

Gestaltungsregeln



für Erdgeschosslagen mit
publikumsbezogener Ausrichtung

www.hafencity.com

Inhalt

	Zielsetzung	03
1.	Bauliche Gestaltung im Erdgeschoss	04
2.	Nutzung	06
3.	Fassade	08
4.	Werbeanlagen im 90°-Winkel zu der Fassade	11
5.	Sonstiges	13
6.	Genehmigungsverfahren für Werbeanlagen	14
	Ansprechpartner	15

Impressum

Herausgeber
HafenCity Hamburg GmbH
Stand April 2017

Kontaktadresse
HafenCity Hamburg GmbH
Dr. Anke Ruckes
Telefon: 040 - 37 47 26 71
E-Mail: ruckes@hafencity.com

Bildnachweis
Thomas Hampel/ELBE & Flut: S. 4, 5, 6, 7, 9 und 10
Dr. Anke Ruckes/HafenCity Hamburg GmbH: S. 12
Otto Wulff/Gerken Druck: S. 11

Design
studio by ROCK&STARS, Hamburg

Zielsetzung

In der HafenCity wird ein nachhaltiges Urbanitätskonzept verfolgt. Das drückt sich u. a. in der horizontalen und vertikalen Nutzungsmischung aus. Eine zentrale Rolle im Urbanitätskonzept spielen die publikumsbezogenen Erdgeschossnutzungen von Gebäuden, ob nun für Einzelhandel, Gastronomie, handelsbezogene Dienstleistungen, Ausstellungen, Kultur- und Unterhaltungsnutzungen oder Dienstleistungen mit intensivem Publikumsverkehr.

Die Qualität der Erdgeschossnutzungen ergibt sich nicht nur aus vorhandenen Lagen an Plätzen und Straßenzügen, sondern sie muss in einem Neubaugebiet wie der HafenCity im Detail geschaffen werden. Dazu gehören neben angemessenen Grundstücks- und Mietkosten für Erdgeschossnutzungen, hohe architektonische Qualitäten, ein gut nutzbares Flächenlayout, ein nach außen gut erkennbarer Charakter der Nutzungen und Angebote sowie eine besucher- und kundenfreundliche Atmosphäre der Gestaltung. Die Außenflächen des öffentlichen Raum der HafenCity werden dazu komplementär mit hohem Gestaltungsanspruch und komfortablen Fußgängerlaufmöglichkeiten ausgestaltet.

Im Einzelnen gelten die folgenden Regelungen für die Gestaltung von Erdgeschossflächen mit publikumsbezogener Ausrichtung, die bereits bei der Bewerbung von Bauherren für die Anhandgabe, der Auslobung architektonischer Realisierungswettbewerbe und bei der Bauantragsstellung zu berücksichtigen sind. Sie sind ein „Pflichtpaket“, denn erst durch eine hohe Gesamtqualität aller Gebäude ergibt sich eine ausreichende Qualität, Nutzungsattraktivität und Sichtbarkeit für Mieter und Kunden und damit auch ein ausreichend dichter Lauf durch Besucher und Kunden. Abweichungen sind daher regelhaft nicht vorgesehen. Soweit Bebauungsplanregelungen zu den Themen vorliegen, ersetzen sie die bestehenden Regelungen nicht, sondern ergänzen diese.

Die Gestaltungsregeln dienen als:

- Verbindlicher Leitfaden für Bauherren und Architekten bei der Planung und Realisierung von Gebäuden mit gewerblichen Nutzungseinheiten
- Verbindlicher Leitfaden für die Schaffung eines qualitativ hochwertigen werblichen und gestalterischen Außenauftritts von publikumsbezogenen Erdgeschossnutzungen.

Die dargestellten Realisierungsbeispiele zeigen jedoch auch, dass Raum für Variationen und Flexibilität in der Gestaltung bleibt und gewünscht ist.

Die Regeln sind mit der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen sowie dem Bezirksamt Hamburg-Mitte abgestimmt. Ergänzend wird auf den Gestaltungsleitfaden für die Außengastronomie der HafenCity Hamburg GmbH hingewiesen (Oktober 2013), welcher – soweit zutreffend – ebenfalls zu berücksichtigen ist.

1. Bauliche Gestaltung im Erdgeschoss

Gastra Flagship-Store, Am Kaiserkaai: Ecklage mit guter Belichtung



1.1 Geschosshöhe (Straßenlagen, Platzlagen, Gebäudeecken)

Die Geschosshöhe der Erdgeschossflächen, d. h. Oberkante des Fußbodens des ersten Obergeschosses, muss mindestens 5,50 m und soll höchstens 6,50 m über der angrenzenden Fußwegfläche liegen. Abweichende Regelungen des Bebauungsplans sind zu beachten.

1.2 Galerieebenen

Galerieebenen sind möglich, wenn die Geschossebene des Zwischengeschosses (gemäß Bebauungsplan) eine Grundfläche kleiner 50 % der Grundfläche des Erdgeschosses einnimmt. Galerieebenen müssen einen Abstand von mindestens 4,50 m von der Innenseite der zu den öffentlichen Straßenverkehrsflächen und mit öffentlichen Gehrechten belegten Flächen gerichteten Außenfassade einhalten.

1.3 Galerieebenen in Eckbereichen

In den Eckbereichen (d. h. bis 15 m von der Ecke) eines Gebäudes an einer Straßeneinmündung dürfen nur ausnahmsweise Zwischengeschosse eingebracht werden.

1.4 Flächenlayout

Das flexible Flächenlayout und die Erschließung erlauben auch für eine Zweit- oder Drittnutzung variable Flächengrößen und den Zusammenschluss oder die Trennung von Ladeneinheiten.

1.5 Ecklagen

Die Gestaltung von Ecklagen (insbesondere an Straßenkreuzungen und größeren Gebäuden) ist so vorzunehmen, dass hier keine Tiefgaragenein- und -ausfahrten und/oder Wohnungseingänge (Ausnahme bei Wohnungseingängen, die zu einer Verteiler Ebene oberhalb des Erdgeschosses führen) liegen.

1.6 Flächentiefe

Die Tiefe der Erdgeschossflächen für eine publikumsbezogene Nutzung soll mindestens 10,00 m bis 12,00 m betragen, sofern der Gebäudeinnenhof nicht überbaut wird. Die verbleibende Gebäudetiefe kann für gebäudebezogene Nutzungen, wie z. B. Fahrrad-abstellflächen, genutzt werden. Sie kann dort tiefer sein, wo es die jeweilige Nutzung erforderlich macht (z. B. Großnutzer).

1.7 Belichtung

Bei der Fassadenabwicklung ist generell eine gute Innenraumbelichtung mit Tageslicht zu gewährleisten.

1.8 Erschließungskern

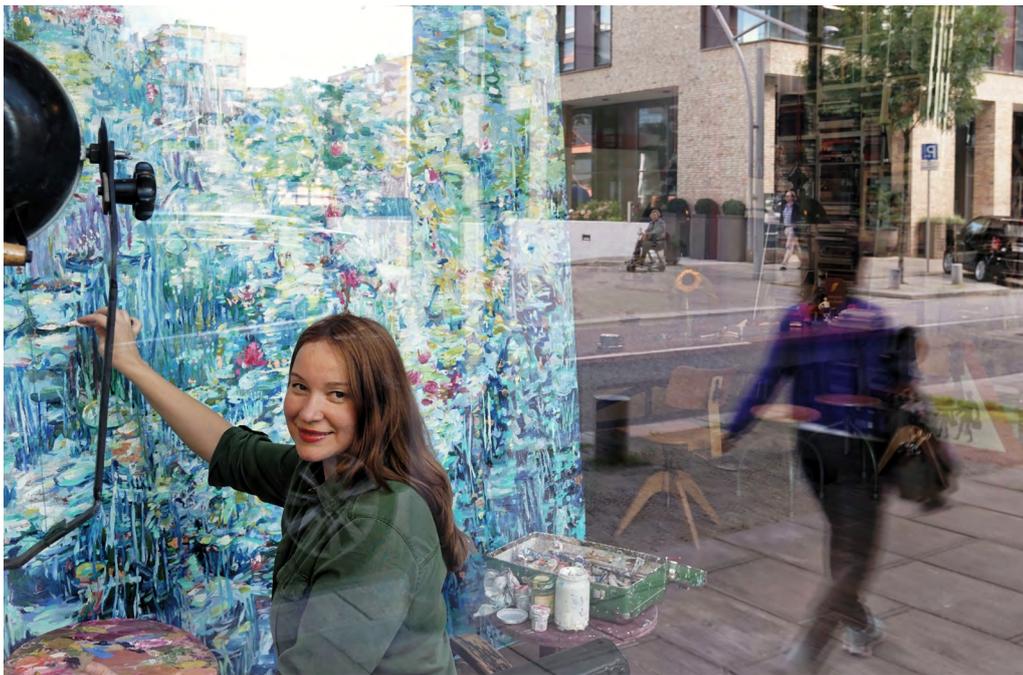
Erschließungskerne für Obergeschossnutzungen oder Tiefgaragenein- und -ausfahrten sind so zu organisieren, dass sie die gewerblichen Nutzungseinheiten nicht unnötigerweise fragmentieren und die Kombinierbarkeit von unterschiedlich großen Nutzflächen ermöglichen.

Yukifish, Am Kaiserkai: ausreichend transparentes Schaufenster



2.

Nutzung



Galerie Lilia Nour, Am Kaiserkaai: Ateliernutzung

2.1 Wohn- und Arbeitslofts

Wohn- und Arbeitslofts sind regelhaft nur in langfristig wenig frequentierten Nebengebäuden zulässig. Bei Kombinationen aus Wohnen und Arbeiten (sog. Wohn-/Arbeitslofts, also Geschäftsräume im Erdgeschoss, die mit dem darüber liegenden Wohnraum im 1. Obergeschoss verbunden werden) sind zur Erreichung einer Nachnutzungsflexibilität für den Geschäfts- und Wohnbereich jeweils eigene Zugänge und Anschlüsse vorzusehen, sodass jederzeit eine vollständige bauliche Trennung der beiden Einheiten möglich ist. Im Erdgeschoss sind Zugänge direkt zur Straßenseite und nicht von innen liegenden Fluren aus anzuordnen.

2.2 Atelier-/Produktionsflächen

Kleinere Ladeneinheiten (< 100 qm) können ab 50 % der Raumtiefe im hinteren Bereich mit nicht publikumszugänglichen Flächen belegt werden (z. B. Atelier, Manufaktur, Produktionsbereich).



Marc & Daniel, Überseeboulevard: Schaufenster in Ecklage mit Werbezone

2.3 Nebenflächen

Fahrradabstellräume, Müllräume, Erschließungskerne und andere schließende Strukturen dürfen nicht mit ihrer langen Seite an der Außenfassade zu Straßen oder zu Quartiershauptplätzen liegen.

2.4 Technische Ausstattung

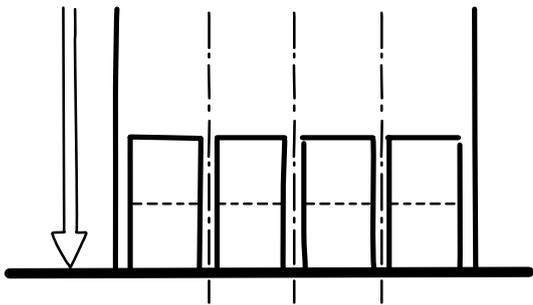
Bei Lagen mit gastronomischer Nutzungseignung sind die technischen und genehmigungsrechtlichen Anforderungen (Küchentechnik, Gasanschlüsse, Fettabscheider (Reinigung straßenseitig), Lüftungsanlage, Lagerräume etc.) bereits bei der Planung zu berücksichtigen. Küchen, Lager- und Kühlräume sollen so geplant werden, dass sie nicht an der Außenfassade liegen.

2.5 Gebäudeecklagen

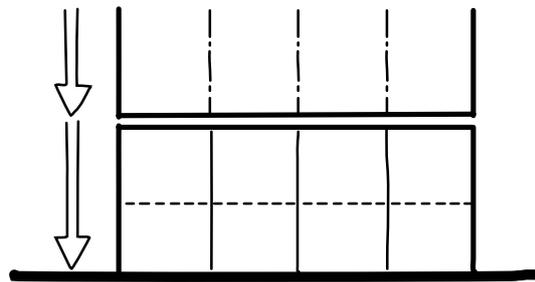
In Gebäudeecklagen ist es nicht möglich, Büronutzung vorzusehen. Ausnahmen sind in absoluten Nebenlagen im Einzelfall möglich, wenn Publikumsbezug vorliegt.

3.

Fassade



Ganze Hausfassaden reichen bis auf den Boden (Fassadenstruktur)



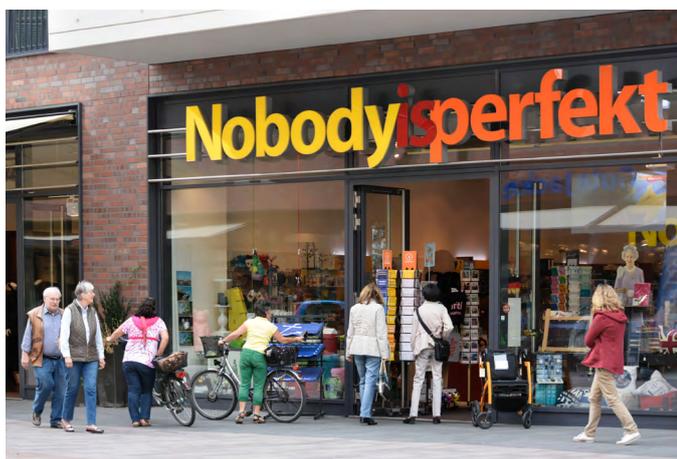
Strukturelle architektonische Elemente reichen bis auf den Boden

3.1 Schaufenster und ihre Gestaltung

Entweder gliedern Fassadenstützen die Schaufensterfront des Sockels oder die Schaufenster sind Teil eines ununterbrochenen transparenten Sockels. Die transparente Erdgeschossfassade soll mindestens die Geschosshöhe, abzüglich der darüber liegenden Konstruktionshöhe der Rohbaudecke und abzüglich eines eventuellen Sockels, betragen. Der Abstand von abgehängten Decken zur Fassade sollte mindestens 1,00 m betragen.

Das Standardschaufenster umfasst folgende Elemente:

- Eine Tür von maximal 2,50 m bis 3,00 m Höhe für jede Einheit mit mechanischer Unterstützung, um eine komfortable und barrierefreie Handhabung sicherzustellen. Für eine barrierefreie Gestaltung sind zudem u. a. Zugänglichkeitsbarrieren wie Stufen zu den Eingängen oder zu schmale Türen auszuschließen
- Eine horizontale (transparente) Werbezzone: Höhe oberhalb + 3,00 m bis Unterkante massive Fassade (bzw. Decke über EG)
- Befestigungspunkte für Werbung innerhalb der Werbezzone
- Trennungselemente, um (bei kleineren Läden) Schaufenster horizontal unterhalb des Werbebandes und vertikal unterteilen zu können.



Nobodyisperfekt, Überseeboulevard:
Schaufenster mit integrierter Werbezone

3.2 Transparenz

Die Transparenz der zur Straße oder Plätzen gerichteten Schaufenster darf zur Sicherstellung der Einsehbarkeit nicht auf mehr als einem Drittel der Fensterflächen, die niedriger als 2,30 m über dem angrenzenden Gehweg liegen, eingeschränkt werden. Es darf keine farbige, abgedunkelte oder verspiegelte Fensterverglasung, Wärmeschutzverglasung sowie Folienbeklebungen verwendet werden, da dadurch die Transparenz des gesamten Erdgeschosses unterbunden wird. Abhängig vom Nutzungscharakter (z. B. Kitas o. Ä.) sind temporäre Abweichungen während der Mietdauer genehmigungsfähig.

3.3 Sockel

Der Sockelbereich für die Fassade sollte nicht höher als 0,4 m vom Straßenebenflächenniveau aufgehend geschlossen sein.

3.4 Außentüren

In regelhaften Abständen von 10,00 m bis maximal 15,00 m sind bauseits Außentüren vorzusehen. Im Höchstabstand zur Ecke des Gebäudes von 10,00 m ist eine Eingangstür zur Erdgeschossnutzung vorzusehen, um eine kleinteilige und langfristig flexible Vermietung zu ermöglichen, auch wenn bei der Erstvermietung eine größere Ladeneinheit entsteht. Der Abstand der Außentüren kann bei Großnutzerflächen (> 500 qm Mietfläche) geringer ausfallen, wenn diese Flächen auch zukünftig nur für Großnutzer infrage kommen.

3.5 Sonnen- und Wetterschutz

- Einheitliche Höhe der Verankerung (max. 4,0 m bis 5,0 m Einbauhöhe) und Auskragung (max. 2,5 m bis 3,0 m platzseitig, max. 1,8 m bis 2,0 m straßenseitig/im öffentlichen Raum; Ausnahmen z. B. Einbauten, Fahrgastunterstand Bus)
- Sowohl fassadenintegrierte als auch aufgesetzte Konstruktionen möglich
- Je Gebäudeseite einheitliche Ausführung der Einbauhöhe, Auskragung und Neigung; bei benachbarten Gebäuden gewisse Schwankungen bei Höhe, Neigung, Auskragung zulässig
- Der Volant bzw. die vordere Blende des Ausfallprofils der Markise kann für Eigenwerbung genutzt werden
- Es sollen ausschließlich textile Materialien verwendet werden. Die Farbgebung der Bespannung ist einfarbig und in gedeckten Naturfarben auszuführen.

3.6 Werbeanlagen; Sondernutzungen (parallel zur Fassade)

Für Werbeanlagen und Beschriftungen an den Fassaden gelten folgende Regelungen:

- Werbung ist nur an der Stätte der Leistung zulässig
- Pro Ladeneinheit ist max. 1 Werbeanlage zulässig, bei Ecklagen max. 2
- Werbeanlagen müssen sich in die Fassadenstruktur einordnen
- Sie sollen nicht durch herausragende Leuchtkästen mit greller Beleuchtung gekennzeichnet sein
- Der Mindestabstand zwischen einzelnen Werbeanlagen entspricht der kleinsten Ladenbreite
- Die Positionierung ist mit der Fassade sowie den übrigen Werbeanlagen am Gebäude abzustimmen
- Werbung sollte innerhalb der Fensterlaibungen der Schaufenster liegen
- Oberhalb der Gebäudetraufen sind Werbeanlagen nicht zulässig
- Eine Kombination aus Werbung innerhalb der Schaufensterlaibungen mit den geforderten Werbeanlagen im 90°-Winkel wird als optimale Lösung angesehen
- Ggf. kann der Bebauungsplan noch weitere Festsetzungen enthalten.



Markisen als Sonnen- und Wetterschutz, Überseeboulevard

Werbung ist dann erfolgreich, wenn sie mit hohem Wiedererkennungswert, hoher Qualität, differenziert und respektvoll zu Architektur und Städtebau ausgeführt wird. Mit den Gestaltungsregeln sollen keine spezifischen Formate oder exakten Maße vorgeschrieben werden. Vielmehr sollen Innovationen angeregt und dafür ein Spektrum an Gestaltungsideen vorgegeben werden. Gleichzeitig sollen ein unkontrolliertes Entstehen und die Ausbreitung von Werbung vermieden und die allgemeinen Bebauungsplanvorgaben spezifiziert werden. Für Sondernutzungen und Werbeanlagen soll daher ein möglichst einheitliches Gebäude und ggf. ein Straßenzugkonzept entwickelt werden.

4.

Werbeanlagen im 90°-Winkel zu der Fassade

Um in den neuen Straßenzügen der HafenCity aus größerer Distanz vom Fußweg aus und von der gegenüberliegenden Straßenseite Nutzungen erkennbar werden zu lassen, wurde ein Konzept mit Bauherren entwickelt, das verpflichtend in allen neuen Straßenzügen angebracht wird und jedem Laden oder anderen Nutzungen eine gute Sichtbarkeit aus größerer Distanz garantiert.

