

Zwei neue Best Western Hotels im Großraum Tokio

Mit dem Best Western Tokyo Nishikasai und dem Best Western Yokohama schließen sich zwei neue Hotels in der Metropolregion Tokio Best Western an. Damit vergrößert sich das Portfolio der weltgrößten Hotelkette in Japan auf 17 Hotels.

Tokio / Yokohama, 7. August 2014. Expansion im Land der aufgehenden Sonne: Zwei neue Hotels erweitern das Portfolio der weltgrößten Hotelkette auf nun insgesamt 17 Hotels in Japan. Beide Häuser, das Best Western Yokohama und das Best Western Tokyo Nishikasai, liegen in der Metropolregion Tokio und sprechen mit ihrem Serviceangebot vorrangig Konferenz- und Geschäftsreisende an.

Das Best Western Yokohama ist das erste Hotel der Gruppe in der gleichnamigen Hafenstadt an der Westseite der Bucht von Tokio. Das Hotel im Stadtbezirk Tsurumi der bedeutenden Handels- und Hafenstadt ist in nur wenigen Minuten von den JR-Bahnhöfen Yokohama und Shinagawa sowie vom internationalen Flughafen Tokio-Haneda zu erreichen. Das Hotel verfügt über 185 klimatisierte Zimmer, die unter anderem mit Flat-Screen-Fernseher mit Satellitenempfang, kostenlosem High-Speed-Internetzugang, Kühlschrank und Fön ausgestattet sind. Eine rund um die Uhr besetzte Rezeption, ein Restaurant und Veranstaltungs- und Konferenzräumlichkeiten für bis zu 60 Teilnehmer bieten ideale Bedingungen für Geschäftsreisende. Yokohama ist Teil des im Osten der japanischen Hauptinsel Honshū gelegenen Ballungsgebiets von Tokio. Die mit über 3,5 Millionen Einwohnern nach Tokio zweitbevölkerungsreichste Stadt Japans ist ein bedeutender Verkehrsknotenpunkt und Handelszentrum, und gilt traditionell mit seinem Hafen als Japans „Tor zur Welt“.

Das Best Western Tokyo Nishikasai schließt sich als zweites Hotel in der pulsierenden Hauptstadt Japans Best Western an. Über die nur wenige Gehminuten entfernte Metrostation sind von dem Drei-Sterne-Hotel die bedeutendsten Einkaufs-, Geschäfts- und Vergnügungsviertel Tokios, wie Marunouchi und Ginza, schnell zu erreichen. Ein kostenloser Shuttle Service bringt Gäste auf Wunsch zum nahegelegenen Tokyo Disney Resort oder zum Tokyo SkyTree, dem mit 634 Metern zweithöchsten Gebäude der Welt. Das neunstöckige Hotel verfügt über 184 klimatisierte Zimmer, die mit Flat-Screen-Fernsehern, Kühlschrank, Fön und kostenlosem Internetanschluss allen Ansprüchen an ein modernes Mittelklassehotel für Geschäftsreisende und Urlauber mehr als genügen. Für Veranstaltungen mit bis zu 80 Teilnehmern stehen Meeting- und Konferenzräumlichkeiten bereit. Das hoteleigene Restaurant Aletta wartet mit japanischen Spezialitäten und internationaler Küche auf. Tokio gilt mit über 37 Millionen Einwohnern als die bevölkerungsreichste Metropolregion der Erde.

Bis heute haben sich der Kette insgesamt 17 Hotels in zwölf japanischen Städten und mehr als 200 Hotels im mittleren Osten und Asien angeschlossen. In den nächsten Jahren soll das Portfolio weiter ausgebaut werden.

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 4.200 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, Fax (0 61 96) 47 24 78

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse