punkte bei jeder Übernachtung sammeln und gegen attraktive Prämien oder Freiübernachtungen in weltweit über 4.200 Best Western Hotels eintauschen. Zu den internationalen Kooperationspartnern von Best Western Rewards aus der Luftfahrtindustrie gehören die Kundenprogramme von insgesamt mehr als 20 Airlines, zum Beispiel von Air Berlin, American Airlines und Lufthansa. Weitere Kooperationsunternehmen sind die Autovermieter Avis und Sixt sowie Deutschlands größtes Bonussystem Payback und 30 Online-Partner.

Flächendeckend in Deutschland vertreten

Für das Segment Geschäftsreise und Tagungen bietet die Gruppe mit rund 200 Hotels in Deutschland sowohl in allen Großstädten, aber auch kleineren und mittelgroßen Städten ein flächendeckendes Angebot: von Best Western Hotels in Metropolen wie Berlin, Köln, Frankfurt und München bis hin zu exklusiven Häusern im Grünen, sei es direkt am Schweriner See, im schwäbischen Remstal oder vor der Bergkulisse bei Berchtesgaden. Kostenfreies Internet sowie eine individuelle Auswahl an Kopfkissen für die Nacht sind nur einige Beispiele der Services in allen Best Western Hotels. Zur besseren Orientierung präsentiert Best Western neben der Kernmarke die beiden Kategorien Best Western Plus und Best Western Premier, die sich durch zusätzliche Service- und Leistungsangebote abheben. Mit der Klassifizierung in drei Hotelkategorien erhalten Gäste eine klarere Aussage über das Angebot und den Standard der einzelnen Best Western Hotels.

***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 200 Hotels zur Best Western Hotels Deutschland GmbH. 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. 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 über 20 Millionen Mitgliedern.*

Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Weitere Informationen und Pressekontakt:

Best Western Hotels Deutschland GmbH, Eschborn

Anke Cimbal, Tel. (0 61 96) 47 24 -31, Fax (0 61 96) 47 24 78

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse