

Umfangreiche Renovierungsarbeiten im Best Western Hotel Der Föhrenhof

Ein neuer Anstrich für den Föhrenhof: 75 Zimmer und die öffentlichen Bereiche des Best Western Hotel Der Föhrenhof in Hannover wurden neugestaltet. Frische Wandfarben und neue Bodenbeläge verleihen dem familiengeführten Hotel ein zeitgemäßes Ambiente. Damit bietet Hoteliersfamilie Bock ihren Gästen auch in Zukunft einen stets komfortablen Aufenthalt in modernen Räumlichkeiten.

Hannover, 21. Oktober 2019. Hoteliersfamilie Bock, die das Best Western Hotel Der Föhrenhof in Hannover bereits in vierter Generation führt, investiert in modernes Design und hat das Drei-Sterne-Superior-Haus neugestalten lassen. Nach umfangreichen Renovierungsmaßnahmen erstrahlen nun 75 Zimmer, die Flure sowie die Lobby und die hauseigenen Restaurants in neuem Glanz. „Wir freuen uns sehr und sind stolz darauf, unsere Gäste künftig in unseren frisch renovierten Räumlichkeiten zu empfangen“, sagt Oliver Bock, Mitgesellschafter des Best Western Hotel Der Föhrenhof. „Wir möchten Reisenden immer einen komfortablen Aufenthalt in unserem Haus garantieren – und da gehört ein frisches, hochwertiges Design mit dazu“, erläutert Bock weiter.

Verantwortlich für die Neugestaltung im Föhrenhof war der Innenarchitekt Werner Phil Wolf von Wolf Home Styling. In Fluren und in der Lobby des Drei-Sterne-Superior-Hotels setzte Wolf natürliche Wandfarben ein, die den Räumlichkeiten eine warme „Zu-Hause-Atmosphäre“ verleihen. Zeitgemäße Deko-Elemente und Schwarz-Weiß-Bilder runden das Raumkonzept ab. Neu ist die öffentliche Tausch-Bibliothek in der Lobby. Eine ungestörte Ecke und ausreichend Lesestoff laden dazu ein, es sich mit einem Buch auf der Couch gemütlich zu machen. Praktisch: Hotelgäste können hier Bücher tauschen – das heißt, ein ausgelesenes Buch einfach ins Regal stellen und sich ein neues mitnehmen.

Dem hoteleigenen Restaurant „Bierstube“ hat Wolf mit seinem Team ebenfalls ein Facelift verpasst: Hier setzt sich die warme Wandfarbe aus der Lobby fort. Die neue Wanddekoration hat Wolf auf das Farbkonzept des Restaurants abgestimmt. Auch das Restaurant „Estragon“ mit dem angrenzenden Wintergarten und das Kaminzimmer haben einen frischen Anstrich in Naturtönen erhalten.

Positive Nachrichten für Gäste, die an einer Allergie leiden: Ein Teil der Hotelzimmer verfügt ab sofort über einen für Allergiker geeigneten Fußboden. Der anthrazitfarbene Boden bringt die hellen Möbel zudem gut zur Geltung. Der Teppichboden in den weiteren Zimmern und den Korridoren wurde durch einen neuen ersetzt. Dessen eingebauter Trittschall verbessert die Akustik in den Fluren zusätzlich.

Best Western Hotel Der Föhrenhof – Hotelbetrieb in vierter Generation

Hoteliersfamilie Bock führt das Best Western Hotel Der Föhrenhof in Hannover in vierter Generation. Das Drei-Sterne-Superior-Hotel verfügt über 78 Zimmer sowie zwei Restaurants mit einem angrenzenden Wintergarten. Hier serviert das Team regionale und internationale Küche. Auch Kaminzimmer, Bibliothek und Gartenterrasse laden zum Verweilen im Föhrenhof ein. Sechs Veranstaltungsräume ermöglichen Meetings und Seminare für bis zu 120 Personen.

Pressekontakt im Hotel:

Best Western Premier Parkhotel Kronsberg
Nicola Sarstedt, Verkauf & Marketing
Gut Kronsberg 1, 30539 Hannover
Telefon +49 (511) 87 400, Fax +49 (511) 867 112

E-Mail: sarstedt@kronsberg.bestwestern.de

Internet: www.kronsberg.bestwestern.de

Die folgenden Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:

Die Lobby und weitere öffentliche Bereiche sowie die Zimmer des Best Western Hotel Der Föhrenhof in Hannover sind in zeitgemäßem Ambiente neugestaltet worden.

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

Sophie Elise Pauly, Junior 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@bestwestern.de