

## Neue Best Western Logos: Umbranding in Deutschland gestartet

**Die neuen Best Western Logos sind an den ersten Hotels in Deutschland installiert. Damit präsentiert die Traditionshotelmarke Best Western Hotels & Resorts den angekündigten neuen Markenauftritt auch nach außen. Die modernen Logos mit klarer Positionierung und Differenzierung der Einzelmarken weisen den Weg in die Zukunft.**

**Eschborn, 13. Dezember 2016.** Der weltweite Best Western Logolaunch hat begonnen: Die ersten Hotels in Deutschland haben nun einen komplett neuen Außenauftritt mit neuen Logos. Für die drei Marken Best Western, Best Western Plus und Best Western Premier werden zeitgemäße und unverwechselbare Logos präsentiert, die sich klar voneinander unterscheiden und die neue Markenstrategie unterstreichen. In Deutschland ist das neue Logo bereits am Best Western Plus Parkhotel Velbert in Velbert zu sehen. Zu den ersten Häusern mit der neuen Außenbeschilderung gehören weiterhin Hotels in Unterföhring bei München, Ratingen, Morbach, Mannheim, Sindelfingen, Neu-Isenburg, Willingen, Wiesloch, Mülheim und Erfurt-Apfelstädt. „Wir freuen uns, dass unser Markenrelaunch nun an und in den ersten Hotels unserer Gruppe sichtbar wird und sich die Häuser mit den neuen Logos schmücken. Wir vollziehen im Jahr unseres 70-jährigen Jubiläums einen kompletten Wandel unseres Außenauftritts und positionieren unsere Hotels moderner und zeitgemäßer“, erklärt Marcus Smola, Geschäftsführer Best Western Hotels Central Europe GmbH. Damit ist nun der Startschuss für den großen Umbranding-Prozess der mehr als 230 Best Western Hotels Central Europe gefallen. „Unsere zentrale Kommunikation im Print- und auch im Onlinebereich ist bereits komplett mit neuen Logos umgestellt. Bis Ende 2017 ist das gesamte Umbranding unserer Hotels in Sachen Außenwerbung abgeschlossen und alle unsere Hotels werden die neuen Logos tragen“, erklärt Smola.

### **Moderne Logos für klare Differenzierung der Einzelmarken**

Best Western Hotels & Resorts hat in diesem Jahr einen historischen Schnitt gemacht und positioniert sich durch einen umfassenden Markenrelaunch neu: Über zwei Dekaden hat ein Traditionslogo die Häuser der Gruppe individueller Hotels geprägt. Seit Anfang 2016 setzt die Hotelgruppe auf einen neuen Markenauftritt ihrer Hotelmarken Best Western, Best Western Plus und Best Western Premier. Mit dem Relaunch der Außendarstellung reagiert Best Western auf den Wandel und den Umbruch, den die Marke in den vergangenen Jahren mit ihren Häusern vollzogen hat. Präsentiert werden nun zeitgemäße und unverwechselbare Logos aller drei Marken. „Unser liebgewonnenes Logo war in die Jahre gekommen und wirkte mittlerweile etwas angestaubt. Nun können wir unter einem Markendach moderne und frische Logos präsentieren und Best Western, Best Western Plus sowie Best Western Premier besser und klarer voneinander differenzieren. Der neue hochwertigere Außenauftritt entspricht zudem deutlich besser unserem Hotelportfolio weltweit, das durch hohe Investitionen der Hotelbetreiber in ihre Häuser sowie ein konsequentes Qualitätsmanagement nochmals einen Schub nach oben vollzogen hat. Mit diesem Schritt tragen wir der Entwicklung der vergangenen zehn Jahre und der damit einhergehenden Niveausteigerung unserer Hotels Rechnung“, erklärt Smola. „Mit den neuen Logos geben wir unseren Marken weltweit nochmals einen großen Schub und erwarten einen noch höheren Bekanntheitsgrad unserer Hotelgruppe weltweit. Die ersten Reaktionen unserer Gäste waren durchweg sehr positiv“, so Smola.

**Bildmaterial steht zum Download bereit unter:**

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

## **Über Best Western Hotels & Resorts:**

**Best Western Hotels & Resorts** ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette mit über 4.200 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 mehr als 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 regionale Länderbüros in Wien und Bern. 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 sieben Einzelmarken: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency, Vib, Glo sowie den Softbrand BW Premier Collection.

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 Loyalitätsprogramm für Vielreisende heißt Best Western Rewards mit weltweit mehr als 27 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, Direktorin Unternehmenskommunikation

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)