



PRESSEMITTEILUNG

50er Jahre Bauwerk in Berlin innen neu in Szene gesetzt

Denkmalschutz trifft auf neues Design im Leonardo Royal Berlin Alexanderplatz



*Von Open Lobby bis Restaurant – der perfekte „Flow“ im neu interpretierten Art Déco-Stil im Leonardo Royal Berlin Alexanderplatz
©Fotos: Leonardo Hotels Central Europe
Foto-Download per Hyperlink oder [hier](#)*

Berlin, 28. Oktober 2021. Leonardo Hotels Central Europe hat das **Leonardo Royal Berlin Alexanderplatz**, fußläufig zum Alexanderplatz und unweit des Szene-Viertels Prenzlauer Berg, für mehr als 5,5 Millionen Euro komplett renoviert. Nach knapp neun Monaten Renovierungszeit geht das 4-Sterne-Superior-Hotel heute in eine neue Design-Ära über. Durch die Neugestaltung, nach zwölf Jahren Betrieb, ist ein völlig neues Raumerlebnis geschaffen. Das historische dreiflügelige Bauwerk aus den 50er Jahren mit seiner unter Denkmalschutz stehenden Außenfassade, Lobby und Treppenhaus, wird mit einem neu interpretierten Art Déco-Stil perfekt in Einklang gebracht. Öffentliche Bereiche, Zimmer und Suiten sowie Tagungsräume erstrahlen im neuen Glanz. Hier treffen Business- und Städtereisende sowie Berliner auf eine neue Leichtigkeit – unter anderem geprägt vom Open Lobby-Design mit direkt angrenzendem Bar- und Restaurant-Bereich, begrünten Innenhof, den **Leonettes**-Zimmern für die reisende Businessfrau, speziellen Event-Reihen und einem Food-Konzept, das das Mediterrane mit Levante verbindet. Das Leonardo Royal Berlin Alexanderplatz gehört mit 346 Zimmern und elf Konferenzräumen zu den großen Business- und Tagungshotels in Berlin. Aktuell verfügen Leonardo Hotels Central Europe über fünf Hotels in der Hauptstadt. Mit dem zukünftigen **Leonardo Royal Berlin Adlershof** umfasst das Portfolio dann sechs Häuser mit über 1.500 Zimmern, 22 Tagungsräumen und 200 MitarbeiterInnen.

„Mit den Neuerungen im Leonardo Royal Berlin Alexanderplatz und dem zukünftigen Leonardo Royal Berlin Adlershof setzen wir neue Akzente und wollen unsere Marke Leonardo Royal getreu ihrem Kernwert 'besonders bereichernd' stärker am Markt positionieren“, so Jan Heringa, Vice President Development, Innovation, Project Management der Leonardo Hotels Central Europe.

Hoteldirektorin Daniela Degenhart, die seit acht Jahren im Leonardo Royal Berlin Alexanderplatz tätig ist, freut sich auf die umfangreichen Veränderungen in ihrem Hotel und ergänzt: „Unser 4-Sterne-Superior-Haus liegt zwischen Alexanderplatz und dem Volkspark Friedrichshain und hat viel Geschichte zu erzählen. Unser Re-Design wird auffallen und nicht nur unsere Business- oder Städtereisenden, sondern auch Berliner auf eine neue Reise einladen, die das Historische mit dem Heute verbindet und sicherlich spannend zu entdecken ist.“

Pressekontakt:

Primo PR - Presseagentur der Leonardo Hotels Deutschland

Nuray Güler

Tel.: +49 (0)177 503 76 53

leonardo-hotels@primo-pr.com



PRESSEMITTEILUNG

Zwischen warmen und erdigen Akzenten und dem perfekten „Flow“

Für die Neugestaltung der öffentlichen Bereiche zeichnet Madeleine Moes, CEO von Designer's House Interior Architects, verantwortlich. Beim aktuellen Design geht es um mehr Raum und Leichtigkeit – dem perfekten „Flow“. Dieser wird durch die flexible Verbindung von Lobby, Lounge und Bar erzielt, die offen ineinander übergehen. Hier vermitteln Naturelementen wie skulpturale Vogelschwärme und frische Pflanzen sowie außergewöhnliche Licht-Elemente und exquisite Design-Möbel eine beschwingte persönliche Note – dabei wird die historische Architektur respektiert und gefühlvoll neu inszeniert. Mit Tönen wie rot, safrangelb und puder- oder auch goldfarbenen Akzenten in der Lobby-Lounge sowie Wasserfarben, die veredelt mit Goldnuancen im Gastronomiebereich ein Green-house-Effekt erzielen, wird ein unverwechselbares Ambiente geschaffen. Viele Tischleuchten und Raumteiler geben den Räumlichkeiten eine private und intime Atmosphäre.

In der etwa 6,50 Meter hohen Open Lobby soll sich der Gast einfach wohlfühlen, zurückziehen, Snacks und Drinks genießen und auch arbeiten können. Mittendrin eine gemütliche Sitzecke, eine goldsatierte Raumteiler und die neue Rezeption inklusive Concierge-Service. Von hier geht es über zur Bar „Leo90“, die prominent mittig platziert ist. Hier stehen auch die voll ausgestatteten Working Spaces: Kreativität soll durch den Magen gehen, was die digitalen Nomaden von heute besonders freuen wird.

Das neue Food-Konzept im Sharing-Style

Mitten in der City wie in einer anderen Ära fühlt man sich im Restaurant Vitruv. Frische Farben, trendige Ornamente und eine große blumige Bildtapete sowie viele Pflanzen werten das Ambiente auf. Banknischen vor den Fenstern bieten mit ihren kleinen Leuchten gemütliche Treffpunkte. Weitere Lichtquellen auf den Brüstungen und an den Wänden tauchen den Raum abends zusammen mit den Deckenleuchten in eine warme Atmosphäre.

Hier und in allen F&B-Outlets des Hotels besticht die Küche mit dem neuen Food-Konzept: frisch, leicht und mediterran mit levantinischen Einflüssen bringt es bunte Farben, betörende Düfte und exotische Aromen aus den Ländern des östlichen Mittelmeeres auf die Teller. Die Levante-Küche ist eine der ältesten und gesündesten Küchen der Welt, die die Wurzeln der Hotelgruppe widerspiegelt. Gemeinsam genießen und erleben ist die Grundlage, die überwiegend regionales Gemüse, saisonale Kräuter und orientalische Gewürze im Sharing-Style präsentiert. Fleisch und Fisch sind in reduzierter Form auf der saisonal wechselnden Karte zu finden.

Mehr Berlin-Flair im Zimmerdesign und Leonettes für die Businessfrau

Für die Neugestaltung aller 346 Zimmer und Suiten war Hotel Interior Designer Andreas Neudamm zuständig. Der für die Leonardo Hotels langjährig tätige Innenarchitekt setzte hier bereits bei der Eröffnung des Hauses seine Designzeichen: „Berlin hat sich innerhalb der letzten zwölf Jahre verändert und wir mit. Das neue Zimmerdesign hat noch mehr Berlin-Flair erhalten - mit individuellen Bildern und Fotos, stilvollen Möbeln und hochwertigen Wohntextilien.“ Zudem auch smarte Technik über Streaming-Fernsehgeräte sowie Suitepads. Für die reisende Businessfrau werden hier auch die Leonettes-Zimmer angeboten, die von einer Designerin exklusiv für die Marke „Leonardo Royal“ konzipiert wurden. „Die heutigen Leonettes gehen aus den damaligen ‚womenfriendly rooms‘

Pressekontakt:

Primo PR - Presseagentur der Leonardo Hotels Deutschland

Nuray Güler

Tel.: +49 (0)177 503 76 53

leonardo-hotels@primo-pr.com



PRESSEMITTEILUNG

hervor, die wir 2009 bei der Eröffnung des Leonardo Royal Berlin Alexanderplatz erstmals auf den Markt gebracht hatten“, erklärt Sandra Deher, Vice President Sales & Marketing der Leonardo Hotels Central Europe. Die redesignten Zimmer gehen auf die Bedürfnisse der heutigen reisenden Businessfrau ein. Sie bieten warme und entspannende Töne. Die Formensprache ist klar und frisch, versetzt mit femininen Elementen, die trotzdem den Geschmack vieler Gäste trifft. „Hier steht Wohlbefinden nach getaner Arbeit im Vordergrund – mit übergroßen Bettdecken, zahlreichen Kissen und einer Kingsize-Matratze mit Komfort-Topper sowie stimmungsvollen Lichtinseln, wohltuenden Accessoires, leckeren Tee- und Kaffeesorten und noch viel mehr. Zudem erfüllen sie die höchsten Anforderungen an das Sicherheitsbedürfnis von Frauen, unter anderem mit diskretem Check-In und Room-Service auf Wunsch durch Leonardo-Mitarbeiterinnen.“

Tagungskonzept mit gesunden Pausenkonzepten

Auch der Konferenz- und Bankettbereich mit elf Veranstaltungsräumen und dem 590 Quadratmeter großen Royal Ballroom mit Foyer erhielt ein Soft-Makeover. Neben einem hochwertigen LED-Lichtkonzept und aufgewerteter Tagungstechnik bereichern Cozy Corners und Working Spaces das Angebot für jegliche Veranstaltungen, die auch im begrünten Innenhof stattfinden können – aber auch das neue Food-Konzept sowie das "Brainbreaks"-Pausenkonzept mit regional frischem Obst und Gemüse, hausgemachten Vollkornprodukten und Superfood.

Das Leonardo Royal Berlin Alexanderplatz wird seit seiner Eröffnung im Jahr 2009 von Leonardo Hotels betrieben und wurde vergangenen Sommer vom Investor und Projektentwickler Art-Invest Real Estate erworben.

Weitere Pressematerialien sind [hier](#) oder über diesen QR-Code abrufbar:





PRESSEMITTEILUNG

Über uns

LEONARDO HOTELS CENTRAL EUROPE mit Hauptsitz in Berlin ist verantwortlich für das Hotelportfolio in den Märkten Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen, Tschechische Republik, Ungarn, Spanien sowie Italien. Präsent in diesen 8 Ländern sowie 37 Destinationen, inkludiert das Hotelportfolio 84 Häuser mit 14.500+ Zimmern. Die Markenfamilie besteht aus: Leonardo Hotels, Leonardo Royal Hotels, Leonardo Boutique Hotels und NYX Hotels by Leonardo Hotels. In zentralen Destinationen gelegen, stehen sie für hohe Qualitäts- und Servicestandards sowie stilvolles Interieur Design mit regionalem Flair.

In jedem Leonardo Hotel steht der Gast mit seinen individuellen Wünschen und Bedürfnissen im Mittelpunkt – zugewandt und aufmerksam für die vielen Dinge, die den Aufenthalt besonders machen. Das prägt seit jeher das Selbstverständnis des Unternehmens. Hier kann jeder entspannt ankommen, durchatmen und sich einfach wohlfühlen, egal ob die Reise geschäftlich oder privat geprägt ist.

Leonardo Hotels Central Europe ist Teil der Fattal Hotel Group, die 1998 von David Fattal gegründet wurde. Geprägt durch dynamisches Wachstum werden in Europa & Israel 220 Hotels mit 42.000+ Zimmern in 107 Destinationen und 19 Ländern betrieben. Zum Markenportfolio gehören: Leonardo Hotels, Leonardo Royal Hotels, Leonardo Boutique Hotels, NYX Hotels by Leonardo Hotels, Jurys Inn, Apollo Hotels und Herods. Die israelische Hotelgruppe ist an der Tel Aviv Stock Exchange (TASE) gelistet. www.leonardo-hotels.de

Pressekontakt:
Primo PR - Presseagentur der Leonardo Hotels Deutschland
Nuray Güler
Tel.: +49 (0)177 503 76 53
leonardo-hotels@primo-pr.com