

Von Kunde zu Kunde: Best Western Hotels mit Top-Empfehlung

Best Western Hotels & Resorts werden von Verbrauchern in Deutschland überdurchschnittlich oft weiterempfohlen – so lautet das Ergebnis der aktuellen Studie „Von Kunde zu Kunde“ von BILD und ServiceValue. In der Untersuchung, die knapp eine Million Kundenurteile zu 2.340 Unternehmen aus über 200 Branchen herangezogen hat, belegen die Best Western Hotels den Top-Platz 2 in der Kategorie „Hotels – Mittelklasse“ mit dem Prädikat „Sehr hohe Empfehlung“.

Eschborn, 1. Februar 2021. Verbraucher empfehlen Best Western Hotels & Resorts gerne im Bekannten-, Freundes- oder Kollegenkreis weiter: Das belegt die aktuelle Studie zur Kundenempfehlung „Von Kunde zu Kunde“, die Best Western Hotels auf dem Top-Rang 2 der Kategorie „Hotels – Mittelklasse“ mit dem Prädikat „Sehr hohe Empfehlung“ auszeichnet. Damit werden der Hotelmarke, zu der in Deutschland rund 200 individuelle Privathotels gehören und die unter dem Markendach BWH Hotel Group Central Europe geführt werden, ein überdurchschnittliches Lob und sehr gute Erfahrungen von Verbrauchern bescheinigt. Die erstmalig durchgeführte und breit angelegte Untersuchung von BILD in Zusammenarbeit mit ServiceValue hat 2.340 Unternehmen in 204 Branchen unter die Lupe genommen und knapp eine Million Verbraucherurteile im Zeitraum von Dezember 2020 bis Januar 2021 ausgewertet. Ermittelt wurde die Quote aus Empfehlung und Abraten über eine nach eigenen Angaben repräsentativ ausgesteuerte Online-Erhebung unter der folgenden Fragestellung: „Würden Sie die folgenden Unternehmen/Marken Ihren Freunden, Verwandten oder Kollegen empfehlen oder von diesen abraten?“ Anbieter und Unternehmen mit überdurchschnittlich hohen und besseren Empfehlungsquoten erhielten die Auszeichnung „Hohe Empfehlung“ beziehungsweise „Sehr hohe Empfehlung“.

„Wir freuen uns sehr über die zahlreichen Weiterempfehlungen und damit auch über das Vertrauen, dass unseren Hotels und der Marke entgegengebracht wird. Mein Dank gilt all unseren Hoteliers und ihren Teams in den Hotels, die regelmäßig und gerade auch in den momentan schwierigen Zeiten von Herzen für unsere Gäste da sind und ein sicheres und gutes Reiseerlebnis schaffen“, sagt Marcus Smola, Geschäftsführer BWH Hotel Group Central Europe GmbH mit Sitz in Eschborn.

Eine vollständige Übersicht über die Ergebnisse der Studie sowie die ausgezeichneten Unternehmen und deren Platzierungen ist ersichtlich unter www.bild-kundenempfehlung.de.

BILD-Studie „Von Kunde zu Kunde“

Übersicht „Hotels – Mittelklasse“

Die durchschnittliche Empfehlungsquote in dieser Kategorie liegt bei 34,73.

Anbieter / Marke	Empfehlungsquote
Mercure	40,93
Best Western	39,85
Dorint	38,83
Novotel	35,68

NH Hotels	34,90
Holiday Inn	34,87
Park Inn	34,49
Leonardo Hotels	32,09
InterCityHotel	30,77
H-Hotels	24,93

Quelle: BILD, ServiceValue, Studie „Von Kunde zu Kunde“, Januar 2021

<https://servicevalue.de/rankings/hotels-mittelklasse-4/>

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:

Top-Weiterempfehlungsquote für die Best Western Hotels & Resorts: Positive Kundenurteile zeichnen die individuellen Privathotels in Deutschland in der BILD-Studie zur Kundenempfehlung mit einem Top-Platz 2 in der Kategorie „Hotels – Mittelklasse“ aus.

Im Bild: Best Western Hotel Prisma, Neumünster

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über BWH Hotel Group:

Die BWH Hotel Group ist eine internationale Hotelgruppe mit Hauptsitz in Phoenix/Arizona und das Markendach für die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group mit einem globalen Netzwerk von rund 4.700 unabhängigen Hotels in rund 100 Ländern weltweit. Insgesamt gehören zur Markenfamilie BWH Hotel Group weltweit 17 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vib, GLo, Aiden, Sadie, BW Premier Collection und BW Signature Collection sowie WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite und WorldHotels Distinctive. Zudem ergänzen die Marken Sure Hotel, Sure Hotel Plus, Sure Hotel Collection und Sure Hotel Studio das Portfolio der Gruppe.** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Markenkonzept aus dem Markenangebot von drei eigenständigen Markenfamilien auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Hotelauswahl. Alle Hotels unter dem Dach der BWH Hotel Group weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die BWH Hotel Group bietet Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten und die Kundenbindungsprogramme Best Western Rewards und WorldHotels*

Rewards.

Die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, vormals Best Western Hotels Central Europe GmbH, mit Sitz in Eschborn betreut insgesamt rund 300 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter dem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe und der verschiedenen Marken garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group 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. Für alle Marktsegmente werden modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereitgestellt. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet und Partner optimal präsentiert und buchbar. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und der Social Media Aktivitäten, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot. Die Loyalitätsprogramme für Vielreisende, Best Western Rewards und WorldHotels Rewards, mit weltweit mehr als 40 Millionen Mitgliedern, gehören zu den größten Kundenbindungsprogrammen der Reisebranche. Weitere Informationen: www.bwhhotelgroup.de und www.bestwestern.de

** Die Zahlen sind Schätzwerte, die schwanken können und Hotels beinhalten, die sich derzeit in der Entwicklungspipeline befinden.*

***Alle Hotels der Marken Best Western, WorldHotels und Sure Hotels sind privat geführt und werden unabhängig betrieben. Außerhalb von Europa werden die Hotels der Marken Sure Hotels mit dem Namen SureStay geführt.*

Weitere Informationen und Pressekontakt:

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

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

Anke Cimbal, Head of Corporate Communications

Tina Weik, Senior Manager Corporate Communications

Frankfurter Straße 10-14, 65760 Eschborn, Deutschland

Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129

E-Mail: presse@bwhhotelgroup.de

Internet: www.bwhhotelgroup.de www.bestwestern.de/presse