

## Best Western mit neuen Soft Brands für alle Kategorien

**Best Western Hotels & Resorts bietet ab sofort für Hotelbetreiber neue Marken im Bereich der sogenannten Soft Brands für alle Kategorien, um individuellen Hotels und Hotelgruppen angesichts der Herausforderungen des Marktes passende Markenlösungen und Serviceleistungen anbieten zu können. Das Soft Brand Angebot von Best Western Hotels & Resorts wurde neben der im vergangenen Jahr eingeführten BW Premier Collection, der Kollektion für exklusive Privathotels, um zwei weitere Soft Brand Kollektionen ergänzt: die BW Signature Collection für Hotels der gehobenen Mittelklasse und die Sure Hotel Collection für Hotels im Drei-Sterne-Segment. Alle Soft Brand Angebote richten sich an Hotels, die markenunabhängig bleiben und gleichzeitig von der Vertriebs- und Marketingpower einer der führenden globalen Hotelmarken profitieren wollen.**

**Eschborn / Stuttgart, 05. Februar 2018.** „Angesichts der zunehmenden Konsolidierung und einem wachsenden Wettbewerb innerhalb der Hotellerie gilt es insbesondere Hotelbetreibern und Hotelgruppen mit sehr individuellen Häusern Lösungen und Konzepte für eine weltweite Vermarktung anzubieten, bei der die Häuser markenunabhängig bleiben können und gleichzeitig von der starken Vertriebs- und Distributionsunterstützung einer globalen Hotelmarke profitieren“, sagt Andreas Westerburg, Head of Hotel Development Best Western Hotels Central Europe GmbH mit Sitz in Eschborn im Rahmen der Messe Intergasta in Stuttgart. Best Western Hotels & Resorts präsentiert zum Jahresstart drei Soft Brands für unterschiedliche Hotel-Kategorien: Unter dem Unternehmensdach stehen mittlerweile zehn Marken – sowohl im Full Brand-, als auch im Soft Brand-Bereich zur Auswahl. „Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern die Möglichkeit, das adäquate Konzept für das jeweilige Hotel auszuwählen und so den Anforderungen im Markt am besten gerecht zu werden. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels“, so Westerburg.

### **Drei neue Soft Brands für alle Kategorien**

Neben den Full Brands präsentiert Best Western Hotels & Resorts nun drei Soft Brands als Vermarktungsangebote für markenunabhängige Hotels: BW Premier Collection, BW Signature Collection sowie die Sure Hotel Collection. Die drei Soft Brands sind für verschiedene Hotelkategorien konzipiert und lehnen sich in ihren jeweiligen Standards an den Marken der Full Brands Best Western Premier, Best Western Plus und Best Western an. Nachdem bereits die exklusive BW Premier Collection im vergangenen Jahr erfolgreich in der Region Best Western Hotels Central Europe mit drei Hotels in Wien, Ramsau bei Berchtesgaden und in der Motorworld Stuttgart in Böblingen eingeführt wurde, stehen seit Anfang 2018 nun auch die beiden Soft Brands BW Signature Collection für Hotels der gehobenen Mittelklasse sowie die Sure Hotel Collection für Häuser der Drei-Sterne-Kategorie für Hotelbetreiber zur Verfügung. „Ein Soft Brand eignet sich insbesondere für Hotels, die bereits stark mit eigener Namensbekanntheit im Markt etabliert sind, aber auch für neue Hotelprojekte, die sich sehr individuell ohne umfangreiches Marken-Branding positionieren wollen“, sagt Westerburg. Alle Soft Brand Hotels von Best Western Hotels & Resorts erhalten das volle Dienstleistungspaket des weltweiten Markenverbunds: Die Hotels werden nicht unter dem Markennamen Best Western Hotel geführt, sind jedoch über sämtliche Best Western Buchungskanäle, wie beispielsweise die Best Western Webseiten, via der weltweiten telefonischen Reservierungszentralen sowie über GDS und Buchungskanäle buchbar. Zudem profitieren die Hotels der Soft Brands von den weltweiten Konditionen aller globalen Partnerschaften der Hotelmarke – sowohl im Bereich der OTAs als auch weiterer Vertriebspartnerschaften bis hin zum Key-Account Management für Firmen- und Reisebüroverträge. Ferner werden alle Soft Brand Hotels in das weltweite Loyalty Programm Best Western Rewards mit 34 Millionen

Nutzern sowie Loyaltypartner wie Lufthansa Miles und More und Payback eingebunden. „Wir sehen bereits kurz nach der Einführung der neuen Soft Brands ein deutliches Interesse im Markt“, so Westerbürg.

### **Erste Hotels der BW Premier Collection gestartet**

Die ersten Hotels der BW Premier Collection sind in der Region Best Western Hotels Central Europe im Jahr 2017 an den Start gegangen. Die BW Premier Collection ist der Soft Brand für exklusive Hotels an Topstandorten in Metropolen und Feriendestinationen. Unter dem Dach dieser Kollektion werden außergewöhnliche Privathotels in der Vier- bis Vier-Sterne-Plus-Kategorie präsentiert. Die ersten Hotels der BW Premier Collection gibt es in Österreich und in Deutschland: In Österreich das The Harmonie Vienna und in Deutschland das Berghotel Rehlegg in Ramsau bei Berchtesgaden und das neue V8 Hotel Motorworld Region Stuttgart in Böblingen, das Anfang 2018 eröffnet wird. Weltweit gibt es derzeit bereits mehr als 80 Hotels, die zu der exklusiven BW Premier Collection gehören.

