

# Tophotel

in Kooperation mit HOTEL+TECHNIK

Designkonzept im Urban Loft Cologne Offen und Einfach

2. März 2021



Das Urban Loft Cologne präsentiert keine übliche Lobby, sondern einen Treffpunkt für Co-Working, Gastronomie und Kultur. Das Interior der Zimmer setzt unter anderem auf Backstein-Optik und ein eigens entwickeltes Farbkonzept. Die Dachterrasse ermöglicht den Blick auf den Kölner Dom. (Bild: Steve Herud/Althoff Hotels)

**Unweit des Kölner Doms ist mit dem Urban Loft Cologne ein Hotel entstanden, dass auf ein unkonventionelles Design- und Lifestylekonzept setzt und vor allem eine junge Zielgruppe ansprechen will. Offenheit und die Konzentration auf das Wesentliche sind nur zwei Aspekte, die sich auch in der Badgestaltung zeigen.**

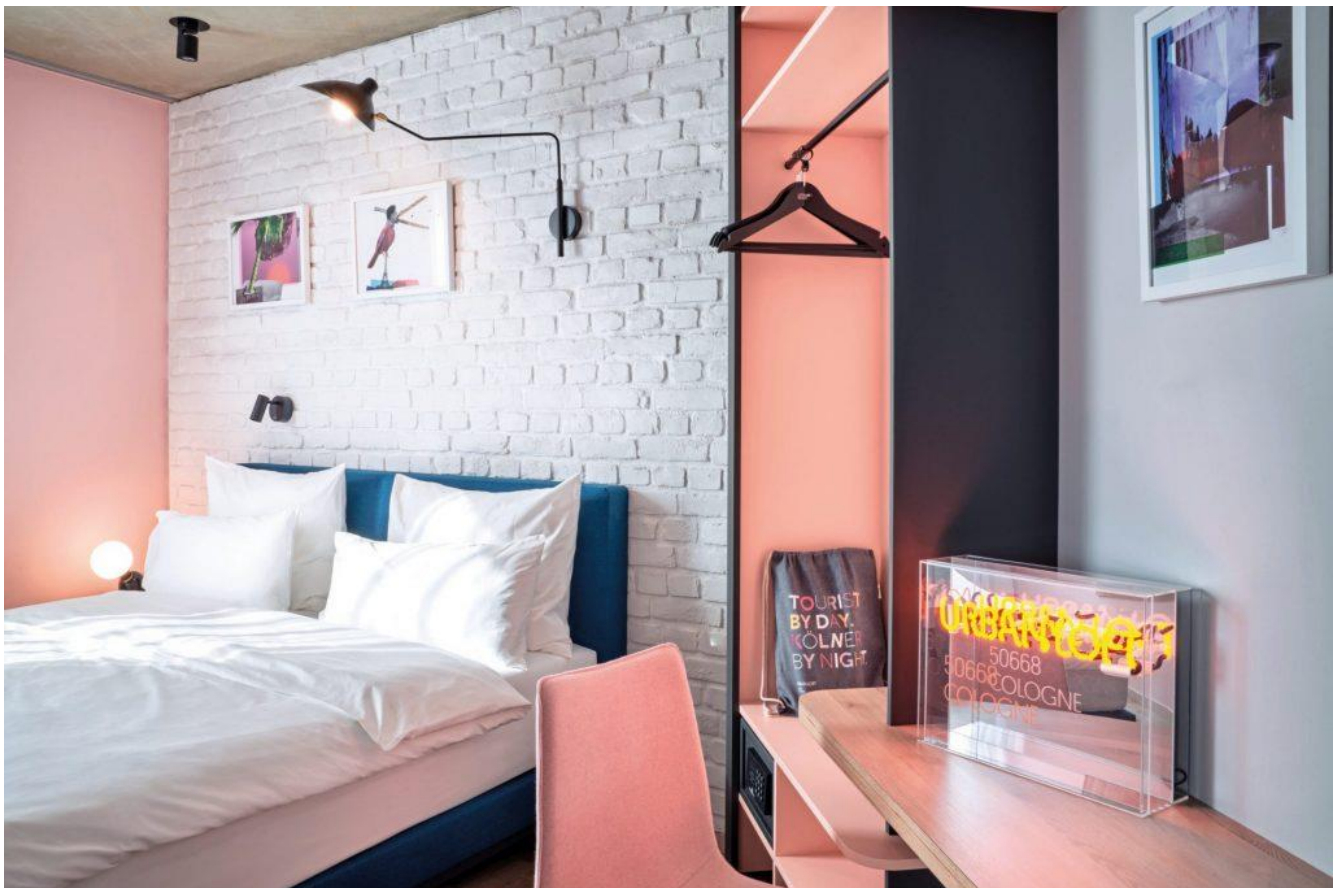
Mitten im Multikulti-Viertel Köln-Eigelstein, dem wohl Kölschesten aller „Veedel“, steht seit September 2020 das [Urban Loft Cologne](#). Die Eröffnung fand im Oktober statt ([wir berichteten](#)). Der **Hotelneubau** auf dem **Gelände** der **ehemaligen Brauerei** der lokalen Traditionsmarke Gaffel holt **Kultur und Pop-Up-Events** ins Haus, öffnet seine Türen für jedermann und vernetzt Gastlichkeit und Gastronomie mit der Nachbarschaft.

„Urban Loft ist mehr als ein Hotel. Es ist ein **bewohnbares Erlebnis für Reisende aus aller Welt** und gleichzeitig zentraler Treffpunkt für die Locals“, betont Frank Marrenbach, CEO und Geschäftsführender Gesellschafter der [Althoff Hotels](#). Das Unternehmen ist der in Köln verwurzelte Bauherr und **Betreiber des neuen Hauses** unweit des Doms. Deren unkonventionelles Design- und Lifestylekonzept lebt von einem – so Frank Marrenbach – „**kuratierten Mix aus Kunst und Kultur, Kulinarik und Kreativität**“.

Dazu haben die Bauherren von Althoff Hotels mit den **Architekten Bolles und Wilson** aus Münster und dem Berliner **Innenarchitekten Markus Hilzinger** einen **urbanen Mikrokosmos** gewissermaßen als Erweiterung der Stadt geschaffen, der die Sinne anregen soll. **Smarte Technik** begleitet die Gäste zudem vom Check-in bis zum Check-out.

Industrial Style und Minimalismus von Zimmer bis Bad

Das Gebäude hat dabei insgesamt **sieben Etagen**. Für die **213 Zimmer** haben die Designer zudem ein **eigenes Farbkonzept** entwickelt. So präsentieren sich zum Beispiel Zimmer der Kategorie „Urban Space“ in warmen Pastelltönen.



Warme Pastell-Töne und neo-rustikale Backstein-Optik: Das Interiorkonzept der Zimmer der Kategorie „Urban Space“ setzt auf spannungsvolle Kontraste. (Bild: Steve Herud/Althoff Hotels)

Alle Zimmer sind in einem warmen **Stil** gehalten, der sich auf das **Wesentliche** konzentriert. Weiß gestrichene **Backstein-Optik** am Bett setzt sich so in den **Bädern mit Retro-Fliesen** fort, die an Bahnhofsarchitektur erinnern – ein Motiv, das auf den nahen Kölner Hauptbahnhof verweist. Minimalismus und Elemente des Industrial Style prägen somit auch das Bad.

Diese Konzentration auf das Wesentliche **zeichnet** den Angaben des Herstellers zufolge **auch** die im Hotel verbauten **puristischen Waschtischarmaturen** Bozz des Sauerländer Armaturenspezialisten **Kludi** aus. Mit Geradlinigkeit und präzisen Linien fügen sich die **Einhandmischer** auf diese Weise in die **klare, geometrische Designsprache** der Badarchitektur ein, so das Unternehmen. Hier würden sie zeitlos-elegante Akzente auf den Waschtischen setzen.



Minimalismus und Elemente des Industrial Style prägen auch das Bad. Passend dazu laut Hersteller die geradlinige Formensprache der Armaturenlinie Kludi Bozz. (Bild: Steve Herud/Althoff Hotels; Kludi GmbH & Co. KG)

Der verlängerte, nach unten geschwungene **Auslauf** verleihe dem Lauf des Wassers dabei eine natürliche Form. Er **erinnere mit Absicht an die traditionelle Wasserpumpe**, den Archetyp aller Armaturen. „Die Armaturen sind genau wie das Urban Loft Cologne: modern und puristisch designt, stylish und praktisch. Vermeintlich simpel, aber von höchster Qualität“, begründet Marrenbach die Entscheidung für die „Smart Luxury“-Armaturen.

Nachhaltig und leise

Hinzu kommt, dass Kludi Bozz laut Angaben des Herstellers mit einer **Durchflussmenge** von **maximal fünf Litern pro Minute** ressourcenschonend ist. Die Armaturen passen damit in das **nachhaltige Konzept** des Hotels, das sich von energieeffizienter Gebäudetechnik über die Küche bis zum „grünen“ Shampoo in den Bädern zieht.

Die Sanitärprofis von Waning Anlagenbau in Vreden, vom Generalunternehmer Bauwens mit dem Einbau der Bäder beauftragt, überzeugte vor Ort zudem ein weiterer Aspekt der ausgewählten Armaturen. Diese erfüllen die **Anforderungen der Schallschutzklasse I**.

„In Hotels ist es besonders wichtig, dass die Schallschutzklasse eingehalten wird“, betont Projektleiter Georg Groß. „Das haben wir auf allen Etagen überprüft – und alles war **super leise**.“

Offene Räume, Kunst und Kreativität spielen eine Rolle

Das Urban Loft Cologne macht vieles anders, als man es von Business- und City-Hotels gewohnt ist. Damit überrascht es seine Besucher auf vielen Ebenen: vom App-basierten Check-in über die wechselnde, **kuratierte Kunst an den Wänden** bis hin zur **multifunktionalen Fläche im Foyer**, dem „Loft“. **Angedacht als „eine Spielwiese für Ideen“** soll hier – so Frank Marrenbach – „das neue Köln stattfinden“.

Plätze für **Co-Working, Pop-up-Shop, Ruhezone** und **Restaurantbereich gehen ineinander über**. Dieser **Open Space**, der offene Raum, wird künftig auch kulturelle Events beherbergen: „Hier gilt: Open doors. Open minds. The beds are just a bonus.“

Digitale Spielereien

Die **großen Fenster im Erdgeschoss** sollen den Blick auf ein warmes Farbkonzept lenken. Ein Highlight des Gebäudes ist die **Dachterrasse mit Dom-Blick**. Diesen genießen die Gäste auch aus vielen Zimmern. „Das Interieur ist ein **spielerischer Mix** mit **Bezügen zu digitalen Farb-Codes** in einem offenen, modernen Loft“, so Innenarchitekt Markus Hilzinger.

Auf digitale Technik und Aspekte stoßen die Gäste zudem in den **17 bis 20 Quadratmeter großen Zimmern**: Je nach persönlichen Präferenzen lassen sich **Musik, Licht und Raumtemperatur via App** steuern. So erstaunt es nicht, dass die Zielgruppe vor allem eine junge, an Lifestyle und Großstadtleben interessierte Klientel sein soll.