

Am Puls der Zeit: Atrium Hotel Mainz mit eigenem Streaming-Studio

Das Atrium Hotel Mainz, Mitglied der WorldHotels Collection unter dem Dach der BWH Hotel Group, geht zum neuen Jahr mit einem eigenen Streaming-Studio an den Start. Neben dem großzügigen Studio mit aktueller Technologie für hybride und digitale Tagungen stehen Gästen auch Profis für Video, Ton und Licht mit ihrem Know-How zur Seite.

Mainz, 21. Januar 2021. Nichts ist beständiger als der Wandel. Im Atrium Hotel Mainz gehört diese Erkenntnis seit vielen Jahren mit zum Tagesgeschäft. Deshalb begleiten Investitionen in neue Technologien den Weg des inhabergeführten Vier-Sterne-Superior-Hauses vor den Toren von Mainz. Für die Umsetzung arbeitet das Hotel-Team mit professionellen Partnern zusammen und hat so den Aufbau des neuen hoteleigenen Streaming-Studios Seite an Seite mit dem Binger Unternehmen Media4Rent umgesetzt. Die Fachleute von Media4Rent unterstützen und beraten das Atrium Hotel bereits seit vielen Jahren und sorgen dafür, dass hier im Segment moderne Technologien alles immer up-to-date ist.

Mit professionellem Equipment können jetzt aus dem neuen Streaming-Studio Veranstaltungen mittels Live-Streaming direkt vom Hotel aus ins Internet übertragen werden und sind dort dann weltweit über Plattformen wie YouTube oder Facebook, oder auch über eine nicht öffentliche gesicherte Streaming-Plattform zu empfangen. Neben der gesamten Infrastruktur des Hotels stehen den Gästen im Studio Profis aus dem Bereich Veranstaltungstechnik zur Verfügung. Nach lösungsorientierter Beratung sorgen Kamerapersonal, Bild- Ton- und Lichttechniker für die perfekte Umsetzung.

Das Studio ist 125 Quadratmeter groß. Ein weiterer Raum der gleichen Größe kann durch Öffnung einer Trennwand dazu geschaltet werden, sodass optimale Voraussetzungen auch für größer angelegte Hybridveranstaltungen gegeben sind. Die fachmännisch verkleidete 32 Quadratmeter große Bühne ist mit hochwertiger Auslegware bespannt. Der stabile, stylische Traversentisch ist 11 Meter breit, 7 Meter tief und fast 4 Meter hoch. Ein echter Hingucker ist der 98-Zoll-Bildschirm. Der professionelle Businessanschluss mit 50 M-Bit Übertragungsrate garantiert reibungslose Up- und Downloads.

Für das Veranstaltungsumfeld sorgt ein erfahrenes mit den neuen Hygieneauflagen bestens vertrautes Hotelteam. Der Service beginnt beim Empfang der Gäste und zieht sich über ihre Versorgung und Unterbringung bis hin zum Abschiedsschluck. Überall im Haus gibt es viel Platz und das entsprechende Know-How, um der neuen Situation und den damit einhergehenden Maßnahmen gerecht zu werden. Mit Abstand – aber immer gastfreundlich im besten Sinne.

Falls gewünscht entsteht nach Veranstaltungsende ein Film, der die Erinnerung an das Event wachhält. Natürlich sind in der neuen Unit des Atrium Hotels auch Konferenzen mit allen aktuell gefragten Funktionen möglich. „Wie unser gesamtes Haus so steht auch das neue Studio für maßgeschneiderte Lösungen mit Wohlfühl- und Geling-Garantie. Das sind wir unseren Gästen schuldig“ sagt Eigentümer Dr. Lothar Becker, der 50.000 Euro in das Projekt investiert hat und optimistisch in die Zukunft blickt.

Weitere Infos und Buchungen: info@atrium-mainz.de oder telefonisch unter 06131 491 0

Über das Atrium Hotel Mainz

Gegründet im Jahr 1974 als Garni-Hotel hat sich das Atrium Hotel Mainz unter sehr persönlicher Führung des Inhabers und Hoteldirektors Dr. Lothar Becker zu einem stilvollen Vier-Sterne-Superior-Hotel für anspruchsvolle Gäste entwickelt. Mit einer Fläche von 15.000 Quadratmetern, 151 Zimmern, Suiten und Apartments und 320 Betten ist es das größte inhabergeführte Privathotel in Rheinland-Pfalz und in der Rhein-Main-Region. Durch die Bauweise und die von viel Grün umgebene Lage ist die Größe des stetig erweiterten Hotels kaum sichtbar. Der Service ist sehr individuell, persönlich und liebenswert und das Haus hat viel Atmosphäre mit einem Hauch von Luxus. Die heitere Gastlichkeit, das ruhige, harmonische Ambiente und die Präsenz von dezentem Design, Kunstobjekten und liebevollen Details geben dem Hotel eine ganz eigene, unverwechselbare Note.

Im Adagio Restaurant & Weinbar werden höchste kulinarische Ansprüche in designorientiertem, modern-elegantem Ambiente erfüllt und erlesene Weine degustiert. Das Frühstücks-Restaurant Allegro, das Buffet-Restaurant Cucina sowie die stilvolle Lounge und Bar ergänzen das moderne gastronomische Konzept. Neu und heute bereits auf dem Erfolgsweg ist die GenussWerkstatt. Eine Attraktion für sich ist der dicht bewachsene Atrium-Garten mit Terrasse, kleinen Spazierpfaden und Kunstinstallationen. Entspannung finden Gäste des Hauses zudem in der hoteleigenen Wellness-World mit Hallenpool und Sauna.

Mit dem Atrium Conference Centrum verfügt das Hotel auf einer Eventfläche von 2.000 Quadratmetern über 22 Konferenzräume mit modernster Tagungstechnik und umfangreichem Bankettangebot. Das Hotel ist Mitglied der WorldHotels Collection und ist eines der meistausgezeichneten Hotels in Deutschland. So wurde das Atrium Hotel Mainz vom Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) in den vier Kategorien Certified Business Hotel, Certified Conference Hotel, Certified Green Hotel sowie Certified Apartment Hotel zertifiziert und hat darüber hinaus zahlreiche weitere Auszeichnungen erhalten, darunter auch das Prädikat „Top Tagungshotelier“ sowie „Gastgeber des Jahres“ der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH.

Pressekontakt:

PR Profitable, Lydia Malethon
Markt 4, 65375 Oestrich-Winkel im Rheingau
Telefon: 06723 913 76 74
E-Mail: l.malethon@pr-profitable.de
www.pr-profitable.de

Kontakt zum Hotel:

Atrium Hotel Mainz, WorldHotels Collection
Flugplatzstraße 44, 55126 Mainz
Telefon: 06131 491 0
E-Mail: info@atrium-mainz.de
www.atrium-mainz.de

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:

Bildunterschrift: Ein eigenes Streaming-Studio steht nun Veranstaltern und Gästen im Atrium Hotel Mainz, WorldHotels Collection, zur Verfügung.

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 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@bwhhotelgroup.de

Internet: www.bwhhotelgroup.de www.bestwestern.de/presse