### **Wiener Boutiquehotel zu den Themen Kunst, Tanz und Malerei**

The Harmonie Vienna in Wien war im Oktober 2017 das erste Hotel der neuen BW Premier Collection in Österreich und auch der gesamten Region von Best Western Hotels Central Europe. „Unser Boutiquehotel mit einem einzigartigen Kunstkonzept eignet sich hervorragend für die BW Premier Collection. Wir sind bereits seit vielen Jahren Partner von Best Western und freuen uns nun über das neue Vermarktungsangebot. Unser Hotel ist ein kleines, feines Haus, das allerhöchsten Wert auf große Individualität legt. Die BW Premier Collection bietet uns dazu den perfekten Rahmen und die idealen Vermarktungsmöglichkeiten“ erklärt Sonja Wimmer, Geschäftsführerin des The Harmonie Vienna im Herzen von Wien.

### **Tradition und Moderne am Fuße des Watzmann**

Das familiengeführte Berghotel Rehlegg in Ramsau bei Berchtesgaden hat sich nach umfangreichen Renovierungen und einem Ausbau des Hotelangebots der BW Premier Collection im November vergangenen Jahres angeschlossen, um sich noch stärker als exklusives und individuelles Hotel am Markt zu präsentieren. „Unser Familienbetrieb hat sich in den vergangenen Jahren zu einem exquisiten Ferienhotel der Extraklasse entwickelt. Da passt die neue BW Premier Collection hervorragend für uns. Wir sind bereits seit vielen Jahren Partner von Best Western und freuen uns nun über das neue Soft Brand-Angebot. Unser Hotel legt allerhöchsten Wert auf große Individualität. Die BW Premier Collection bietet uns dazu den perfekten Rahmen und die idealen Vermarktungsmöglichkeiten“, erklärt Franz Lichtmanegger, Geschäftsführer des 87-Zimmer-Hotels.

### **Designhotel für Autofans in der Motorworld in Böblingen**

Das neugebaute Themenhotel V8 Hotel Motorworld Region Stuttgart in Böblingen, in dem sich alles um das Thema Automobil und Motorsport dreht, wird als Neubau Anfang 2018 mit 153 Zimmern eröffnen und ist der neueste Zugang der BW Premier Collection. Mit seinem Konzept rund ums Thema Automobil und Motorsport ist das privat geführte Haus ideal geeignet für diese neue Kollektion exklusiver Privathotels. Das Themenhotel für Motorbegeisterte bietet insgesamt 153 Design- und Themenzimmer, Appartements, Tagungsräume, ein eigenes Restaurant und eine Bar. Es ist das zweite Hotel des Stuttgarter Hotelier-Ehepaars Karen und Simeon Schad, die bereits das bestehende V8 Hotel in der Böblinger Motorworld mit 34 Zimmern betreiben. Wie im V8 Hotel, das vor rund sieben Jahren eröffnet hat, dreht sich auch im Neubau alles ums Automobil. „Unser Themenhotel V8 Hotel mit einem einzigartigen Automobildesign-Konzept eignet sich hervorragend für die BW Premier Collection. Unser neues Hotel legt allerhöchsten Wert auf große Individualität, wozu uns die BW Premier Collection den perfekten Rahmen und die idealen Vermarktungsmöglichkeiten gibt“, erklärt Simeon Schad, Betreiber und Geschäftsführer des neuen V8 Hotel.

## **Pressekontakte und weitere Informationen:**

### **Best Western Hotels Central Europe GmbH**

Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn

Anke Cimbal, 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)

## **Folgende Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:**

*Bildunterschrift: Das Angebot an Marken und Soft Brands wurde von Best Western Hotels & Resorts erweitert, um den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden und Hotelbetreibern das individuell passende Vermarktungskonzept anbieten zu können.*

*Bildunterschrift: Das Boutiquehotel The Harmonie Vienna ist das erste Hotel in Österreich, das sich bereits Anfang vergangenen Jahres dem neuen Soft Brand BW Premier Collection angeschlossen hat.*

*Bildunterschrift: Das neugebaute V8 Hotel Motorworld Region Stuttgart eröffnet mit 153 Zimmern in Böblingen und ist der neueste Zugang der BW Premier Collection.*

*Bildunterschrift: Das Berghotel Rehlegg in der Ramsau gehört seit Ende 2017 zur BW Premier Collection.*

## **Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:**

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

## **Über Best Western Hotels Central Europe:**

*Best Western ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette mit rund 4.000 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 rund 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 ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. 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 elf Einzelmarken: Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, VÄ«b®, GL , Executive Residency by Best Western®, BW Premier Collection®, BW Signature Collection<sup>SM</sup> by Best Western, sowie die Marken Sure Hotel by Best Western, Sure Plus Hotel by Best Western and Sure Collection<sup>SM</sup> by Best Western.*

*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 34 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 Cimbal, 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)