

Renovierung im Best Western Premier Hotel Villa Stokkum

Facelift de luxe: Das Best Western Premier Hotel Villa Stokkum in Hanau-Steinheim führt einen umfassenden Umbau durch, bei dem alle 135 Gästezimmer renoviert und komplett neugestaltet werden. Im Juni 2019 haben die Renovierungsarbeiten in dem historischen Traditionshaus mit einer Gesamtinvestitionssumme von 1,5 Mio. Euro begonnen. Bis Sommer 2020 wird das gesamte Vier-Sterne-Tagungshotel, das als heutiges Industriedenkmal vor rund 100 Jahren eine Zigarrenfabrik war, in neuem Look erstrahlen.

Hanau-Steinheim, 29. Juli 2019. Bis 1926 war das heutige Best Western Premier Hotel Villa Stokkum in Hanau-Steinheim noch eine Zigarrenmanufaktur. Vor über 25 Jahren wurde das historische Industriedenkmal als Vier-Sterne-Tagungshotel eröffnet und von dann an stetig ausgebaut und modernisiert. Nun steht ein weiterer großer Schritt an: Das familiengeführte Traditionshaus wird umfassend renoviert und erhält ein neues Erscheinungsbild. So werden alle 135 Gästezimmer komplett neugestaltet und nehmen in ihrem neuen Design Bezug auf die historischen Wurzeln des Hauses. Geschäftsführer- und Eigentümerfamilie Gabriele Christ und ihr Sohn Christoph Krieger investieren als mittelständisches Familienunternehmen insgesamt 1,5 Mio. Euro in die Neugestaltung. „Wir haben vor rund einem Jahr den Startschuss gegeben, mit den gemeinsamen Planungen angefangen, uns generationsübergreifend abgestimmt und nun im Juni 2019 mit den Renovierungsarbeiten begonnen. Nach Abschluss aller Umbauten, die in zwei Bauphasen durchgeführt werden, werden alle unsere Zimmer im komplett neuen modernen Look erstrahlen. Alle unsere 135 Gästezimmer werden als Themenzimmer gestaltet sein“, sagen Gabriele Christ und Christoph Krieger. Bis Ende August 2019 sollen die ersten 84 Zimmer renoviert sein, bis Sommer 2020 erfolgt der Umbau der verbleibenden 51 Zimmer. „Zudem wird unsere zentrale Klimaanlage erneuert, 18 Zimmer werden nachklimatisiert, so dass dann unser gesamtes Hotel, alle Zimmer sowie Tagungsräume und öffentlichen Bereiche zu 100 Prozent klimatisiert sind“, so Christ.

Historischer und lokaler Bezug mit den Themenzimmern

Die Neugestaltung der Zimmer in dem historischen Gebäude umfasst das gesamte Interieur, von den Türen, Wänden, Teppichen, über alle Zimmermöbel, der modernen Beleuchtung bis hin zur technischen Ausstattung mit 48 und 55 Zoll Flachbild-TV-Geräten und einer neuen Türschließenanlage. Um die geschichtsträchtigen Wurzeln des Hauses aufzugreifen werden alle Gästezimmer in der Gestaltung einem Thema folgen. 30 Gästezimmer, die im ältesten Gebäudeteil des Hotels liegen, greifen in der Farbgestaltung und mit Dekorationselementen das Thema Zigarrenmanufaktur auf. Als „Tabakzimmer“ sind die Zimmer in warmen Brauntönen designt, Kunstelemente, die aus historischen Tabakbänderolen gestaltet sind, machen die Zimmer zum echten Hingucker. „Es war uns wichtig, dass sich die Geschichte unseres Hotels, das ein Industriedenkmal ist, in unseren Zimmern widerspiegelt. Von 1870 bis 1926 wurde das Gebäude als Zigarrenfabrik genutzt, bevor wir es viel später zu einem Hotel umgebaut haben. Wir werden zwar künftig Tabakzimmer anbieten, aber natürlich sind alle unsere Zimmer Nichtraucherzimmer“, erklärt Christ. Aus der Zeit als Tabakfabrik stammt der Backsteinanbau des Hotels mit Wasserturm und Feuerglocke, das heute noch weithin sichtbare Wahrzeichen des Hauses. Aufgrund dieser Epoche gehört das Gebäude zur Route der Industriekultur und ist deren einziges bewohnbares Denkmal.

