Neuer Markenauftritt: Best Western Hotel Breitbach mit neuem Logo

Eine Traditionsmarke erfindet sich neu: Best Western als Marke individueller Hotels hat einen neuen Look. Neue moderne Logos weisen den Weg in die Zukunft. Im Zuge des Markenrelaunchs präsentiert sich das Best Western Hotel Breitbach mit zeitgemäßem, neuem Logo.

Ratingen/Eschborn, 18. Januar 2017. Das Best Western Hotel Breitbach hat einen frischen Außenauftritt mit neuem Logo. Präsentiert wird das Best Western Logo in der Farbe Blau samt weißem Schriftzug mit den Buchstaben BW für Best Western. Pascal Eleftheriadis, gemeinsam mit seiner Frau Malaika Inhaber und Geschäftsführer des Drei-Sterne-Superior-Hauses, über das neue Branding: „Wir freuen uns sehr, dass wir unser Haus mit dem zeitgemäßen Logo schmücken und unsere Gäste nun in neuem Logo-Design empfangen können. Das neue Branding passt sehr gut zu uns, denn durch den frischen und klaren Außenauftritt werden wir künftig deutlich moderner wahrgenommen und wir erfahren mit dem neuen Logo eine höhere Wiedererkennbarkeit.“

Frischer und moderner Markenauftritt

Best Western Hotels & Resorts macht mit dem Relaunch einen radikalen Schnitt: Über zwei Dekaden hat ein Traditionslogo die Häuser der Gruppe individueller Hotels geprägt. Seit 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. „Wir sind froh, dass wir weltweit einen kompletten Wandel unseres Außenauftritts vollziehen. Unser lieb gewonnenes Logo ist in die Jahre gekommen und wirkte bei vielen 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 Marcus Smola, Geschäftsführer Best Western Hotels Central Europe GmbH, die mehr als 230 Hotels in zehn Ländern als Markenpartner betreut. Bis zum Jahresende 2017 sollen alle Hotels der Marke die neuen Logos tragen und das Umbranding der Hotels in Sachen Außenwerbung komplett abgeschlossen sein.

Vom Best Western Hotel Breitbach, verkehrsgünstig in Ratingen gelegen, sind die Großstädte Düsseldorf, Köln und Essen schnell zu erreichen. Das Business-Hotel verfügt über 68 Zimmer, die Anfang 2015 komplett modernisiert wurden. Zwei kombinierbare Tagungsräume, das Restaurant „Fritz“ und kostenlose hoteleigene Parkplätze und eine Tiefgarage runden das Angebot des Drei-Sterne-Superior-Hauses ab.

Pressekontakt im Hotel:

Best Western Hotel Breitbach
Pascal Eleftheriadis, Geschäftsführer
Stadionring 1, 40878 Ratingen

Telefon (0 21 02) 100 20, Fax (0 21 02) 100 288

E-Mail: info@hotel-breitbach.de

Internet: www.hotel-breitbach.de

Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

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 und 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

Internet: www.bestwestern.de/presse