



**HAFENCITY HAMBURG**

# NEWS

JUNI 2011

**HAFENCITY  
HAMBURG**



## Nachhaltige Gebäude in der HafenCity

**Der Bau „grüner“ Gebäude ist eine zentrale Säule nachhaltiger und zugleich urbaner Stadtentwicklung in der HafenCity. Im Sommer wird die Unilever-Zentrale als erstes Gebäude mit dem Umweltzeichen HafenCity in Gold ausgezeichnet**

**HAFENCITY** Noch vor wenigen Jahren wurden „grüne“, umweltschonend und ressourcenoptimiert gebaute und betriebene Gebäude als Modeerscheinung belächelt. Heute ist es für viele, besonders größere Unternehmen selbstverständlich, nachhaltig zu bauen oder zu mieten – und so Umweltschutz, Image-Gewinn und Wirtschaftlichkeit durch niedrige Betriebskosten zu verbinden. Andreas Wende, Niederlassungsleiter von Jones Lang LaSalle in Hamburg: „Nachhaltigkeit in Gebäuden ist von einem ‚Nice to have‘ auf dem Weg zu einem ‚Must‘. Sie ist zu einem wesentlichen Kriterium für immobilienwirtschaftliche Entscheidungen von Mietern, Nutzern und Investoren geworden.“

In der HafenCity bilden „grüne“ Gebäude eine zentrale Säule nachhaltiger Stadtentwick-

lung, gemeinsam mit ressourcenschonender Bodennutzung, feinkörniger Nutzungsmischung, nachhaltiger Verkehrsentwicklung und einer innovativen Wärmeversorgung. Wie groß die Nachfrage nach „grünen“ Gebäuden hier ist, zeigt der Erfolg des Umweltzeichens HafenCity. 2007 als erstes deutsches Gütesiegel für nachhaltiges Bauen eingeführt, sind bereits 295.000 qm Bruttogeschossfläche (BGF) für das Umweltzeichen in Gold für außergewöhnliche Leistungen bei der Realisierung nachhaltiger Hochbauten vorzertifiziert oder vorbereitet. Das entspricht einer Fläche von 41,3 Fußballfeldern. Die Spannweite reicht von Bürogebäuden mit öffentlicher Erdgeschossnutzung über stark gemischt genutzte Gebäude mit hohen Wohnanteilen wie dem Komplex der Katha-

rinenschule bis zur neuen HafenCity Universität. Für das Umweltzeichen in Silber, das besondere Leistungen würdigt, soll unter anderem das geplante integrative Stadthaus-hotel an der Shanghaiallee vorzertifiziert werden. Das Umweltzeichen HafenCity dient dabei nicht als Zwangskorsett; es schafft vielmehr Innovationsanreize für Eigentümer und Gebäudenutzer, die von einer Aufwertung und Qualitätsverbesserung der Immobilie profitieren.

Das vielleicht prominenteste Beispiel, die Zentrale für deutschsprachige Länder des Konsumgüterkonzerns Unilever, zeigt, welche Fülle nachhaltiger Maßnahmen möglich ist: Zunächst kommt fast ausschließlich LED-Lichttechnik zum Einsatz. Die Leuchten verbrauchen nicht nur bis zu 90 Prozent weniger

IN DIESER AUSGABE u. a.:

