

Kölner macht die Schwanenhöfe zum Kult

Thomas Walten setzt dabei auf die richtige Mischung der Mieter

Von NATHALIE RIAHI

Düsseldorf – Die „Schwanenhöfe“ in Flingern, einst brachliegendes Industriegebiet an der Erkrather Straße, entpuppen sich als neues, angesagtes Stadtquartier für Kreative und solche, die beim Arbeiten und Ausgehen die entspannte Atmosphäre bevorzugen. Doch

i Der Schwan im Namen

Der Aachener Chemiker Ernst Sieglin gründete 1897 die Produktionsstätte für Seifenpulver an der Erkrather Straße 230. Ein weißer Schwan zierte die roten Pakete Seifenpulver. Name: „Dr. Thompson's“. 1933 kaufte Henkel alle Anteile und produzierte hier bis 2005 rund 500 Artikel zur Reinigung und Pflege im Haushalt. Die außerordentliche Industriearchitektur des 20. Jahrhunderts ist die Ausgangsbasis für das neue Stadtquartier.

nicht jeder, der hier sein Lager aufschlagen will, darf es auch. „Die brisante Mischung der Mieter ist uns wichtig“, sagt Thomas Walten. Er ist der Designer und Geschäftsführer der „Schwanenhöfe“. Übrigens ein Kölner.

Vor zweieinhalb Jahren hatten er und seine Partner Volker Busse und Klaus-Dieter Hölz (beide sind aus Düsseldorf) das Areal in Flingern, wo einst die alte Seifenpulverfabrik „Dr. Thompson's“ untergebracht war, entdeckt und gekauft. „Wir waren sofort begeistert“, so Walten, der das Potenzial der „Schwanenhöfe“ sofort erkannte. Erfahrung mit solchen Standorten hat er. Auch die Kölner „Vulkanhalle“ und die Düsseldorfer „Rheinhöfe“ hat er erfolgreich umgestaltet.

58 Millionen Euro steckten er und seine Partner in die „Schwanenhöfe“, die rund 40 000 Quadratmeter groß sind. „Wir haben schon rund 75 Prozent vermietet“, sagt er. „Bis Ende des Jahres hoffen wir, alle Mieter zusammen zu haben.“

Als erstes vermietet war die Kraftwerkhalle, in dem Rainer Wengenroth das Restaurant



Thomas Walten, Geschäftsführer der „Schwanenhöfe“. Er ist zwar Kölner, bekennt aber: „Ich bin auch sehr gerne in Düsseldorf.“

Foto: Uwe Schaffmeister

„Dr. Thompson's“ Ende 2011 eröffnete. Es ist eines der angesagtesten Lokale der Stadt. Gerade eröffnete der Showroom der Edeljeansmarke G-Star. Es folgen Werbe- und PR-Agentu-

ren, ein Möbelanbieter, ein Fitness-Studio, die „WHU“-School of Management, der Club Portugues.

„Sogar eine Kita und das »Theater Glorreich« kommen.

Wir legen großen Wert auf spannende Leute. So entstehen Synergienmöglichkeiten unter den Mietern“, sagt Walten. „Es soll eine Gruppe sein, die Spaß aneinander hat.“

Der typische Hafen-Gänger aber würde sich hier sicher nicht wohl fühlen, meint er. „Hier ist mehr Basic, mehr Understatement – ohne Showaspekt.“