PRESSEMITTEILUNG

BWH Hotel Group Central Europe

Neues Hotel in Mainmetropole Frankfurt für BW Signature Collection

Zuwachs für die BW Signature Collection by Best Western in der Europastadt Frankfurt am Main: Das The Monument Hotel hat sich dem Soft Brand der BWH Hotel Group angeschlossen. Damit profitiert es fortan von der internationalen Vertriebs- und Marketingstärke der Gruppe und ihrer Markenfamilie Best Western Hotels & Resorts. Das komplett kernsanierte Haus im Stadtzentrum verfügt über 50 Zimmer sowie ein Restaurant und wird von der Bhadrakali GmbH betrieben, die bereits das Best Western Hotel Ambassador in Düsseldorf führt.

Eschborn/Frankfurt, 5. Oktober 2022. Die BWH Hotel Group Central Europe verzeichnet einen Neuzugang in der Mainmetropole Frankfurt: Unter dem Namen The Monument Hotel hat sich ein kernsaniertes Hotel in direkter Nähe zur Frankfurter Messe und dem Stadtzentrum für die Kooperation mit der BW Signature Collection entschieden, einem Soft Brand und einer Hotelkollektion für individuelle Hoteliers der BWH Hotel Group. Damit profitiert das 50-Zimmer-Hotel künftig von der umfassenden, globalen Marketing- und Vertriebsstärke der internationalen Gruppe und ihrer bekannten Markenfamilie Best Western Hotels & Resorts. Gleichzeitig tritt das Haus nach außen markenunabhängig auf und hält weiterhin an seinem bestehenden Mitarbeiterstamm fest. Als Geschäftsführer des Betreibers, der Bhadrakali GmbH aus Frankfurt, zeichnet Narayan Adhikari verantwortlich, der schon das Best Western Hotel Ambassador in Düsseldorf seit vielen Jahren führt. Direktor im The Monument Hotel ist Nishan Phuyal. Inmitten der Europastadt Frankfurt beeindruckt das Gebäude mit seiner imposanten Fassade aus der Gründerzeit und ist ideal zum Stadtzentrum, der Messe sowie dem Hauptbahnhof gelegen. Neben 50 Zimmern werden den Gästen außerdem ein Fitnessraum sowie ein Frühstückssaal und das hoteleigene italienische Restaurant „Monumento“ angeboten. Das Gebäude des heutigen The Monument Hotel stammt aus der Gründerzeit und wurde im Zweiten Weltkrieg bis auf die Fassade zerstört, wieder aufgebaut

und über viele Jahrzehnte als Warenhaus für Arbeitskleidung genutzt. Im Jahr 2019 begann die Kernsanierung und Umgestaltung zum heutigen Hotelbetrieb. Bis zum Jahresende 2022 sind weitere Designanpassungen sowie zusätzliche Ausstattungen im Mobiliar geplant.

Soft Brand für individuelles Hotel in Frankfurter Bestlage

„Als Betreiber des Best Western Hotel Ambassador in Düsseldorf kenne ich die BWH Hotel Group Central Europe mit ihren Marken sowie den vielseitigen Dienstleistungen und Services bereits sehr gut und lange. Daher ist der Entschluss für die BW Signature Collection als Soft Brand für unser Hotel in Frankfurt schnell gefallen“, sagt Narayan Adhikari als Betreiber und Geschäftsführer der Bhadrakali GmbH. Nishan Phuyal, Direktor des The Monument Hotel, ergänzt: „Die Markenkollektion der BWH Hotel Group gibt uns für das Frankfurter Haus die beste Möglichkeit, von den Vertriebsvorteilen sowie dem Marketing der starken, globalen Gruppe zu profitieren – und dabei gleichzeitig weiterhin eigenständig und individuell zu agieren. Denn dass wir nach außen markenunabhängig auftreten, stärkt die große Individualität und Besonderheit unseres Privathotels.“ Auch in der Zentrale der BWH Hotel Group Central Europe GmbH in Eschborn bei Frankfurt freut man sich auf die Zusammenarbeit: „Wir freuen uns sehr, das The Monument Hotel in unserem Angebot individueller Hotels begrüßen zu können“, sagt Andreas Westerburg, der für das Development der Gruppe in Central Europe verantwortlich ist. „Dabei passt unser Soft Brand BW Signature Collection sehr gut zu diesem feinen Stadthotel, das wir mit unseren zentralen Leistungen unterstützen und einer noch breiteren Zielgruppe vorstellen werden.“

BWH Hotel Group: Hotelkollektionen für alle Kategorien

Die BW Signature Collection der BWH Hotel Group ist ein Soft Brand für unabhängige Privathotels der gehobenen Mittelklasse mit besonderem Design. Unter dem Dach der Kollektion werden ausgesuchte Hotels vermarktet, die nach außen markenunabhängig auftreten und gleichzeitig von der Marketing- und Vertriebsstärke sowie dem weltweiten Kundenbindungsprogramm der globalen Gruppe profitieren. Die BWH Hotel Group bietet vielfältige Vermarktungsmöglichkeiten für unabhängige Hotels mit so genannten Soft Brands für alle Kategorien: Neben der BW Premier Collection, BW Signature Collection sowie der Sure Hotel Collection sind für Hoteliers vier Kollektionen der WorldHotels Collection im Angebot.

Alle Soft Brands sind für verschiedene Hotelkategorien konzipiert – von Drei-Sterne-Standard bis zur Luxuskategorie. Privathotels unter dem Dach der Hotelkollektion profitieren unter anderem von dem Marketing-, Sales und Distributionsangebot, den Loyalitätsprogrammen der BWH Hotel Group sowie von den weltweiten Konditionen aller globalen Partnerschaften. Mit 18 verschiedenen Markenkonzepten weltweit bietet die BWH Hotel Group sowohl Hotels und Betreibern als auch Gästen maßgeschneiderte Hotelangebote und eine große Flexibilität für das jeweilige Vermarktungskonzept.

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:

Bildunterschrift: Neuzugang der BWH Hotel Group Central Europe mit dem Soft Brand BW Signature Collection: das The Monument Hotel in der Mainmetropole Frankfurt.

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 4.500 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 230 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 48 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 Cimbal, Head of Corporate Communications
Tina Weik, Senior Manager 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

Pressekontakt im Hotel:

The Monument Hotel, BW Signature Collection by Best Western
Nishan Phuyal, Direktor
Mainzer Landstraße 257, 60326 Frankfurt am Main
Telefon +49 (0)69 348 20 600
E-Mail: info@the-monument-hotel.de
Internet: www.hotelmonument.de