

»Monnemer Flair« verbreitet das im Oktober eröffnete Radisson Blu Mannheim.

Die Stadt und ihre Geschichte liegen dem gesamten Designkonzept zugrunde und sind allgegenwärtig. Dafür wurde im neuen Stadtquartier Q6Q7 mit Pflanzen, alten Steinen, viel Glas und kräftigen Farben gearbeitet

D

Der »Stadtgarten« im fast deckenhohen Regal ist originell und zugleich platzsparend



DESIGN BRAUCHT RAUM

RADISSON BLU MANNHEIM



tion der aktuellen Wetterlage. Grauer Wolkenhimmel oder Sonnenschein – das sehen die Gäste dank der Installation der Künstlerin Christina Stihler auf den ersten Blick. Die vereinzelten Sitzgruppen in der Lobby verstärken den Eindruck der Weitläufigkeit. An der mit drei monolithischen Blöcken markierten Rezeption befinden sich Originalsteine der alten Stadtmauer, die an dieser Stelle verlief und während des Baus wiederentdeckt wurde. Im Eingangsbereich wie auch in anderen öffentlichen Bereichen wurde mithilfe eines meterhohen Regals ein senkrechter »Stadtgarten« geschaffen und damit das Thema Stadtbegrünung umgesetzt.

HÄNGENDE GÄRTEN

In den insgesamt 229 Zimmern des Hotels – darunter auch Longstay-Apartments und Suiten – wollte man großzügige Raumeindrücke schaffen, so Anja Pangerl. Zu diesem Zweck sind die Nassbereiche lediglich durch transparente oder semitransparente Glaswände vom übrigen Raum abgetrennt. Viele der Zimmer verfügen über großflächige und tiefe Fenster, deren Nischen gepolstert sind und so weitere Sitzgelegenheiten mit Ausblick bieten.

Von den Gästzimmern führen originell platzierte und gut sichtbare Wegweiser zum Fitnessbereich, den Konferenzräumen oder auch zur Bar und ins Restaurant. Letzteres liegt im sechsten Stockwerk und bietet auf 300 Quadratmetern Platz für mehr als 130 Gäste. Der hell und freundlich eingerichtete Raum ist in unterschiedliche Bereiche mit jeweils eigenen Aufenthaltsqualitäten aufgeteilt, die sich durch die Anordnung der Möbel bzw. die Gestaltung des Bodenbelags voneinander abgrenzen. Und auch hier: »Hängende Gärten«, deren üppiges Grün dem Restaurant Atmosphäre verleiht.



Zur Bar geht's nach rechts, ins Fitness & Spa links herum: eine charmante Art, den Gästen den Weg zu weisen

ten ein eindrucksvolles Panorama der Stadt. Der lokale Bezug zu Mannheim wird konsequent bis zu den Uniformen der Mitarbeiter fokussiert. Zu der schlichten Kombination in Blau gehört bei den Damen ein Halstuch, auf dem der besondere Quadrat-Grundriss Mannheims zu sehen ist. Dies soll auch dazu dienen, Gästen die Orientierung in der Stadt zu erläutern (siehe Top hotel 9/2016, S. 105). Der Slogan des Hotels bringt das Design-Konzept auf den Punkt: »Mannheim Pur. Pure Blue.«

KATHARINA BECKER



»DEN ARCHITEKTEN IST ES GELUNGEN, EIN INTERNATIONALES HOTEL MIT DEM CHARME DER STADT ZU GESTALTEN.«

Jörg Krauß, General Manager