

08/17/2020

Spenden und Hilfe für Kinder in Hannover

Gemeinsam haben das Best Western Premier Parkhotel Kronsberg und das Best Western Hotel Der Föhrenhof in Hannover auch in diesem Jahr das Kinder- und Jugendkrankenhaus AUF DER BULT mit einer Spende von 500 Euro aus der Charity-Aktion **Der gute Bär unterstützt. Zusätzlich flossen weitere 3.000 Euro an das Spielplatz-Projekt der Einrichtung.**

Hannover, 17. August 2020. Trotz Corona-Krise ist die Hoteliersfamilie Bock mit ihren Häusern Best Western Premier Parkhotel Kronsberg und Best Western Hotel Der Föhrenhof lokal und sozial engagiert: Auch in diesem Jahr 500 Euro wurde durch den Verkauf von Teddybären über die europaweite Aktion der gesamten Hotelgruppe „Der gute Bär“ an das Kinder- und Jugendkrankenhaus AUF DER BULT gespendet. Zusätzlich hat die Familie Bock weitere 3.000 Euro als Spende obendrauf gegeben – für das aktuelle Spielplatz-Projekt der Einrichtung: Der KunterBULT-Spielplatz vor dem Kinderkrankenhaus musste aufgrund geplanter Baumaßnahmen versetzt und wenige hundert Meter weiter wieder neu aufgebaut werden – die großzügige Spende unterstützt dabei bestens. Sowohl von Kindern als auch ihren Familien wird dieser lebhafteste Ort sehr gerne genutzt, und er kann außerdem für entspannte Wartezeiten während Untersuchungen in der Klinik dienen. Damit kommt der Spielplatz täglich vielen Patienten zu Gute und ist eine schöne Möglichkeit, sich im BULT-Umfeld draußen spielerisch und gleichzeitig gesichert aufzuhalten.

Im Juli wurde die gesamte Spendensumme an das Kinder- und Jugendkrankenhaus übergeben – in diesem Jahr allerdings nicht persönlich, sondern virtuell per Überweisung. „Der kuschelige Teddy, der „Gute Bär“ von Best Western, ist sowohl bei unseren großen als auch bei den kleinen Gästen sehr beliebt. Wir erhalten seit Jahren viel Zuspruch zu der Charity-Aktion, nicht zuletzt auch deswegen, weil die Spendensumme einer regionalen Einrichtung zu Gute kommt“, so Hotel-Geschäftsführerin Jessica Bock. „Wir sind mehr als glücklich mit einer zusätzlichen Spende von 3.000 Euro auch weiterhin einen Beitrag für tolle soziale Projekte in unserer Stadt leisten zu können und diese voranzutreiben.“ Die Familie Bock spendet seit vielen Jahren regelmäßig für die Einrichtung AUF DER BULT – in der Vergangenheit meist für den zugehörigen Streichelzoo, der allerdings aufgrund der Corona-Krise in diesem Jahr für einige Monate aussetzen musste.

Ein kleiner Bär tut Gutes

Seit vielen Jahren leben die Hotels der BWH Hotel Group Central Europe die Charity-Aktion „Der gute Bär“, bei der ein kleiner, kuscheliger Teddybär als Spendenbär für die gesamte Hotelgruppe eingesetzt wird. In allen teilnehmenden Best Western Hotels können Gäste die Teddybären kaufen. Von jedem verkauften Bären spendet das jeweilige Hotel einen festgelegten Betrag an eine lokale Hilfsorganisation seiner Wahl. Seit dem Start der Aktion 2013 sind bereits rund 100.000 Euro Spendengelder in den Hotels der Region Central Europe für lokale gute Zwecke gesammelt worden.

Pressekontakt im Hotel:

Best Western Premier Parkhotel Kronsberg

Nicola Sarstedt, Verkauf & Marketing

Gut Kronsberg 1, 30539 Hannover

Telefon +49 (511) 87 400, Fax +49 (511) 867 112

E-Mail: sarstedt@kronsberg.bestwestern.de

Internet: www.parkhotel-kronsberg.de

Internet: www.hotel-foehrenhof-hannover.de

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:

Das Best Western Premier Parkhotel Kronsberg und das Best Western Hotel Der Föhrenhof in Hannover unterstützen das Kinder- und Jugendkrankenhaus AUF DER BULT mit einer Spende von insgesamt 3.500 Euro für den neuen KunterBULT-Spielplatz.

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über BWH Hotel Group:

*Die BWH Hotel Group ist eine internationale Hotelgruppe mit Hauptsitz in Phoenix/Arizona und das Markendach für die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group mit einem globalen Netzwerk von rund 4.700 unabhängigen Hotels in rund 100 Ländern weltweit. * Insgesamt gehören zur Markenfamilie BWH Hotel Group weltweit 18 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vib, GLo, Aiden, Sadie, BW Premier Collection und BW Signature Collection sowie WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive und WorldHotels Crafted. Zudem ergänzen die Marken Sure Hotel, Sure Hotel Plus, Sure Hotel Collection und Sure Hotel Studio das Portfolio der Gruppe. ** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Markenkonzept aus dem Markenangebot von drei eigenständigen Markenfamilien auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Hotelauswahl. Alle Hotels unter dem Dach der BWH Hotel Group weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die BWH Hotel Group bietet Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten und die Kundenbindungsprogramme Best Western Rewards und WorldHotels Rewards.*

Die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, vormals Best Western Hotels Central Europe GmbH, mit Sitz in Eschborn betreut insgesamt rund 300 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter dem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe und der verschiedenen Marken garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group 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 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. Die Loyalitätsprogramme für Vielreisende, Best Western Rewards und WorldHotels Rewards, mit weltweit mehr als 40 Millionen Mitgliedern, gehören zu den größten Kundenbindungsprogrammen der Reisebranche. Weitere Informationen: www.bwhhotelgroup.de und www.bestwestern.de

** 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:

BWH Hotel Group 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@bwhhotelgroup.de

Internet: www.bwhhotelgroup.de www.bestwestern.de/presse