

Best Western Rewards zum siebten Mal in Folge Top-Treueprogramm

Das Kundenbindungsprogramm der Best Western Hotels & Resorts, Best Western Rewards, ist in diesem Jahr von U.S. News & World Report zum siebten Mal in Folge als eines der Top-5-Loyalitätsprogramme der Hotellerie weltweit ausgezeichnet worden.

Phoenix, AZ / Eschborn, 7. August 2019. Best Western Rewards, das Kundenbindungsprogramm der Best Western Hotels & Resorts mit über 40 Millionen Mitgliedern, ist eines der besten Loyalitätsprogramme der Hotellerie. Im siebten Jahr in Folge zeichnete das Nachrichten- und Informationsportal U.S. News & World Report, Washington/USA, Best Western Rewards im Ranking der besten Bonusprogramme der Branche unter den Top 5 aus. „Wir fühlen uns geehrt, dass Best Western Rewards von U.S. News & World Report erneut als Top-Loyalitätsprogramm geehrt wurde“, sagt Dorothy Dowling, Senior Vice President und Chief Marketing Officer für Best Western Hotels & Resorts. „Wir sind bestrebt, Reisenden ein Bonusprogramm anzubieten, das einen echten Mehrwert bietet. Als Teil dieser Verpflichtung entwickeln wir das Programm ständig weiter und bieten unseren Mitgliedern stets neue Möglichkeiten der Punkteeinlösung und neue Vorteile.“

U.S. News & World Report identifiziert jedes Jahr die besten Hotel-Treueprogramme weltweit und verwendet dabei eine Methodik, die folgende Komponenten bewertet: Kundenvorteile, Netzwerkgröße, Hotelanzahl, geografische Abdeckung, Zusatznutzen und den Prozess des Punktesammelns sowie der Einlösbarkeit von gesammelten Punkten. Bei Best Western Rewards hat die Jury besonders positiv bewertet, dass die gesammelten Punkte niemals verfallen, diese in 4.500 Hotels weltweit gesammelt und eingelöst werden können und dass Punkte sowohl in Freiübernachtungen als auch in andere Prämien einlösbar sind. Insgesamt wurden 15 der bekanntesten Hoteltreueprogramme für das Ranking 2019/2020 bewertet.

Best Western Rewards – Bonusprogramm mit über 40 Mio. Mitgliedern

Mit dem Loyalitätsprogramm Best Western Rewards, das bereits 1988 ins Leben gerufen wurde und das für Mitglieder schon immer kostenfrei ist, sammeln Gäste bei Übernachtungen in Best Western Hotels Punkte, die sie gegen Freiübernachtungen in rund 4.500 Hotels weltweit oder in attraktive Gutscheinprämien einlösen können. Gesammelte Best Western Rewards Punkte, die Best Western Rewards Mitglieder für ihre Aufenthalte erhalten, sind unbegrenzt gültig und verfallen nie. Die weltweit mittlerweile mehr als 40 Mio. Mitglieder von Best Western Rewards profitieren zudem von Angeboten, die exklusiv nur für Mitglieder buchbar sind. So erhalten sie beispielsweise exklusive Übernachtungspreise, die bis zu zehn Prozent unter der besten flexiblen Rate liegen. Mittels einer digitalen Kundenkarte führen Mitglieder ihre Kartenummer immer im Smartphone mit sich. Zu den internationalen Kooperationspartnern von Best Western Rewards aus der Luftfahrt-Industrie gehören insgesamt mehr als 20 Airlines. Weitere Kooperationsunternehmen sind unter anderem die Autovermieter AVIS und Sixt sowie Deutschlands größtes Bonussystem Payback. Gäste, die bereits bei einem anderen Hotel-Bonusprogramm einen Elite-Status erreicht haben, können mit dem „Best Western Rewards Status Match“ ihre Elite-Vorzüge auch in den Best Western Hotels & Resorts genießen. Weitere Informationen unter www.bestwestern.de/rewards

Alle Informationen sowie das vollständige Ranking online unter:

<http://travel.usnews.com/rankings/travel-rewards/hotel-rewards/>

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:

Das Kundenbindungsprogramm der Best Western Hotels & Resorts, Best Western Rewards, ist von U.S. News & World Report zum siebten Mal in Folge als eines der Top-5-Loyalitätsprogramme der Hotellerie ausgezeichnet worden.

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über Best Western Hotels & Resorts:

*Best Western Hotels & Resorts mit Hauptsitz in Phoenix, Arizona, ist eine internationale Hotelgruppe mit einem globalen Netzwerk von rund 4.500 Hotels in knapp 100 Ländern weltweit. * Insgesamt gehören zur Markenfamilie von Best Western Hotels & Resorts weltweit sowohl Full Brands als auch Soft Brands für alle Kategorien. So bietet Best Western 16 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen. Zu den Best Western Markenhotels gehören Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, Executive Residency by Best Western®, VÄ«b®, GLÄÄ•@iden SM, Sadie SM, BW Premier Collection® und BW Signature Collection®. Durch die kürzliche Übernahme bietet Best Western nun auch WorldHotels® Luxury, WorldHotels Elite und WorldHotels Distinctive Marken an. Zudem ergänzen die Franchisemarken Sure Hotel®, Sure Hotel Plus® und Sure Hotel Collection® das Portfolio der Gruppe. ** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das richtige Konzept für das eigene Produkt auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels. Alle Hotels unter dem Dach von Best Western Hotels & Resorts weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Best Western feiert mehr als 70 Jahre Gastfreundschaft und bietet seinen Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten.*

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 Gruppe garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt Best Western Hotels & Resorts 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 relevanten 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. Das Loyalitätsprogramm für Vielreisende, Best Western Rewards mit weltweit mehr als 40 Millionen Mitgliedern, ist eines der größten Kundenbindungsprogramme der Reisebranche. Weitere Informationen: www.bestwestern.de und www.bestwestern.com

** 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:

Best Western Hotels Central Europe GmbH

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

Anke Cimbal, Head of 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@bestwestern.de