4.1 Werbebanner

Als Basis für ein übergeordnetes Werbe- und Gestaltungskonzept kommen für die Außenwerbung Banner zur Ausführung (siehe beispielhafte Visualisierung). Um ein qualitativvolles Erscheinungsbild der Gebäude und Straßenzüge/Plätze zu gewährleisten und um Genehmigungsfähigkeit zu erlangen, sind bei der Ausführung bestimmte Rahmenvorgaben zu berücksichtigen.

4.2 Maße Banner

Die Maße der Banner sollen sich in die Gebäudefassade einfügen.

Im Folgenden sind Maximalwerte aufgeführt:

- Höhe Werbebanner: max. ca. 2,0 m
- Höhe inkl. Bannerhalter und Leuchte: ca. 2,3 m
- Breite Werbebanner: ca. 0,70 m bis max. 0,80 m
- Abstand zur Fassade: max. 0,3 m, insgesamt sollten Banner und Haltekonstruktion max. 1,1 m auskragen
- Lichte Höhe Banner über Oberkante Gehweg: mind. 2,5 m



Beispiel für Banner mit Klappfunktion



4.3 Konstruktion

Entscheidend für den Abstand zur Fassade ist die (Halte)Konstruktion bzw. die statischen Anforderungen, sodass hier verschiedene Systeme zur Ausführung kommen können. Bei Bestandsimmobilien ist ein „Klappmechanismus“ vorteilhaft. Für Neubauten müssen entsprechende statische Vorkehrungen für die Banner(halter) eingeplant/getroffen werden. Die Farbe der Haltekonstruktion passt sich der Farbgestaltung der Fassadenelemente an und sollte sich an der Farbgestaltung im öffentlichen Raum (DB 703 oder DB 701 westliche Hafencity) bzw. an der Gestaltung der Architektur orientieren.

4.4 Beleuchtung

Es soll eine flächige, indirekte Beleuchtung der Banner zur Anwendung kommen (keine Punktbeleuchtung). Dazu wird die Beleuchtung an deren Haltekonstruktion angebracht. Somit soll eine gleichmäßige Ausleuchtung des Banners erreicht werden. Lichtintensität und Farbe sollen gemäß Lichtmasterplan von Ulrike Brandt in Warmweißtönen mit einer Empfehlung von 3000 Kelvin gehalten sein. Die Beleuchtung sollte täglich in der Zeit zwischen 6.00 Uhr und 23.00 Uhr erfolgen. Dadurch ist auch eine hohe Sichtbarkeit in den Abendstunden wirksam gewährleistet.

4.5 Materialität und Farbe Werbebanner

Der Farbgrundton soll sich in die Gebäudefassade einfügen. Für die Banner ist ein einheitlicher Grundton zu wählen. Jeder Nutzer soll sein eigenes Corporate Design auf dem Werbebanner verwenden. Für das eigene Corporate Design stehen dem Nutzer 70 % der Bannerfläche zur Verfügung. Auf 30 % der Fläche sollte der Grundton erkennbar sein. Die Anordnung des Corporate Designs auf dem Banner ist für die jeweiligen Gebäude einheitlich zu gestalten. Die Halterung des Banners sollte nicht durch einzelne Ösen erfolgen. Sollte eine Ladenfläche nicht belegt sein, soll ein Banner mit Werbung des Hauses oder ein Vermietungsbanner eingesetzt werden.

4.6 Anordnung

Die Anordnung der Tragkonstruktion sollte den Eingängen zugeordnet werden. Je Mieter ist ein Banner zulässig. Mehrfachbanner bei größeren Mieteinheiten sollten auf der Grundlage der Eingänge für eine Einheit angebracht werden. Bei größeren Einheiten beträgt der Abstand mindestens 15,00 m.

5.

Sonstiges

5.1 Verbindung zum Untergeschoss

Zwischen Erdgeschossflächen und den jeweils zugeordneten Lagerräumen im Untergeschoss sind bei größeren Einheiten möglichst direkt und in jedem Fall hausintern Verbindungen herzustellen (Aufzugsanlage, ggf. getrennt von Bewohneraufzug).

