

GESTALTUNGS- LEITFADEN

Lebendiges Zentrum

Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße



 **BAUME
ECKE
KÖPENICKER**

Gestaltungsleitfaden

Lebendiges Zentrum Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße

Ansprechpartner

Geschäftsstraßenmanagement

Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße

LOKATION:S Gesellschaft für Standortentwicklung mbH

Frankfurter Allee 53, 10247 Berlin

Torsten Wiemken, Gerrit Manke, Marcus Herrmann

Telefon: +49 (0)30 49905180

E-Mail: gsm@baume-ecke-koepenicker.de

www.baume-ecke-koepenicker.de

Auftraggeber

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin

Wirtschaftsförderung

Alt-Köpenick 21, 12555 Berlin

Sven Schmohl

Telefon: +49 (0)30 90297 2500

E-Mail: wirtschaftsfoerderung@ba-tk.berlin.de

www.berlin.de

Erarbeitet von

Ruairí O'Brien . Architekten

Antonstraße 1, 01097 Dresden

E-Mail: office@ruairiobrien.de

www.ruairiobrien-architekten.de

Gestaltung

Maxim Neroda

www.maximneroda.com

ANLIEGEN UND ZIEL DES GESTALTUNGSLEITFADENS

Das Integrierte Städtebauliche Entwicklungskonzept (ISEK) bildet die Grundlage für die Entwicklung des Gebietes Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße im Rahmen des Förderprogramms Lebendige Zentren und Quartiere (LZQ). Ziel ist sowohl die Stärkung des Ortsteilzentrums um die Baumschulenstraße als auch die Verbesserung der Nahversorgung im gesamten Fördergebiet.

Eine ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums und des Gebäudebestands ist zentraler Bestandteil einer attraktiven Geschäftsstraße, ebenso wie eine entsprechende Außendarstellung der in den Erdgeschosszonen ansässigen Gewerbebetriebe.

Insbesondere die Baumschulenstraße als Hauptgeschäftsstraße im Fördergebiet besitzt in dieser Hinsicht noch erhebliches Potenzial und Verbesserungsbedarf, u. a. in den Bereichen Fassadengestaltung, Werbeanlagen, Beleuchtung, Schaufenstergestaltung und Außenraumnutzung durch Auslagen, Verkaufsstände und Außenbestuhlung.

Der vorliegende Gestaltungsleitfaden soll die ansässigen Gewerbetreibenden und die Eigentümer:innen der Immobilien bei der Verbesserung des Erscheinungsbildes ihres jeweiligen Betriebes unterstützen und auf einen abgestimmten Gesamteindruck hinwirken. Der Leitfaden stellt grundlegende Regeln und Empfehlungen

für die Gestaltung von Fassaden und fassadennahen Außenbereichen für unterschiedliche Gebäudetypen grafisch dar. Er zeigt den möglichen Gestaltungsrahmen in einfacher, verständlicher Form auf.

Der Fokus des Leitfadens liegt auf der Erdgeschosszone der Geschäftsstraße. Diese ist jedoch nicht losgelöst von der gesamten Fassade zu betrachten. Vielmehr sollte ihre Gestaltung immer auch im Einklang mit den grundlegenden Gestaltungsprinzipien der jeweiligen Bauzeit einer Fassade stehen.

Seit dem Jahr 2023 gibt es einen Gebietsfonds zur finanziellen Unterstützung* der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer:innen. Gefördert werden Projekte, die sich positiv auf die Versorgungs- und Zentrums-Funktion im Gebiet auswirken. Darunter fallen neben Bau- und Gestaltungsmaßnahmen auch qualitativ hochwertige Gestaltungsprojekte und Maßnahmen zur Bespielung des öffentlichen Raums oder gemeinschaftliche Marketingaktionen.

Nicht zuletzt dient der vorliegende Gestaltungsleitfaden als Grundlage für die Prüfung der Förderfähigkeit von baulich-investiven und gestalterischen Projekten im Rahmen des Gebietsfonds im LZQ-Fördergebiet Baumschulenstraße–Köpenicker Landstraße.

* von baulich-investiven Projekten

INHALT

- Vorbetrachtung** 6
 - Gebietsabgrenzung 7
 - Geschichte der Baumschulenstraße 8
 - Lageplan: Baumschulenstrasse 12
 - Typologie 16
 - Bauwerke im Wandel der Zeit: Baumschulenstraße 14 22
- Empfehlungen für obere Fassadenbereiche** 24
 - Dachbereich 26
 - Obere Fassade 28
- Empfehlungen Erdgeschoss** 30
 - Farbe und Differenzierung des Erdgeschosses 32
 - Fassadenwerbung im Erdgeschoss: Werbung über Schaufenstern 34
 - Fassadenwerbung im Erdgeschoss: Ausleger und Wandpaneele 36
 - Werbung auf Fassaden: Typ 3 38
 - Werbung auf Fassaden: Typ 5 42
 - Fassadenwerbung im Obergeschoß 44
 - Fensterfolierung 46
 - Eingänge und Portale 48
 - Rollläden 50
 - Markisen 52
 - Sanierung der Schaufenster 54
 - Beleuchtung: Schaufenster 56
 - Beleuchtung: Werbung 58
 - Lichtszzenarien 60

Empfehlungen Aussenbereiche	62
Gehwege	64
Warenpräsentation und -Auslagen	66
Gastrobereiche und Schankgärten	68
Informationen und Kontakte	70
Genehmigung	72
Beratung und Förderung	74
Abkürzungsverzeichnis	76
Glossar	76
Quellen	78

VORBETRACHTUNG



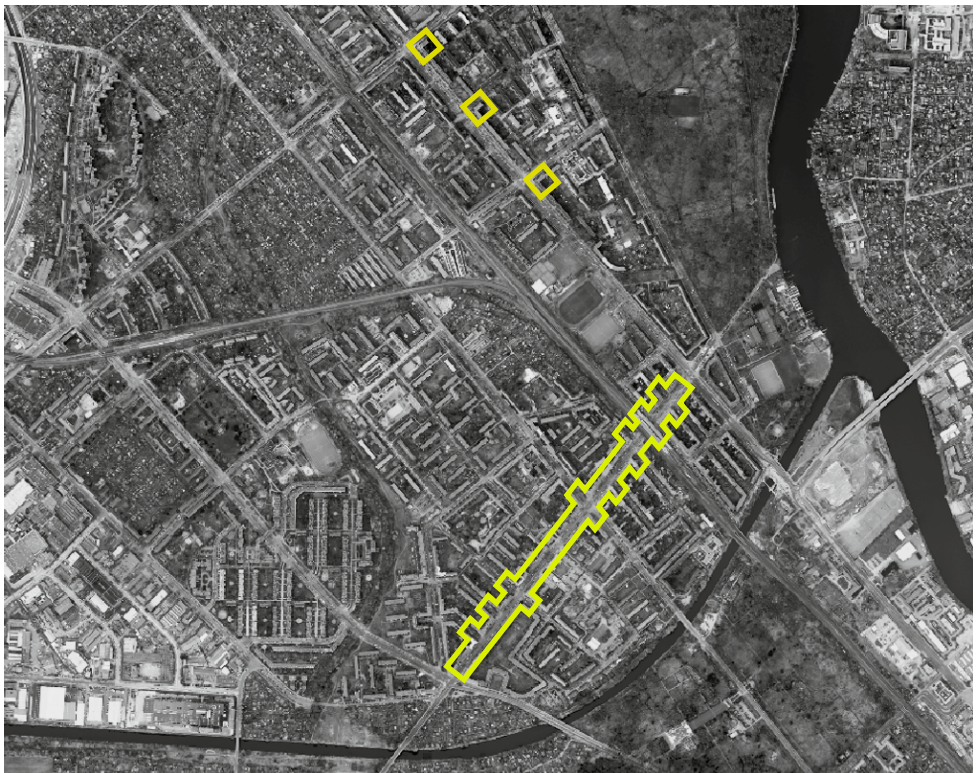
GEBIETSABGRENZUNG

Das rund 260 ha große Fördergebiet Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße liegt im Nordwesten des Bezirks Treptow-Köpenick und umfasst Teilbereiche der beiden Ortsteile Baumschulenweg und Plänterwald. Beide Ortsteile weisen stark differenzierte Funktionen und räumliche Merkmale auf.

Die Baumschulenstraße bildet das Ortsteilzentrum und übernimmt wichtige Versorgungsfunktionen.

Dadurch verfügt der Ortsteil Baumschulenweg über eine urbane und identitätsstiftende Geschäftsstraße. Prägend für das Ortsteilzentrum sind mehrgeschossige Gründerzeitbauten mit überwiegend gewerblicher Erdgeschoss-Nutzung.

Der Ortsteil Plänterwald mit der Köpenicker Landstraße, ist vorrangig von der Funktion des Wohnens geprägt.¹



Fokusgebiet für den Gestaltungsleitfaden (gelb umrandet)

¹ vgl. <https://baume-ecke-koepenicker.de>

GESCHICHTE DER BAUMSCHULENSTRASSE

Ende des 19. Jahrhunderts war die Gegend um die Baumschulenstraße hauptsächlich von Wald geprägt. Dennoch gab es bereits im Jahr 1830 einen Bebauungsplan, der die Entwicklung eines Straßenzugs vorsah, der 1842 erstmals als Ablageweg (zur Anbindung an den entlegenen Teil der Köllnischen Heide) Erwähnung fand. 1866 wurde der Betrieb auf der Bahnstrecke Berlin–Görlitz aufgenommen. Zeitgleich entwickelte sich das Späth'sche Arboretum zur in dieser Zeit weltweit größten Baumschule.²

↓ Bahnhof Baumschulenweg



² vgl. ISEK Baumschulenstraße-Köpenicker Landstraße



↑ Das Mosisch-Haus, Baumschulenstraße 34



↑ Baumschulenstraße 15

1869 errichtete Wilhelm Mosisch, ein Gärtnereibesitzer, das nach ihm benannte Mosisch-Haus, vermutlich das älteste Gebäude im heutigen Baumschulenweg. Ursprünglich besaß es nur ein Stockwerk und eine Stallung; 1884 erfolgte die Erweiterung um eine zusätzliche Etage. Später wurde das Gebäude als Mehrfamilienhaus genutzt, ab 1962 als reines Geschäftsgebäude, dem Sitz der PGH Elektro Treptow.

Ende des 19. Jahrhunderts gab es weitere Neubesiedlungen, bei der einfache ein- bis zweigeschossige Landhäuser errichtet wurden. Zur Anbindung der Baumschulen wurde 1890 der Bahnhof Baumschulenweg an der Görlitzer Bahn eröffnet.

Im Jahr 1896 wurde der Weg gepflastert, und die Straße erhielt den Namen Baumschulenweg. Fußwege aus Kies und Lehm entstanden, die Häuser erhielten Vorgärten. Erste Geschäfte siedelten sich an, darunter die Drogerie von Kurt Harder im Haus Nummer 15, die später von Walter Giese als Radiogeschäft mit Werkstatt übernommen wurde. In den 1980er Jahren nutzte die PGH Fernseh-Radio das Gebäude, heute wird dort ein Reformhaus betrieben.

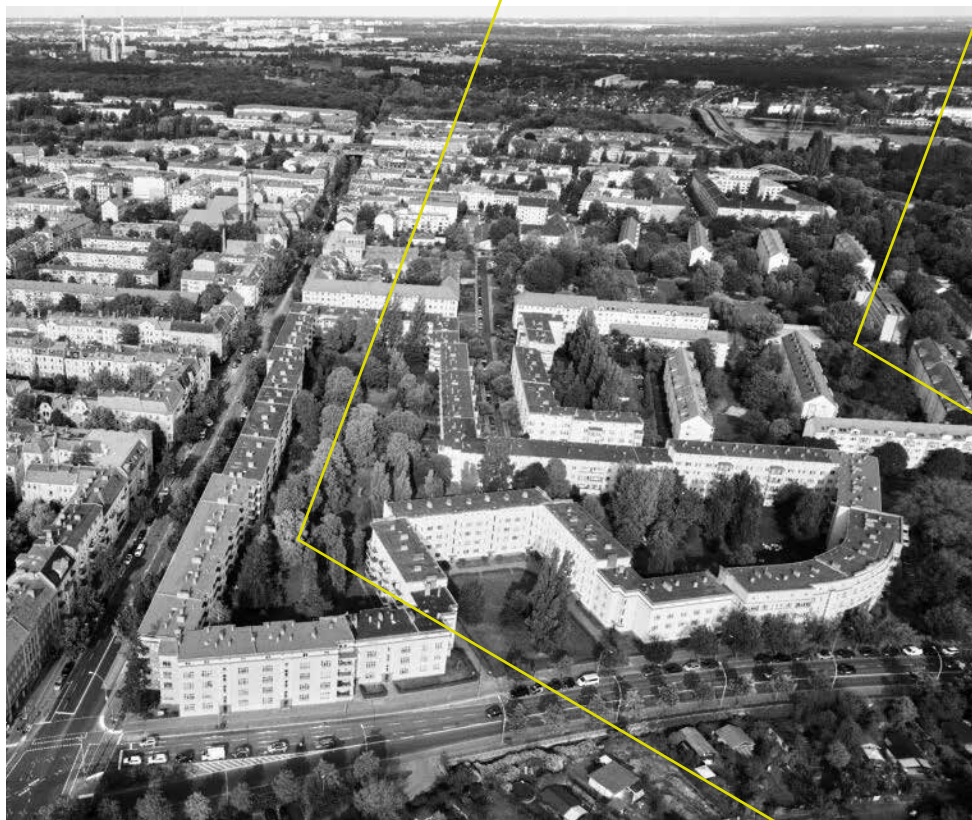
Die Bevölkerung wuchs stetig. Zwischen 1910 und 1912 wurde die Kirche „Zum Vaterhaus“ errichtet, ein besonderes Ensemble aus kirchlicher und kommunaler Nutzung. Zu dieser Zeit verbreiterte man auch die Fahrspuren.

Weitere, heute zum Teil noch erhaltene Bauten entstanden, darunter von 1927 bis 1934 in der Baumschulenstraße Nr. 39-55 eine Siedlungsanlage für Angehörige der Reichsbahn, die heute unter Denkmalschutz steht.



↑ Baumschulenstraße 43

↓ Drohnenaufnahme Richtung Osten



Die Cöpenicker Bank baute 1927/28 ein Wohn- und Geschäftshaus mit expressionistischer Fassade nach Plänen von Friedrich Brinkmann.

Während des Zweiten Weltkriegs wurden viele Gebäude schwer beschädigt; einige wurden später durch Neubauten ersetzt. Die Lücken wurden in der Nachkriegszeit unter anderem mit Wohnungsbebauung geschlossen.

Nach 1990 kamen nur wenige neue Bauwerke hinzu, darunter ein Geschäftshaus/Ärztelhaus mit abgeschlossenem Verbrauchermarkt.³



↑ Baumschulenstraße 28 (Neubau) und 29 (abgerissen, fehlt)



↑ Baumschulenstraße 72, 1970er/80er Jahre



↑ Baumschulenstraße 92



↑ Baumschulenstraße 30-33, Neubau 2008 (Gewerbefbau aus Einkaufszentrum und Ärztelhaus)

³ vgl. Wikipedia: [https://de.wikipedia.org/wiki/BaumschulenstraÙe_\(Berlin-Baumschulenweg\)](https://de.wikipedia.org/wiki/BaumschulenstraÙe_(Berlin-Baumschulenweg))

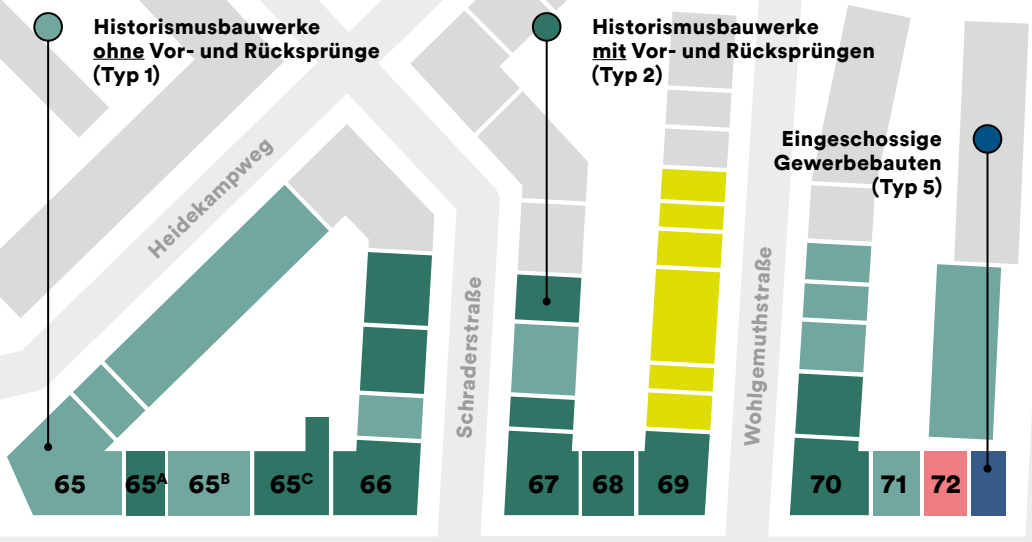
LAGEPLAN

BAUMSCHULENSTRASSE

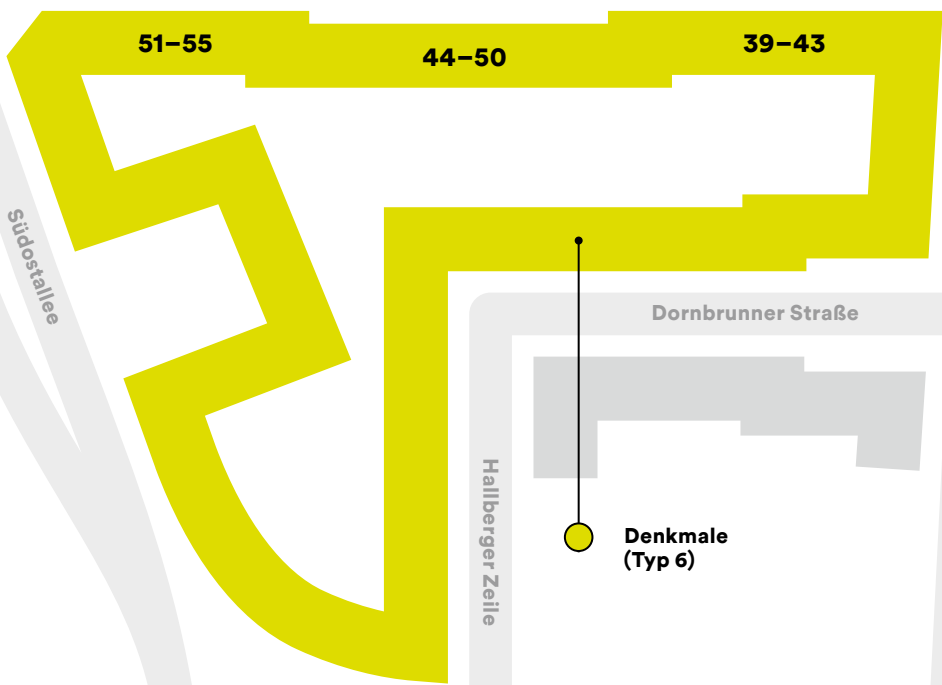
Historismusbauwerke
ohne Vor- und Rücksprünge
(Typ 1)

Historismusbauwerke
mit Vor- und Rücksprünge
(Typ 2)

Eingeschossige
Gewerbebauten
(Typ 5)



Baumschulenstraße

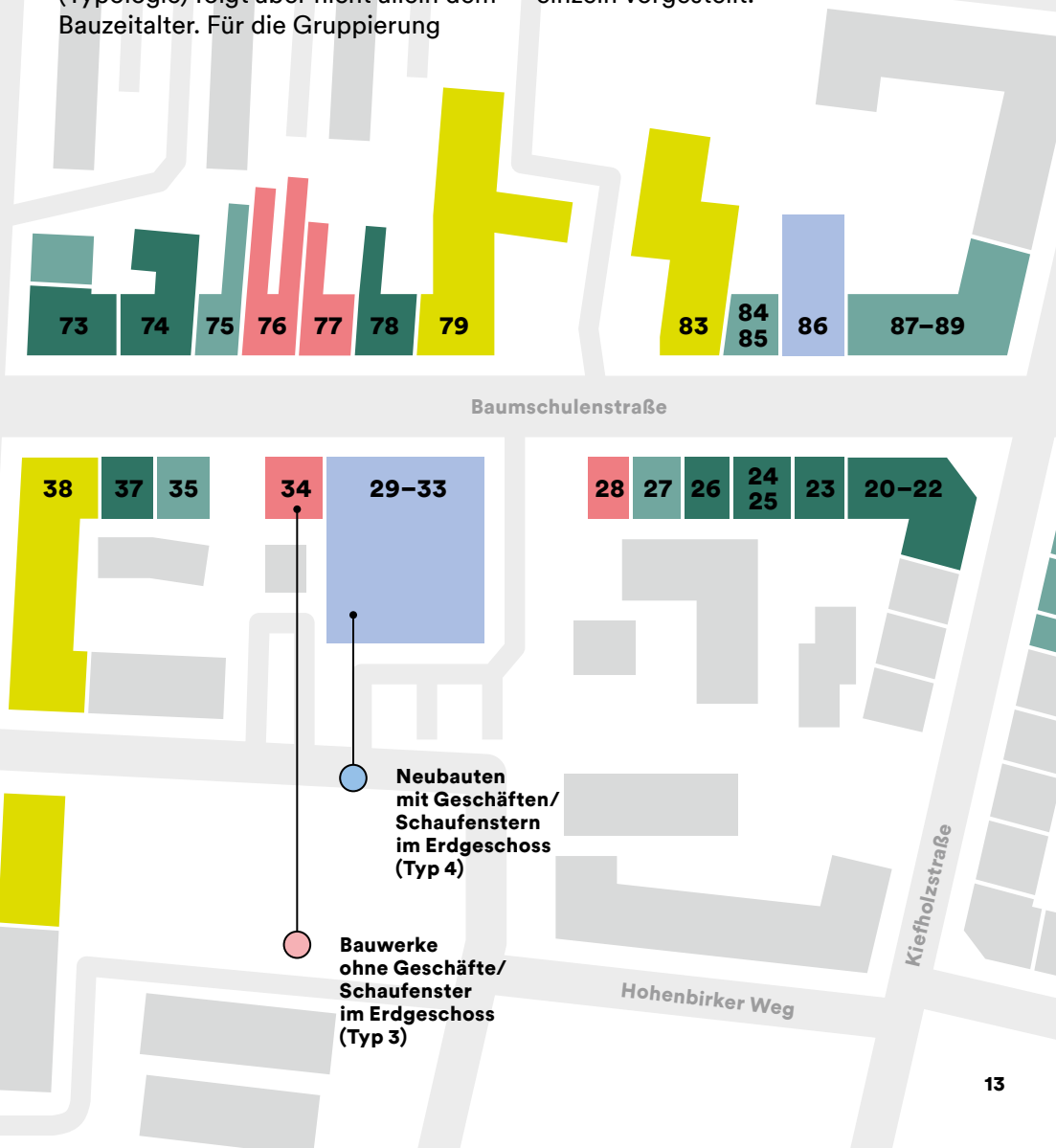


Denkmale
(Typ 6)

Die Karte zeigt die Baumschulenstraße in ihrem heutigen Erscheinungsbild. Bestimmend für die Baumschulenstraße sind gründerzeitliche Bauten, die jeweils aus der Anfangszeit der Straßenbebauung stammen. Daneben gibt es auch Bauwerke aus jüngeren Epochen bis hin zur heutigen Zeit. Die Einteilung der Fassaden in Typen (Typologie) folgt aber nicht allein dem Bauzeitalter. Für die Gruppierung

waren auch wesentliche Merkmale im Erscheinungsbild (z.B. Schaufenster) oder bestimmte Gemeinsamkeiten (Denkmale) ausschlaggebend.

Im Lageplan sind die einzelnen Typen mit jeweils einer einheitlichen Farbe gekennzeichnet, auf den nachfolgenden Seiten werden alle Typen einzeln vorgestellt.



LAGEPLAN

BAUMSCHULENSTRASSE



Mörikestrasse

Kieffholzstrasse

Ekkehardstrasse

Baumschulenstrasse

Ernststrasse

Behringstrasse

Marientaler Strasse

87-89

90-91

92

93

93^{A-B}

94

95

96

20-22

19

18

17

16-15

14

13

12

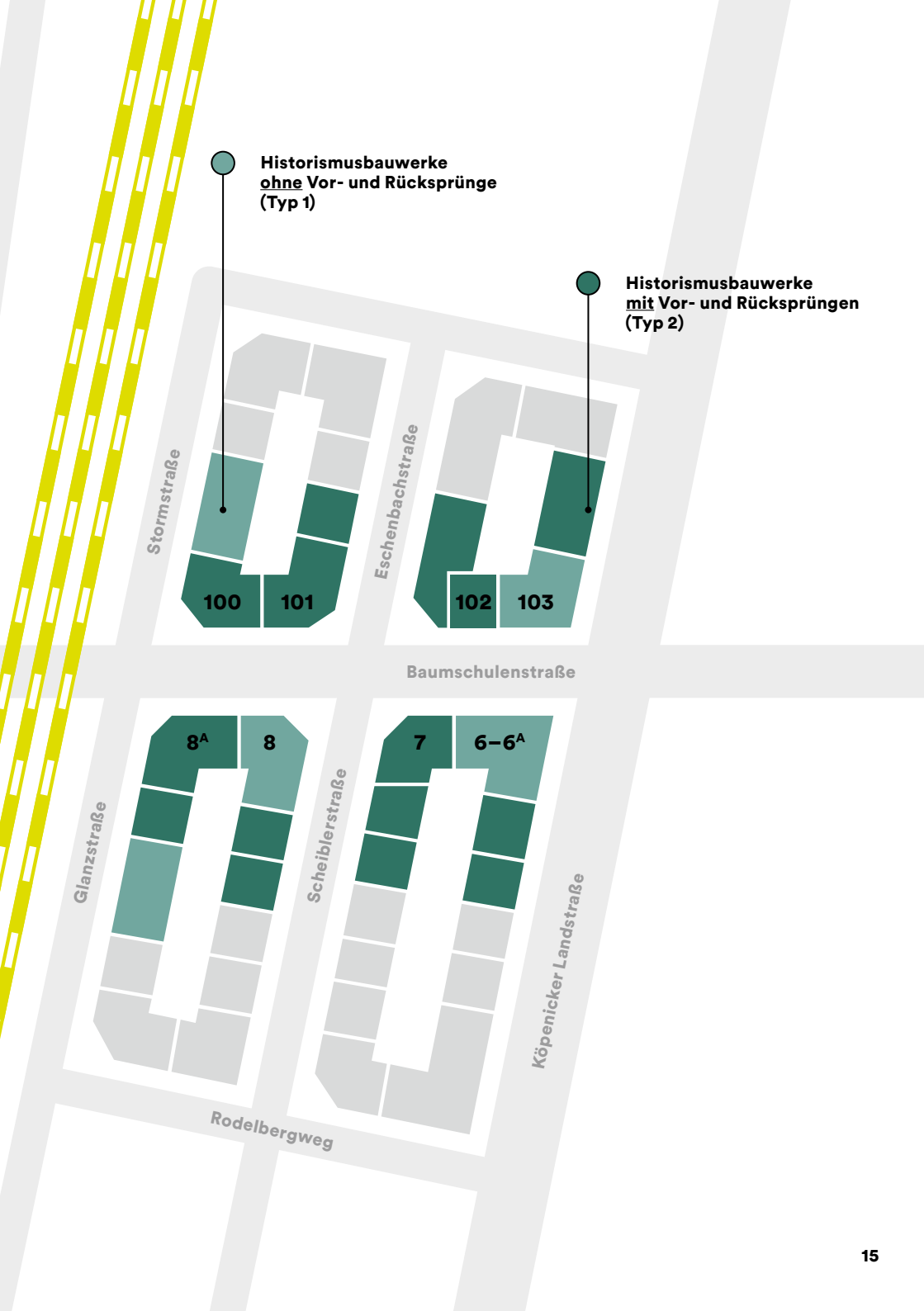
11

9-10

Neubauten
mit Geschäften/
Schaufenstern
im Erdgeschoss
(Typ 4)

Eingeschossige
Gewerbebauten
(Typ 5)

Denkmale
(Typ 6)



**Historismusbauwerke
ohne Vor- und Rücksprünge
(Typ 1)**

**Historismusbauwerke
mit Vor- und Rücksprüngen
(Typ 2)**

Stormstraße

Eschenbachstraße

Baumschulenstraße

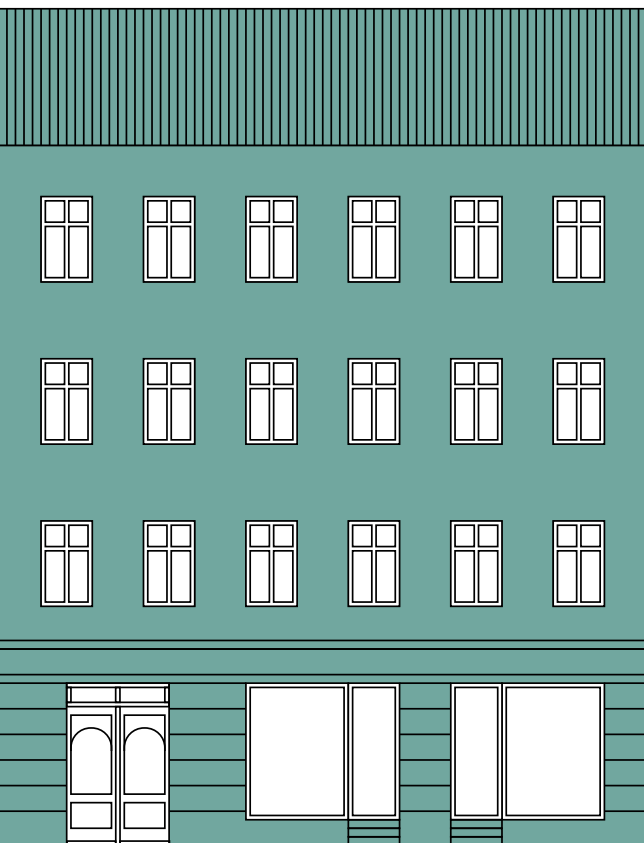
Glanzstraße

Scheiblerstraße

Köpenicker Landstraße

Rodelbergweg

HISTORISMUSBAUWERKE, FASSADEN OHNE VOR- UND RÜCKSPRÜNGE



Berliner Dach

- › teilweise ausgebautes Dachgeschoss

Obergeschosszone

- › meist 3 Obergeschosse
- › glatte Lochfassade ohne Vor- und Rücksprünge
- › entstuckte Fassade, ehemals stark verziert, heute ohne Fassadenschmuck
- › hochstehende Fensterformate

Erdgeschoss als Sockelgeschoss

- › teilweise durch Struktur oder Farbe abgesetzt
- › großformatige Schau- fenster, Tor zum Hinterhof, Sockel

Die Bauwerke stammen oft aus der ersten Phase der Bebauung (Ende 19. Jhd). Ursprünglich bildeten verzierte Fassaden vom Sockel bis zum Dach eine gestalterische Einheit, die teilweise heute noch erkennbar ist. Fenster haben stehende Formate, ursprünglich mit Kreuzteilung. Die Öffnungen des EG orientieren sich überwiegend an den vertikalen Achsen der Obergeschosse.

TYP 2

HISTORISMUSBAUWERKE, FASSADEN MIT VOR- UND RÜCKSPRÜNGEN



Berliner Dach, manchmal Ziergiebel

- › teilweise ausgebautes Dachgeschoss

Obergeschosszone

- › meist 3 Obergeschosse
- › starke plastische Fassadengliederung durch Erker, Loggien, Balkone, teilweise Asymmetrie
- › entstuckte Fassade, ehemals stark verziert, heute ohne Fassadenschmuck
- › hochstehende Fensterformate

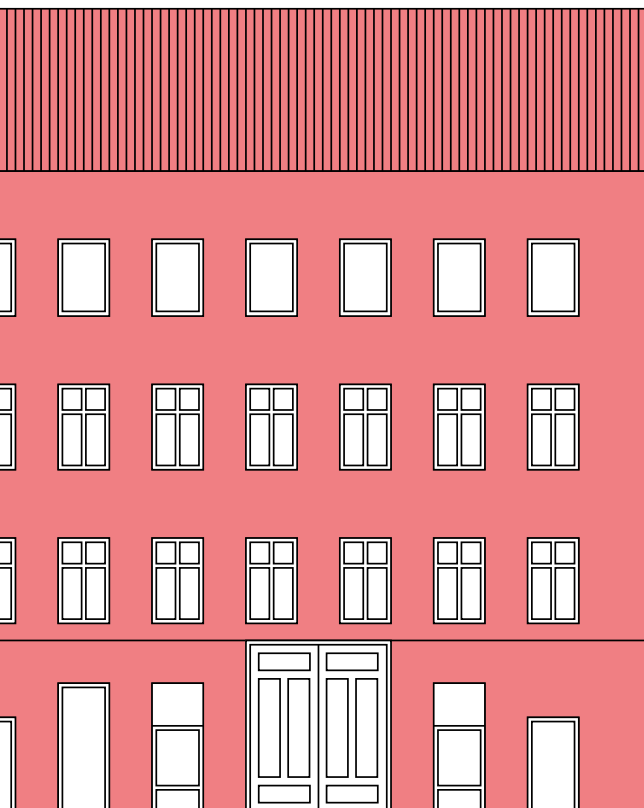
Erdgeschoss als Sockelgeschoss

- › teilweise durch Struktur oder Farbe abgesetzt, großformatige Schau-fenster
- › Tore/Durchgang zu Hinterhof, Sockel

Die Bauten stammen überwiegend aus der Zeit des späten Historismus (Anfang 20. Jhd.). Sie haben eine ähnliche Bauweise wie Typ 1, teilweise gibt es aber eine asymmetrische vertikale Gliederung der Fassade (Erker, Balkone, Tore) und eine größere Vielfalt in der Fenstergestaltung (breitere Formate, andere Teilung). Gliederung und Aufbau des Erdgeschosses sind ähnlich dem Typ 1.

TYP 3

BAUWERKE OHNE GESCHÄFTE/ SCHAUFENSTER IM ERDGESCHOSS



Satteldach

- › teilweise ausgebautes Dachgeschoss

Obergeschosszone

- › 2-4 Obergeschosse
- › glatte Lochfassade ohne Vor- und Rücksprünge
- › meist ohne Fassadenschmuck
- › Fensterformate vorrangig hochstehend, Fassaden aus jüngerer Bauzeit auch mit breiten Fensterformen

Erdgeschoss

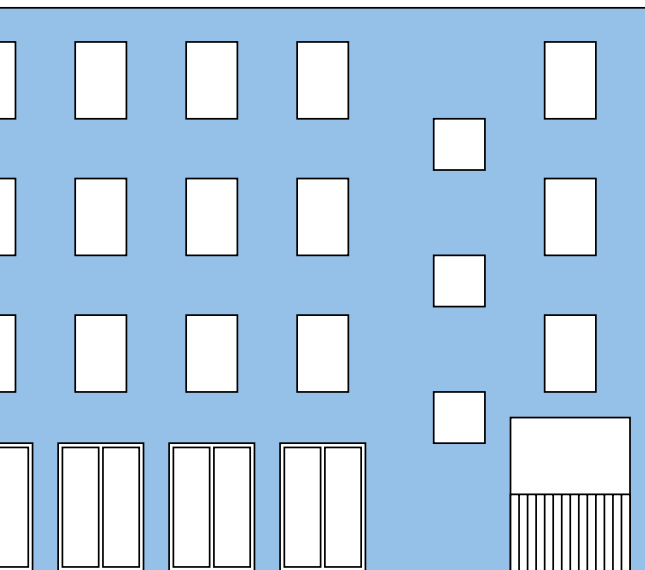
ohne Schaufenster

- › teilweise als Souterrain (Tiefparterre, Halbkeller)
- › heute oft farbig von Obergeschossen abgesetzt

Bauten dieses Typs können verschiedenen Baualtersklassen angehören. Bestimmendes Merkmal ist, dass das Erdgeschoss keine Schaufenster besitzt. Der Obergeschossbereich dient meist Wohnzwecken, im Erdgeschoss gibt es teilweise gewerbliche Nutzungen (Dienstleistungen). Bei einigen Bauwerken geht das Untergeschoss über das Niveau der Straße hinaus (Souterrain, Tiefparterre).

TYP 4

NEUBAUTEN MIT GESCHÄFTEN/ SCHAUFENSTERN IM ERDGESCHOSS



Verschiedene Dach- formen, hier Flachdach

Obergeschosszone

- › 2-3 Obergeschosse
- › glatte Putzfassade ohne Akzentuierung
- › verschiedene Fensterformate /-teilungen
- › Treppenhaus teilweise straßenseitig
- › hochstehende Fensterformate

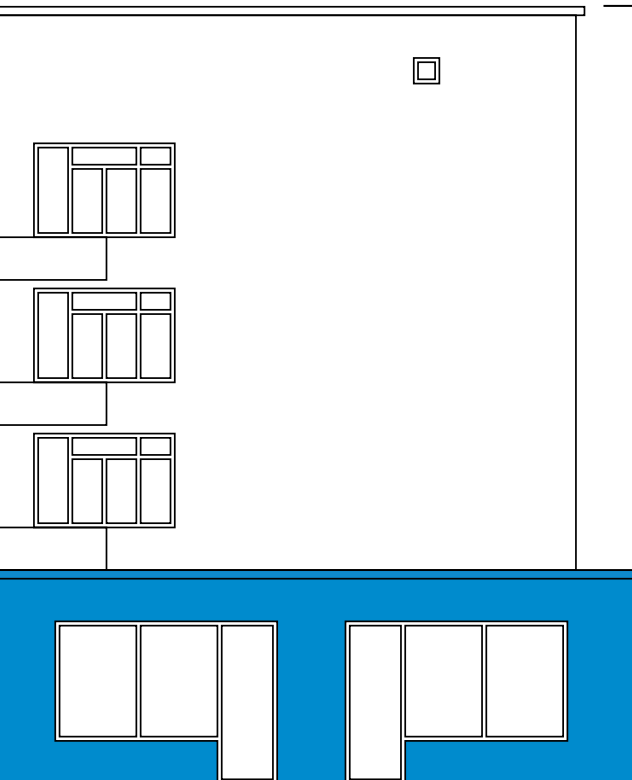
Erdgeschoss

- › ohne bauliche Abgrenzung/Differenzierung zur Obergeschosszone
- › bodentiefe Ausbildung der Schaufenster

Bauwerke dieses Typs sind meist nach 1990 entstanden. In der Baumschulenstraße gibt es nur eine geringe Anzahl neuer Bauwerke. Teilweise besitzen auch ältere Bauten (ab 1960) nach Sanierung in den 90er Jahren gleiche Merkmale: ausgeprägtere horizontale Fassadengliederung, diverse Fensterformate. Gemeinsames Merkmal ist die bodentiefe Ausbildung der Schaufenster.

TYP 5

EINGESCHOSSIGE GEWERBEBAUTEN



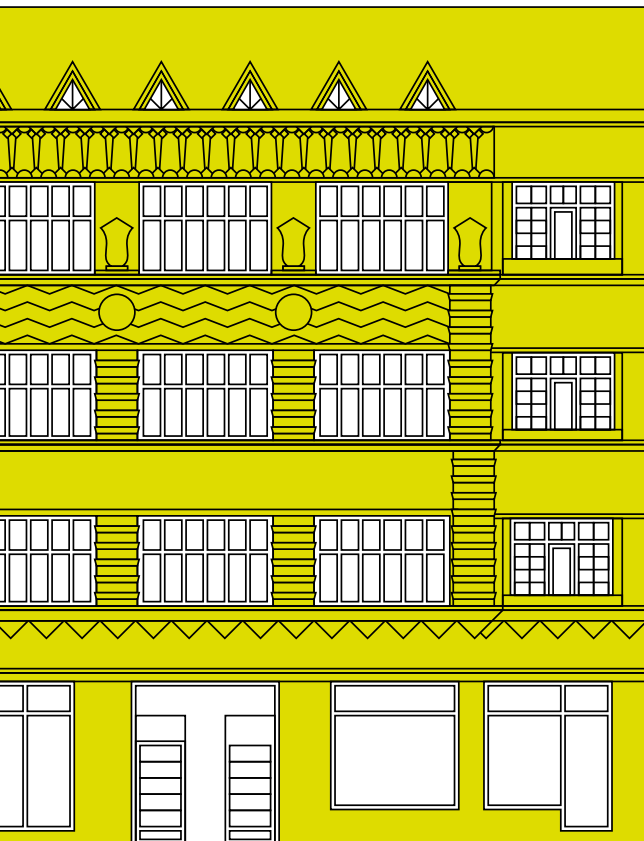
Obergeschosszone

- › Bauwerk besitzt keine Obergeschosse
- › OG's der angrenzenden Bauwerke stehen jedoch in einem baulichen Zusammenhang

Erdgeschoss

- › farblich differenziert zu den angrenzenden Bauwerken

Bauwerke dieses Typs finden sich zum Beispiel als pavillonartige Vorbauten an den Gebäuden der Wohnsiedlung Köpenicker Landstraße 78-148 aus den 1930er Jahren. Ursprünglich beherbergten sie zwei Ladenlokale, heute werden sie meist als eine zusammenhängende Geschäftseinheit genutzt.



Berliner Dach

- › Gauben entsprechen Architektur der Fassade

Obergeschosszone

- › 3 Obergeschosse
- › stark symmetrisch gegliederte Fassade
- › breite großformatige Fenster, kleinteilig gegliedert
- › Fassadenschmuck, Verzierung, Ornamentik
- › hochstehende Fensterformate

Erdgeschoss als Sockelgeschoss

- › teilweise durch Struktur oder Farbe abgesetzt
- › großformatige Schau-fenster
- › Tor zum Hinterhof, Sockel

Denkmal-Bauwerke besitzen sehr individuelle Fassaden, bilden aber aufgrund der Anforderungen des Denkmalschutzes einen gemeinsamen Typ. Bei der Gestaltung ihrer Fassaden sind die Anforderungen der Unteren Denkmalschutzbehörde zu beachten, wodurch die Ausführungen aktueller Fassadengestaltungen oft beispielgebend für andere Bauten sein können. Aber anders herum können ebenso die Prinzipien dieses Gestaltungsleitfadens auch für Denkmale als Orientierung für eine wertige Gestaltung dienen.

BAUMSCHULENSTRASSE 14



Anfang 20. Jhd.

Bauwerk mit ursprünglicher verzierter Fassade mit Balkonen, Eckausbildung mit Ziergiebel und Turmaufbau. Ecklokal mit flächigem Werbeschild Eingang links.



1970er Jahre

Bauwerk mit jetzt glatter/entstuckter Fassade und einfachem Dach. Eingang zur Bibliothek in der Ecke, Schaufenster in den Gebäudeachsen, Werbung in Einzelbuchstaben, selbstleuchtend, reduzierte Fenstergliederung im EG.



2023

Bauwerk mit sanierter Fassade, zeitgenössische Balkon-Anbauten an ursprünglicher Position, Eingang Zahnarzt-Praxis in der Ernststraße, mit Treppenanlage, Vordach, Eingangsbereich in markantem Stahl-Glas-Anbau.

EMPFEHLUNGEN FÜR OBERE FASSADENBEREICHE

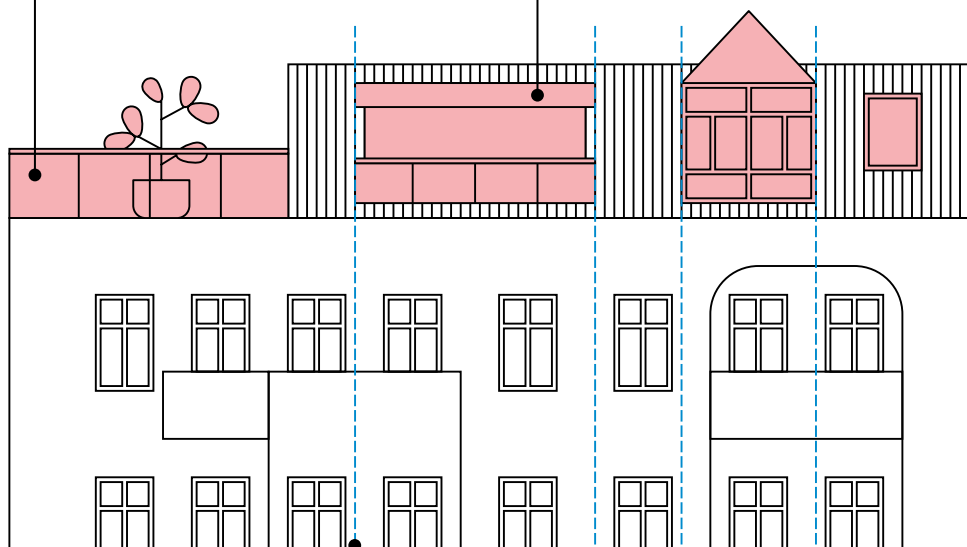


Die Fassaden in der Baumschulenstraße gliedern sich in **Dachzone, Obergeschosszone** und **Sockelgeschosszone/Erdgeschoss**. Alle drei Bereiche sind in ihrer Gestaltung voneinander abhängig. Deshalb muss neben den Erdgeschossen auch der obere Fassadenbereich betrachtet werden, wenn die Attraktivität der Baumschulenstraße erhalten und verbessert werden soll. Die Gliederung der oberen Fassadenbereiche hat zudem einen großen Einfluss auf die Gestaltung des Erdgeschosses.

Durch die **Dachterrasse** fehlt der historischen Fassade ein Teil ihres passenden oberen Abschlusses.

Fremdartige Materialien (z. B. glänzend, spiegelnd, Kunststoffe) oder große **Bepflanzungen** entsprechen nicht dem Gebäudetyp und sollten nicht verwendet werden.

Unterschiedliche Formen und Formate der Öffnungen an einem Dach, z.B. Gauben neben liegenden Dachflächenfenstern, sind ungünstig, da die Dachstruktur dadurch unruhig und gestört ist.

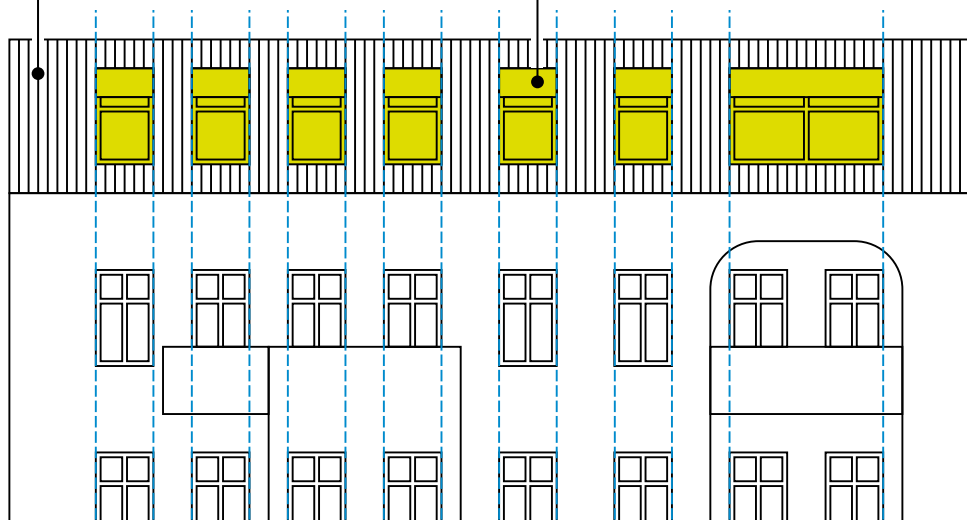


Die **Lage der Dachöffnungen** (Dachbalkon und Dachgaube) ist nicht auf die Fassade abgestimmt. Die Dachöffnungen liegen nicht auf den vertikalen Achsen und sind in Relation zur Gesamtfassade zu groß.

Die ursprüngliche **Dachform** ist erhalten oder wiederhergestellt. Das entspricht dem Charakter des Bauwerks.

Dachöffnungen als **Gaube** oder liegende **Dachflächenfenster** entsprechen dem Gebäudetyp und sind in Form, Lage und Dimensionierung auf die Fassadengliederung der darunter liegenden Geschosse abgestimmt.

Die **einheitliche Ausführung** (Gaube oder Dachflächenfenster) ist passend. Da historische Dächer traditionell eher durch Gauben belichtet wurden, sind sie besser geeignet als Dachflächenfenster.

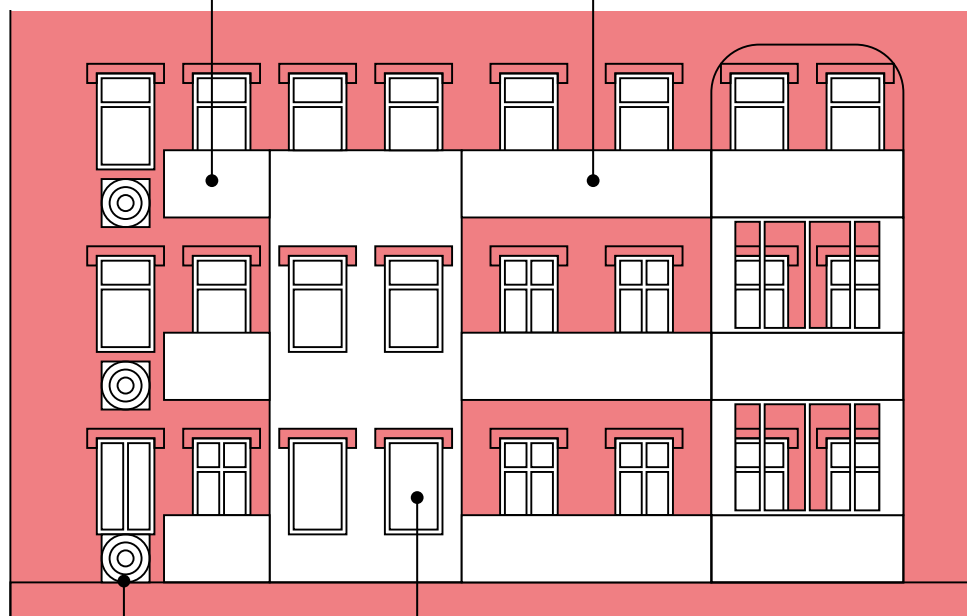


Die Fenster haben ein passendes hochstehendes **Format**. Die Größe ist proportional stimmig zur Fassade.

Fenster und bauliche Anlagen auf dem Dach (Brüstung, Absturzsicherung) sollten eine der Fassade oder Dachfläche entsprechende **Materialität** und **Farbe** besitzen, z.B. die Fensterfarbe wie in der OG-Zone oder wie die Dachfläche (neutral zurückgenommen, z.B. Anthrazit).

Kleine Balkone sind Teil der historischen Fassade, brauchen aber eine **optische Trennung** vom Erker (z.B. durch Fuge), um dem ursprünglichen Fassadenbild zu entsprechen.

Die Erneuerung bestehender Balkone und Brüstungen sollte sich immer an der ursprünglichen Form orientieren. Die **nachträglichen Balkonanbauten** ignorieren die ursprüngliche Fassadengliederung.



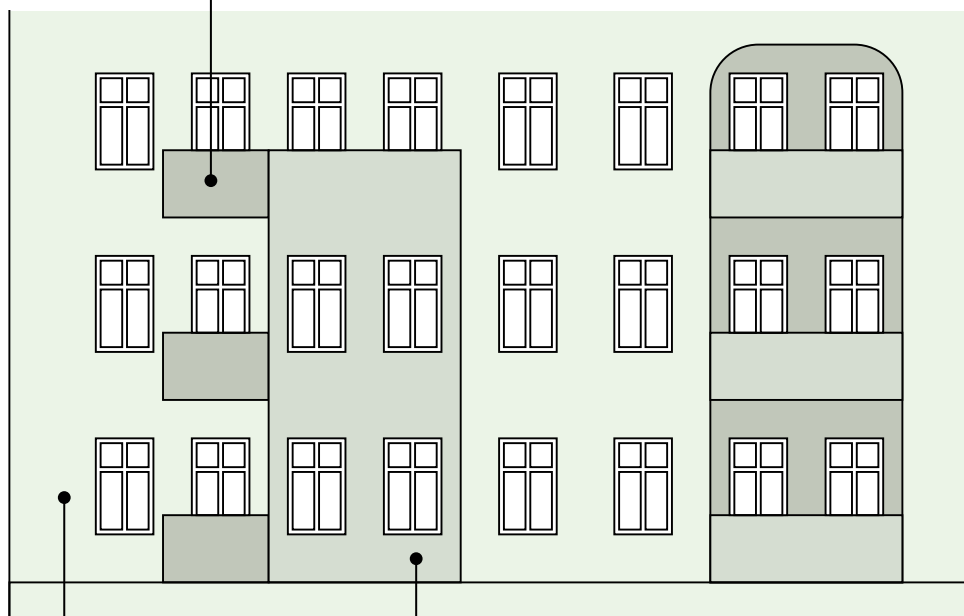
Die **Fenstergliederung** ist uneinheitlich, teilweise nicht vorhanden und entspricht nicht der historischen Teilung.

Die **imitierte Zierornamentik** über den Fenstern und in linker vertikaler Fensterreihe entspricht nicht dem Original und verfälscht das Fassadenbild.

Die **Farbgebung** entspricht nicht dem ursprünglichen Erscheinungsbild, die Farben sind zu stark gesättigt, der Kontrast beider Hauptfarben ist zu groß. Erker heben sich durch ihre Plastizität von der Fassade ab, eine deutliche farbliche Abgrenzung ist nicht erforderlich.

Die originale **Fassadenstruktur** ist erhalten und erkennbar. Erker und Balkone entsprechen dem **historischen Fassadenbild**. Die Balkone sind optisch vom Erker abgesetzt, z.B. durch eine Fuge, einen Versatz und/oder geringfügig dunklere Abstufung des Fassadenfarbtons.

Nachträgliche Balkonanbauten sind an der Gebäuderückseite/ Hofseite in der Regel unproblematisch.



Die historische **Fenster-
teilung** wurde erhalten
oder wieder hergestellt,
was das Fassadenbild
positiv unterstützt, da
die vertikale Orientie-
rung betont wird.

Die Fassade wird nicht
durch unpassende
Stuck-Imitate negativ
beeinflusst.

Durch die **Farbgebung von Fassa-
denvorsprüngen** (Erker, Balkone)
in geringfügig dunklerer Farbe
desselben Farbtons kann die plas-
tische Wirkung der Fassade unter-
stützt werden.

Die **Farbgebung der Fassade** ist
passend. Bei Typ 1 und Typ 2 sind
das z.B. helle grau- oder Erdtöne.



EMPFEHLUNGEN FÜR ERDGESCHOSSZONE

Der Charakter der Baumschulenstraße als lokales Zentrum und Geschäftsstraße wird maßgeblich durch die Erdgeschosszone mit ihren Geschäften und Restaurants geprägt. Die Gestaltung der Erdgeschossbereiche hat deshalb großen Einfluss darauf, wie der gesamte Straßenraum bei Tag und Nacht wahrgenommen wird.

Die folgenden Empfehlungen zeigen an konkreten Beispielen, was bei der Gestaltung der einzelnen Erdgeschoss-Elemente und bei der Beleuchtung beachtet werden sollte, damit insgesamt eine anziehende Geschäftsstraße für alle entsteht, die zum Bummeln und Verweilen einlädt.

FARBE UND DIFFERENZIERUNG DES ERDGESCHOSSES

UNERWÜNSCHT

Da die Farbgebung des Gurtgesimses sehr dunkel und intensiv ist, wird es übermäßig deutlich betont und hat eine sehr stark trennende Wirkung.



Farbe und Materialität im Bereich der rechten Geschäftseinheit haben keinen historischen Bezug zum Bauwerk. Intensive Farben und Materialkontraste heben diesen Bereich optisch aus der Fassade heraus. Da dies noch dazu ohne Bezugnahme auf die Architektur der Fassade erfolgt, wird das Gesamterscheinungsbild erheblich beeinträchtigt.

Reflektierende oder glasierte Oberflächen (wie Fliesen) sind bei historischen Bauwerken unpassend.

Die kleinteilige Gitter- oder Fliesenstruktur ist unpassend und hat keinen Bezug zum restlichen Bauwerk oder zur ursprünglichen Fassadenform. Auf eine Strukturierung ohne historischen oder architektonischen Bezug sollte verzichtet werden.

Eine mit der Farbgebung der Obergeschosse abgestimmte **Differenzierung des Erdgeschosses** verleiht dem Gebäude ein harmonisches Erscheinungsbild. Geeignet dafür ist z.B. ein etwas dunkler abgesetzter Farbton der gleichen Farbe der OGs.

Historisch passend bei Typ 1 und 2 sind **warme Grautöne** und **helle Erdfarben** und natürliche Materialien mit matter Oberfläche (Stein, Putz).



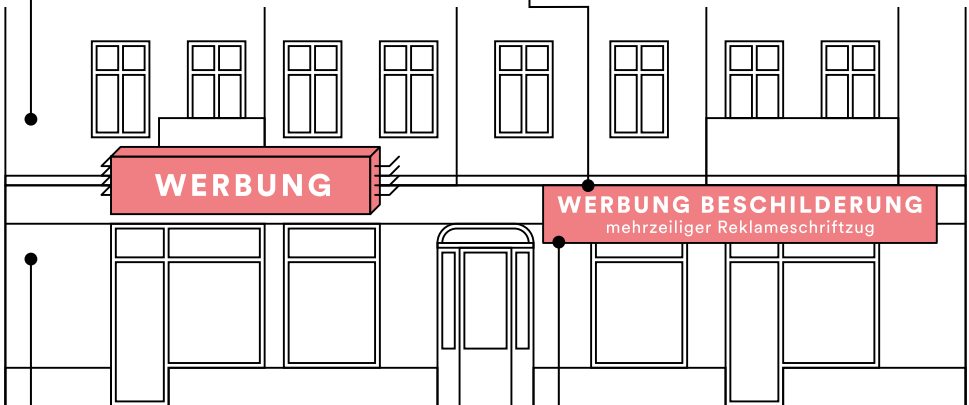
Der Sockel und Plastische Hervorhebungen (**Gesims**) können zusätzlich eine Abstufung dunkler gehalten werden. Dadurch erhält das EG eine optische Hervorhebung als tragende Gebäudebasis (Sockelgeschoss).

