

Presseinformation

## **Le Méridien und Westin Hotels & Resorts laden zu einer neuen Art des Spielens und gemeinsamen Familienurlaubs ein**

*Neue Familienangebote in mehr als 300 Hotels weltweit*

*Stamford, Connecticut/USA* – Starwood Hotels & Resorts gibt die Einführung neuer Familienkonzepte für Le Méridien und Westin Hotels & Resorts bekannt, die in über 300 Hotels und Resorts weltweit angeboten werden. Damit reagieren beide Hotelmarken auf die weltweit steigende Nachfrage nach Urlaubsangeboten für die ganze Familie und die veränderten Bedürfnisse von Familien auf Reisen. Die Angebote warten mit neuen, durchdachten Kinderclub-Konzepten auf und bringen frische Ideen für gemeinsame Erlebnisse und sinnvolle Ausstattungselemente à la Westin und Le Méridien ins Spiel. Damit wird der steigenden Anzahl von Mehrgenerationenurlaubs heutzutage moderner Familien Rechnung getragen: Eltern, Tanten, Onkel und Großeltern verreisen mit Kindern aller Altersstufen.

„Die heutige Familie auf Reisen ist aktiver, weltoffener und vernetzter denn je zuvor. Deshalb hat sich die Art und Weise, wie sie reist, extrem gewandelt“, sagt Brian Povinelli, Global Brand Leader, Le Méridien und Westin Hotels & Resorts. „Wir haben mit unseren loyalsten Gästen gesprochen und herausgefunden, dass der neue Traumurlaub – für viele – Aktivität und Abenteuer kombiniert und ermöglicht, neue Destinationen zu erschließen und fremde Kulturen zu erleben. Wir haben bei der Entwicklung der beiden neuen Programme für Le Méridien und Westin auch Erkenntnisse über unsere jüngsten Gäste einfließen lassen. Schließlich sind sie es, die künftig die Erwartungen an und die Zukunft von Familienreisen prägen werden.“

Spielen kennt keine Grenzen und Sprachbarrieren: Beide Marken stellen bei ihren Konzepten diese Tatsache in den Mittelpunkt. Spielen ist ein hervorragendes Mittel um zu entdecken, zu lernen, neue Fähigkeiten zu entwickeln, Ideen auszudrücken und in Beziehung mit anderen zu treten. Le Méridien lenkt die eigene Kreativität und Neugier der Kinder auf die Destination und weckt ganz nach Marken-Manier ihren Entdeckergeist und Sinn für Kultur und Küche des jeweiligen Standortes. Das Konzept Westin Family ist von der Natur inspiriert und schafft für die Kinder eine Wohlfühlatmosphäre.

### **Designorientiert, umweltbewusst und kulturverbunden: Die kleinen Gäste von heute haben hohe Ansprüche an die Kids Clubs von morgen**

Das Konzept des Westin Family Kids Club basiert auf den „Sechs Säulen des Wohlbefindens“, die die Marke Westin auszeichnen. Vorgesehen ist ein eigens für die Kinder gestalteter Raum, in dem sie lecker und gesund essen können (Säule: „Eat Well“), sich wohlfühlen sollen („Feel Well“), Möglichkeiten finden, produktiv zu werden („Work Well“), ihrem Bewegungsdrang nachgeben („Move Well“) aber auch zur Ruhe kommen können („Sleep Well“). Das durchdachte Design der Kinderclubs entstand in Anlehnung an die biophilen Werte der Marke Westin und regt dazu an, das eigene Wohlbefinden durch Naturverbundenheit positiv zu beeinflussen. So inspirierten Naturtöne die verspielte und zugleich stilvolle Farbauswahl, die ein kindliches und zugleich anregendes Raumgefühl entstehen lässt. Naturpfaden nachempfunden führen in den Räumen mäandernde Wege zu Orten, an denen die Kinder Neues entdecken und lernen können. Der vertikale Garten in Westin Manier findet eine kindgerechte Erweiterung in den Räumen; hier kann Natur erlebt und gegärtnert werden kann. Genauso wie bei dem für Westin typischen, von

der Natur inspirierten Lobbykonzept „Haven“ bietet der Westin Family Kids Club anregende und beruhigende Bereiche und Elemente, um das persönliche Wohlfühlgefühl als auch Spiel, Entspannung und Selbstverwirklichung zu ermöglichen.

