

Best Western für nachhaltiges Engagement ausgezeichnet

Best Western Hotels sind nachhaltig engagiert: So urteilt die Studie „Nachhaltiges Engagement 2019“ von Deutschland Test gemeinsam mit ServiceValue durchgeführt hat. In der Kategorie „Hotels - Mittelklasse“ ist Best Western mit dem Prädikat „sehr stark“ ausgezeichnet worden. Der Studie, die in Focus veröffentlicht wurde, liegen rund eine halbe Million Kundenstimmen zu mehr als 1.500 Anbietern aus über 120 Branchen zugrunde.

Eschborn, 18. März 2019. Best Western Hotels überzeugen Kunden mit nachhaltigem Engagement: Die Hotelmarke erzielt in der aktuellen Studie „Nachhaltiges Engagement 2019“ von Deutschland Test und dem Kölner Analyse- und Beratungshaus ServiceValue Platz zwei in der Kategorie „Hotels - Mittelklasse“ und erhält das Prädikat „Nachhaltiges Engagement: sehr stark“. Mit einem Mittelwert von 2,463 Punkten liegt die Hotelgruppe in ihrer Kategorie in Deutschland über dem Durchschnitt und kann den zweiten Rang hinter H-Hotels, noch vor Mercure, IntercityHotels und NH Hotels für sich beanspruchen.

Die Studie zur Kundenwahrnehmung rund um das nachhaltige Engagement einzelner Unternehmen und Marken wurde im März von Focus veröffentlicht. Durchgeführt wurde die Online-Umfrage in Zusammenarbeit von Deutschland Test, Focus Money und ServiceValue. Befragt wurden insgesamt 495.593 Kunden zu 1.591 Anbietern aus 128 verschiedenen Branchen. Jeder Teilnehmer erhielt hierzu eine Auswahl der Unternehmen und Marken und bewertete, inwiefern diese in den vergangenen zwölf Monaten als nachhaltig engagiert wahrgenommen wurden. Mit Hilfe einer Skala von „trifft zu“ (1) bis hin zu „trifft nicht zu“ (4), wurden die Werte ermittelt, denen das Ranking zugrunde liegt. Für das Ergebnis wurde der Mittelwert der Kundenstimmen für jedes Unternehmen berechnet, wobei der Wert 1 ein überzeugendes nachhaltiges Engagement widerspiegelt, während der Wert 4 zeigt, dass Kunden mit dem nachhaltigen Engagement des Unternehmens oder der Marke unzufrieden sind. Das Ranking basiert auf den berechneten Mittelwerten der einzelnen Unternehmen und wird branchenspezifisch gegliedert.

Weitere Informationen zu der Studie „Nachhaltiges Engagement 2019“ sind online unter folgendem Link zu finden:

<http://www.servicevalue.de/wettbewerbe/branchenuebergreifend/nachhaltiges-engagement/>

Vom E-Smart bis zum Energie-Selbstversorger

Zahlreiche Best Western Hotels setzen sich mit nachhaltigen Strategien aktiv für eine grünere Region ein. Das Engagement reicht dabei vom Hühnerhotel an der Ostsee bis hin zu Bienenvölkern auf dem Hoteldach, vom „Null-Emissions-Hotel“ in Freiburg bis zum Energie-Selbstversorger im Schwarzwald. Zudem stellen bereits mehr als 50 Best Western Häuser deutschlandweit E-Ladestationen zur Verfügung. Weiterhin zeigt sich ein Trend in der Gruppe bei der Bereitstellung von Elektro- und Hybridautos.

Übersicht: Studie „Nachhaltiges Engagement 2019“ von Focus Money und ServiceValue, Kategorie „Hotels - Mittelklasse“

Anbieter	Mittelwert	Auszeichnung
----------	------------	--------------

H-Hotels	2,430	Nachhaltiges Engagement: Nr. 1
Best Western	2,463	Nachhaltiges Engagement: sehr stark
Mercure	2,472	Nachhaltiges Engagement: sehr stark
IntercityHotel	2,495	Nachhaltiges Engagement: stark
NH Hotels	2,520	Nachhaltiges Engagement: stark

Quelle: <http://www.servicevalue.de/wettbewerbe/branchenuebergreifend/nachhaltiges-engagement/ranking/hotels-mittelklasse/> (Veröffentlicht in Focus am 16. März 2019)

Die folgenden Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:

Energie-Selbstversorger: Das Best Western Hotel Hofgut Sternen in Breitnau versorgt sich mit dem hoteleigenen Kraftwerk selbst mit Energie und setzt auf ein gelungenes Zusammenspiel nachhaltiger Ressourcen.

„Green Hotel“: Das Best Western Premier Hotel Victoria in Freiburg gilt als nachhaltiger Vorreiter der Hotelgruppe und ist für sein exzellentes Umwelt-Management bekannt.

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, SadieSM, 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 37 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 Cimal, 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