

05/05/2020

Direktor allein im Hotel: Fotostory Closed zeigt Best Western Darmstadt

Geschlossen – Closed steht auf dem Schild an der Eingangstür: Das Best Western Hotel Darmstadt hat aufgrund der Corona-Krise den Betrieb temporär einstellen müssen. Hoteldirektor Frank Koch ist dennoch fast täglich vor Ort, um nach dem Rechten zu sehen und seinen Angestellten zumindest von seinem Schreibtisch aus beizustehen. Begleitet wurde der Hotelier, dessen Hotel in diesem Jahr 54. Geburtstag feiert, bei einem seiner Rundgänge von der Berliner Fotografin Amy van Veen, die mit ihren Bildern diese seltsame Situation festhält und die Fotostory Closed erstellt hat.

Darmstadt, 5. Mai 2020. „Stell dir vor, du leitest ein Hotel und niemand ist da. Keine Gäste schlafen in deinen Betten, keine Zimmermädchen wirbeln durch das Hotel, keine Köche bereiten dir ein leckeres Frühstück zu und niemand sitzt hinter der Rezeption, um Gäste zu begrüßen,“ schreibt Fotokünstlerin Amy van Veen aus Berlin in ihrer Foto-Geschichte „Closed“. Hauptakteure sind Frank Koch, Geschäftsführer und Direktor im Best Western Hotel Darmstadt – und sein leeres Hotel. Denn aufgrund der Corona-Krise und den damit einhergehenden Bestimmungen musste das 77-Zimmer-Hotel im Zentrum Darmstadts bis auf weiteres schließen.

Der Direktor kommt fast täglich in seinem Hotel vorbei, sieht nach dem Rechten und kümmert sich aus der Ferne um seine Mitarbeiter, die allesamt zu Hause sind. Einen seiner Rundgänge hat Amy van Veen mit der Kamera festgehalten. Auf den Bildern scheint Frank Koch durch einen urbanen Dschungel zu streifen, während er die Pflanzen gießt, die in einem der Räume zusammengestellt wurden. Ein einsames braunes Blatt auf einem einladenden Sessel spiegelt die Stimmung im Haus wider – irgendwie verlassen, ohne Leben. Die Kleidung der Rezeptionsmitarbeiter hängt in Reih und Glied, frisch gereinigt und gebügelt und noch in Plastik verpackt, auf einer Kleiderstange. Blusen, Hemden und Anzüge warten auf ihren Einsatz, der immer noch auf sich warten lässt. Seine Tour führt Frank Koch weiter: Das Wasser der Kaffeemaschine ist abgestellt, in der unbenutzten, blitzenden Hotelküche warten Kaffeekannen auf Frühstücksgäste. Blick aus dem Fenster: Im Garten liegt ein vergessenes Gerät und die Buddha-Figuren strahlen die gleiche Ruhe aus, wie sie im gesamten Haus herrscht – der sonst so geschäftige Trubel hier ist zum Erliegen gekommen.

Sein Hotel so ohne Leben zu sehen, ist für Frank Koch eine skurrile Situation. Dennoch verliert er den Mut nicht und hofft auf eine baldige Lockerung der Beschränkungen von Seiten der Politik, die Reisen wieder möglich machen. Und so zeigen die Bilder auch einen schmunzelnden Frank Koch, der es sich in Hemd und ohne Schuhe im Hotelbett bequem gemacht hat. Er blättert im Urlaubskatalog „Reisewelten“ und wagt einen optimistischen Blick in eine Zukunft, in der die Menschen wieder reisen dürfen und Gäste sein sonst so geschäftiges Haus wieder mit Leben füllen.

Alle Fotos zur Story “Closed” aus dem Best Western Hotel Darmstadt finden Interessierte auch online unter www.amyvanveen.com/closed

Die folgenden Pressebilder stehen für Sie zum Download oder auf Anfrage zur Verfügung:

Das Fotoprojekt „Closed“ zeigt Direktor Frank Koch allein beim Rundgang durch das geschlossene Best Western Hotel Darmstadt. © Amy van Veen Visual Storytelling.

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 4.700 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 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

Sophie Elise Pauly, Junior PR 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