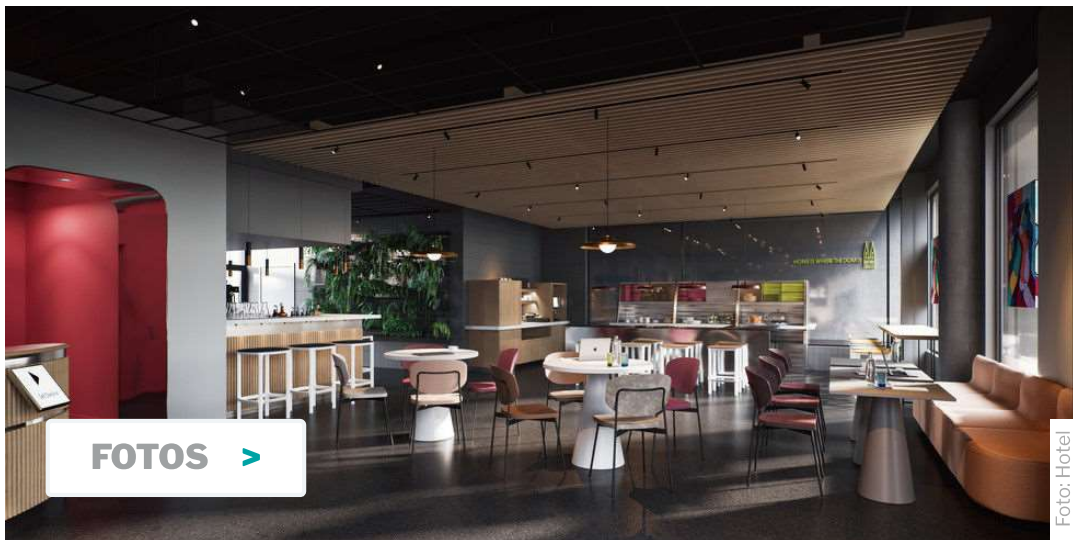


HOTELKONZEPT

a+ Urban Loft startet bald in Köln

Die neue Marke der Althoff-Gruppe will mehr sein als nur ein Hotel. Im September geht das erste Haus in Köln an den Start. Die Söhne der Gesellschafter sind mit an Bord.



Gutes Essen ist ein Muss: Der Gastronomiebereich im Kölner Urban Loft

Dienstag, 11. August 2020 / von Regina Goldlücke

KÖLN. „Bitte nennen Sie uns nicht nur Hotel“, sagt Frank Marrenbach gleich zu Beginn. „Das Urban Loft versteht sich als Ort, der seine Umgebung umarmt. Hier treffen die Reisenden die Nachbarn.“ Der geschäftsführende Gesellschafter der Althoff Hotels steht im noch unfertigen „Open Space“ der neuen Marke, die im September mit ihrem ersten Haus in Köln an den Start geht.

Seit Jahren schon habe man im Unternehmen an einem stylischen Produkt gefeilt, angesiedelt in einem preisbewussteren Segment und erdacht für eine jüngere Klientel. Dafür wurden Innenstadtlagen ausgespäht, ganz bewusst zunächst in der

Nähe der Zentrale in Köln. Thomas Althoff ist in Köln tief verwurzelt, außerdem lässt sich so die Entstehung des Urban Loft unmittelbar verfolgen. Zweiter Standort wird Berlin werden.

Multikulti-Viertel Eigelstein als Startrampe

Fündig wurde man mit dem Gelände der früheren Gaffel-Brauerei im Multikulti-Viertel Eigelstein. „Eine ideale Startrampe für unser junges, frisches Produkt“, bekräftigt Marrenbach. „Der Eigelstein mag im ästhetischen Sinn nicht gerade schön sein, aber er hat mit seiner Vitalität und Vielfalt etwas sehr Besonderes.“ Die Umgebung passe perfekt zur Philosophie der neuen Marke: weniger Kette, mehr Individualität. Eine Wohlfühl-Atmosphäre wie bei Freunden und eine enge Vernetzung mit der lokalen Szene. „Dadurch entsteht ein urbaner Mikrokosmos, noch dazu bereichert mit einem inspirierenden Kunstkonzept“, so der CEO.

