

## Charity-Osterlunch im Best Western Plus Atrium Hotel in Ulm

**Das Siedepunkt Restaurant im Best Western Plus Atrium Hotel veranstaltet im Rahmen eines Charity-Osterlunch am Ostersonntag eine Spendenaktion. Mit dem Erlös wird eine von der Stiftung KinderHerz geförderte Studie am Universitätsklinikum Ulm unterstützt, die sich der Lebensqualität herzkranker Kinder widmet.**

**Ulm, 19. März 2015.** Zu Ostern nicht nur Freude schenken, sondern auch Gutes tun: Das Siedepunkt Restaurant im Best Western Atrium Hotel in Ulm nimmt den Osterlunch am diesjährigen Ostersonntag, den 5. April 2015 zum Anlass, um vor Ort über ein spezielles Projekt der Uniklinik zu informieren und dafür Spenden zu sammeln. Ein Großteil der Einnahmen wird gespendet. Gäste können zusätzlich einen individuellen Spenden-Betrag tätigen und erhalten darüber eine entsprechende Spenden-Quittung. „Wir freuen uns sehr, gemeinsam mit unseren Gästen ein soziales Projekt hier vor Ort zu unterstützen und hoffen dadurch einen Beitrag zur Steigerung der Lebensqualität herzkranker Kinder leisten zu können“, erklärt Oliver Schreiber, Geschäftsführer des Best Western Plus Atrium Hotel und Restaurant Siedepunkt. Das Osterlunch gibt es als Drei-Gang-Menü für 39 Euro pro Person und als Vier-Gang-Menü für 43 Euro. Für die kleinen Gäste werden Überraschungen im und um das Haus versteckt.

Kinder mit angeborenen Herzfehlern tragen trotz gesteigerter Lebenserwartung oft bleibende Schäden, teilweise chronische Funktionseinschränkungen und Spätfolgen davon. Ein eigens entwickelter Fragebogen hilft, das körperliche, psychische und soziale Wohlbefinden kleiner Herzpatienten zu erfassen. Nun soll dieses Messinstrument endlich im Klinikalltag eingesetzt werden, das in früheren Phasen des Projektes die GLQ – die gesundheitsbezogene Lebensqualität – messbar gemacht hat. Darauf aufbauend möchten die Spezialisten Maßnahmen entwickeln, die Lebensqualität der betroffenen Kinder langfristig zu erhöhen. Das Universitätsklinikum Ulm ist das Zentrum dieser multizentrischen Studie, darüber hinaus beteiligt sind Aachen, Berlin, Bernau, Freiburg, Gießen, Marburg, Tannheim, Tübingen und Zürich.

Weitere Informationen zum Charity-Osterlunch und zur Reservierung sind auf der Webseite [www.siedepunkt-restaurant.de](http://www.siedepunkt-restaurant.de) zu finden.

### **Pressekontakt im Hotel:**

BEST WESTERN PLUS Atrium Hotel  
Ümmühan Burcu, Manager Marketing und Sales  
Eberhard-Finckh-Straße 17  
Tel.: 0731 9271-671; Fax: -672  
E-Mail: [ueb@meinbestwesternulm.de](mailto:ueb@meinbestwesternulm.de)  
Internet: [www.meinbestwesternulm.de](http://www.meinbestwesternulm.de)

### **Bildmaterial steht zum Download bereit unter:**

[www.bestwestern.de/Bildmaterial](http://www.bestwestern.de/Bildmaterial)

*Best Western ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette, die unternehmerisch unabhängige Hotels unter einer Marke vereint. Mit über 4.200 Hotels in mehr als 90 Ländern ist Best Western die größte Hotelkette der Welt. Als Dienstleistungspartner verfolgt Best Western das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. In Deutschland und Luxemburg gehören mehr als 200 Hotels zur Best Western Hotels Deutschland GmbH, die im Jahr 2014 einen Gesamtumsatz von rund 680 Millionen Euro erwirtschaftet haben. Die Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Marke Best Western garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre unternehmerische Eigenständigkeit. Neben der Kernmarke präsentiert Best Western die Kategorien **Best Western Plus** und **Best Western Premier**, die sich durch ein hochwertiges Ambiente, durchgängiges Design sowie zusätzliche Serviceangebote und Ausstattung qualifiziert haben.*

*Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Neben zielgruppenspezifischen Katalogen in Millionenaufgabe stellt Best Western für alle Marktsegmente modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereit. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet optimal präsentiert und buchbar. Zudem verfügt Best Western über eigene Reservierungszentralen. Know-how Transfer ist eine der weiteren Aufgaben von Best Western: In der eigenen Best Western Akademie werden wichtige Fachkenntnisse vermittelt und geschult. Das Loyalitätsprogramm für Vielreisende heißt Best Western Rewards mit weltweit mehr als 24 Millionen Mitgliedern.*

**Weitere Informationen und Pressekontakt:**

Best Western Hotels Deutschland GmbH, Eschborn

Anke Cimbal, Tel. (0 61 96) 47 24 -301,

Manuela Töpfer -303, Fax (0 61 96) 47 24 78

E-Mail: [presse@bestwestern.de](mailto:presse@bestwestern.de)

Internet: [www.bestwestern.de/presse](http://www.bestwestern.de/presse)