

Alles neu im Alsterkrug: Rund 2 Mio. investiert in die Zukunft

Historie und Moderne im Einklang: Nach einer mehr als dreijährigen Umbauphase samt einer Investitionssumme von rund zwei Millionen Euro erstrahlt das heutige Best Western Premier Alsterkrug Hotel in Hamburg nicht nur in neuem Glanz. Es präsentiert auch eine Symbiose aus emotionaler, 300-jähriger Geschichte und neuestem, multifunktionalem Hoteldesign.

Die folgenden Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:

Bildunterschrift: Tradition und Geschichte treffen auf modernes Wohlfühlambiente: Das Best Western Premier Alsterkrug Hotel in Hamburg hat mit einem großen Drei-Jahres-Plan und einem Investitionsvolumen von rund zwei Millionen Euro alle Zimmer als auch öffentliche Bereiche sowie Bar (oben) und Restaurant (unten) modernisiert.

Hamburg, 23. Juni 2021. Alles neu im Alsterkrug: Zum Jahresbeginn startete das Best Western Premier Alsterkrug Hotel in Hamburg in den Endspurt seiner umfassenden Renovierungs- und Investitionszeit. Von 2017 bis Anfang 2021 wurden im Rahmen eines groß angelegten Projektplans insgesamt rund zwei Millionen Euro in die sukzessive Neu- und Umgestaltung der Hotelzimmer wie auch der öffentlichen Bereiche, Restaurant und technischen Einrichtungen investiert. Seit seiner Wiedereröffnung im März erstrahlt das familiengeführte Vier-Sterne-Haus im Hamburger Alsterdorf nun in neuem Glanz und in frischem, modernem Look, der gleichzeitig ganz bewusst die historischen Highlights aus 300 Jahren Alsterkrug in Szene setzt. „Wir haben unser großes Projekt mit Drei-Jahres-Plan ‚Alsterkrug 2021‘ final zum Abschluss gebracht und damit eine der größten Investitionen in unserer 40-jährigen Unternehmensgeschichte getätigt“, berichtet Frank Pentzin, dessen Familie das Haus Anfang der 1980er Jahre erbaute und der nun seit knapp 15 Jahren als Geschäftsführer des Best Western Premier Alsterkrug Hotel verantwortlich ist. „In unserem langfristig angelegten Investitionsplan haben wir ein umfassendes Maßnahmenpaket von insgesamt zwölf Themengebieten skizziert und in den vergangenen drei Jahren konsequent umgesetzt. Während die meisten Zimmer schon bis 2018 umfassend renoviert und modernisiert wurden, sind seit diesem Zeitpunkt neben der Neugestaltung der übrigen Zimmereinheiten auch zahlreiche technische Neuerungen zur Energieeffizienz bei Lüftungsanlagen, Klimatisierungen sowie anderen elektrischen Installationen vorgenommen und ergänzt worden.“ Den Abschluss des Drei-Jahres-Planes bildete in diesem Jahr die komplette Umgestaltung des Erdgeschosses mit Lobby, Rezeption, Bar und Restaurant. Dort wurde ein völlig neues, multifunktionales Raum- und Nutzungskonzept mit Open Lobby und Living Lounge erarbeitet, mit dem eine Verschmelzung der vorher stark separierten Bereiche realisiert werden konnte. An vielen Stellen sehen Gäste heute die 300-jährige Geschichte des Alsterkrugs aufgegriffen und emotional umgesetzt, indem die modernen Strömungen des Hoteldesigns mit Bildern und Materialien aus der Entstehungszeit kombiniert werden.

Sichtbar gemacht: 300 Jahre Geschichte in Hamburg-Alsterdorf

Im vergangenen Jahr 2020 feierte der Alsterkrug sein 300-jähriges Bestehen: 1720 wurde er erstmals urkundlich als erstes Wirtshaus an der Heerstraße nach Langenhorn erwähnt. „Zu dieser Zeit wurde dem damaligen Wirt eine erste Schankerlaubnis erteilt. Seither ist der Alsterkrug ein fester Bestandteil der Region und kann eine tolle Geschichte erzählen“, so der heutige Inhaber Frank Pentzin. „Der Alsterkrug ist unter anderem auch Namensgeber der Alsterkrugchaussee und nicht etwa anderes herum, wie man vermuten könnte. Vielen Gästen ist dies bei dem Betreten unseres modernen Hauses nicht bewusst. Unser Anliegen besteht darin, diese Geschichte zumindest teilweise zu erzählen und an die lange Historie anzuknüpfen.“