Das zweite Thema, das die Neugestaltung der Zimmer geprägt hat, sind die Brüder Grimm. Als bekannteste Söhne unserer Stadt, sind die Brüder Grimm bei vielen nur mit ihren Märchen bekannt. Wir wollten ihre weltweite Bedeutung als Sprachwissenschaftler in unseren Zimmern aufgreifen. In 105 Gästezimmern spielen

wir mit den Grimms und dem Thema Sprache als Gestaltungselemente“, sagt Christ. Das Farbkonzept der Grimm-Zimmer ist Rot- und Blautönen gestaltet, im Innendesign finden sich Dekorationselemente und künstlerische Elemente zu den Brüdern Grimm. Mit unseren neuen sehr modernen Zimmern werden wir bei Geschäftsreisenden und Tagungsgästen noch mehr als wirklich besondere Tagungslocation wahrgenommen. Wir bieten als modernes Tagungshotel mit 11 Tagungs- und Seminarräumen nicht nur einen historischen Gewölbekeller und einen Barocksaal als hochmoderne Tagungsräume in historischem Ambiente, sondern nach unserem neuen Umbauprojekt auch stylische und moderne Zimmer mit zeitgemäßem Design“ freut sich Gabriele Christ.

Pressekontakt im Hotel:

Best Western Premier Hotel Villa Stokkum

Gabriele Christ, Geschäftsführerin

Steinheimer Vorstadt 70, 63456 Hanau-Steinheim

Telefon: (0 61 81) 6 64-0, Telefax: (0 61 81) 66 15 80

E-Mail: info@villastokkum.bestwestern.de

Internet: www.villastokkum.de

Folgende Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:

Großprojekt in Hanau: Alle Zimmer im Best Western Premier Hotel Villa Stokkum in Hanau-Steinheim werden für insgesamt 1,5 Mio. Euro umgebaut und neugestaltet.

In das Best Western Premier Hotel Villa Stokkum in Hanau-Steinheim werden insgesamt 1,5 Mio. Euro investiert. Ein gemeinsames Umbau-Projekt von Christoph Krieger und Gabriele Christ, Geschäftsführende Gesellschafter des Vier-Sterne-Hotels.

Facelift de luxe: Alle Zimmer im Best Western Premier Hotel Villa Stokkum in Hanau-Steinheim werden für insgesamt 1,5 Mio. Euro umgebaut und neugestaltet. Die Themenzimmer Tabak nehmen Bezug auf die Historie des Traditionshotels, das vor rund 100 Jahren eine Zigarrenmanufaktur war.

Facelift de luxe: Alle Zimmer im Best Western Premier Hotel Villa Stokkum in Hanau-Steinheim werden für insgesamt 1,5 Mio. Euro umgebaut und neugestaltet. Die Themenzimmer Brüder Grimm nehmen Bezug auf die berühmtesten Söhne der Stadt Hanau.

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über Best Western Hotels & Resorts:

*Best Western Hotels & Resorts mit Hauptsitz in Phoenix, Arizona, ist eine internationale Hotelgruppe mit einem globalen Netzwerk von rund 4.500 Hotels in knapp 100 Ländern weltweit. * Insgesamt gehören zur Markenfamilie von Best Western Hotels & Resorts weltweit sowohl Full Brands als auch Soft Brands für alle Kategorien. So bietet Best Western 16 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen. Zu den Best Western Markenhotels gehören Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, Executive Residency by Best Western®, VÄ«b®, GL , AidenSM, SadieSM, BW Premier Collection® und BW Signature Collection®. Durch die kürzliche Übernahme bietet Best Western nun auch WorldHotels® Luxury, WorldHotels Elite und WorldHotels Distinctive Marken an. Zudem ergänzen die Franchisemarken Sure Hotel®, Sure Hotel Plus® und Sure Hotel Collection® das Portfolio der Gruppe. ** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das richtige Konzept für das eigene Produkt auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das*

breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels. Alle Hotels unter dem Dach von Best Western Hotels & Resorts weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Best Western feiert mehr als 70 Jahre Gastfreundschaft und bietet seinen Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten.

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 40 Millionen Mitgliedern, ist eines der größten Kundenbindungsprogramme der Reisebranche. Weitere Informationen: www.bestwestern.de und www.bestwestern.com

** 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:

Best Western Hotels Central Europe GmbH

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

Anke Cimal, 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