

Der Gute Bär von Best Western unterstützt Aktion Kick für Kinder

Der Gute Bär von Best Western sammelt derzeit Spenden für das Benefiz-Fußballspiel Kick für Kinder . Gemeinsam mit Formel-1-Piloten und Prominenten aus Sport, Kultur und Fernsehen setzt sich Best Western damit für die Belange von Kindern ein.

Eschborn, 16. April 2014. Knuddeln und helfen: Best Western Deutschland unterstützt mit der großen Spendenaktion „Der gute Bär“ im Aktionszeitraum 1. April bis 16. Juli 2014 das Benefiz-Fußballspiel „Kick für Kinder“. Dabei werden fünf Euro des Kaufpreises von jedem online unter www.bestwestern.de/der-gute-baer bestellten guten Bären direkt dafür gespendet. Bei der Charity-Veranstaltung für Kinder engagieren sich aktive und ehemalige Formel-1-Piloten und spielen gegen eine hochwertige Prominentenauswahl aus TV, Film, Musik, Sport, Politik, Wirtschaft und Kultur. In diesem Jahr findet die Veranstaltung am Mittwoch den 16. Juli im Herbert-Dröse-Stadion in Hanau statt. Alle erspielten Einnahmen kommen verschiedenen Stiftungen zur Unterstützung hilfsbedürftiger Kinder zu Gute. Unter anderem wird die Sophie-Scholl-Schule in Hanau vom Behinderten-Werk Main-Kinzig unterstützt. Tickets sind bereits ab fünf Euro auf der Webseite www.kickfuerkinder.de zu erwerben.

Schon zum sechsten Mal findet das Event am Mittwoch vor dem Formel-1-Rennen in Deutschland statt. Insgesamt wurden weltweit in über 155 Kick-für-Kinder-Spielen bis heute Spendengelder in Höhe von mehr als 15 Millionen Euro erspielt, mit denen Projekte für Kinder direkt unterstützt werden konnten. Neben Elton oder Guido Cantz spielen auch Joey Kelly, Axel Stein, Arthur Abraham, Peyman Amin und viele mehr für die Promi-Elf.

Mehr Informationen zur Aktion gibt es unter www.bestwestern.de/kick-fuer-kinder.

Kick für Kinder – das Gewinnspiel

Im Rahmen der Spendenaktion werden drei VIP-Packages für jeweils zwei Personen verlost. Die Gewinner sitzen während des Spiels auf der Haupttribüne inklusive Catering und erleben beim Champions Dinner viele prominente Spieler beider Mannschaften hautnah. Die Übernachtung Tür an Tür mit den Spielern im Best Western Hotel Villa Stokkum in Hanau ist inklusive. Die Teilnahme ist im Gewinnspielzeitraum 15. April bis 15. Juni 2014 unter www.bestwestern.de/kick-fuer-kinder möglich.

Ein kleiner Bär tut Gutes

Seit mehr als einem Jahr leben die rund 200 Best Western Hotels in Deutschland und Luxemburg eine neue Charity-Aktion: „Der gute Bär“ ist ein kleiner, kuscheliger Teddybär, der als Spendenbär für die gesamte Hotelgruppe eingesetzt wird. Nach dem Start der Aktion sind bereits über 50.000 Euro Spendengelder durch 10.000 „gute Bären“ in den Best Western Hotels in Deutschland und Luxemburg für lokale gute Zwecke gesammelt worden. In diesem Jahr unterstützt Best Western Deutschland mit den Einnahmen auch die Charity-Veranstaltung „Kick für Kinder“.

„Unsere Gäste können die Aktion mit einem kleinen Beitrag unterstützen, um uns beim Helfen zu helfen“, erklärt Marcus Smola, Geschäftsführer Best Western Hotels Deutschland GmbH mit Sitz in Eschborn. Auf der Webseite www.bestwestern.de/der-gute-baer kann der Teddybär zum Preis von zehn Euro bestellt werden, wovon die Hälfte direkt an „Kick für Kinder“ gespendet wird.

Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

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 knapp 200 Hotels zur Best Western Hotels Deutschland GmbH. 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 20 Millionen Mitgliedern.

Weitere Informationen und Pressekontakt:

Best Western Hotels Deutschland GmbH, Eschborn

Anke Cimbal, Tel. (0 61 96) 47 24 -31,

Manuela Töpfer -844, Fax (0 61 96) 47 24 78

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse