

PRESSEINFORMATION

WORLDHOTELS PEAKPOINTS GEHT WELTWEIT AN DEN START – TECHNISCHE VORAUSSETZUNGEN WURDEN IN ESSEN ENTWICKELT.

Das ATLANTIC-Team feiert den Launch von Worldhotels Peakpoints, einem der erste rein digitalen Bonusprogramme der Hotellerie weltweit.



< Essen, 24.04.2014 > Fieberhaft wurde in den letzten Monaten an den technischen Voraussetzungen gearbeitet – heute ist es endlich soweit: Worldhotels Peakpoints geht an den Start. Ab sofort können Gäste des ATLANTIC Essen sowie in allen weiteren rund 500 Worldhotels-Partnerhäusern Punkte sammeln: pro 1 Euro Zimmerpreis jeweils 2 Peakpoints. Ab einem Punktestand von mindestens 2.000 Peakpoints können Mitglieder ihre Punkte für Geldgutscheine eintauschen und in jedem Hotel der Gruppe einlösen.

Worldhotels Peakpoints bietet drei Mitgliedsstufen, die das Sammeln von Punkten beschleunigen: Silber-Mitglieder erhalten zusätzliche 10% an Punkten, Mitglieder der Gold-Stufe 25% mehr und Inhaber des Navigator-Status bekommen 50% mehr Punkte.

Warum der Name Peakpoints? „Besondere Reiseerlebnisse sind Höhepunkte, sprich der `Peak`, berichtet Ulrich Schreiber, Director of Sales & Marketing des ATLANTIC Essen, „wir geben mit Peakpoints unseren Gästen Punkte, um den nächsten Hohepunkt schneller zu erreichen.“

-2-

„Als Hotel in der Metropole Ruhr freut uns dabei besonders, dass ein Unternehmen aus der Region, nämlich der Essener IT-Provider `hotelwebservice GmbH`, für die gesamten technischen Voraussetzungen des Programms auf globaler Ebene verantwortlich ist“, so Schreiber weiter, „das gesamte Backend wurde in Essen entwickelt. So lag es auch nahe, dass unser ATLANTIC Essen als eines der Testhotels weltweit ausgewählt und bei uns im letzten halben Jahr fieberhaft an den Voraussetzungen des Programms auf Hotelebene gearbeitet wurde.“

Mit der Einführung von Worldhotels Peakpoints erhalten die Hotels nicht nur ein Kundenbindungsprogramm, sondern auch CRM- und Customer-Intelligence-Lösungen an die Hand, die dabei helfen werden, Gästen maßgeschneiderten Service zu bieten. So kann man noch besser auf Reisevorlieben eingehen, Treue belohnen und die persönliche Worldhotels-Erfahrung für Gäste noch schöner machen.

Weitere Details zum Programm können auf www.yourbenefits.worldhotels-peakpoints.com nachgelesen werden.

Über **Worldhotels**:

Worldhotels ist eine globale Marke, die einige der weltweit einzigartigsten Hotels zusammenbringt. Mit dem Slogan „Where Discovery Starts“ richtet sie sich an Geschäfts- und Urlaubsreisende, die bei ihrer Hotelwahl authentische und lokale Erlebnisse suchen. Zum Worldhotels-Portfolio gehören 500 Hotels in 250 Destinationen und 65 Ländern weltweit. Mit über 40 Jahren Erfahrung in der Hotellerie hat das Unternehmen es sich zur Aufgabe gemacht, Zugang zu einzigartigen Vier- und Fünf-Sterne-Hotels zu ermöglichen. Jedes Hotel hat einen strengen Auswahlprozess durchlaufen, um sicherzugehen, dass es den hohen Qualitätsanforderungen der Gruppe entspricht. Jedes Hotel wird außerdem jährlich auf über 1.000 Qualitätskriterien überprüft. Durch eine umfassende Palette an Services, die globales Marketing, Sales, Training, E-Commerce und modernste Technologie- und Vertriebslösungen beinhaltet, stärkt Worldhotels als globale Marke unabhängige Hotels, die ihren individuellen Charakter und ihre Identität behalten möchten. Zusätzlich zum klassischen „Affiliation Model“ bietet Worldhotels mit seinem Soft Franchise Markenmodell eine attraktive Alternative zu herkömmlichen Franchising-Konzepten.

Weitere Information zu Worldhotels auf www.worldhotels.com.

Über das **ATLANTIC Congress Hotel Essen**:

Das 2010 eröffnete ATLANTIC Congress Hotel Essen****superior, Member of Worldhotels First Class Collection, zählt mit 248 designorientierten Zimmern und Suiten auf sieben Etagen sowie einem großzügigen Konferenzbereich von 1.200 Quadratmetern zu den größten Tagungshotels der Metropole Ruhr. Der Gastronomiebereich „CUXX“ mit Restaurant, Bistro, Bar, Sommerterrasse sowie Smoker´s Lounge, eine Vinothek mit einer Sammlung erlesener Weine und ein exklusiver Boardroom runden das Angebot ab. Darüber hinaus stehen den Hotelgästen 26 Frequent-Flyer-Programme, das Bonusprogram „Worldhotels Peakpoints“, ein Fitness- & Wellness-Bereich mit Dachterrasse sowie eine hoteleigene Tiefgarage zur Verfügung. Das „Certified® Business, Conference & Green Hotel“ verfügt über die Prüfsiegel „kodexzertifiziert.de“ sowie „Klimafreundlicher Veranstaltungsort“ und ist im vergangenen Jahr mit dem „Certified® Star“- sowie dem „Location“ - Award ausgezeichnet worden.

Weitere Informationen zum ATLANTIC Congress Hotel Essen auf: www.atlantic-essen.de oder www.worldhotels.com/atlanticcongresshotel.

Ansprechpartner für die Presse:

Ulrich Schreiber
Director of Sales & Marketing
ATLANTIC Congress Hotel Essen
Norbertstrasse 2a
45131 Essen
Telefon: +49(0)201 94628-827
Mobil: +49(0)151 1805-2280
E-Mail: ulrich.schreiber@atlantic-essen.de
www.presse.atlantic-essen.de

Bildmaterial:

Ulrich Schreiber (3. von links) und das ATLANTIC-Team freuen sich über den Launch von Peakpoints auf dem höchsten Punkt des Hotels -dem Peakpoint-, der ATLANTIC Dachterrasse.

Veröffentlichung ohne Quellenangabe honorarfrei möglich.

Weiteres Bildmaterial kann im Worldhotels-Bildarchiv in Leonardo heruntergeladen werden: www.leonardo.com/worldhotels.