

Modernes Ambiente mit historischen Akzenten: Renovierung im Essener Hof

Das Hotel Essener Hof, ein Hotel der Sure Hotel Collection by Best Western, im Zentrum von Essen hat in den vergangenen Monaten 17 Zimmer, Suiten und Apartments sowie die Lobby renoviert. Mit den großzügigen Räumlichkeiten in modernem Stil, der von historischen Akzenten ergänzt wird, möchte das Hotel gleichermaßen Geschäftsreisende wie auch Privatreisende und Longstay-Gäste ansprechen.

Folgende Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:

Renovierung im Hotel Essener Hof: In der neugestalteten Lobby laden eine durchgezogene Bank sowie gemütliche Sessel zu einem Drink von der Bar ein.

Hochwertige Stoffe in gemütlichen Farben, moderne Muster und historische Akzente machen den gelungenen Stilmix in den renovierten Zimmern des Hotel Essener Hof aus.

Essen, 27. September 2021. Moderner Stil trifft auf charmante Geschichte: Das Hotel Essener Hof, Sure Hotel Collection by Best Western, hat 17 Zimmer, Suiten und Apartments sowie seine Lobby mit Bar renoviert. Für insgesamt 400.000 Euro hat das Traditionshotel im Zentrum von Essen die Corona-Zeit für die Arbeiten genutzt, nachdem bereits 2020 der [Tagungsbereich](#) renoviert worden war. Mit der neuen Ausstattung der Apartments und Suiten möchte Hoteldirektor Emre Sinanoglu zudem vermehrt auch individuell reisende Familien bis hin zu Longstay-Gästen ansprechen. „Wir haben die Zeit der Corona-Pandemie genutzt und 17 Zimmer und Apartments renoviert – denn da aufgrund der Reise-Beschränkungen ohnehin kaum Gäste im Haus waren, wurde niemand von den laufenden Arbeiten gestört. Nun freuen wir uns, dass das Geschäft zum Herbst hin wieder mehr anläuft und wir unsere Gäste zum Teil in den neugestalteten Zimmern begrüßen können“, sagt Emre Sinanoglu. Verantwortlich für das neue Interior-Konzept war Michael Habicht vom Innenarchitekturbüro habicht & habicht e.K. interior design + art. Die Gestaltung übernahm die Firma Gräf-Gardinen und Raumausstattung.

Modernes Interieur trifft auf Traditionshaus

In der Lobby liegt der Fokus nun auf einer edlen Lounge mit einer durchgezogenen Bank und Sesseln aus Samt. Durch einen fließenden Übergang mit der angrenzenden Lobbybar entsteht ein lockeres Ambiente. Zusätzlich erhielten die Säulen in den öffentlichen Bereichen eine neue Verkleidung, wobei sich die beibehaltenen Spiegel gut in das neue Raumbild einfügen. Das Zimmerkonzept folgt ebenfalls dem modernen Einrichtungsstil, der in der Lobby und vergangenes Jahr bereits im Tagungsbereich eingesetzt wurde und in gedeckten bis akzentuierenden, warmen Farben gehalten ist. Dazu wurden die Zimmer vollständig entkernt und mit einem neuen, allergikerfreundlichen Design-Belag in Holzoptik ausgestattet, der auch in den Bädern eingesetzt wurde. Hochwertige Möbel sowie Sessel und Sofas in eleganten Stoffen ergänzen das Bild. In Kombination mit einer mutigen Mustertapete, verspielten Stuckverzierungen und historischen Fotos an den Wänden ergibt sich eine trendige Mischung aus alt und neu. Der Clou: Die Fotos zeigen frühere Ansichten des 1887 erbauten Hotels sowie frühere Direktoren und Hausangestellte – denn die Tradition des Essener Hofs macht seinen authentischen Charme aus. Besonderen Wert hat Sinanoglu zudem auf den Betten gelegt, die mit besonders dicken Matratzen und komfortablen Toppfern ausgestattet sind. „Schlafen ist unser Kerngeschäft und daher haben wir auf die Auswahl der neuen Betten einen besonderen Fokus gelegt. Bereits vor der

Anschaffung haben wir einige unserer Stammgäste gebeten, die neuen Betten für uns zu testen und das Feedback war damals sehr gut“, sagt der Direktor. Weiterhin haben in den Bädern neue Waschbecken mit passenden Paneelen Einzug gehalten. Alle weiteren Zimmer sollen künftig in Abschnitten im selben Stil renoviert werden.

Technik, mehr Platz und Komfort

Ein Technik-Upgrade mit neuen USB-Anschlüssen an den Steckdosen sowie neuen größeren Fernsehern mit einer passenden umrahmenden TV-Box haben die Zimmer ebenfalls erhalten. Ein großzügiger Platz zum Arbeiten mit Nespressomaschine, Wasserkocher und Highspeed-Wlan machen das Arbeiten im Hotelzimmer komfortabel möglich. Sinangolu reagiert mit der Renovierung auch auf veränderte Bedürfnisse und neue Reisende, die im Zentrum von Essen nächtigen wollen. Im vergangenen Sommer hat der Hoteldirektor die Veränderung des Ruhrgebiets hin zur touristischen Destination verstärkt wahrgenommen. „Essen zieht mehr und mehr Besucher an, die hier im Ruhrgebiet Urlaub oder einen Städtetrip machen möchten. Wir liegen mit unserem Hotel mitten im Zentrum von Essen und bieten daher eine ideale Ausgangslage für Erkundungstouren“, sagt Sinanoglu. So wurden nun die insgesamt fünf Apartments und Suiten jeweils mit gemütlichen Schlafsofas ausgestattet. Jede Menge Platz und eine kleine Küchenzeile bieten reisenden Familien jeglichen Komfort, sodass sie sich wie zu Hause fühlen können. Sogar mit Hund können die Gäste anreisen – vierbeinige Familienmitglieder erhalten im Hotel Essener Hof ihr eigenes Körbchen sowie einen kleinen Willkommenssnack.

Pressekontakt im Hotel:

Hotel Essener Hof, Sure Hotel Collection by Best Western

Emre Sinanoglu, Geschäftsführender Direktor

Am Handelshof 5, 45127 Essen

Tel.: +49 201 2425 0, Fax: +49 201 2425 751

E-Mail: emre-sinanoglu@essener-hof.com

Internet: www.essener-hof.com

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 4.500 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 260 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 47 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.*