Nachdem bereits alle Zimmer des heutigen Best Western Premier Alsterkrug Hotel renoviert und mit historischen Bildern aus der Zeit ausgestattet wurden, fanden die 300-jährige Geschichte und das thematische Konzept nun mit den letzten Umbauten auch Einzug in das gesamte Erdgeschoss: Sowohl in der großen Lobby als auch im Restaurant wird die lange Geschichte des Alsterkrugs in Storytelling und Design spannend und emotional umgesetzt. So verweisen zahlreiche Ausstattungen und Materialien auf die Geschichte des Hauses und die lokale Umgebung in Alsterdorf. Dazu gehören etwa dunkle Eichenfurniere, abgesetzt mit schwarzen Leisten, sowie schwarze Stahlregale in Kombination mit geschliffenen Granitoberflächen. Weiterhin kommen graue Wandverkleidungen und anthrazitfarbene Sprossenfenster wie auch metallische Industrieverglasungen und Backsteinoptiken hinzu. Ergänzt wird alles durch traditionelle norddeutsche Fliesen- und Tapetendesigns.

Multifunktional und digitale Lösungen für Sicherheit und Komfort

Neben Design und funktionaler Zusammenführung der Bereiche war die weitere große Herausforderung die Anbindung an die bestehende Infrastruktur aus Lüftungs-, Kälte, Sanitär- und Elektroinstallationen. „Die Raumstruktur ist nun viel offener und klarer und bietet dem Gast schnelle Orientierung und Erkennbarkeit der einzelnen Bereiche. Um trotzdem eine räumliche Abgrenzung zu gewährleisten, wurden aufwändige, deckenhohe Industrieverglasungen eingeplant. Die Entfernung zahlreicher massiver Wände bedurfte einer umfangreichen Planung und gesonderter Maßnahmen. Im Bestand zu bauen sorgt immer für Überraschungen. Da waren dann auch mal Betonwände, wo eigentlich keine sein sollten“, berichtet Pentzin. „Im Restaurant haben wir mobile POS Kassen installiert, eine GIRA KNX Steuerung für Licht und andere Komponenten sorgen für Automatisierung und helfen ab sofort bei der Inszenierung von bestimmten Ambients. Ein Self-Check-in-Terminal nebst digitalem Meldeschein und einer neuen digitalen Guest-Journey wurden schließlich mit unserem Partner betterspace umgesetzt.“

Neues Ambiente für Gäste und Locals

Das Team des Best Western Premier Alsterkrug Hotel hat trotz Corona-Pandemie, Reiseverboten und Hotelschließungen den Kopf nicht in den Sand gesteckt, sondern mit allen bereits lange zuvor geplanten Maßnahmen kräftig in die Zukunft investiert – mit klarem Fokus: „Das vornehmliche Ziel besteht natürlich wie eh und je darin, unseren Gästen ein hochwertiges Wohlfühlambiente zu bieten. Das neue Konzept in unserem Haus sorgt für ein neues Raumgefühl und ein nie dagewesenes Ambiente. Wir sind überzeugt, dass wir neben unseren Hausgästen künftig auch vermehrt Gäste aus der Region ansprechen können und unsere neuen gastronomischen Bereiche in Kombination mit einem überarbeiteten Angebot zusätzliche Attraktivität ausstrahlen“, so Pentzin. „Es erfüllt uns mit Stolz, das Erbe dieses bekannten Hauses durch die beschriebenen Maßnahmen zu festigen sowie zukunftsfähig zu machen und gleichzeitig einen festen Bezug zu der langen Geschichte einfließen zu lassen.“

Best Western Premier Alsterkrug Hotel – Perle in Alsterdorf

Das Best Western Premier Alsterkrug Hotel liegt in Hamburgs grünem Stadtteil Alsterdorf. Als familiengeführtes Privathotel verfügt das Vier-Sterne-Superior-Haus über 106 Zimmer sowie sechs Veranstaltungsräume für jegliche Anlässe. Für Gäste stehen darüber hinaus der Wellnessbereich alsterSPA sowie eine moderne hauseigene Doppelkegelbahn zur Verfügung. Kulinarisch verwöhnt das „Alsterkrug Restaurant“ mit regionaler sowie internationaler Küche. Das BRABAND Bistro & Wein wird seit 2010 als Dependence des Hotels betrieben und ist etwa 100 Meter vom Hotel entfernt, idyllisch direkt am Alsterlauf gelegen. Es werden weiterhin umfassende Hygienemaßnahmen und Reinigungsstandards durchgeführt, die auf der Webseite des Hotels gelistet sind: <https://www.alsterkrug-hotel.de/hotel/corona-sicherheits-hygiene-richtlinien>.

Pressekontakt im Hotel:

Best Western Premier Alsterkrug Hotel

Frank Pentzin, Geschäftsführer und Inhaber

Alsterkrugchaussee 277, 22297 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 513 030

E-Mail: info@alsterkrug-hotel.de

Internet: www.alsterkrug-hotel.de, www.alsterkrug.bestwestern.de

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 270 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.bwhotelgroup.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.