„Die Tage, an denen Kinder Zeit in Räumen mit überquellenden Bücherregalen, Plastikstühlen und Wänden voller Poster von Comichelden verbringen wollen, sind gezählt“, sagt Erin Hoover, Vice President, Global Brand Design, Westin Hotels & Resorts. „Westin hat ein besonderes Augenmerk darauf gelegt, Orte zu kreieren, die umweltverträglich und zugleich wohltuend für die jüngsten Gäste sind. Wir haben ganz bewusst Materialien verwendet, die nachhaltig gewonnen und produziert wurden oder aus dem Recycling stammen. Damit erzielen wir eine gute Luftqualität in den Innenräumen, fördern den Aufenthalt in natürlichem Licht und bieten Outdoor-Aktivitäten.“

Auch beim Le Méridien Family Kids Club bleibt das innenarchitektonische Konzept den Prinzipien von Le Méridien treu und avanciert damit zur ersten Hotelmarke, deren Kinderclubs in zeitgenössischem Design gestaltet wurden. Die Kinder blicken bei ihrer Ankunft auf ein beeindruckendes Kunstwerk, können auf flexiblem Sitzmobiliar Platz nehmen und finden weitere Stilelemente, die auf spielerische Art das Konzept des Le Méridien Hub aufgreifen – das innovative Lobbykonzept der Marke, das deren kreativen Esprit widerspiegelt und seine Inspiration von Kaffeehäusern, Reise- und Kunstgenuss bezieht.

„Unsere Gäste sind kreative und aufgeweckte Reisende. Das Design und Programm des Le Méridien Family Kids Club wird dem gerecht – und bietet den perfekten Rahmen für unsere kleinen Gäste. Hier können sie ihre Kreativität auf unerwartete Art ausdrücken und gleichzeitig etwas über die Destination, in der sie sich befinden, lernen“, sagt Julie Frank, Global Director, Global Brand Design, Le Méridien Hotels & Resorts.

Le Méridien Family Kids Clubs reflektieren lokale Besonderheiten: Sie greifen in den innenarchitektonischen Elementen und der Ausstattung die örtliche Kultur auf und spielen auf herausragende Sehenswürdigkeiten und Symbole der jeweiligen Destination an. Das Programm selbst komplettiert das Gestaltungskonzept und wird dem Markenversprechen „Unlock the Destination“ mit lokaltypischen Musikinstrumenten, kunstvollen und zugleich verspielten Brettspielen und Spielsachen gerecht. Dazu zählen zum Beispiel stilisierte, übergroße Landkarten mit Koordinaten und Reiserouten, die die Kinder dazu ermuntern, einmal nachzusehen, aus welcher Region der Welt sie kommen. Eine Aktivität die „das Eis bricht“ und Gespräche in Gang kommen lässt. Sogar die Snacks im Kinderclub fördern Interaktion und beziehen Gerichte und Zutaten der lokalen Küche ein – als weitere bereichernde Erfahrung.

### **Familien trennen sich, um sich wieder miteinander zu verbinden: Mehr Mobilität bei weniger Freizeit – Familien schätzen gemeinsame Erlebnisse**

Das Programm Westin Family entstand aus Kindersicht und bietet eine Vielzahl interaktiver Angebote, die Kindern aller Altersgruppen dabei helfen, mit ihrem Umfeld in Kontakt zu kommen. Sowohl Stadt- als auch Resorthotels fördern den Entdeckerdrang, beispielsweise beim Krabbenfang im Westin Blue Bay Resort & Spa in Hainan (China) oder bei einer Kochstunde à la SuperChefs, den Partnern von Westin in Sachen „gesundes Essen für Kinder“, im Westin Hilton Head Resort & Spa in South Carolina.