Im Urban Loft Cologne werden sich die Grafitti-Schleifen „Float“ des örtlichen Künstlers Stohead über die gesamte Südfassade ziehen. Gut wahrnehmbar von der begrünten und bestuhlten Innenhof-Terrasse, aber auch aus den Zügen, die in langsamem Tempo in den nahen Hauptbahnhof einrollen. Den Bedürfnissen der Zielgruppe kommt die ausgeklügelte Digitaltechnik entgegen. Nicole Keilbach, verantwortlich für das Ameron Hotel Regent in Köln und Director of Operations für Urban Loft, verweist auf den unkomplizierten Check-in. „Schon im Vorfeld lässt sich alles komplett durchbuchen. Man checkt per App ein und bekommt den Keycode aufs Smartphone. Bei Bedarf funktioniert es also gänzlich berührungslos. Aber man hat die Wahl. Wenn Gäste eine persönliche Kommunikation bevorzugen, wenden sie sich an den Mitarbeiter an der Rezeption.“

Große multifunktionale Flächen zur gemeinschaftlichen Nutzung

Durch den weitläufigen Open Space im Erdgeschoss ergeben sich zahlreiche Nutzungsmöglichkeiten: chillige Ruhezonen, eine Coworking Area, ein Pop-up-Shop. „Mit seiner Ausstattung an Veranstaltungstechnik ist das Loft eine Spielwiese für Ideen“, sagt Nicole Keilbach. „Alles ist denkbar, Modenschauen, Lesungen, kleine Konzerte. Ein Tummelplatz für lokale Experten und Kreative. Die großen Fenster zum Eigelstein schaffen Transparenz. Wir wollen uns nicht abgrenzen, sondern den Bewohnern die Hemmung nehmen, zu uns hereinzukommen.“

Frank Marrenbach nennt dazu das Stichwort „inklusiv, nicht exklusiv“ und spricht einen weiteren wichtigen Aspekt an: „Über das Thema Kulinarik möchten wir dem Viertel eine zusätzliche positive Energie geben. Althoff Hotels lieben gutes Essen. Daran wird man auch hier Freude haben.“

Verantwortlich für das um die offene Bar gruppierte eat&drink-Areal ist Miho Radic. „Wir wollen ein nachhaltiges Frühstück anbieten, weg vom Buffet-Stil. Auch hier werden wieder Locals einbezogen, in diesem Fall ein Ernährungsberater und Hochschuldozent.“ Beim Dinner kommt unter dem Motto „travelling the world“ die Althoff-DNA mit ihrem Gastro-Schwerpunkt zum Zuge. Eine anregende Mischung aus regionalen Spezialitäten wie Halve Hahn und internationalen Genüssen wie Currys, Istanbul Noodles oder New York Wok. „Die Herausforderung ist, qualitativ hochwertige Speisen jedem zugänglich zu machen“, sagt Miho Radic. „Wir sind ein Gemütszustand. Einfach gut.“

Nachhaltigkeit zieht sich durch das ganze Konzept

Und dann ist da noch der „grüne Faden“ an Nachhaltigkeit, der sich von der Küche bis zum Shampoo durch alle sieben Etagen des Urban Loft Cologne zieht. Deren Abschluss bildet die Dachterrasse mit Panoramablick auf den Dom, sie soll zur Sommerzeit bespielt werden. Eine Keycard ermöglicht den Gästen 24 Stunden lang den Zugang. Mit Rooftop-Bars ist Köln nur spärlich bestückt, dadurch zeichnet sich das Haus ebenfalls aus.

Mit Domblick warten auch manche der 213 Zimmer in drei Kategorien auf

Den Rundgang übernehmen mit Leo Althoff und Friedrich Marrenbach die Söhne der Geschäftsführer. Beide absolvierten Ausbildungen zum Hotelfachmann, landeten aber eher ungeplant bei Urban Loft – bedingt durch Corona. Friedrich Marrenbach (23) arbeitete bis zu dessen Schließung im März im Ritz Carlton Berlin. „Im Homeoffice schwanden die Aufgaben, und man möchte ja etwas tun“, sagt er. „Deshalb war ich froh, hier einsteigen zu können.“ Leo Althoff (25) befand sich gerade auf Weltreise, er strandete durch die Pandemie in Argentinien. Im Urban Loft kümmert er sich nun um Events und Brand-Partnerships. Die Söhne habe man gern eingebunden, sagt Frank Marrenbach: „Sie achten oft mit einem besseren Blick auf Dinge, die für die jüngere Generation relevant sind.“

Keine Sorgen um die Zukunftsfähigkeit der Hotellerie

Der CEO, zuvor bei der Oetker Collection in der Luxushotellerie heimisch, hat sich schnell mit dem neuen und bisher ungewohnten Segment angefreundet. „Die Zimmer sind alle sehr kompakt, erfüllen aber die wichtigsten Kriterien unserer Zielgruppe: prima Betten, super Dusche, toller Fernseher. Mir gefällt es.“ Um die Zukunft der Hotellerie macht er sich zwar Gedanken, jedoch keine allzu großen Sorgen. „Die neue Normalität wird keine sein, die wir kennen“, vermutet Frank Marrenbach. „Aber der Mensch hat ein Reise- und Genuss-Gen, das wird er sich durch Corona nicht demontieren lassen. Der Wunsch, etwas Neues zu sehen und zu entdecken, wird bleiben.“