Die Betonung des EG als Sockelgeschoss kann durch eine **Oberflächenstruktur** bzw. **plastische Betonung** der Fassade (z.B. Bossenputz) unterstützt werden. Diese Strukturierung sollte immer auf die Gesamtfassade und deren Proportionen abgestimmt sein.

WERBUNG ÜBER SCHAUFENSTERN

Flachwerbungen oder kastenförmige Werbeanlagen überdecken große Flächen der Fassade und sind dadurch zu dominant. Kunststoffpaneele und Leuchtkästen aus Plastik sind meist nicht passend, wirken fremd und beliebig.

Massive Wandbereiche, die für das Fassadenerscheinungsbild wichtig sind, werden großflächig überlagert. Durch die Verdeckung der Seitenbereiche wird die vertikale Gliederung gestört und die Fassade ist nicht mehr als attraktives Ganzes wahrnehmbar.



Das Werbeschild an der Balkonbrüstung des 1. OG überlagert architektonische Gliederungselemente der Fassade (Gurtgesims, Unterkante Balkon).

Trägersysteme (Traggerüste/Trägerplatten) für Werbeschilder sollten selbst nicht sichtbar sein.

Das Werbeschild rechts ist breiter als die dazugehörige Geschäftseinheit und ragt bis in den Eingangsbereich des Gebäudes.

Die Werbeanlagen nehmen keinen Bezug auf darunter liegende Fenster-/Türöffnungen. Die Oberkante der Schaufensteröffnungen wird hier sogar überdeckt. Die benachbarten Werbeanlagen sind nicht abgestimmt. Unterschiedliche Schrifttypen oder mehrzeilige Schriften sollten vermieden werden.

Werbeschrift in Form von **Einzelbuchstaben** lässt die hintergründige Fassadenoberfläche sichtbar. Die Werbung ist damit gut in die Fassade integriert und in Zwischenbereichen benachbarter Schau-
fenster der gleichen Geschäftseinheit möglich.

Flächige Werbeschilder sind vertretbar, wenn sie selbst eine **hohe Qualität** besitzen und z.B. aus natürlichen Materialien bestehen, wie Holz mit Bemalung oder Metall mit ausgesparter Schrift. Flächige Schilder sind klein und überdecken keine **Fassadenbereiche zwischen Fenstern** (maximale Breite Schild = Breite Schaufenster). Die **Randbereiche** der Fassade sind freigehalten.



WERBUNG BESCHILDERUNG

1/5 (20%)

3/5 (60%)

1/5 (20%)



Die maximale **Höhe der Werbung** (Abmessung von Oberkante bis Unterkante des Schildes) entspricht der Empfehlung von 3/5 (60%) der verfügbaren Höhe des Gesamtbereichs.

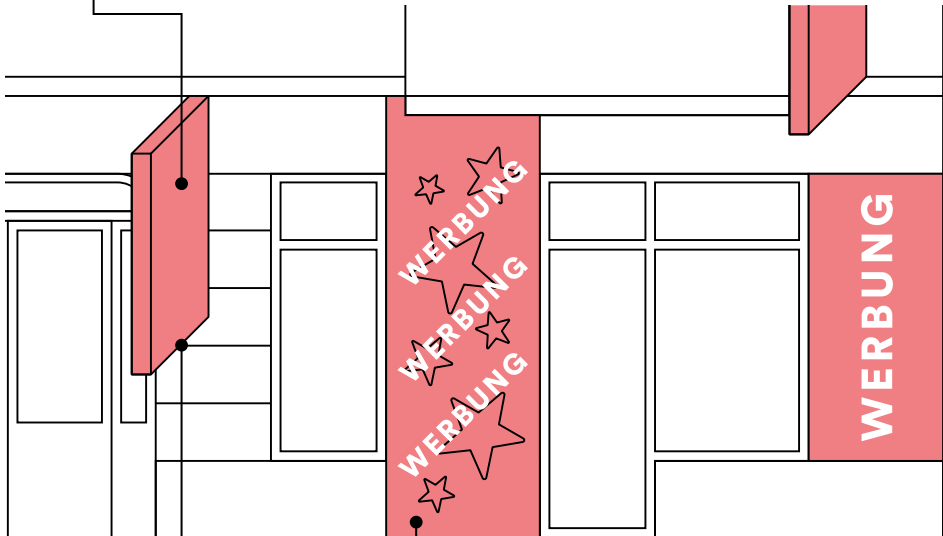
Information

- Die Errichtung von Werbeanlagen > 2,5m² erfordert eine Baugenehmigung. (→ Kapitel Kontakte, ab Seite 66). Unabhängig davon sind die Gestaltungsregeln dieses Leitfadens für alle Werbeanlagen gültig, unabhängig von deren Größe.
- Empfehlungen zur Beleuchtung der Werbung → S. 50-51.

AUSLEGER UND WANDPANELEE

Je Geschäft sollte **nur ein** Werbeausleger (Aufstecker) verwendet werden. Ausnahmen bilden Geschäfte an Gebäudeecken (dort: ein Ausleger je angrenzender Straße).

Die Ausleger haben keinen Bezug zur dazu gehörigen **Fassadenwerbung**. Die Platzierung soll nicht an Fassadenbereichen erfolgen, die nicht zur **Geschäftseinheit** gehören und nicht im Bereich der **Obergeschosse**, wenn der Ort der Leistungserbringung nur im Erdgeschoss ist.



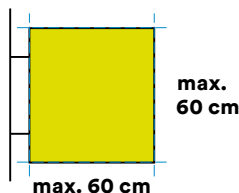
Die **Unterkante** des Auslegers darf nicht unterhalb von 2,3 m über dem Fußweg/Fußboden sein (Einhaltung Kopffreiheit).⁴

Ausleger sollen als flächige Schilder **max. 60 x 60 cm** groß sein, da sich die optische Verdeckung größerer Fassadenbereiche negativ auf das Fassadenbild und die Straßenperspektive auswirken kann.

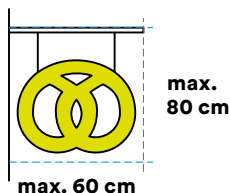
Mehrere großformatige Werbetafeln und Wandpaneele zwischen den Fenstern **dominieren das Fassadenbild** stark. Die eigentliche Fassadengliederung kann nicht mehr ausreichend wahrgenommen werden.

Wandtafeln dienen der zusätzlichen, flexiblen Informationsvermittlung und sollten **keine Fotos/keine vielfarbigen Abbildungen** enthalten. Künstliche Materialien, glänzende Oberflächen und intensive Farben sollten ebenso vermieden werden.

ERWÜNSCHT



Ausleger flächig, soll immer mit Wandhalter und Abstand zur Wand montiert werden.

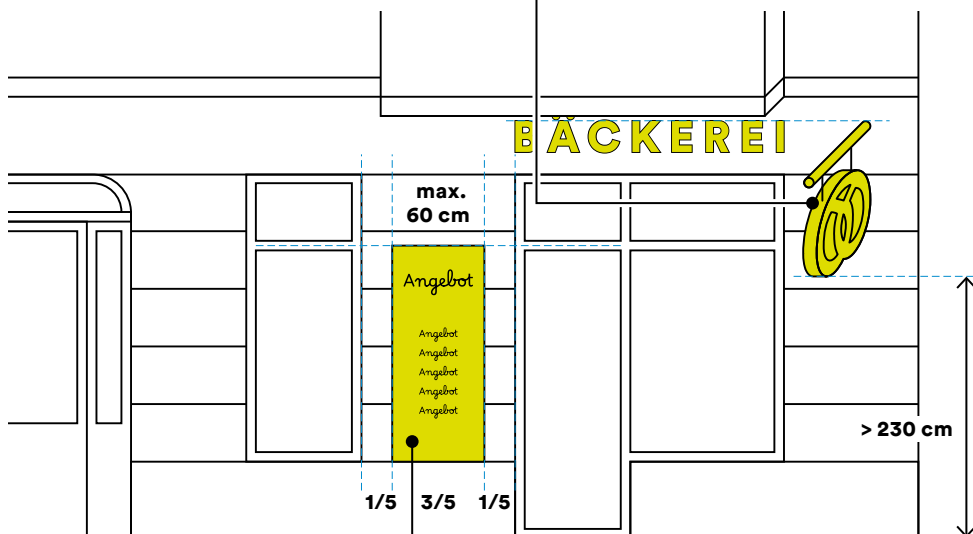


Ideale Lösung ist Schild als Symbol oder Logo mit offenen Bereichen, was den Durchblick gestattet.

Der Ausleger hat die **empfohlene Größe** von max. 60 x 60 cm und ist mit der Fassadenwerbung ausgerichtet.

Die **lichte Höhe** von min. 2,3 m ist eingehalten.

Die Gestaltung des Auslegers zeigt ein **traditionelles Piktogramm**, das universell verständlich ist. Das Symbol hat große offene Bereiche, wodurch es bestmöglich in die Fassadengestaltung integriert ist.



Die **Reduzierung** auf eine Tafel je Schaufensteröffnung unterstützt ein stimmiges Fassadenbild und erhöht die Wahrnehmbarkeit der vermittelten Information.

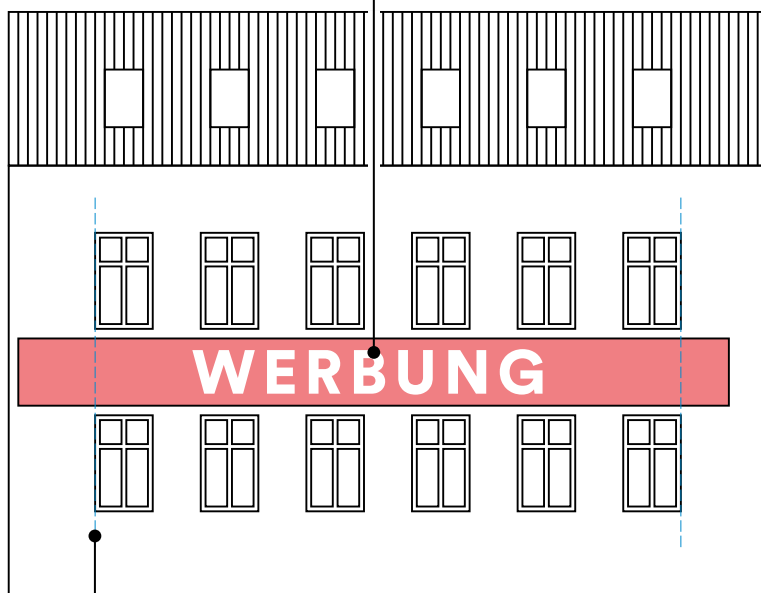
Die Wandtafeln sind in die **Gliederungsstruktur** eingeordnet und durch die "3/5 Regel" gut integriert.

Handschriftlich beschriebene Tafeln wirken unaufdringlich und vermitteln eine sympathische Nähe.

TYP 3

Da bei diesem Typ ein klarer Bezug zu einem Schaufenster nicht möglich ist, müssen Werbeanlagen horizontal auch zwischen den Fenstern installiert sein.

Vollflächige Werbeschilder sind für diesen Typ nicht geeignet, da sie große Bereiche der geschlossenen Fassadenfläche verdecken und die vertikale Gliederung stören.



Das Werbeschild hat keinen Bezug zur **Fassaden-gliederung**.

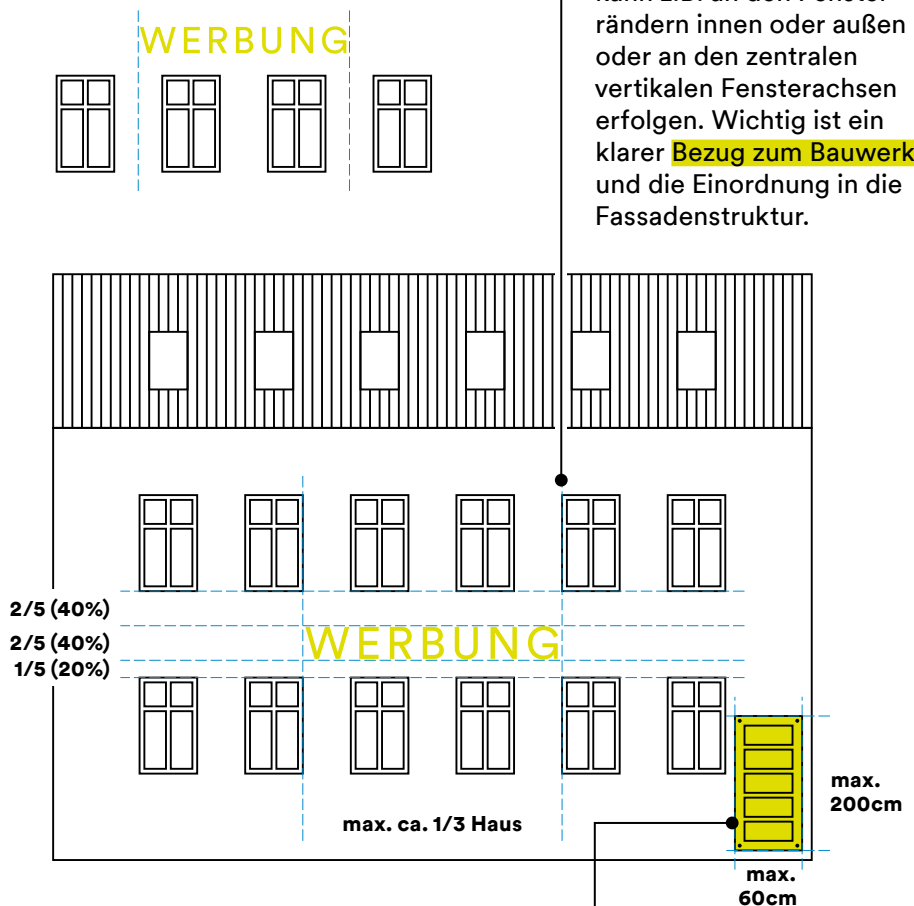
Das Werbeschild ist in Relation zur Fassade zu groß und damit **zu dominant**. Die historische Fassade wird optisch sehr stark zurückgedrängt.

Achtung!

Eine Ausnahme bilden die Typ 3 Bauwerke mit Souterrain/Tiefparterre, siehe nachfolgend, S. 44

Das Werbeschild reicht zu weit in den **OG-Bereich**. Für eine verträgliche Platzierung sollte die Positionierung jedoch im Bereich des Erdgeschosses erfolgen.

ERWÜNSCHT



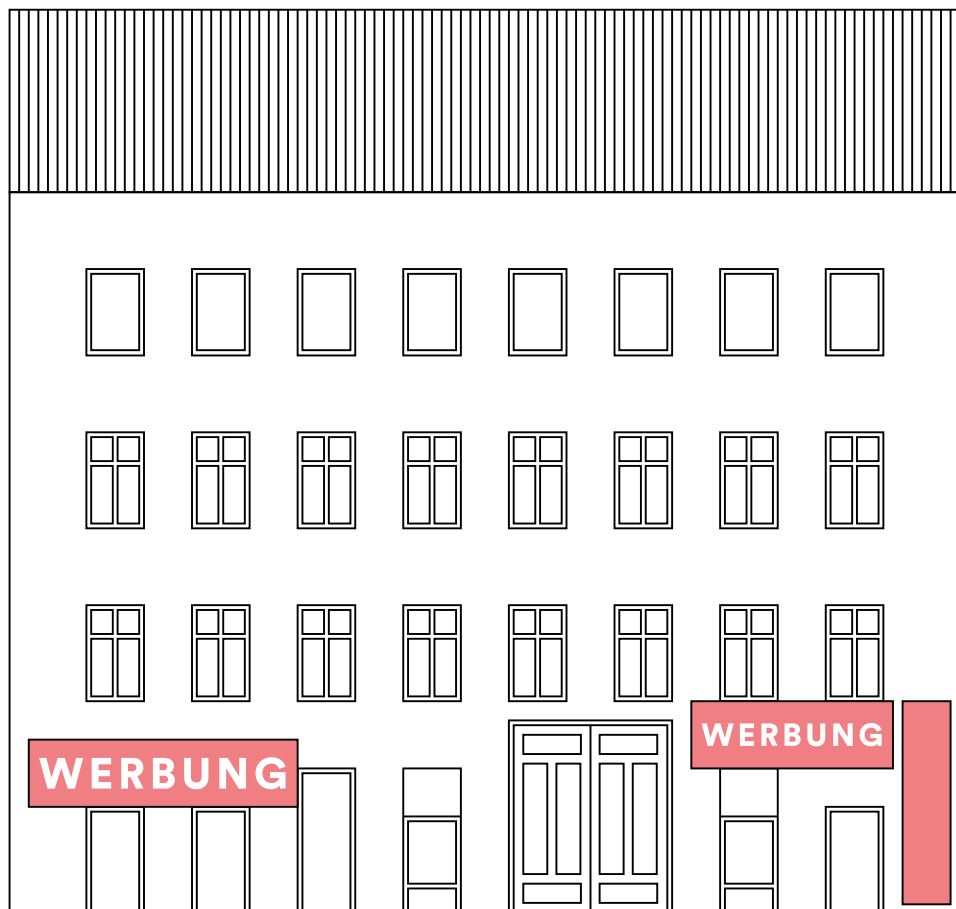
Der Werbeschriftzug orientiert sich an der **Fassadengliederung**. Das kann z.B. an den Fenster-rändern innen oder außen oder an den zentralen vertikalen Fensterachsen erfolgen. Wichtig ist ein klarer **Bezug zum Bauwerk** und die Einordnung in die Fassadenstruktur.

Schmale **Einzelbuchstaben** sind gut mit der Fassade kompatibel, da sie im Hintergrund die Wandbereiche sichtbar lassen und sich der Fassadenstruktur unterordnen.

Die Werbung ist direkt auf das **gesamte Bauwerk** (= eine Nutzung) bezogen.

Bei mehreren gewerblichen Nutzern innerhalb des Bauwerks sollten diese nicht über zusätzliche Werbeschilder, sondern über eine **Sammelanlage** als Wandschild (→ Seite 43) oder Stele sichtbar gemacht werden.

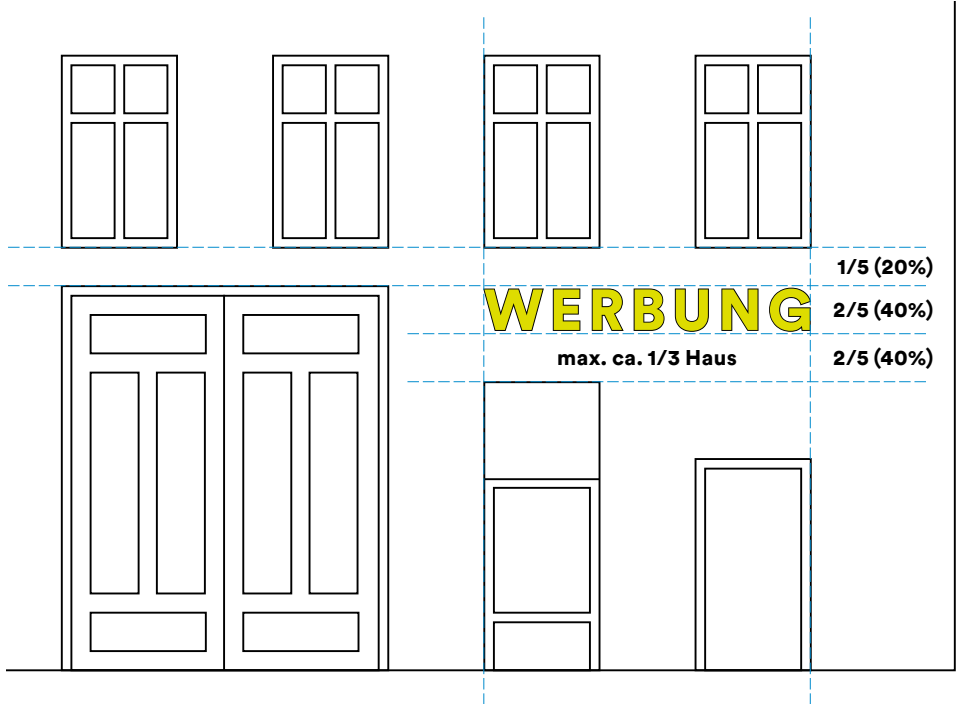
TYP 3 MIT SOUTERRAIN/ TIEFPARTERRE



Für die Abbildungen dieser Seite gelten die vorherigen Empfehlungen, die hier in der angepassten Anwendung zum individuellen Fassadentyp gezeigt werden.

ERWÜNSCHT

Bei den Typ 3 Bauwerken mit Souterrain/Tiefparterre ist Werbung aufgrund der niedrigen Höhe auch im Brüstungsbereich des 1. OG möglich.

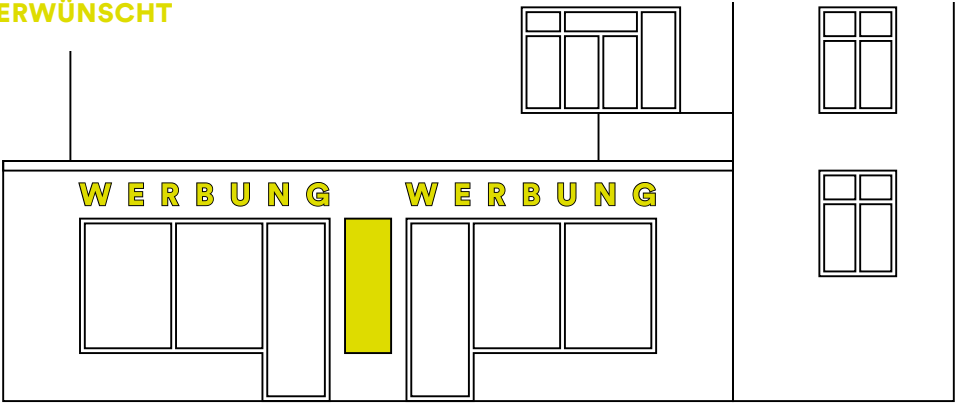


TYP 5

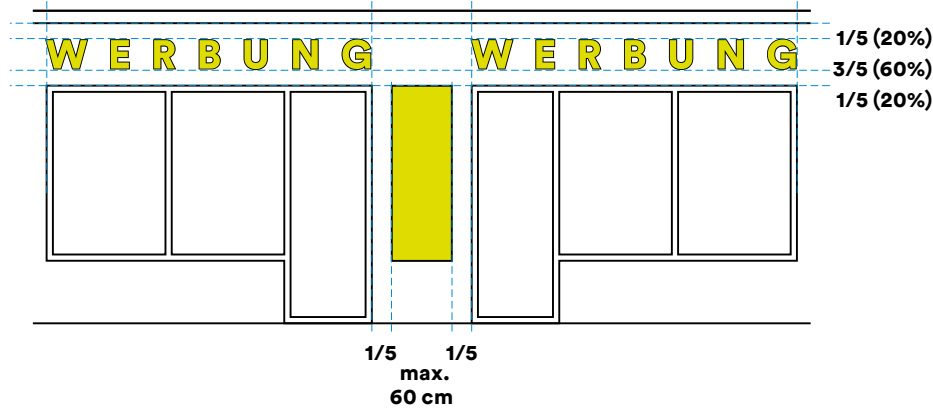


Für die Abbildungen dieser Seite gelten die vorherigen Empfehlungen, die hier in der angepassten Anwendung zum individuellen Fassadentyp gezeigt werden.

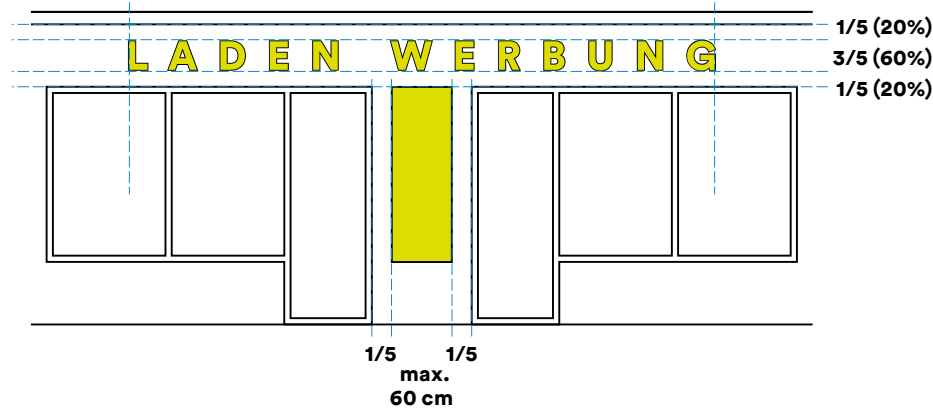
ERWÜNSCHT



Gliederung der Werbung bei zwei Nutzern



Gliederung der Werbung bei einem Nutzer

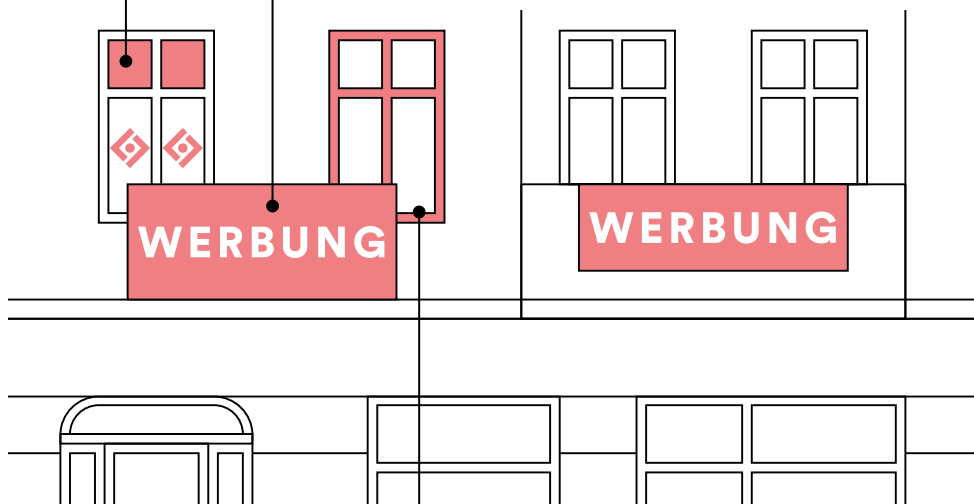


FASSADENWERBUNG IM OBERGESCHOSS

UNERWÜNSCHT

Großflächige und farbige Werbung in den **Fenstern** der oberen Geschosse wirkt sich negativ auf das Fassadenbild aus.

An geschlossenen Fassadenbereichen der **Obergeschosse** soll keine Werbung platziert werden. Auch gem. Berliner Werbekonzept⁵ wird Eigenwerbung nur im Erdgeschossbereich und direkt darüber positiv bewertet.



Negative **Häufung** von Werbung. Die Wirkung und Wahrnehmbarkeit der einzelnen Werbeelemente wird durch zu viele Informationen stark reduziert (Informationshäufung).

Keine **Überladung** einer Gebäudefassade mit verschiedenen Fassadenwerbungen.

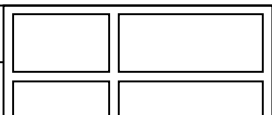
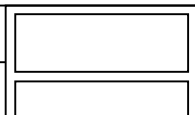
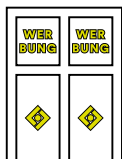
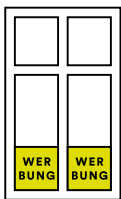
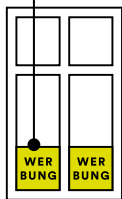
Fensterelemente (z.B. Sprossen, Rahmen) als prägende und/oder gliedernde Fassadenteile dürfen nicht durch Werbung überdeckt werden, weil damit das Fassadenbild erheblich gestört wird.

⁵ vgl. Stadtbild Berlin, Werbekonzept 2014, S. 57

Werbeschrift im Fenster wird je Geschoss einheitlich, entweder nur im unteren oder nur im oberen Fensterbereich, platziert. Die Schrift soll vorzugsweise als **Einzelbuchstaben** auf das Glas gebracht werden.

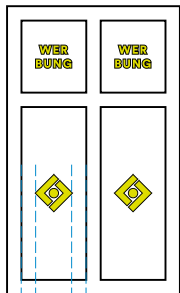
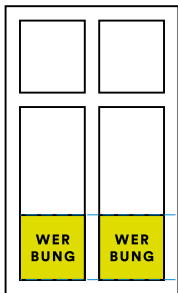
Bei farbiger, flächiger Folierung soll Logo und Schrift innerhalb dieses Feldes platziert werden.

Ein farbiges **Logo** mit max. 3/5 der Fensterbreite kann ergänzend verwendet werden.



Insgesamt bedeckt die Werbung maximal ein **Viertel** der Fensterfläche.

Die Werbung verwendet maximal **zwei Farben**, ideal ist ein transparenter Hintergrund. Großflächige Fensterverblendung ist **transparent/transluzent**, aber nicht farbig auszuführen.



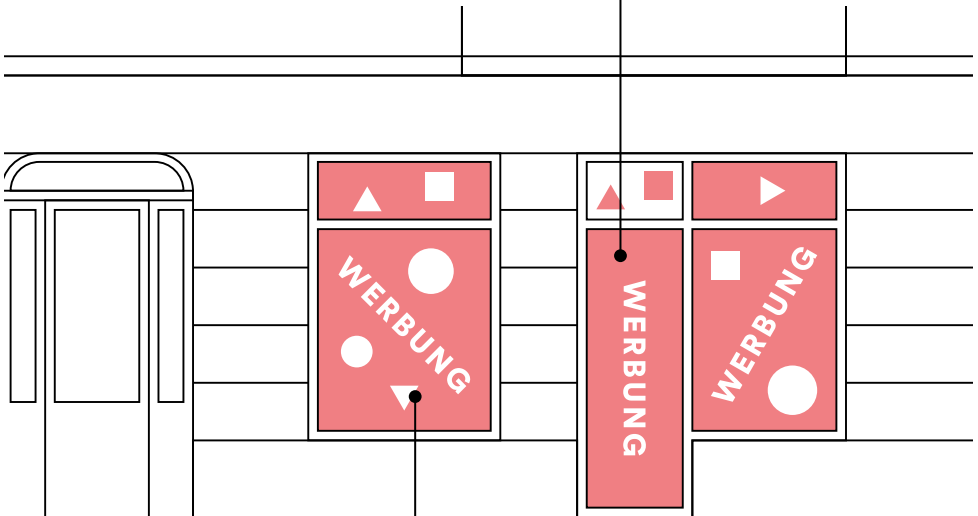
max.
25%

1/5 3/5 1/5

Fensterfolien sollten keine **Fotos oder Produktabbildungen** enthalten, sondern sich auf die Eigenwerbung (Schrift, Logo) beschränken.

Eine Vielzahl an **unterschiedlichen** Formaten, Farben, Formen verursacht eine unruhige Wirkung und ist mit einer qualitätsvollen Erdgeschossgestaltung nicht verträglich. Außerdem ist die Informationsaufnahme erschwert.

Farbige **Fenster-Bekle-**
bungen sollen max. 25%
des Schaufensters bedecken,
weil durch vollflächig farbige
Folierung die Fenster optisch aus der
Fassade heraustreten und das
Fassadenbild gestört wird.

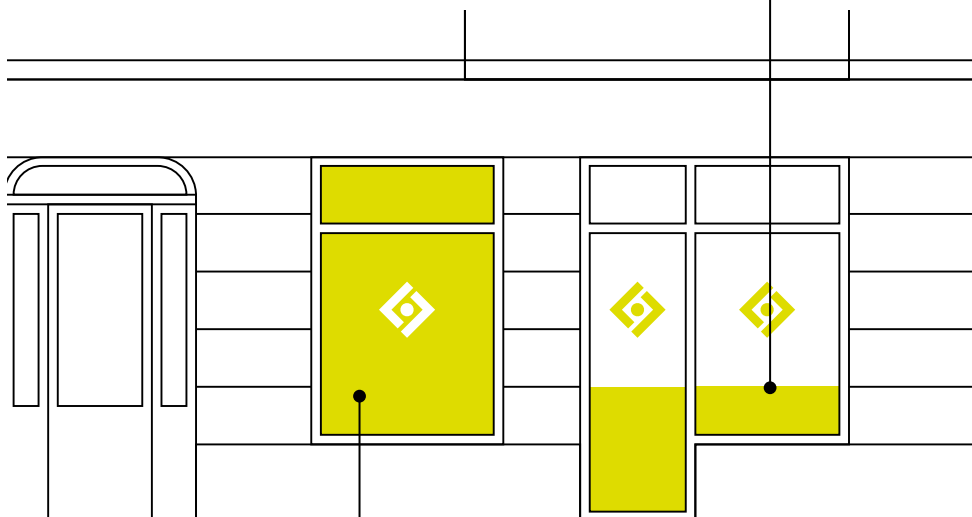


Eine **ganzflächige** Fensterbeklebung ist grundsätzlich nicht empfehlenswert und sollte nur erfolgen, wenn es z.B. aus Diskretionsgründen bei medizinischen Behandlungsräumen zwingend erforderlich ist und keine alternative Möglichkeit, z.B. durch Vorhänge, Jalousien an der Fenster-Innenseite besteht. Die Ausführung sollte ggf. in transparenter neutraler Folie, nicht farbig erfolgen.

ERWÜNSCHT

Werbefolierung ist mit der Fassadengestaltung verträglich, wenn sie das Fenster **maximal 25%** überdeckt, in Abstimmung mit der Fassadenfarbe und -werbung lediglich einfarbig matt ausgeführt ist und nur Schrift und evtl. ein kleines Logo zeigt. Das kann alternativ auch, entsprechend den folgenden Empfehlungen, auf der nicht folierten Scheibe angebracht werden:

- › Logo (Größe max. 30 cm x 30 cm)
- › Schriftzug in Einzelbuchstaben (Schrifthöhe max. 10cm)
- › Informationen zu Öffnungszeiten und Kontaktdaten/ Webseite



Die Folierung sollte je Fenster und je Geschäftseinheit **einheitlich** und abgestimmt gestaltet sein.

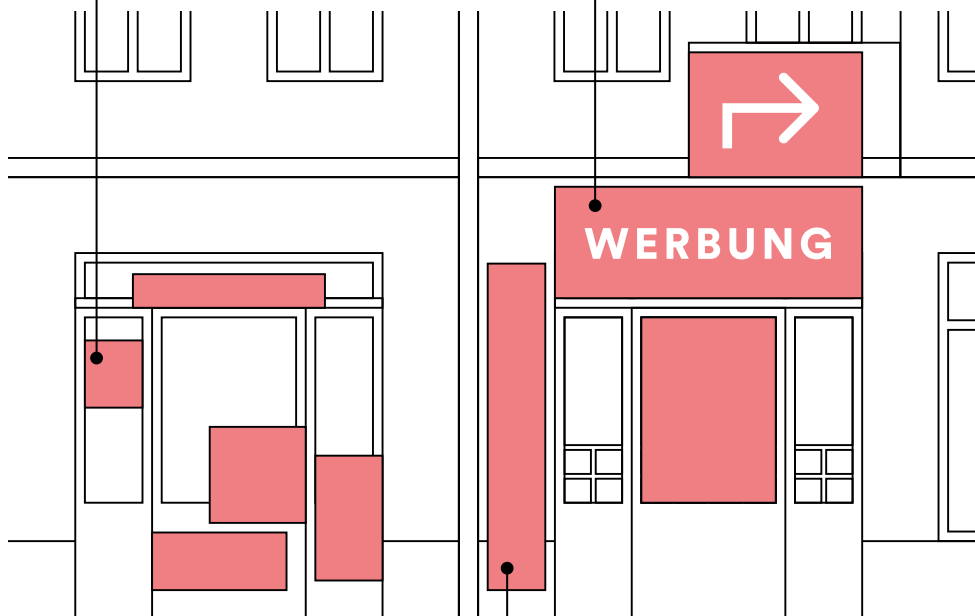
Sichtschutzfolien über die **gesamte Fensterscheibe** sollten nur angebracht werden, wenn ein entsprechender Sichtschutz für die jeweilige Nutzung zwingend erforderlich ist, z.B. bei Behandlungsräumen aus Diskretionsgründen, und kein innenliegender Sichtschutz möglich ist. **Sichtschutzfolierung** kann über das gesamte Fenster gehen und sollte einheitlich matt/nicht glänzend und nicht farbig ausgeführt sein, um die Wahrnehmbarkeit der Fenster und das Fassadenbild nur geringfügig zu beeinträchtigen.

EINGÄNGE UND PORTALE

UNERWÜNSCHT

Die **Gliederungselemente** sollen nicht überdeckt werden. Der **zentrale Türbereich** sollte zuerst für Informationen/Hinweise zur Verkehrsregelung freigehalten werden (z.B. „Einfahrt verboten“, „Achtung Fußgänger“, „Bitte freihalten“ oder eine „Vorfahrtsregelung“). Durch eine Vielzahl **unkoordiniert** platzierter, individueller Einzelschilder auf dem Tor wird die Orientierung/Informationsaufnahme erschwert.

Die Anbringung von Schildern und Aufklebern auf **historischen** Toren/Türen ist unpassend. Auch auf nicht historischen Toren (links) sollten Schilder und Beklebung nur in reduziertem Umfang und geringer Größe, nicht als farbige Flächenschilder an der Tor-/Türfläche angebracht werden.



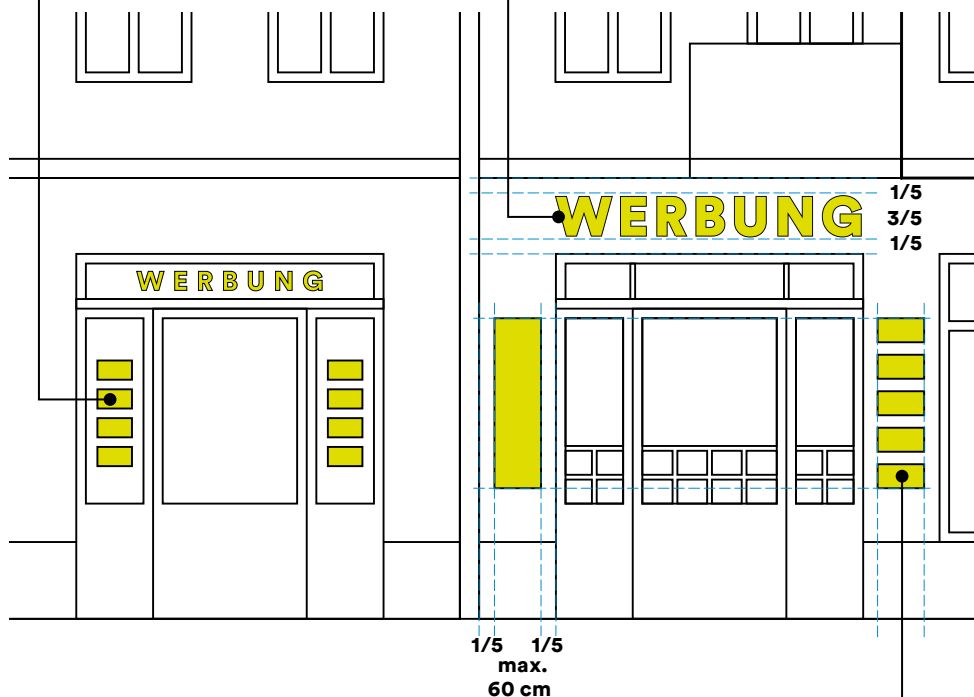
Wandbereiche neben dem Eingang sollen nicht großflächig mit **Werbepaneeelen** verblendet werden.

ERWÜNSCHT

Bei nicht-historischen Toren kann die Sammelanlage für Firmen auch auf einem **feststehenden Torflügel** platziert werden, wenn keine Gliederungselemente überdeckt werden. Die **Schilder** der Sammelanlage haben ein einheitliches Material und eine einheitliche, zurückhaltende Farbgebung. Die Inhalte können individuell unterschiedlich sein.

Durch die **geregelte** Anordnung der Informationen auf oder neben den Türen in Abstimmung mit der Fassadengliederung (Ausrichtung auf gemeinsame Bezugslinien, -kanten) wird das qualitätsvolle Erscheinungsbild des Erdgeschosses gestärkt. Die einzelne Information kann durch Suchende besser gefunden werden.

Die Einzelwerbung für den Hinterhofbereich über dem Durchgang entspricht grundsätzlich den Werbeempfehlungen für **Schaufenster**.



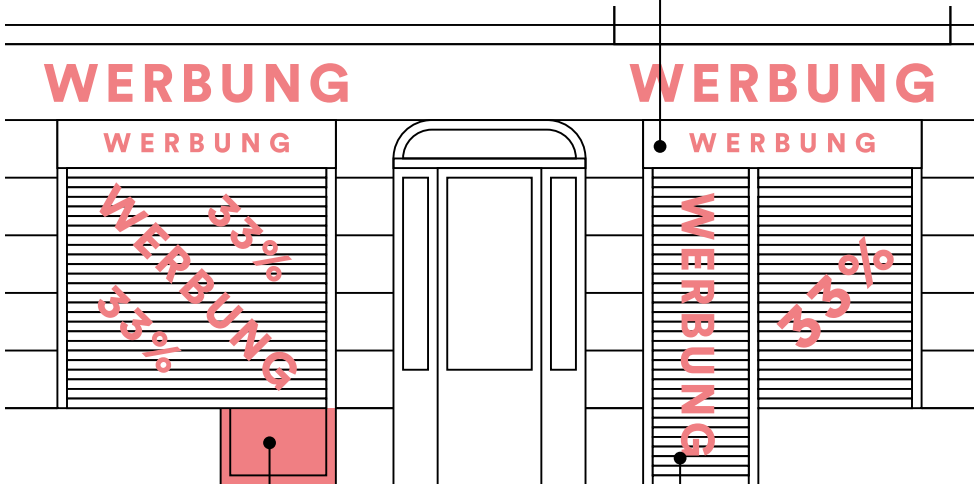
Eine **Sammelanlage** für Firmenschilder sollte im freien Wandbereich neben dem Durchgang platziert werden, ohne diesen in seiner ganzen Breite zu überdecken.

ROLLLÄDEN

UNERWÜNSCHT

Hellgraue oder weiße Rollläden können trostlos wirken. Auch sind helle Oberflächen anfällig für Verschmutzungen oder Verfärbungen durch die Sonne (Vergilben) usw. Dadurch kann sich im Laufe der Zeit ein negatives Erscheinungsbild entwickeln.

Rollladenkästen sollten möglichst verdeckt eingebaut werden und keinen Werbeaufdruck tragen, wenn das Geschäft bereits eine Fassadenwerbung (an der Wandfläche) besitzt.



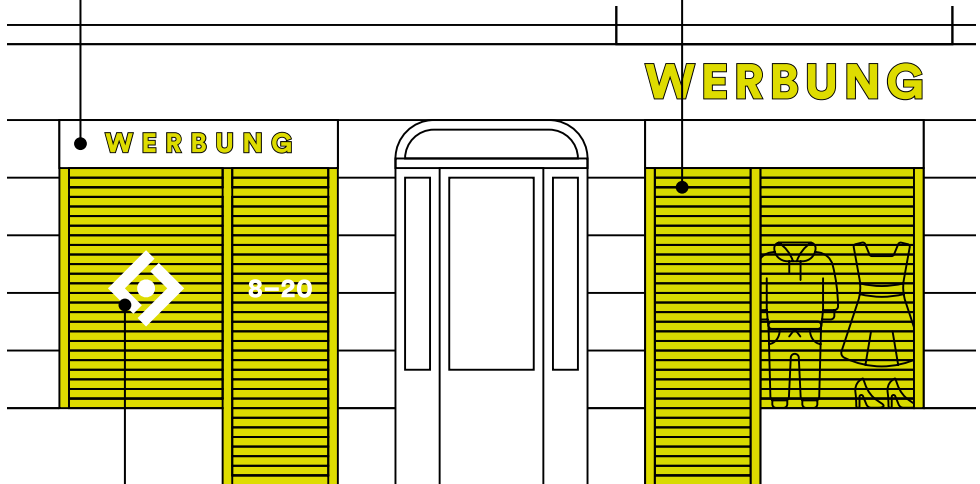
Die Form des Rollladens sollte dem Schaufenster bzw. der Eingangstür entsprechen. Im Beispiel wird die Tür nur im oberen Teil verdeckt, weil der Rollladen über die gesamte Fensterbreite geht. So eine Ausführung ist nicht geeignet, um ein ansprechendes Bild zu vermitteln.

Auf dem Rollladen sollten keine großflächige Werbung, Verkaufsinformationen oder Fotos platziert sein.

Die **Form des Rollladens** entspricht jeweils der Gliederung des Schaufensters/der Eingangstür. **Einfarbige Rollläden** in gedeckten Farben können in der Straße für lebendige Farbakzente sorgen, ohne aufdringlich zu wirken.

Werbung auf dem Rollladenkasten ersetzt den Werbeschriftzug an der Fassade, wenn dort z.B. nur wenig Platz ist.

Durchsichtige Fenstergitter ermöglichen, dass das Geschäft erlebbar bleibt.



Ein kleines **Logo** (Breite = max. 3/5 der Fensterbreite) oder ein Werbeschriftzug des Betriebes kann mittig auf dem Rollladen angebracht werden. Auch Öffnungszeiten des Geschäfts sind **sinnvolle Informationen**, die auf dem Rollladen zu finden sein können.

Im Einzelfall kann geprüft werden, ob die Rollläden durch eine **Zeitschaltung** erst zu einem späteren Zeitpunkt, z.B. erst um 22.00 Uhr, automatisch geschlossen werden können.

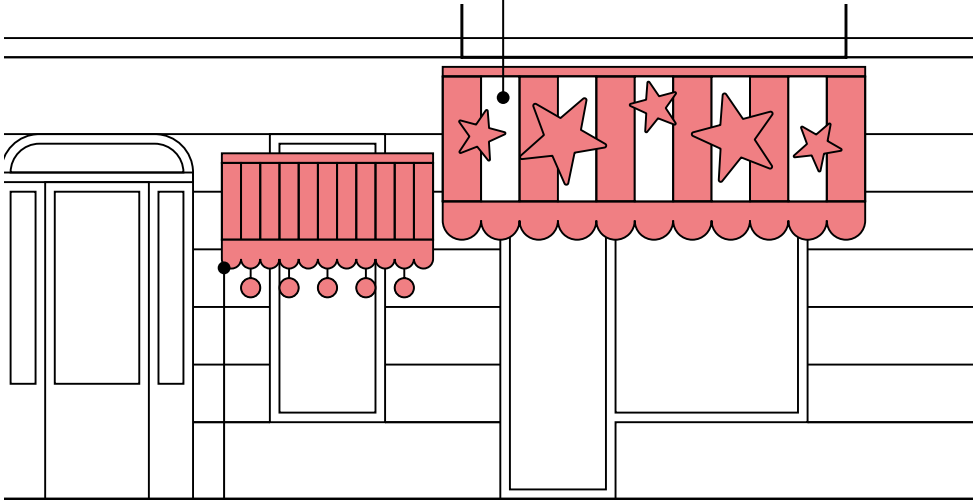
Die **Form**, **Art** und **Montagehöhen** der einzelnen Markisen sind nicht miteinander abgestimmt, was einem zusammenhängenden Erscheinungsbild der Fassade und des Erdgeschosses nicht dienlich ist.

Markisen sollten einer einzelnen Fensteröffnung zugeordnet werden und **Fensterzwischenräume** nicht überspannen. Sie sollen sich der bestehenden Fassadengliederung unterordnen.

Markisen sollten nicht über der **Fassadenwerbung** angebracht werden, um diese nicht zu überdecken.

Markisen sollen nicht mit **großflächiger Werbung**, z.B. Produktwerbung (Gastronomie Getränke) bedruckt sein.

Vielfarbige und **gemusterte** Bezüge, große Bilder oder **glänzende** Materialien sind unpassend und sollen nicht verwendet werden.



Die Unterkante der geöffneten Markise hält die zulässige **Mindesthöhe** nicht ein. Zusätzlich hängen Pendelelemente im Kopfbereich von Passanten. Als auskragendes Element im Gehwegbereich müssen immer mindestens 2,30 m lichte Höhe eingehalten werden.⁶

⁶ vgl. Berlin - Design for all 2011, S.36

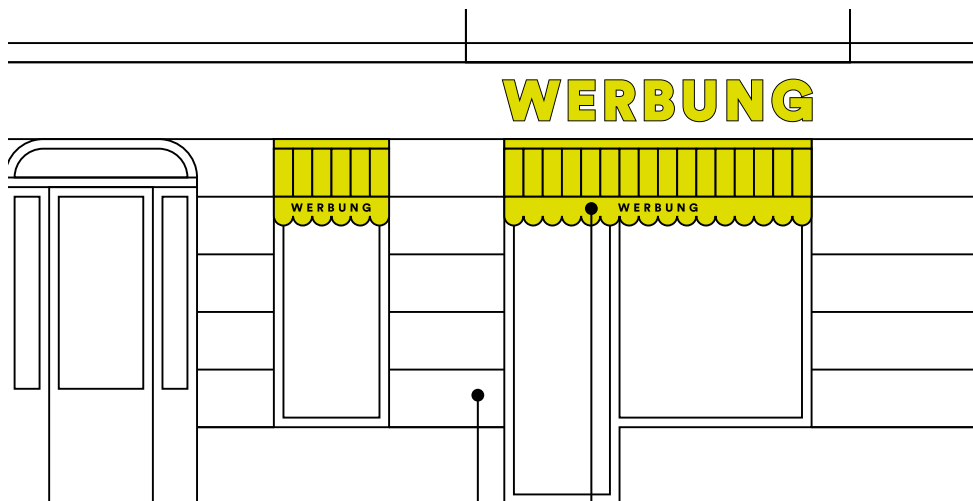
ERWÜNSCHT

In Bezug auf Form, Material, Gliederung, Proportion, Anbringung folgt die Gestaltung der Markisen einem abgestimmten **Verschattungskonzept** für das gesamte Bauwerk.

Die Markisen haben eine auf die Einzelfenster **abgestimmte Größe** und sind unterhalb der Fassadenwerbung angebracht.

Die **lichte Höhe** von mindestens 2,30 m ist stets zu berücksichtigen. Der Gehwegbereich ist ohne Stoßgefahr im Kopfbereich und wirkt offen und einladend.

Abhängig von der möglichen Montagehöhe ergeben sich die maximale **Ausfalltiefe** (Breite der Auskragung) und der **Neigungswinkel** (Schrägstellung, empfohlen sind ca. 15°, wenn die anderen Bezugsmaße eingehalten werden können).



Einfarbige Markisen in gedeckten Farben können Akzente setzen und die Straße beleben.

Sie können auch in das individuelle **Farbkonzept der Fassade** integriert werden. Die Farbwahl orientiert sich dann an der Farbgebung des jeweiligen Gebäudes.

Auf dem **Volant** der Markise ist Werbung möglich.

Sichtbare **Wandbereiche** zwischen den Fenstern sind freigehalten. Die Markisen ordnen sich in die Fassadengliederung ein und dominieren sie nicht.

SANIERUNG DER SCHAUFENSTER

UNERWÜNSCHT

Das Schaufenster im Beispiel hat eine **Dimensionierung** und **Gliederung**, die dem historischen Bauwerk nicht entspricht. Im Zuge energetischer Sanierungen des Erdgeschossbereichs sollten die Fensterformate mit Bezug zur historischen Fassade erhalten bleiben oder wiederhergestellt werden. Schaufenster z.B. sollten sich in die Fassade einordnen und in ihrer Proportion, Form und Gliederung dem Bauwerk-/ Fassaden-Typ entsprechen.



Fensterrahmen sollen kein Material und keine Farbgebung haben, die ohne Bezug zu den anderen Fenstern und Türen in EG und den Obergeschossen sind.

Stark **glänzende, spiegelnde** Materialien können fremd wirken und sollen nicht verwendet werden. Auch Fens-terglas sollte nicht spiegelnd oder farbig sein, sondern zum Hineinschauen einladen.

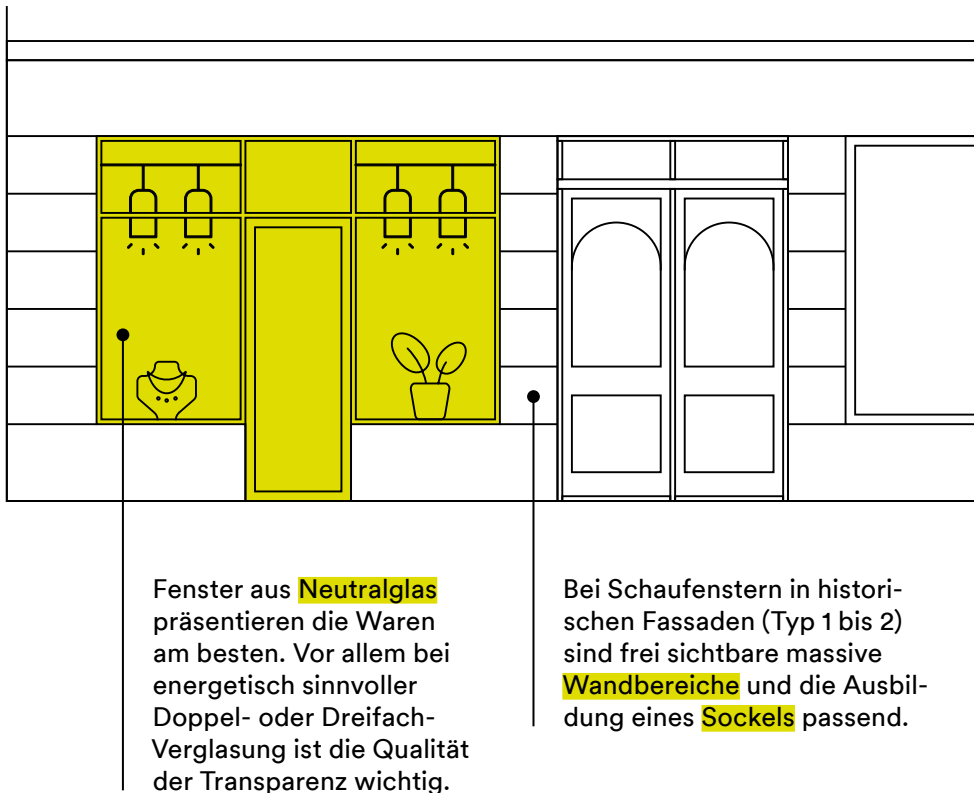
ERWÜNSCHT

In einem stimmigen Fassadenbild haben alle Fenster im EG die gleiche Material- und Farbgebung.

Neutrale, zurückhaltende, dunkle **Farbgebung** (z.B. Dunkelgrau, Anthrazit) oder mit Bezug zur Fensterfarbe der OGs (oder geringfügig dunkler) sind am besten geeignet, ein stimmiges Fassadenbild zu erzielen. Eine andere Farbgebung ist möglich, wenn für die Fassade ein **abgestimmtes Farbkonzept** existiert.

Positiv sind **natürliche Materialien**, z.B. Holz oder Metall, matt und eventuell mit Profilierung für eine plastische Wirkung.

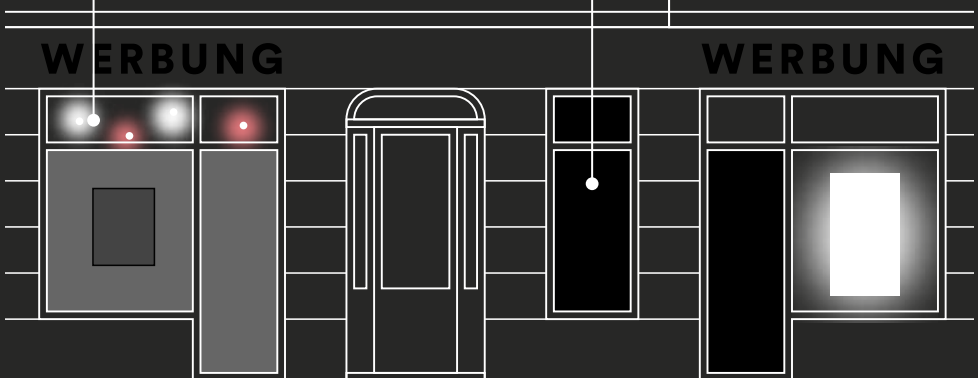
Kunststoffe sind bei historischen Bauwerken nicht passend. Bei Verwendung an jüngere Bauten (z.B. Typ 4) sollten Kunststoffe nur in matten Farben mit strukturierter Oberfläche verwendet werden.



SCHAUFENSTER

Wenn Strahler nach außen gerichtet sind, wird Blendung erzeugt und das Hineinschauen in das Schaufenster erschwert. Die an der Scheibe angebrachten Plakatinformationen sind schlecht oder gar nicht lesbar.

Durch unbeleuchtete Schaufenster entstehen dunkle Flächen an der Fassade, die wenig einladend wirken.



An einigen Stellen wird der Gehweg stark und ungezielt mitbeleuchtet. Das erzeugt Schlagschatten, Blendung und damit eine negative Atmosphäre. Durch die Kontraste auf dem Boden erscheinen angrenzende Gehwegbereiche umso dunkler.

Leuchtende Werbedisplays an der Schaufensterscheibe können eine Schaufensterausstellung ergänzen, sind aber kein Ersatz für eine gute Schaufensterbeleuchtung.

In unbeleuchteter Umgebung, vor unbeleuchtetem Hintergrund, wirken sie grell und verursachen Blendung.

Wechselnde Farben oder bewegte Bilder können ablenken, Unruhe erzeugen und die Wahrnehmung des Straßenraums durch die Passanten negativ beeinflussen.

ERWÜNSCHT

Für eine ansprechende Produktinszenierung sorgt kombinierte **Grund-** und **Akzentbeleuchtung**. Damit die Leuchten nicht blenden und in den Außenraum leuchten, sollten sie möglichst nah am Fenster positioniert sein und in Richtung **Schaufensterrückraum** strahlen.

Die **Farbtemperatur** richtet sich nach der Warenpräsentation. Kaltweißes Licht vermittelt Frische und Dynamik, warmweißes Licht strahlt Brillanz und Behaglichkeit aus.