Das Familienkonzept wiederholt das Mantra der Marke Westin: Alle Gäste sollen sich bei ihrer Abreise wohler fühlen als bei ihrer Ankunft, nicht nur die Erwachsenen; auch wenn die

Wellness-Erfahrungen sich auch bei Eltern und Großeltern bekanntermaßen als sehr beliebt erwiesen haben. „Die Generation X liebt Gesundheits- und Wellnessreisen – besonders nach der Erfahrung der Rezession in 2008 und jetzt da sie altert“, sagt Julia Cosgrove, VP und Editor in Chief, AFAR Media. „Wie ein Reiseexperte es auf den Punkt brachte: ‚Alles dreht sich um Grünkohl, Quinoa und Cardio‘. Diese Reisenden wollen raus aus dem Alltag, schnell abschalten, in Form kommen und Familienbande pflegen.“

Le Méridien Family zielt darauf ab, die Vorstellungskraft von Kindern und Erwachsenen zu entfachen, so dass junge und ältere Reisende gemeinsam auf Entdeckungstour gehen können. Das Le Méridien Ra Beach Hotel & Resort bei Barcelona beispielsweise bietet Familien mit Mitgliedern aller Altersgruppen die Möglichkeit, die Destination bei Radtouren und Fotokursen zu entdecken und die exklusiven UNLOCK Art-Partner des Hotels in der Region zu besuchen. Viele Hotels, darunter das Le Méridien Phuket und das Le Méridien Monte Carlo, bieten Erlebnisse und Aktivitäten wie Pétanque und einen Kaffee & Kakao-Workshop, beides spielerische Referenzen an die Wurzeln der aus Paris stammenden Marke.

### **Ein bisschen spielen, ein bisschen lernen: Partner wie LEGO und Imagination Playground sind ausschlaggebend für die Buchung**

Vor kurzem gab Le Méridien die Partnerschaft mit der LEGO-Gruppe bekannt. Kinder bis zwölf Jahre werden beim Check-in in jedem der mehr als hundert Hotels weltweit mit einem LEGO-Spielzeug begrüßt, mit dem sie während ihres Aufenthalts spielen und es dann als Andenken mit nach Hause nehmen können. Le Méridien arbeitet außerdem mit Imagination Playground zusammen, einem Unternehmen von David Rockwell in Kooperation mit KaBOOM! Imagination Playground entwirft Spielplätze, die es Kindern erlauben, ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen, sich Inspiration zu holen und ihre Vorstellungskraft zu aktivieren. Als perfekter Partner und Ergänzung für familienorientierte Hotels wie das Le Méridien Bangkok Suvarnabhumi Golf Resort & Spa, ermuntert Imagine Playground Kinder, sich als Architekten zu betätigen und aus losen Teilen selbst ein Haus oder einen Raum zu bauen und dabei eine eigene Geschichte zu entwickeln.

„Mehr als zwei Drittel unserer Gäste prüfen das Familien- und Kinderangebot, bevor sie über ihre Hotelbuchung entscheiden. Diese Gäste schätzen in zunehmendem Maße pädagogisch sinnvolle und kulturelle Aktivitäten, die dazu animieren, im Freien zu spielen“, ergänzt Povinelli. „Das Ziel unserer Partnerschaften ist, das Zusammensein zu fördern und die Sicht der Kinder auf die Welt zu erweitern – ob sie nun eine neue Destination mit Le Méridien entdecken oder mit Westin Naturerfahrungen machen. Wir hoffen, Beziehungen zu stärken und bleibende Erinnerungen für die Familien und unsere jüngsten Gäste zu schaffen.“

