

Thema: Kooperation mit Romantik Hotels
Für: Medien
Text (470 Wörter / 3520 Zeichen), 3 Fotos

4. Dezember 2019

Partnerschaft in Europa Gondwana kooperiert mit Romantik Hotels & Restaurants

Gondwana Collection Namibia geht erstmals eine Marketingpartnerschaft mit einer europäischen Hotelgruppe ein. Zur Marke Romantik gehören 200 Hotels und 250 Restaurants in neun Ländern Europas. Ausgezeichnete Kulinarik, echte Regionalität und erlebbare Geschichte vereinen die persönlich geführten Hotels zu einer exklusiven Kollektion für höchste Ansprüche.

Nach Allianzen in Frankreich und Asien, ist [Gondwana Collection Namibia](#) der erste Partner von [Romantik Hotels und Restaurants](#) auf dem afrikanischen Kontinent. Gondwana unterhält mehr als 20 Erlebnis-Lodges und ein Hotel in Namibia. Herzliche Gastfreundschaft, die Begegnung der Kulturen und die Nähe zu Namibias Naturwundern laden zu einem unvergesslichen Abenteuer ein. Die beiden Marken vertreiben ihre Angebote künftig gegenseitig und wollen Personal austauschen.

„Die Partnerschaft mit der Gondwana Collection eröffnet den Romantik-Gästen neue Erlebniswelten in außergewöhnlichen Unterkünften in Namibia. Die Lodges von Gondwana sind so einzigartig, wie die atemberaubende Natur in dem afrikanischen Land“, freut sich Romantik-Vorstand Thomas Edelkamp.

Ein großer Teil der Touristen in Namibia kommt aus Deutschland. In dem Land mit nur gut zwei Millionen Einwohnern leben, auch aufgrund der kolonialen Geschichte, heute noch ungefähr 20.000 deutschstämmige Bürger. Daher freut sich Manfred Goldbeck, Direktor der Gondwana Collection, mit Romantik jetzt einen neuen Partner aus einem der großen touristischen Quellmärkte an seiner Seite zu wissen: „Romantik und Gondwana teilen die gleichen Werte. Es geht um außergewöhnliche Erlebnisse und persönliche Gastfreundschaft. Diese Verbindung passt perfekt.“

Damit die Romantik-Gäste zukünftig auch nach Namibia reisen und Gondwana-Fans ihren Weg nach Deutschland finden, sollen die Hotels über die jeweiligen Vertriebskanäle der Partner gegenseitig buchbar gemacht werden. Außerdem sind gemeinsame Vermarktungsaktivitäten in den eigenen Medien und darüber hinaus geplant.

So verfügt Romantik über ein Lifestyle-Magazin mit einer jährlichen Auflage von über 100.000 Exemplaren, das auch über knapp 500 Kioske vertrieben und online beworben wird. Gondwana erreicht seine Gäste ebenfalls online und mit einem hochwertigen Magazin direkt in den Hotels. Ferner wartet die Marke mit besonders vielfältigen Angeboten im Internet, wie zum Beispiel mit einem reichweitenstarken Youtube-Kanal, für seine über 20 Lodges auf.

Intensiver Personalaustausch geplant

„Wir haben in den letzten Jahren bei unserer Zusammenarbeit mit „Les Collectionneurs“ in Frankreich und „Secret Retreats“ in Asien große Erfolge erzielt und setzen die Erfahrungswerte jetzt ein, um mit Romantik auf den nächsten Kontinent zu gehen. Über die

Vermarktung von Übernachtungen und Erlebnissen hinaus, wollen wir mit Gondwana aber auch einen intensiven Personalaustausch organisieren“, sagt Thomas Edelkamp. Dabei geht es darum, Mitarbeitern aus Afrika Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten in Europa zu bieten.

Genauso bekommen die Romantik-Mitarbeiter aus neun Ländern Europas die Chance, im südlichen Afrika zu arbeiten. „Wir bieten damit Austauschmöglichkeiten, die Mitarbeiter sonst nur bei international agierenden Konzernen finden“, freut sich Thomas Edelkamp. Und Manfred Goldbeck ergänzt. „Mit der Gondwana Collection wollen wir Namibia und den Menschen, die hier leben, eine Zukunft geben. Mit Romantik an unserer Seite erreichen wir jetzt einen weiteren Meilenstein.“

[Bildunterschriften]

Manfred Goldbeck, Brand- und Marketingdirektor der Gondwana Collection, und Thomas Edelkamp, Vorstand von Romantik, vertreiben ihre Angebote künftig gegenseitig. Fotos: Gondwana Collection und Romantik Hotels

Romantik Hotel Cappello in Norditalien. Foto: Romantik Hotels

Gondwana Namushasha River Villa in Namibias Sambesi-Region. Foto: Romantik Hotels