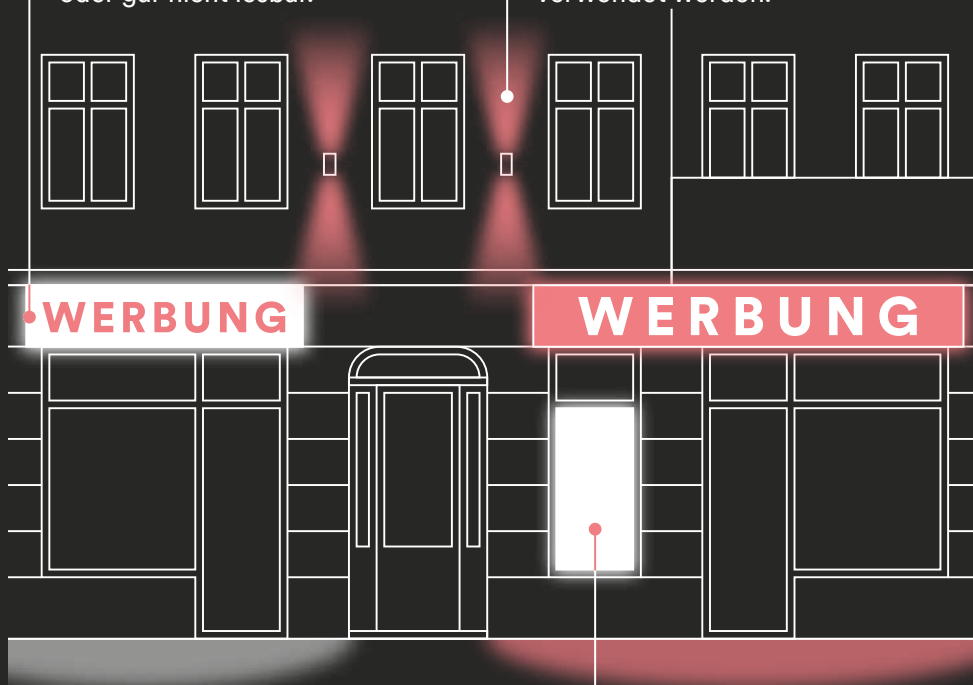


WERBUNG

Flächig leuchtende Schilder und Leuchtkästen verursachen Lichtverschmutzung. Häufig ist zudem auch die Schrift/Information aus der Ferne schlecht oder gar nicht lesbar.

Intensiv farbig leuchtende Elemente mit großer Leuchtdichte (Helligkeit) können die Umgebung stark einfärben. Das kann einer angenehmen, natürlichen Atmosphäre entgegenstehen.

Fenster oder andere Fassadenbereiche sollten nicht zur Vergroßerung der leuchtenden Werbefläche verwendet werden.



Permanent und schnell wechselnde Lichtfarben, Helligkeiten oder Informationen (Laufschrift oder Blinklicht) sind nicht zu empfehlen, weil dadurch Unruhe erzeugt und Ablenkung verursacht werden kann. Die Aufenthaltsqualität wird negativ beeinflusst.

Große, hell leuchtende Flächen können Blendung verursachen, wodurch benachbarte (dunklere) Bereiche (Hintergrund, Fassade des Bauwerks) vom menschlichen Auge nicht mehr ausreichend gut wahrgenommen werden können.

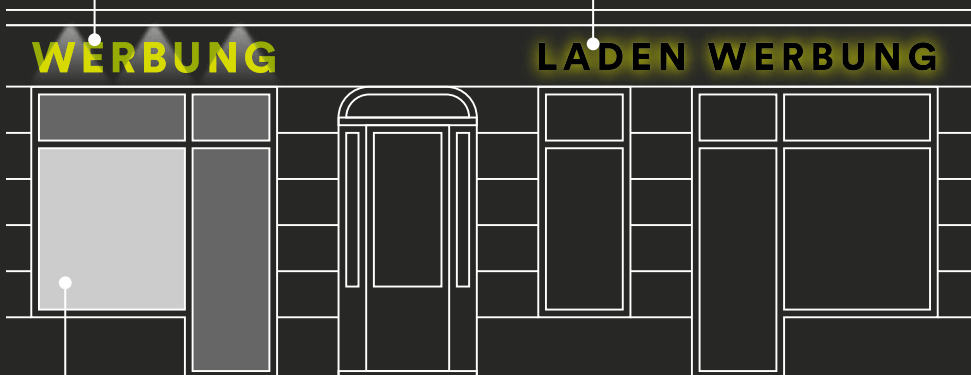
ERWÜNSCHT

Gibt es eine Verbindung zwischen den Buchstaben, z.B. durch die Schriftart, kann die Verkabelung elegant versteckt werden.



Daneben sind folgende Beleuchtungsmöglichkeiten ebenfalls geeignet: durch kleine Strahler beleuchtete Werbung, Werbung am Schaufenster-Oberlicht, selbstleuchtende Werbung.

Wird Werbung aus Einzelbuchstaben hinterleuchtet, entsteht eine attraktive, indirekte und in der Regel blendfreie Beleuchtung.



Grundsätzlich sollten alle Werbeanlagen immer dimmbär sein, damit die Helligkeit in Abstimmung mit dem Schaufenster, der Umgebungshelligkeit, der benachbarten Werbung und nach optischer Wahrnehmung angepasst werden kann (z.B. Vermeidung von Blendung, heller in der Dämmerung, dunkler in der Nacht).

Mittels Schaltung oder Steuerung kann das Licht der Werbung an das Tageslicht oder auch an die unter 3.14 beschriebenen Lichtszenarien (S. 58-59) angepasst werden.

LICHTSZENARIEN

Unkoordinierte Schaufensterbeleuchtung

kann die Atmosphäre und Aufenthaltsqualität einer Einkaufsstraße ungünstig beeinflussen und sich negativ auf die Anziehungskraft und Verweildauer auswirken.

Durch **unbeleuchtete Fenster** wird tagsüber die Sicht ins Innere behindert. Am Abend wirken dunkle Läden wenig anziehend. Durch eine stark **wechselnde Beleuchtungssituation** entsteht ein unharmonisches Straßenbild.

Eine **abgestimmte Beleuchtung** der Schaufenster kann zu einem ausgewogenen Straßenbild der Baumschulenstraße führen. Das strahlt Lebendigkeit aus und erhöht die Attraktivität als Aufenthaltsraum und als Geschäftsstraße. Deshalb sollten bei direkt aneinander angrenzenden Geschäften eines Gebäudes die Beleuchtungen abgestimmt sein.

Im Idealfall sollten sich die Gewerbetreibenden der Straße auf **gemeinsame Zeiten** verständigen, in denen alle Schaufenster in Verbindung mit der Werbebeschilderung beleuchtet sind, z.B. von 6.00 oder 7.00 Uhr morgens bis 22 Uhr (im Sommer evtl. bis 23 Uhr) am Abend.

Für die **Beleuchtungsstärke** im Schaufenster gilt: Tagsüber wird das meiste Licht benötigt. Bei Dämmerung kann die Schaufensterbeleuchtung je nach Umgebungshelligkeit reduziert werden. Bei Dunkelheit kann sie noch weiter abgedunkelt werden. In der späten Nacht ist eine Beleuchtung nicht mehr notwendig. Eine gute Beleuchtung der Schaufenster und Werbebeschilderung ist deshalb **dimmbär**.

6–8 UHR

von Dunkelheit bis Sonnenaufgang, bzw. Ladenöffnung.
60-70%

TAGSÜBER

Volle Beleuchtung Schaufenster, Werbung kann ausgeschaltet sein

16–20 UHR

ab Dämmerung bis Ladenschluss, ca. 80%

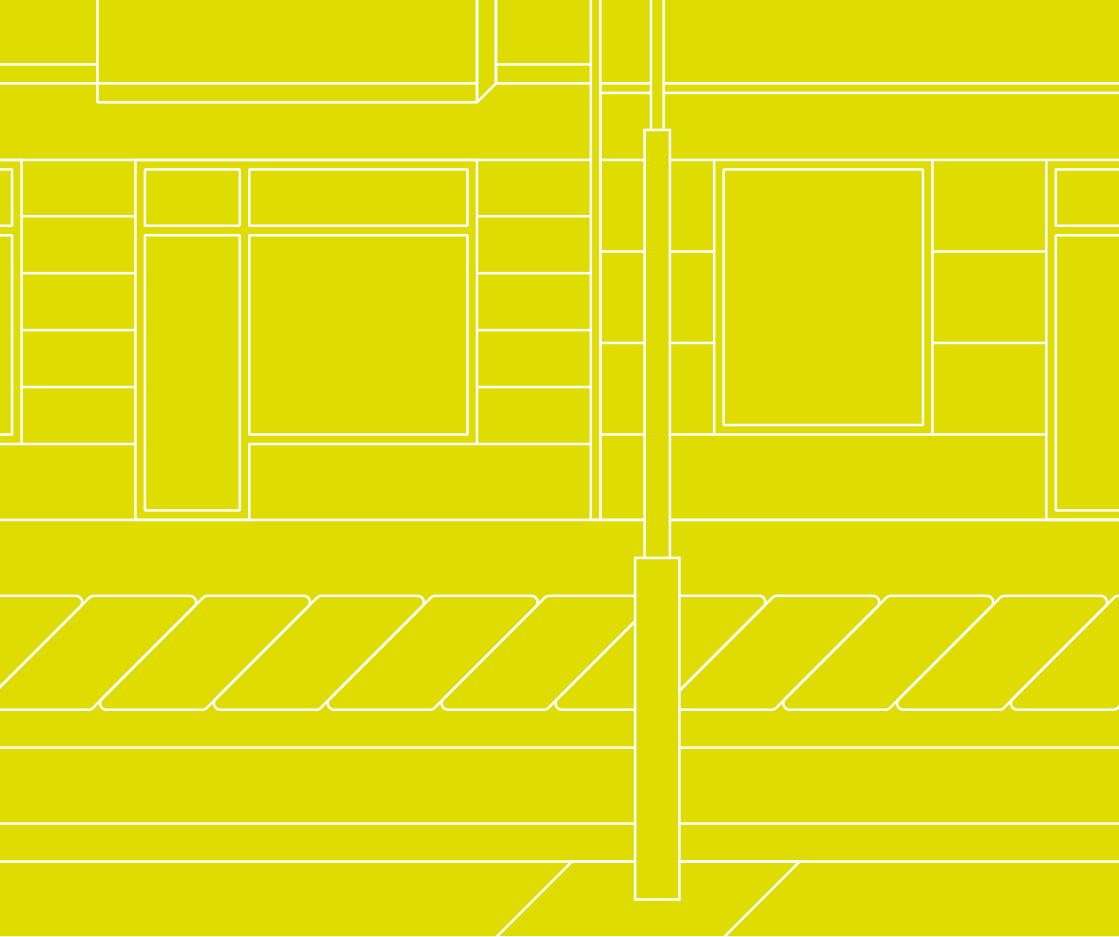
20–23 UHR

ab allgemeinen Ladenschlusszeiten und Dunkelheit, ca. 60-70%

23–05 UHR

Schaufenster ohne Licht, Werbung kann sichtbar bleiben (60-70%)





EMPFEHLUNGEN FÜR AUSSENBEREICHE

Der unmittelbar vorgelagerte Außenraum der Gebäude steht in enger Beziehung zur Fassade des Bauwerks. Die reduzierte und ansprechende Präsentation der Produkte und eine hochwertige Materialauswahl sind entscheidend für ein attraktives Gestaltungsbild der Straße.

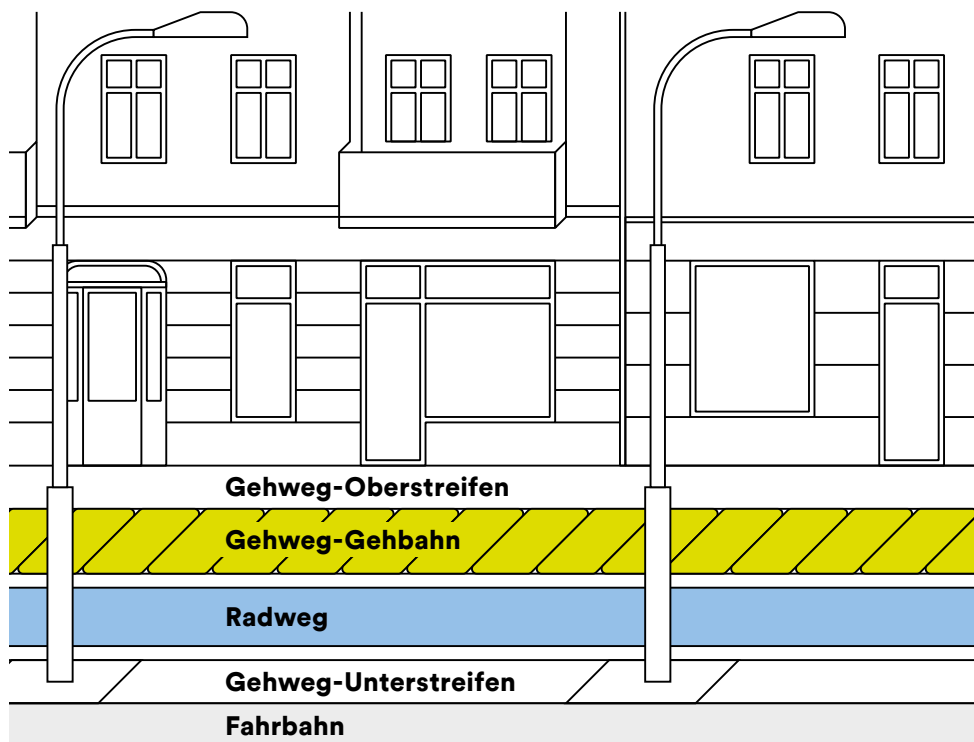
Hinweis

Grundsätzlich bedarf jede Nutzung des öffentlichen Verkehrsraums, die über den Gemein- und Anliegergebrauch hinausgeht, einer Sondernutzungserlaubnis gem. § 11 Absatz 1 BerlStrG, oder einer Ausnahmegenehmigung. Ein grundsätzlicher Anspruch darauf besteht nicht.

Die folgenden Empfehlungen beziehen sich ausschließlich auf eine ansprechende Gestaltung, sind aber keine Garantie für eine Genehmigung. Deren Erteilung erfolgt immer einzelfallbezogen sowie nach verhältnismäßiger Ermessensprüfung.

Dafür kann ein Antrag beim Straßen- und Grünflächenamt gestellt werden. Den Kontakt und einen Link zu den Antragsformularen finden Sie ab S. 64.

GEHWEGE



In den Abbildungen dieser Doppelseite ist ein typischer Gehwegaufbau in der Baumschulenstraße dargestellt und mit den Mindestmaßen gem. Ausführungsvorschriften zu § 7 des Berliner Straßengesetzes über Geh- und Radwege (AV Geh- und Radwege) vom 31.03.2023 verknüpft.

Die hier schematisch dargestellte Situation ist ein idealtypisches Beispiel für eine Neubau-Ausführung. Die Bestandssituation in der Baumschulenstraße ist nicht homogen und weicht in ihren Abmessungen häufig davon ab.

Gehweg-Oberstreifen
Sondernutzungen, Auslagen

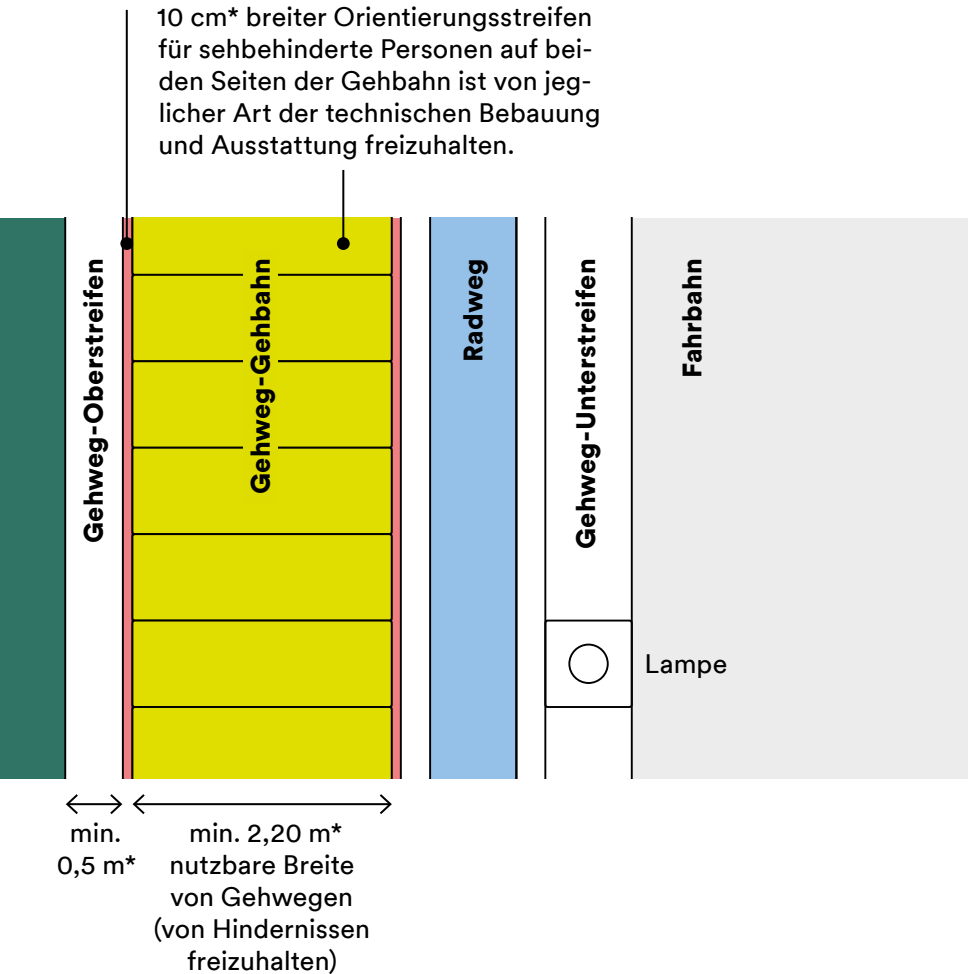
Gehweg-Gehbahn

Radweg
im Bestand stellenweise nicht vorhanden

Gehweg-Unterstreifen
Leuchten, Fahrradbügel, Baumscheibe, Parkbuchten

Fahrbahn

**GEHWEG-AUFBAU EINER TYPISCHEN BESTANDSSITUATION
IN DER BAUMSCHULENSTRASSE**



* Die angegebenen Mindestmaße sind aus dieser Verordnung übernommen, die unter folgendem Link heruntergeladen werden kann:



Der typische Gehweg in der Straße entspricht in der Regel nicht den Anforderungen für eine Neubausituation gem. der Ausführungsvorschriften zu § 7 des Berliner Straßengesetzes über Geh- und Radwege.

WARENPRÄSENTATION UND -AUSLAGEN

UNERWÜNSCHT



Eine **ungeordnete** und **überdimensionierte** Warenpräsentation (z.B. mit vielen großen Wühlcontainern) wirkt beliebig und besitzt wenig Anziehungskraft. Ein ansprechendes Straßenbild wird dadurch gestört.

Durch die **Warenpräsentation im Gehwegbereich** wird das Schaufenster verdeckt. Aber im Sinne einer guten Aufenthaltsqualität der Straße sollte vor den Schaufenstern ausreichend Platz gelassen werden (mind. 50% der Schaufensterfläche), um ungestört herantrittren und hineinschauen zu können.

Die **Gehwegbreite** und die **Zuwegung zum Geschäft** sind stark eingeschränkt. Ein Stehenbleiben und In-Ruhe-Schauen ist schlecht möglich. Warenauslagen vor den Geschäften dürfen den Fußgängerverkehr nicht behindern. Deshalb ist im Gehwegbereich stets ein Lichtraumprofil von mindestens 1,50 m Breite und 2,30 m Höhe freizuhalten.⁴

Es gibt Werbeelemente (Aufsteller, Kundenstopper, Fahnen, Luftfiguren) in **zu großer Anzahl** und Beliebigkeit. Wünschenswert ist maximal ein Werbeelement je Geschäftseinheit.