### **Aktuelle Trends und Erkenntnisse einer SPG-Mitgliederumfrage bestimmen das neue weltweite Familienangebot**

In Zusammenarbeit mit C Space, einer Umfrageagentur, hat Starwood SPG-Mitglieder rund um den Globus zur Entwicklung der neuen Familienprogramme von Westin und Le Méridien befragt. Etwa die Hälfte der befragten Gäste mit Kindern reist heute anders als noch vor fünf Jahren. Sie tendieren dazu, weiter weg zu reisen und länger zu bleiben. Zunehmend spielen Kosten und Platz eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, sich für ein Hotel zu entscheiden. Die Marken Westin und Le Méridien antizipieren die Bedürfnisse der reisenden Familie von heute und bieten weltweit ein Familien-Package, mit dem alle Kindern kostenfrei essen und ebenfalls ohne zusätzliche Kosten die Kinderclubs nutzen können. Darüber hinaus erhalten Familien auf die Buchung eines zweiten Zimmers Rabatt und haben die Möglichkeit, bei

Verfügbarkeit Zimmer mit Verbindungstür zu bekommen. Westin bietet außerdem noch das eigens für Kinder entwickelte „Eat Well Menu for Kids“ mit nahrhaften und leckeren kinderfreundlichen Gerichten an.

## **Ein Ausblick: Die Zukunft des Familienurlaubs für Westin & Le Méridien**

Der weltweite Launch der neuen Familienprogramme in 300 Hotels und Resorts der Marken Westin und Le Méridien rund um den Globus wird mit zahlreichen Familienaktivitäten gefeiert, darunter Sprachkurse, das Bemalen von Muscheln, Sternenhimmelbeobachten und lokalen Entdeckertouren in einigen der aufregendsten Destinationen der Welt von New York bis Dubai und von Panama bis Phuket.

Außerdem kündigen beide Marken die Eröffnung neuer Kinderclubs in diversen Märkten weltweit an, darunter die Vereinigten Staaten, die Vereinigten Arabischen Emirate, Mauritius und Thailand; weitere Neueröffnungen sind für 2016 geplant. Anfang des nächsten Jahres feiert das Westin Tashee Resort in Taiwan sein Grand Opening mit einem großen Familienfest – das Hotel wird den größten Westin Family Kids Club auf der ganzen Welt haben.

Weitere Informationen über Westin Family oder Le Méridien Family unter [www.westin.com/family](http://www.westin.com/family) oder folgen Sie uns auf #WonderAwaits sowie unter [www.lemeridien.com/family](http://www.lemeridien.com/family) bzw. #DiscoverTogether

## **Westin Hotels & Resorts**

Seit über zehn Jahren ist [Westin](http://www.westin.com) eine der führenden Marken in der Hotellerie und im Wellnessbereich. Über 200 Westin Hotels und Resorts in knapp 40 Ländern sorgen mit innovativen, durchdachten Konzepten dafür, dass Gäste sich bei ihrer Abreise besser fühlen als bei der Ankunft. Bei allen speziell für Westin Gäste konzipierten Serviceeinrichtungen – vom Heavenly Bed über das kulinarische Angebot SuperFoods bis hin zum Fitnessbereich WestinWORKOUT– steht immer das Wohlbefinden im Mittelpunkt. Wie alle Marken von Starwood Hotels & Resorts nehmen auch die Westin Hotels am renommierten Bonusprogramm Starwood Preferred Guest teil. [www.westin.com](http://www.westin.com)

