

**Der im vergangenen Jahr von Best Western Hotels & Resorts vorgestellte neue Soft Brand Sure Hotel Collection by Best Western geht nun in Deutschland gleich mit drei Hotels an den Start: Das Amedia Plaza in Schwerin, das Plaza Hotel Blankenburg in Ditzingen sowie das Amedia Hotel in Weiden sind die ersten Häuser der Hotelkollektion in Deutschland. Betreiber der Hotels ist die Plaza Hotelgroup GmbH mit Sitz in Heilbronn, die in Europa insgesamt 36 Häuser führt – inzwischen sind 27 davon bei Best Western angeschlossen.**

**Eschborn/Schwerin/Ditzingen/Weiden, 7. Januar 2019.** Start eines neuen Soft Brands in Deutschland: Mit dem Amedia Plaza Schwerin, dem Plaza Hotel Blankenburg Ditzingen sowie dem Amedia Hotel Weiden sind die ersten Häuser des Soft Brands „Sure Hotel Collection by Best Western“, der Mitte 2018 von Best Western Hotels & Resorts weltweit gelauncht wurde, nun in Deutschland an den Start gegangen. Der Soft Brand richtet sich an Hotels im Drei- und Vier-Sterne-Segment, die 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. „Angesichts der zunehmenden Konsolidierung und einem wachsenden Wettbewerb innerhalb der Hotellerie gilt es, insbesondere Hotelbetreibern und Hotelgruppen mit sehr individuellen Häusern Lösungen und Konzepte für eine weltweite Vermarktung anzubieten, bei denen die Häuser auch unabhängig von einem Marken-Branding bleiben können und gleichzeitig von der starken Vertriebs- und Distributionsunterstützung einer globalen Hotelmarke profitieren“, erklärt Andreas Westerburg, Head of Hotel Development Best Western Hotels Central Europe GmbH. Betreibergesellschaft der neuen Soft Brand Hotels in Ditzingen, Schwerin und Weiden ist die Plaza Hotelgroup GmbH mit Sitz in Heilbronn, die in Deutschland, Österreich, Tschechien und den Niederlanden insgesamt 36 Häuser führt, von denen inzwischen 27 Hotels bei Best Western Hotels & Resorts angeschlossen sind. „Wir freuen uns, dass wir unsere Häuser in Schwerin, Ditzingen und Weiden künftig mit dem neuen Soft Brand führen können. Wir haben mit allen unseren Häusern eine außerordentlich gute Zusammenarbeit mit Best Western. Die Hotels sind sehr gut am Markt platziert und unser Ziel ist es, als Plaza Hotelgroup weiter zu wachsen. Mit der Sure Hotel Collection gehen wir nun für ausgewählte Häuser einen neuen Weg, bei dem wir von den Vertriebs- und Marketingleistungen von Best Western profitieren können und trotzdem unabhängig von dem Marken-Brand bleiben“, sagt Yonca Yalaz, Geschäftsführerin der Plaza Hotelgroup.

#### **Amedia Plaza Schwerin**

Mit dem Amedia Plaza Schwerin schließt sich ein Vier-Sterne-Haus mit Innenstadtlage der neuen Sure Hotel Collection an. Das 100-Zimmer-Hotel bietet das hoteleigene Restaurant „Amadeus“ sowie eine angeschlossene Bar und Sommerterrasse. Mit einer Tagungsfläche von 30 bis zu 262 Quadratmetern ist das Amedia Plaza Schwerin für Veranstaltungen für bis zu 250 Teilnehmer aufgestellt.

#### **Amedia Hotel Weiden**

In der bayerischen Oberpfalz, unmittelbar neben einem Park und dem Kongresszentrum von Weiden, liegt das Amedia Hotel Weiden. Das Vier-Sterne-Haus mit 104 Zimmern bietet ein Wintergartenrestaurant und das Restaurant „Lobster“ sowie eine Hotelbar. Durch die direkte Nähe zum Kongresszentrum können Veranstaltungen mit bis zu 800 Teilnehmern organisiert werden. Zudem stehen Gästen eine Sauna sowie ein Fitnessraum zur Verfügung.

## **Plaza Hotel Blankenburg Ditzingen**

Das Plaza Hotel Blankenburg Ditzingen ist ein Vier-Sterne-Haus in zentraler Lage im baden-württembergischen Ditzingen. In dem 72-Zimmer-Hotel befindet sich das Hotelrestaurant „Ambiente“ sowie eine gleichnamige Hotelbar. Das Haus bietet für Tagungen drei Veranstaltungsräume mit einer Fläche von 30 bis zu 55 Quadratmetern und eine Kapazität für bis zu 25 Teilnehmer.

## **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.

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 von Best Western Hotels & Resorts erhalten das volle Dienstleistungspaket des weltweiten Markenverbunds: Die 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 Loyalty Programm Best Western Rewards mit 37 Millionen Nutzern eingebunden.

## **Pressekontakt:**

### **Amedia Plaza Schwerin, Plaza Hotel Blankenburg, Amedia Hotel Weiden**

Primo PR, Anne Heußner

Am Borsdorfer 13, 60435 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 530 546 50

E-Mail: [a.heussner@primo-pr.com](mailto:a.heussner@primo-pr.com)

Internet: [www.plazahotels.de](http://www.plazahotels.de)

## **Die folgenden Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:**

*Das Amedia Hotel Weiden ist eines der ersten Häuser in Deutschland, das sich der Sure Hotel Collection by Best Western anschließt.*

*Mit dem Plaza Hotel Blankenburg Ditzingen schließt sich ein 72-Zimmer-Haus in zentraler Lage im baden-württembergischen Ditzingen der neuen Sure Hotel Collection by Best Western an.*

Das Amedia Plaza Schwerin bietet 100 Zimmer sowie Veranstaltungsmöglichkeiten für bis zu 250 Teilnehmer an und gehört seit Jahresstart ebenfalls zum Soft Brand Sure Hotel Collection by Best Western.

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

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

#### **Über Plaza Hotelgroup:**

Bereits 2002 wurde das Fundament für die Plaza Hotelgroup von dem Unternehmenspaar Yonca und Ihsan Yalaz gelegt, 2013 entstand die gleichnamige GmbH mit Sitz in Heilbronn. Die Plaza Hotelgroup betreibt derzeit Drei- und Vier-Sterne-Businesshotels an 36 Standorten in Deutschland, Österreich, Tschechien und den Niederlanden mit insgesamt über 4.000 Zimmern. Ein Großteil der Häuser sind der Hotelmarke Best Western angeschlossen. Ausgesprochenes Ziel ist es das Portfolio in den nächsten fünf Jahren auf 50 Hotels auszubauen. Weitere Informationen unter [www.plazahotels.de](http://www.plazahotels.de)

#### **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 Hotel<sup>SM</sup>, Aiden Hotel<sup>SM</sup>, 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 and 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](http://www.bestwestern.de) und [www.bestwestern.com](http://www.bestwestern.com)

**Weitere Informationen und Pressekontakt:**

Best Western Hotels Central Europe GmbH

*Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn*

Anke Cimbal, 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](mailto:presse@bestwestern.de)