**Promenaden:** Neue Freiräume am Magdeburger Hafen Seite 3

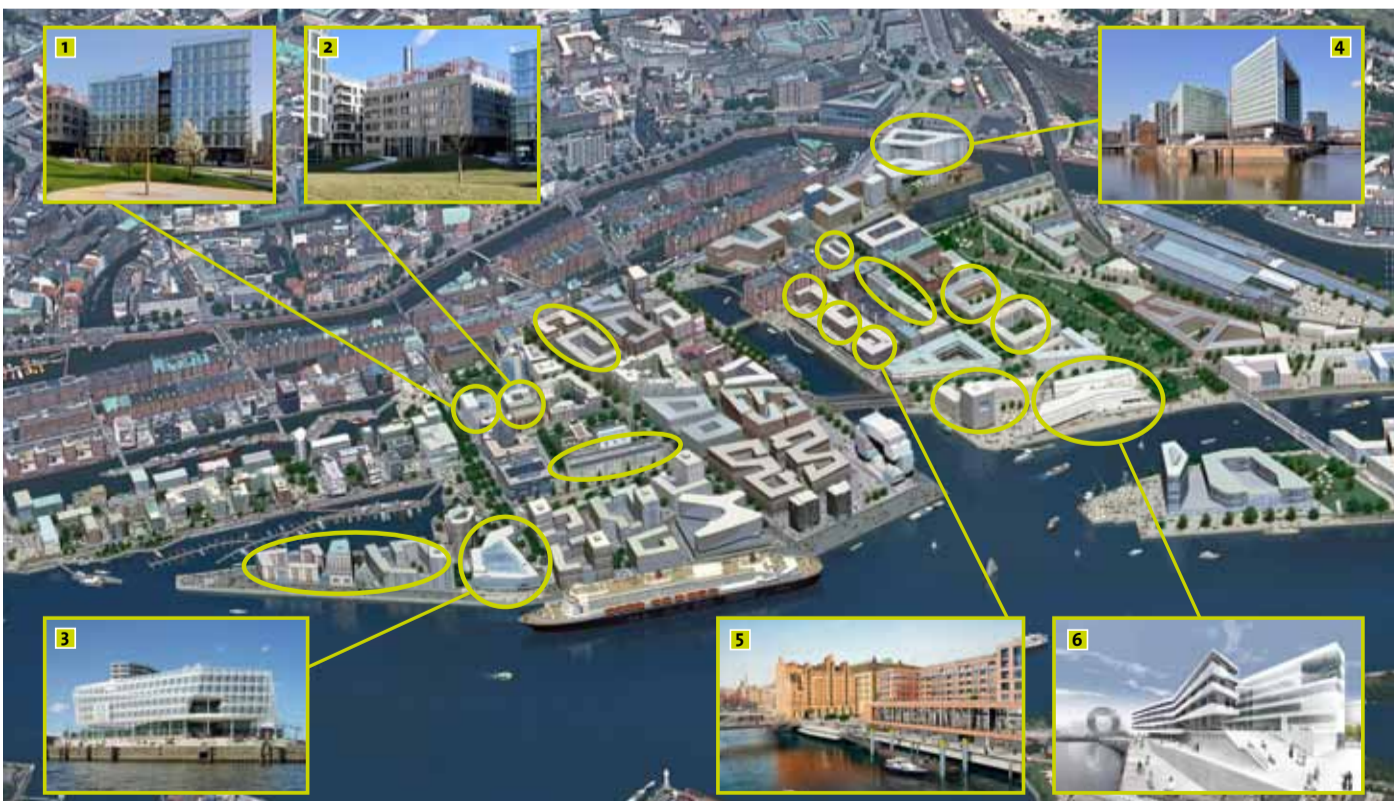
**InfoCenter:** Nachhaltigkeitspavillon Osaka 9 eröffnet Seite 3

**Wohnen:** Hochwertig, vielseitig und gut vernetzt Seite 4 – 5

**Veranstaltungen:** Sommer in der HafenCity Seite 6

Strom, sie reduzieren auch die Wärmelast des Gebäudes um 60 bis 70 Prozent und damit wiederum den Kühlbedarf. Mit einer Betonkernkühlung, die Kälte aus dem Grundwasser zieht, wird das Haus zusätzlich vor Aufheizung geschützt – während gleichzeitig im Dachbereich mit Wärmetauschern Energie zurückgewonnen wird. Besonders innovativ ist die Außengestaltung, die der exponierten Wasserlage am Strandkai Rechnung trägt. Wie eine zweite Haut umspannt eine Folie aus transparentem Ethylen-Tetrafluorethylen (ETFE) das Haus. Dadurch kann auch bei Wind der Sonnenschutz unten bleiben und ein zu starkes Aufheizen vermieden werden.

Im Juli 2009 gewann der Entwurf des Stuttgarter Büros Behnisch Architekten den BEX-Award für besonders nachhaltige Architektur. Im November 2009 folgte bei den World Architecture Awards in Barcelona die Auszeichnung als bestes Bürogebäude der Welt. Diesen Sommer nun wird die Unilever-Zentrale, in der auf 25.000 qm Bruttogeschossfläche (BGF) rund 1.200 Mitarbeiter beschäftigt sind, nach Abschluss der Prüfphase im Volllastbetrieb **Fortsetzung auf Seite 2 ▶**



295.000 qm Bruttogeschossfläche sind nach dem Gold-Standard des Umweltzeichens HafenCity vorzertifiziert oder angemeldet, darunter das Centurion Commercial Center (1), die Katharinenschule (2), die Unilever-Zentrale (3), das Spiegel-Verlagshaus (4), das Ensemble am Magdeburger Hafen (5) und die HafenCity Universität (6). Weitere Grundstücke, auf denen „grüne“ Gebäude entstehen, sind zusätzlich gekennzeichnet

**Special**

**Oberhafen –  
Perspektiven für ein künftiges  
Kreativquartier**



► **Fortsetzung von Seite 1** als erstes Gebäude in der HafenCity mit dem Umweltzeichen Hafencity in Gold ausgezeichnet.