## **Le Méridien**

Zum Portfolio von [Le Méridien](http://www.lemeridien.com) gehören derzeit knapp 100 Hotels in über 40 Ländern. Seit der Übernahme durch Starwood Hotels & Resorts Ende 2005 wurde die Marke mit französischem Ursprung komplett neu positioniert – mit einer umfassenden Portfoliobereinigung und einer innovativen Markenstrategie. Durch die Schaffung der Künstlergemeinschaft LM100 wurden zahlreiche Gästebereiche neu gestaltet und beschenken den Gästen einen einzigartigen, interaktiven und kuratierten Aufenthalt. Mit einem Portfolio von über 80 Hotels in Europa, Afrika, dem Nahen Osten sowie im asiatisch-pazifischen Raum ergänzt Le Méridien die überwiegende Präsenz von Starwood Hotels & Resorts in Nordamerika. Die Expansionspläne für die kommenden fünf Jahre konzentrieren sich hauptsächlich auf Asien und Lateinamerika. Kürzlich eröffnet haben Hotels in Columbus (Ohio, USA), Charlotte (North Carolina, USA), Indianapolis (Indiana, USA), New Orleans, Chicago, Tampa (Florida, USA), Kairo, Bahrain, Bangkok, Bali, Oran (Algerien), and Zhengzhou (China). Weitere Neueröffnungen erfolgen in den nächsten zwölf Monaten in Gurgaon und Mahabaleshwar (Indien), Thimphu und Paro (Bhutan), Dhaka (Bangladesh), Ho Chi Minh Stadt (Vietnam), Qingdao und Leshan (China) sowie Putrajaya (Malaysia). Wie alle Marken von Starwood Hotels & Resorts nehmen auch die Le Méridien Hotels am renommierten Bonusprogramm Starwood Preferred Guest teil. Weitere Informationen unter [www.lemeridien.com](http://www.lemeridien.com) oder [www.facebook.com/lemeridien](https://www.facebook.com/lemeridien) Folgen Sie @LeMeridienHotels auf Instagram.

## **Starwood Hotels & Resorts**

[Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc.](http://www.starwoodhotels.com) ist mit über 1.200 Hotels in rund 100 Ländern und mehr als 180.000 Mitarbeitern in eigenen Hotels und Management-Betrieben eine der führenden Hotelgesellschaften der Welt. Starwood ist Eigentümer, Betreiber und Franchisegeber von Hotels, Resorts und Residenzen der international bekannten Marken [St. Regis](http://www.stregis.com), [The Luxury Collection](http://www.theluxurycollection.com), [W. Westin](http://www.westin.com), [Le Méridien](http://www.lemeridien.com), [Sheraton](http://www.sheraton.com), [Tribute Portfolio](http://www.tributeportfolio.com), [Four Points by Sheraton](http://www.fourpoints.com), [Aloft](http://www.aloft.com), [Element](http://www.element.com) und der kürzlich eingeführten ausgebauten Partnerschaft mit [Design Hotels](http://www.designhotels.com). Das Kundenbindungsprogramm Starwood Preferred Guest (SPG) zählt zu den führenden Bonussystemen der Hotellerie. Mitglieder sammeln Punkte und können diese unter anderem gegen kostenfreie Übernachtungen, Zimmer-Upgrades



und Flugtickets bei zahlreichen Airlines eintauschen – ganz ohne Sperrzeiten. Starwood hat kürzlich Pläne zur Ausgliederung von Starwood Vacation Ownership, Inc., eines der führenden Entwickler- und Betreiberunternehmen von qualitativ hochwertigen Time-Sharing-Urlaubsresorts, in eine eigenständige Aktiengesellschaft bis Ende 2015 bekanntgegeben. [www.starwoodhotels.com](http://www.starwoodhotels.com)

Weitere Presseinformationen zu Starwood Hotels & Resorts und allen Marken unter [www.starwoodmediacenter.com](http://www.starwoodmediacenter.com)

**Pressekontakt:**

Michaela Belling, Senior PR Manager Germany & Switzerland  
Starwood Hotels & Resorts, Engelschalkinger Str. 12, 81925 München  
Tel. +49 (0)89 93001-6427; Email: [michaela.belling@starwoodhotels.com](mailto:michaela.belling@starwoodhotels.com)  
[www.starwoodhotels.com](http://www.starwoodhotels.com)