5.2 Zugang Tiefgaragen

Kunden und Besuchern der Erdgeschossnutzungen ist ein komfortabler und schneller Zugang zur Tiefgarage zu ermöglichen. Kunden- und Besucherstellplätze sind, soweit vorhanden, im 1. UG unterzubringen. Mögliche Akzeptanzschwellen bei der Tiefgaragenutzung sind durch eine offene Tiefgaragenzufahrt (ggf. Beschränkung), eine helle und übersichtliche Gestaltung, eine ausreichende Stellplatzgröße und Rangiermöglichkeiten zu vermeiden.

5.3 Außenflächen

Für die Nutzung der Außenflächen durch die Außengastronomie ist der Gestaltungsleitfaden der HafenCity Hamburg GmbH, Stand Oktober 2013, zu berücksichtigen.

6.

Genehmigungsverfahren für Werbeanlagen

Werbeanlagen unterliegen einem Zustimmungsvorbehalt der Hafencity Hamburg GmbH. Sie sind behördlich genehmigungsbedürftig nach der Hamburgischen Bauordnung (§ 13 HBauO), wenn sie eine bestimmte Größe überschreiten, und benötigen eine Sondernutzungserlaubnis, wenn sie über öffentlichem Grund angeordnet sind (§ 19 HWG).

Im Einzelnen gilt folgendes Verfahren:

- Der Antragsteller muss zunächst eine schriftliche Zustimmung der Hafencity Hamburg GmbH für die Werbeanlage einholen.
- Grundsätzlich wird für alle Werbeanlagen eine Genehmigung der Bauaufsicht benötigt. Nur Werbeanlagen unter einer Gesamtfläche von 1 qm sind davon ausgenommen, es sei denn, im Bebauungsplan sind gesonderte Festsetzungen zu Werbeanlagen enthalten. Die Festsetzungen des Bebauungsplans sind für alle Werbeanlagen zu beachten.
- Alle Werbeanlagen unterliegen grundsätzlich dem konzentrierten Genehmigungsverfahren nach § 62 HBauO.
- Wird neben der Baugenehmigung auch eine wegerechtliche Sondernutzungserlaubnis nach § 19 HWG benötigt, so wird diese zusammen mit der Baugenehmigung erteilt.

Anträge sind zu stellen bei:

- Baugenehmigung und Sondernutzungserlaubnis für individuelle Nutzungseinheiten im konzentrierten Verfahren nach § 62 HBauO

Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen – Oberste Bauaufsicht
Neuenfelder Straße 19
21109 Hamburg
Telefon: 040 - 42 84 02 12 1
E-Mail: baugenehmigungen@bsw.hamburg.de

Ansprechpartner

Ansprechpartner bei der Hafencity Hamburg GmbH

Frau Dr. Anke Ruckes

Gewerbliche Nutzungsentwicklung und -koordination

Osakaallee 11

20457 Hamburg

Telefon: 040 - 37 47 26 71

E-Mail: ruckes@hafencity.com

Ansprechpartner bei der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen (BSW)

Frau Barbara Ehlers

Projektgruppe Hafencity

Neuenfelder Straße 19

21109 Hamburg

Telefon: 040 - 42 84 03 10 6

E-Mail: barbara.ehlers@bsw.hamburg.de

Ansprechpartner bei der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen (BSW)

Oberste Bauaufsicht

Neuenfelder Straße 19

21109 Hamburg

Telefon: 040 - 42 84 02 12 1

E-Mail: baugenehmigungen@bsw.hamburg.de

Ansprechpartner beim Bezirksamt

Bezirksamt Hamburg-Mitte

Fachamt Management des öffentlichen Raums

Sondernutzungen

Klosterwall 8

20095 Hamburg

Telefon: 040 - 42 85 42 49 7

E-Mail: sondernutzungen@hamburgmitte.hamburg.de



HafenCity Hamburg GmbH
Osakaallee 11, 20457 Hamburg
Telefon: 040 - 37 47 26 0
Telefax: 040 - 37 47 26 26
E-Mail: info@hafencity.com
www.hafencity.com