

29.06.2009 10 Jahre KÖLNTURM: „Hoch. Wertig.“ mit neuen Akzenten

Drei Türme kratzen am Kölner Himmel: der Nordturm des Kölner Doms, der Südturm des Kölner Doms – und der KÖLNTURM im Mediapark. Das mit 148 Metern höchste Bürogebäude der Stadt wird jetzt zehn Jahre alt: Im Juni 1999 wurde der Grundstein gelegt. Der KÖLNTURM ist derzeit gut ausgelastet, nationale und internationale Unternehmen haben dort ihren Sitz. Darauf ruht sich die Eigentümergesellschaft EH Estate Management jedoch nicht aus – im Gegenteil: „Wir werden den KÖLNTURM im Portfolio halten und bekennen uns damit klar zum Standort Köln und den guten Perspektiven für hochwertige Büroimmobilien, die wir hier sehen“, erklärt Andreas Schorr, Leiter Immobilienprojekte Deutschland bei der EH Estate. Zugleich kündigte er an: „Wir haben in nächster Zeit einiges mit dem KÖLNTURM vor, um dessen Wert langfristig zu erhalten und zu steigern.“ Zu diesen Vorhaben gehört unter anderem, die Vermarktung der Büroflächen und das Facility Management zu bündeln; die Modernisierung des gesamten Corporate Designs läuft bereits auf Hochtouren, und die Neugestaltung des Eingangsbereiches steht ebenfalls an.

Seit seiner Einweihung im November 2001 gilt der KÖLNTURM von Stararchitekt Jean Nouvel als weiteres Wahrzeichen der Stadt. Mit Antenne misst er 165,48 Meter. Zum Wahrzeichen wurde er jedoch nicht alleine wegen seiner Größe, sondern vor allem wegen seiner kreativ gestalteten Fassade. Hierfür wurde ein damals vollkommen neues Verfahren angewendet: Die Emaillefarbe für die Motive der Silhouette ist in die Scheiben eingebrannt und damit unempfindlich gegen Wettereinflüsse. 400 verschiedene Drucksiebe wurden eingesetzt, so dass sich die Bilder – Wolken, Ansichten des Kölner Doms und der Altstadtkulisse – in der Reflexion des Tageslichts zu bewegen scheinen.

Die Doppelfassade des KÖLNTURMs war bei der Entstehung ein technisches Bravour-Stück. Sie ermöglicht es, selbst in den oberen Stockwerken die Fenster der inneren Fassade zu öffnen und Frischluft einströmen zu lassen. Diese natürliche Durchlüftung erfolgt über Luftschlitze in der vorgelagerten zweiten Fassade. Unterhalb jeder Etage strömt Luft ein, die Abluft entweicht in Deckenhöhe. Ein Sonnenschutz im Fassaden-Zwischenraum verhindert an sonnenreichen Tagen ein übermäßiges Aufheizen der Räume. Insgesamt werden so die Energiekosten umweltfreundlich minimiert. Daneben sorgt die zweite Glashaut für einen erhöhten Schallschutz.

Der KÖLNTURM bietet oberirdisch in 42 Geschossen 27.000 Quadratmeter Bürofläche. Zahlreiche Unternehmensberater, Anwaltskanzleien, IT-Firmen und andere in- und ausländische Unternehmen haben dort ihren Sitz. Für sie ist der KÖLNTURM eine markengebende Adresse, die zudem noch etwas ganz Besonderes bietet: einen spektakulären Blick auf Köln, weit über Dom und Rhein hinaus.

Aus Anlass des 10-jährigen Jubiläums der Grundsteinlegung gibt die Eigentümergesellschaft EH Estate nun ein klares Bekenntnis zur Stadt und zum Standort ab. „Hochwertige Immobilien wie der KÖLNTURM sind und bleiben gefragt“, unterstreicht Marcus Jünger, Prokurist bei EH Estate. Um den Premium-Charakter des KÖLNTURMs künftig noch zu unterstreichen, hat das Unternehmen eine Reihe von Maßnahmen ergriffen. „Hoch. Wertig.“ lautet die neue Kernbotschaft, sie ist verknüpft mit einem frischen, zeitgemäßen Corporate Design. Eine Modernisierungskampagne gibt's auch für den Eingangsbereich. „Alles wird übersichtlicher und hochwertiger“, verspricht Schorr, „die Aufenthaltsqualität wird steigen.“ Ob Möbel, Fußmatten, Beschilderung oder Kleidung der Mitarbeiter am Empfang – alles wird optimiert. „Leicht, luftig, zeitgemäß – den Eindruck, den die Fassade schon von weitem vermittelt, sollen die Mieter und Gäste auch beim Betreten des Gebäudes und auf ihrem Weg zum jeweiligen Büro haben“, verdeutlicht Schorr das Konzept.

Optimiert wird zudem die nachhaltige Kundenpflege und -bindung: Die EH Estate bündelt die Vermarktung des KÖLNTURMs und zentriert das Gebäudemanagement. „Mit diesen Maßnahmen wollen wir ein klares Zeichen setzen“, so Jünger: „Der KÖLNTURM ist und bleibt etwas Besonderes, eine ungewöhnliche Immobilie, die zur internationalen Markenbildung der Stadt Köln beiträgt.“ Das begrüßt natürlich auch die Kölner Wirtschaftsförderung: „Ich freue mich über das klare Bekenntnis der Eigentümergesellschaft zum Standort Köln und MediaPark“, sagt Wirtschaftsdezernent Norbert Walter-Borjans. „Die Investitionen in den KÖLNTURM unterstreichen die Bedeutung Kölns als Bürostandort, für die der KÖLNTURM als Premium-Immobilie der ersten Stunde wichtig ist und bleibt.“