

Sure Hotel Collection by Best Western wächst

Die Sure Hotel Collection by Best Western, eine neue Hotelkollektion von Best Western Hotels & Resorts, bekommt weiteren Zuwachs: Nachdem der so genannte Soft Brand im vergangenen Jahr vorgestellt wurde, schließt sich mit dem Altstadthotel Arte in Fulda das nunmehr vierte Haus der neuen Sure Hotel Collection by Best Western in Deutschland an. Die Betreibergesellschaft des 62-Zimmer-Hotels ist die JH Immobiliengesellschaft mbH & Co. KG mit Sitz in Künzell.

Eschborn, 28. Januar 2019. Steigende Nachfrage für den neuen Soft Brand Sure Hotel Collection by Best Western: Mit dem Altstadthotel Arte in Fulda schließt sich in Deutschland das inzwischen vierte Haus der neuen Hotelkollektion an, die Best Western Hotels & Resorts im vergangenen Jahr eingeführt hat. Damit ergänzt das Drei-Sterne-Superior-Hotel die ersten drei Häuser, die ebenfalls seit Beginn des Jahres mit dem Soft Brand von Best Western Hotels & Resorts firmieren. Die Hotelkollektion richtet sich an Hotels im Drei- und Vier-Sterne-Segment, die beispielsweise bereits mit eigener Namensbekanntheit am Markt etabliert sind oder auch an neue Hotelprojekte, die sich individuell und ohne Best Western Marken-Branding am Markt positionieren, aber von den Vertriebs- sowie Marketingdienstleistungen der weltweiten Hotelgruppe profitieren wollen. „Ich freue mich, dass wir unser Altstadthotel Arte künftig mit dem neuen Soft Brand von Best Western führen können. Mit der Sure Hotel Collection profitieren wir von den Vertriebs- und Marketingleistungen von Best Western und bleiben trotzdem unabhängig von dem Marken-Brand“, erklärt Wolfgang Kolb, Direktor des Altstadthotel Arte. Betrieben wird das Drei-Sterne-Superior-Hotel von der JH Immobiliengesellschaft mbH & Co. KG mit Sitz in Künzell nahe Fulda. Das Altstadthotel Arte bietet Gästen 62 Zimmer in fünf Kategorien, darunter Themen- sowie Familienzimmer und Junior-Suiten. Zusätzlich sind ein barrierefreies Zimmer sowie eine Rampe vor dem Hotel vorhanden, die unter anderem einen rollstuhlgerechten Aufenthalt in Fulda ermöglichen. In dem hoteleigenen Restaurant „Hohmanns Brauhaus“ können bis zu 170 Gäste auf zwei Etagen den Flair einer Brauerei, inklusive der Braukessel und selbstgebrautem Bier, erleben. Mit insgesamt 13 Tagungsräumen ist das Hotel für Veranstaltungen mit bis zu 100 Personen aufgestellt. Zudem ist das Altstadthotel Arte ein VDR Business- und Conference Hotel und zählt außerdem zu den „Top 250“ Tagungshotels in Deutschland. Die hoteleigene Tiefgarage sorgt für stressfreies Parken während des Aufenthaltes in Osthessen.

Passende Markenkonzepte für alle Hotelkategorien

Best Western Hotels & Resorts vereint weltweit derzeit 13 Marken unter einem gemeinsamen Unternehmensdach: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, VÄ«b, GL , Executive Residency by Best Western, Sadie Hotel, Aiden Hotel, Sure Hotel by Best Western und Sure Hotel Plus by Best Western. Zudem präsentiert Best Western Hotels & Resorts drei Soft Brands als Vermarktungsangebote für Hotels, die ohne Best Western Marken-Branding geführt werden und gleichzeitig von dem weltweiten Dienstleistungsangebot der Hotelgruppe profitieren: BW Premier Collection, BW Signature Collection sowie die Sure Hotel Collection. Die drei Soft Brands sind für verschiedene Hotelkategorien konzipiert und lehnen sich in ihren jeweiligen Standards an den Marken der Full Brands Best Western Premier, Best Western Plus und Best Western an. „Alle Hotels von Best Western Hotels & Resorts sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Unser breites Markenangebot bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das genau passende Konzept für das eigene Haus auszuwählen“, erklärt Andreas Westerburg, Head of Hotel Development Best Western Hotels Central Europe GmbH.

Nachdem bereits die exklusive BW Premier Collection Ende 2017 erfolgreich in der Region Best Western Hotels Central Europe mit drei Hotels in Wien, Ramsau bei Berchtesgaden und in der Motorworld Stuttgart in

Böblingen eingeführt wurde, stehen seit 2018 auch die beiden Soft Brands BW Signature Collection für Hotels der gehobenen Mittelklasse sowie die Sure Hotel Collection für Häuser der Drei- und Vier-Sterne-Kategorie für Hotelbetreiber zur Verfügung. Alle Soft Brand Hotels werden nicht unter dem Markennamen Best Western Hotel geführt, sind jedoch über sämtliche Best Western Buchungskanäle, wie beispielsweise die Best Western Webseiten, via der weltweiten telefonischen Reservierungszentralen sowie über GDS und Buchungskanäle buchbar. Zudem profitieren die Hotels der Soft Brands von den weltweiten Konditionen aller globalen Partnerschaften der Hotelmarke – sowohl im Bereich der OTAs als auch weiterer Vertriebspartnerschaften bis hin zum Key-Account Management für Firmen- und Reisebüroverträge. Ferner werden alle Soft Brand Hotels in das weltweite Loyaltyprogramm Best Western Rewards mit 37 Millionen Nutzern eingebunden.

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:

Das Altstadthotel Arte in Fulda ist in Deutschland das vierte Hotel der neuen Sure Hotel Collection, die Best Western Hotels & Resorts Ende 2018 eingeführt hat.

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 4.000 Hotels in mehr als 90 Ländern. Insgesamt gehören zur Markenfamilie von Best Western Hotels & Resorts weltweit sowohl Einzelmarken als auch Soft Brands für alle Kategorien. So werden unter dem Dach von Best Western Hotels & Resorts insgesamt 13 Einzelmarken präsentiert: Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, VÄ«b®, GL , Executive Residency by Best Western®, Sadie HotelSM, Aiden HotelSM, BW Premier Collection® by Best Western, BW Signature Collection® by Best Western sowie die Marken Sure Hotel® by Best Western, Sure Hotel Plus® by Best Western und Sure Hotel Collection® by Best Western. Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Konzept für das eigene Produkt auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels. Alle Hotels von Best Western Hotels & Resorts weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt.

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

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