⁴ vgl. Design for all 2011, S. 36

Durch die Beschränkung der Quantität bleibt **genügend Platz** vor den Schaufenstern (mind. 50 % der Schaufensterfläche sollten freigehalten werden). Das verlockt zum Hineinschauen. Auf dem Gehweg gibt es ausreichend Platz zum **Passieren** und parallel zum **Verweilen vor dem Geschäft**.



Die **Reduzierung der Werbeelemente** auf eine überschaubare Anzahl (Empfehlung: maximal ein Werbeelement je Geschäftseinheit) erhöht deren Wahrnehmbarkeit. Die Orientierung in der Straße wird verbessert. Einzelne Geschäfte und Waren sind besser zu finden.

Eine **Produktpräsentation im Gehwegbereich** kann das Erlebnis einer Einkaufsstraße steigern. Die erweiterte Verkaufsfläche verbindet den Außenraum mit dem Inneren der Geschäfte. Sie wirkt lebendig und attraktiv, ist informativ und regt zum Kauf an.

Durch die **Reduzierung der Menge** und eine gezielte Auswahl der Produkte wird die Qualität des vorgelagerten Geschäftsraumes erhöht.

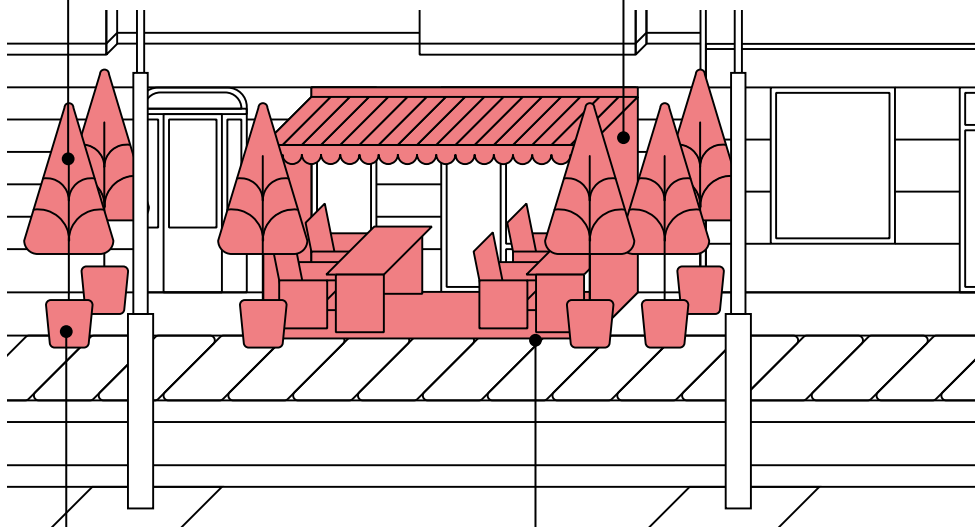
Die **gestaltete Anordnung** der Pflanzen in Abstimmung mit der Erdgeschossfassade wertet diese auf.

GASTROBEREICHE UND SCHANKVORGÄRTEN

UNERWÜNSCHT

Die Art der Pflanzen sollte zur Umgebung passen: keine **Lebensbäume**, **Koniferen**, **tropische Pflanzen**, keine Gewächsgröße, mit der die dahinter liegende Erdgeschossfassade verdeckt wird.

Schankvorgärten sollen zum Straßenraum nicht durch **geschlossene Sichtschutzwände** oder **Seitenverkleidungen** abgegrenzt werden.



Pflanzen und Mobiliar **im Gehwegbereich** müssen beweglich sein, das heißt der Gehweg muss jederzeit problemlos geräumt werden können.

Künstliche Bodenbeläge (z.B. Teppiche, Kunstrasen) oder Podeste wirken fremdartig und können auch eine Stolpergefahr darstellen.

Information

Die Möglichkeit der Fassadenbegrünung ist im Einzelfall abzustimmen. Hinweise dazu gibt es unter:

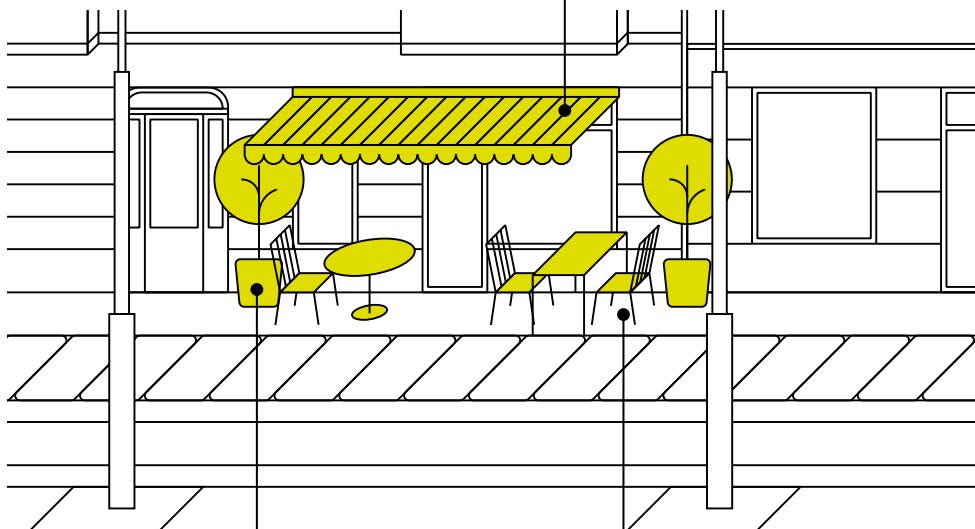
www.gebaeudegruen.info/gruen/fassadenbegrueung

Tische und Sitzmöbel sollten möglichst nicht aus Kunststoff sein und keine **geschlossenen vertikalen Flächen** (Seiten- und Rückenlehnen) besitzen.

ERWÜNSCHT

Schankvorgärten (Stühle, Tische, Sonnenschirme) sind **innerhalb des Unterstreifens** möglich, aber Dimensionierung und Gestaltung sollten im Einklang mit dem Bauwerk stehen. Bei **Freihaltung ausreichender Verkehrsflächen** kann auch ein größerer Bereich als Sondernutzungsfläche beantragt werden.

Bei Restaurants können die Markisen den **Bereich der Gastro-Nutzung** überspannen und sind nicht auf die Fensterbreite beschränkt. Dennoch sollten Wandbereiche zu anderen Gebäuden oder Nutzungsbereichen frei bleiben.



Mit **mobiler Begrünung** in passender Form (Blattpflanzen mit lockerem kleinteiligem Blattwerk), geeignet für den Nutzungszweck) kann der Schankvergarten oder ein Geschäftsbereich optisch und physisch ansprechend vom Verkehrsraum separiert werden.

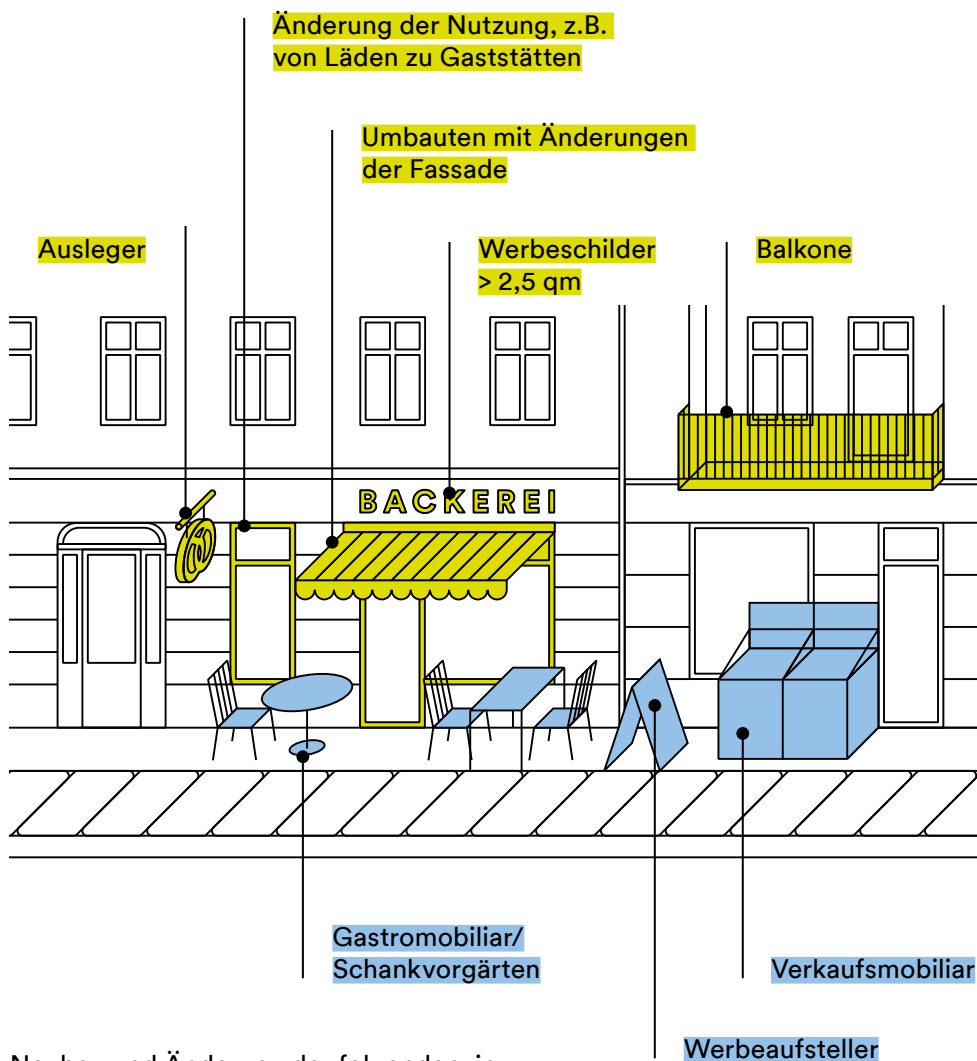
Leichte Sitzmöbel aus natürlichen Materialien, z.B. Holz und/oder Metall sind besser geeignet als Kunststoffe.

Temporäre Begrünung über das Sommerhalbjahr wertet den Straßenraum auf und kann so für zusätzliche Attraktivität sorgen.

WEITERE INFORMATIONEN UND KONTAKTE

Für die Anwendung des Gestaltungsleitfadens bei der Realisierung einzelner Maßnahmen zur Aufwertung der Geschäfte sind in folgendem Abschnitt hilfreiche Informationen zu finden, z. B. Kontakt- und Ansprechpersonen für die Beantragung von Genehmigungen sowie Zugang zu Fördermöglichkeiten.

GENEHMIGUNG



Neubau und Änderung der folgenden, in der Abbildung dargestellten Elemente ist genehmigungspflichtig und benötigen entweder eine **Baugenehmigung** oder eine **Ausnahmegenehmigung/Sondernutzungsgenehmigung**.

Die Antragstellung erfolgt über die folgenden Adressen:

BAUGENEHMIGUNG

Bezirksamt Treptow-Köpenick,
Bau- und Wohnungsaufsicht

Alt-Köpenick 21, 12555 Berlin
+49 (0)30 90297-2450
bauaufsicht@ba-tk.berlin.de

Die Einreichung des Bauantrags in
digitaler Form ist über den Antragsas-
sistenten möglich:



[https://senstadtfmts.stadt-berlin.de/
intelliform/forms/eBG/Berlin/index](https://senstadtfmts.stadt-berlin.de/intelliform/forms/eBG/Berlin/index)

SONDERNUTZUNG/ AUSNAHMEGENEHMIGUNG

Bezirksamt Treptow-Köpenick,
Straßen- und Grünflächenamt,
Straßenverkehrsbehörde (SVB)

Neue Krugallee 4, 12435 Berlin
+49 (0)30 90297-4626 und -4627
sga-svb@ba-tk.berlin.de

Das Antragsformular finden Sie unter:



[https://www.berlin.de/
ba-treptow-koepenick/_assets/
antrag-schankvorgarten_waren-
stand-01-08-18.pdf](https://www.berlin.de/ba-treptow-koepenick/_assets/antrag-schankvorgarten_warenstand-01-08-18.pdf)

BERATUNG UND FÖRDERUNG

BERATUNG

Bezirksamt Treptow-Köpenick
Alt-Köpenick 21, 12555 Berlin
Telefon: +49 (0)30 90297 2162
E-Mail: paul.stadtplanung@ba-tk.berlin.de
www.berlin.de

BERATUNG UND FÖRDERUNG

Geschäftsstraßenmanagement (GSM)
Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße
Vor-Ort-Büro
Glanzstraße 2, 12437 Berlin
(nähe S-Bhf. Baumschulenweg)

Torsten Wiemken
Gerrit Manke
Marcus Herrmann

Telefon: +49 (0)30 4990 5180
E-Mail: gsm@baume-ecke-koepenicker.de
www.baume-ecke-koepenicker.de

FÖRDERMÖGLICHKEITEN IM GEBIETSFONDS

Mit dem Gebietsfonds können kleine und große Maßnahmen, Projekte und Ideen finanziell unterstützt werden, die einen positiven Effekt auf die Geschäftsstraßen- und die Zentrenfunktionen im LZQ-Fördergebiet „Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße“ haben. Bis zu 50 % der Projektkosten können über das Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren und Quartiere“ finanziert werden.



Weiterführende Informationen und Antragsformulare unter www.baume-ecke-koepenicker.de



1. Idee



2. Antrag bei GSM stellen



3. Kriterien mit Hilfe von Gestaltungsleitfaden überprüfen



4. Juryentscheidung zur Förderung



5. Bei einem positivem Juryentscheid erfolgt eine Förderung durch den Gebietsfonds



6. Umsetzung

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

BAK	Baualtersklasse
EG	Erdgeschoss
GSM	Geschäftsstraßenmanagement
ISEK	Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept
Jhd	Jahrhundert
LZQ	Lebendige Zentren und Quartiere
OG	Obergeschoss

GLOSSAR

Ausleger	Rechtwinkliges, vom Mauerwerk abstehendes Werbeschild
Bauflucht	Horizontale, gerade Begrenzungslinie eines Gebäudes
Berliner Dach	Leicht geneigtes Pultdach mit Steilabschrägung zur Straßenseite
Bossenputz	Ungeglättete hergerichtete Oberfläche in Form eines Quadrats
Drempel/ Kniestock	Der Teil der Außenmauer eines Gebäudes, der über die Decke des obersten Geschosses bzw. den Fußboden des Dachbodens hochgeführt ist
entstuckt	Von Stuckelementen befreite Fassadenflächen, durch einfachen Wandputz ersetzt
Erker	An der Gebäudefassade vorspringender, befensterter aber geschlossener Ausbau eines Raumes, meist ohne sichtbare Stütze, ein- oder mehrgeschossig
Fensterachsen	Horizontale oder vertikale Reihe an Fenstern, welche je nach Ausrichtung Gemeinsamkeiten in Form oder Größe besitzen

Gaube	Dachaufbau für senkrecht stehende Dachfenster
gedeckte Farben	besitzen eine niedrige Sättigung/Farbintensität. Der Farbton wird z.B. häufig mit schwarz oder grau abgemischt und wirkt dadurch optisch gedämpft.
Gesims	Waagerecht aus der Mauer vortretender Streifen zur Horizontalgliederung
Laibung	Rechtwinklige Einschnittfläche einer Tür oder eines Fensters in die Mauer, im Unterschied zur schrägen Schnittfläche beim Gewände
Lochfassade	(Glatte) Fassade mit eingeschnittenen Fenstern, im Gegensatz zur Glasfassade u. ä.
Lebendige Zentren und Quartiere	Das Fördergebiet Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße ist ein förmlich festgelegtes Fördergebiet im Bund-Länder-Programm Lebendige Zentren und Quartiere (LZQ).
Querkämpfer	Verstrebung im Fensterrahmen welche die horizontale Gliederung bildet
rustifizieren/ Rustika	Mauerwerk aus grob behauenen/nachempfundenen Quadern
Soutterrain/ Tiefparterre	Teilweise oder ganz unter der Erde liegendes Geschoss eines Hauses
Schmuckgiebel/ Ziergiebel	Lediglich zur Dekoration dienender Giebel, der meist über den Dachraum hinausragt.
Stuck	Plastische Ausformung von Mörteln im Allgemeinen auf verputzten Wänden, Gewölben und Decken, Stuck ist eine Technik für die Gestaltung von Fassaden, in der Epoche des Historismus war Stuck ein günstiges Gestaltungselement der Architektur.
Traufe	Waagerechte Unterkante eines Daches, an der die Dachrinne angebracht ist.
Volant	Der auf ein Textilerzeugnis aufgenähte Besatz oder auch die Stoffbahn, die an der Außenseite der Ausfallblende einer Markise nach unten hängt.

QUELLEN

QUELLEN ABBILDUNGEN

Alle Zeichnungen von Maxim Neroda.

Alle Fotos von Ruairí O'Brien . Architekten, mit Ausnahme von:

Seite 7: Geoportal Berlin, Digitale TrueOrtho-photos 2024 (DOP20RGBI), © Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen Berlin

Seite 8: Bodo Kubrak

Seite 10 (oben): Assenmacher

Seite 10 (unten): Geschäftsstraßenmanagement Baumschulenstraße–Köpenicker Landstraße

Seiten 22, 23: Museen Treptow-Köpenick

QUELLENVERZEICHNIS

Seite 11: Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin, Stadtentwicklungsamt, Fachbereich Stadtplanung; <https://www.lebendige-baume.de/foerdergebiet/>; Zugriff 24.09.2023
Webadresse ab 2024: www.baume-ecke-koepenicker.de

Seite 12: Vgl. Planergemeinschaft für Stadt und Raum eG: Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) für das Fördergebiet Baumschulenstraße - Köpenicker Landstraße im Bezirk Treptow-Köpenick, S. 15ff; https://www.berlin.de/ba-treptow-koepenick/politik-und-verwaltung/aemter/stadtentwicklung/samt/stadtplanung/isek-lebendiges-zentrum-baumschulenstrasse-koepenicker-landstrasse_bericht.pdf

Seite 13: vgl. Wikipedia Baumschulenstraße (Berlin-Baumschulenweg); [https://de.wikipedia.org/wiki/Baumschulenstra%C3%9Fe_\(Berlin-Baumschulenweg\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Baumschulenstra%C3%9Fe_(Berlin-Baumschulenweg)); Zugriff 24.09.2023

Seite 38: Berlin, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin (HG.): Berlin – Design for all, Öffentlicher Freiraum, 2. Auflage, Berlin 2011, S. 36; https://www.berlin.de/sen/bauen/assets/baurecht-und-bauplanung/barriere-freies-bauen/handbuch-design_for_all_2011_broschure.pdf

Seite 46: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt (HG.): Stadtbild Berlin, Werbekonzept 2014, S.57; <https://www.berlin.de/sen/bauen/baukultur/regelwerke-stadtgestaltung/#werbekonzept>

Seite 56: Berlin, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin (HG.): Berlin – Design for all, Öffentlicher Freiraum, 2. Auflage, Berlin 2011, S. 36; https://www.berlin.de/sen/bauen/assets/baurecht-und-bauplanung/barriere-freies-bauen/handbuch-design_for_all_2011_broschure.pdf



www.baume-ecke-koepenicker.de

Ein Projekt des Lebendigen Zentrums Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße (LZQ). Die Erstellung des Gestaltungsleitfadens wurde mit Landes- und Bundesmitteln aus dem Städtebauförderprogramm Lebendige Zentren und Quartiere gefördert.



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen



STÄDTEBAU-
FÖRDERUNG
Lebendige Zentren und Quartiere

Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung
und Wohnen

Bezirksamt
Treptow-Köpenick

BERLIN

