

10/02/2020

## Umweltschutz und Nachhaltigkeit: Auszeichnung für Best Western Hotel Mannheim City

**Auszeichnung für umweltbewusstes und nachhaltiges Handeln: Das Best Western Hotel Mannheim City in Mannheim hat den DEHOGA Umweltcheck in Bronze erhalten. Das Hotel, das die GCH Hotel Group unter der Marke Best Western führt, sieht sich dadurch in dem eingeschlagenen Weg für mehr Nachhaltigkeit auf besondere Art und Weise bestätigt.**

**Mannheim, 2. Oktober 2020.** Das Best Western Hotel Mannheim City wurde von der DEHOGA im Rahmen des DEHOGA Energie- und Umweltkonzeptes, das die gemeinsam mit dem Bundesumweltministerium im Jahr 2006 gestartete Energiekampagne Gastgewerbe fortsetzt, ausgezeichnet. Das Hotel in der Mannheimer Innenstadt erhielt den DEHOGA Umweltcheck in Bronze und sieht sich dadurch in dem eingeschlagenen Weg für mehr Nachhaltigkeit auf besondere Art und Weise bestätigt.

Umwelt- und Klimaschutz sind längst nicht mehr nur ein positiver Imagefaktor für Unternehmen, sondern ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur. Auch im Gastgewerbe und in Zeiten des beschleunigten Klimawandels sowie der Corona-Pandemie hat deren Bedeutung zugenommen. Daher ist für Sven Beek, Cluster General Manager des Best Western Hotel Mannheim City, die Auszeichnung von besonderem Wert: „Auch in der Krise ist Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema für uns geblieben. Es wäre an der falschen Stelle gespart, wenn wir das nun vernachlässigen würden. Jetzt lautet unser neues Ziel, Silber zu holen!“

Verbraucher und Gäste sind zunehmend kritischer und sensibler geworden. Der Nachweis des eigenen Umweltengagements ist inzwischen nicht nur ein obligatorischer Bestandteil des Angebotes, sondern mittlerweile nicht selten ein wichtiges Kriterium für die Auswahl eines Hotels oder eines gastronomischen Betriebes. Das Best Western Hotel Mannheim City hat überwiegend deutsche Gäste. Daher verspricht sich Beek durch die Wahl für das deutsche Umweltzeichen, noch mehr Gäste von der Nachhaltigkeit des Hotels zu überzeugen.

Teilnehmer des DEHOGA Umweltchecks müssen sich einer kritischen Überprüfung der Bereiche Energie- und Wasserverbrauch, Abfallaufkommen bzw. Restmüll und Lebensmittel, wie beispielsweise der regionale Einkauf, unterziehen. Für jede der vier Kategorien sind differenzierte Grenzwerte und Anforderungen festgelegt. Dabei werden die individuellen Besonderheiten der Betriebe umfassend berücksichtigt.

Der DEHOGA Umweltcheck ist die Fortsetzung der gemeinsam mit dem Bundesumweltministerium 2006 gestarteten Energiekampagne Gastgewerbe des DEHOGA Bundesverbandes, an der sich zwischenzeitlich fast 6.000 gastgewerbliche Unternehmer beteiligen. Der DEHOGA Umweltcheck wurde für die spezifischen Anforderungen des Gastgewerbes und seiner vorrangig klein- und mittelständisch geprägten Betriebe konzipiert. Neben seiner Branchenrelevanz und Praxisnähe ermöglicht er eine faire und transparente Vergleichbarkeit der teilnehmenden Betriebe.

**Pressekontakt im Hotel:**

Best Western Hotel Mannheim City, Mannheim  
Sven Beek, Cluster General Manager  
C7, 9-11, 68159 Mannheim  
Telefon: 0621 1592 910  
E-Mail: [sven.beel@gchhotelgroup.com](mailto:sven.beel@gchhotelgroup.com)  
Internet: [www.best-western-hotel-mannheim.com](http://www.best-western-hotel-mannheim.com)

**Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:**

*Bildunterschrift: Ausgezeichnet für Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein: Cluster General Manager Sven Beek, Best Western City Hotel Mannheim, nimmt die Urkunde für den DEHOGA Umweltcheck von Bernd Freiesleben, DEHOGA Baden-Württemberg, entgegen.*

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

[www.bestwestern.de/Bildmaterial](http://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](http://www.bwhhotelgroup.de) und [www.bestwestern.de](http://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 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@bwhhotelgroup.de](mailto:presse@bwhhotelgroup.de)

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