Zwei weitere Gebäude – beide derzeit noch in der Prüfphase – werden bald folgen: die Katharinschule und das Centurion Commercial Center am Großen Grasbrook. Das gemischt genutzte Gebäude der Katharinschule (9.200 qm BGF) beschränkt seinen Primärenergiebedarf durch hervorragende Dämmung und Dreifachverglasung auf unter 100 kWh/qm für den öffentlichen und unter 40 kWh/qm für den privaten Gebäudebereich mit 30 Wohnungen. Darüber hinaus kommt Solarenergie und – wie bei fast allen „grünen“ Gebäuden – eine Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung zum Einsatz. Das Centurion (13.500 qm BGF), das ebenfalls einen Primärenergiebedarf von weniger als 100 kWh/qm vorsieht, ist ausgestattet unter anderem mit einer Betonkerntemperierung in den Decken und einer offenen zweiten Fassade als Überhitzungsschutz. Alle drei Gebäude erfüllen neben der Umweltzeichen-Pflichtkategorie „Nachhaltiger Umgang mit energetischen Ressourcen“ auch die Anforderungen in den Kategorien „Nachhaltiger Umgang mit öffentlichen Gütern“ – etwa durch Regenwasserverwendung als Brauchwasser – und „Nachhaltiger Gebäudebetrieb“.

Die Erfolgsgeschichte des Centurion zeigt, wie sich unternehmerische Vorleistung bei einer „grünen“ Immobilie in der



Innovativ und nachhaltig: die Unilever-Zentrale am Strandkai mit öffentlichem Atrium und windabweisender, transparenter Membran-Fassade

HafenCity rentiert. Bereits ohne feststehenden Nutzer entwickelten die Investoren DC Commercial und Wölbern Invest den Bau auf der Basis des Hafencity-Gold-Standards. Projektentwickler Lothar Schubert, Geschäftsführer von DC Commercial: „Es ging uns darum, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unserer Mieter etwas bieten zu können, was innovativ und gleichzeitig sinnvoll investiert ist. Das Thema „grün“ passt gut zur Zielgruppe des Hauses, es ist quasi ‚state of the art‘ in der heutigen Zeit, auf jeden Fall im hochwertigen Bürosegment.“ Die Kalkulation ist aufgegangen: Zum Zeitpunkt der Fertigstellung konnte die Immobilie für 71 Millionen Euro an die Union Investment Real Estate verkauft werden, die damit ihr Hamburg-Portfolio um ein erstes Investment in der HafenCity erweitert hat. Die Erdgeschosslagen sind inzwischen durchweg an Einzelhändler und Gastronomen vermietet.

Auch das neue Spiegel-Verlagsgebäude an der Ericusspitze, das im September bezogen wird, genügt höchsten Nachhaltigkeitsstandards. So wird – ebenso wie beim Bau der Hafencity

City Universität – Geothermie eingesetzt, ergänzt durch Photovoltaikanlagen und thermoaktive Bauteile mit Heiz- und Kühldecken. Noch einen Schritt weiter geht das geplante Gebäudeensemble am Ostufer des Magdeburger Hafens, wo die neue Greenpeace-Zentrale mit eigenen Windrädern auf dem Dach Energie erzeugen wird.

Gesteuert durch Ausschreibungen und Architekturwettbewerbe, steigt mit der wachsenden Hafencity somit auch die Zahl und die Qualität grüner Gebäude kontinuierlich an. Dies zeigt sich besonders deutlich an den Umweltzeichen-Vorgaben für künftige Grundstücksausschreibungen durch die Hafencity Hamburg GmbH: In den zentralen und östlichen Quartieren wird der Anteil der Gold-zertifizierten Gebäude bei mindestens 50 Prozent liegen, bei Wohngebäuden werden es wohl 100 Prozent sein. Auch über das Green-Capital-Jahr hinaus bleibt das Thema „grünes“ Bauen – die Kombination aus Urbanität und Nachhaltigkeit – somit ein zentraler Erfolgsfaktor für die Entwicklung der Hafencity. ■

## EDITORIAL



Das Gefühl trägt nicht: In der Hafencity macht sich verstärkte Dynamik und zusätzliche Qualität an vielen Stellen bemerkbar. Im Überseequartier sind zwei große Gebäudeblöcke mit Anschluss an die U4 in der Tiefbauphase, mit dem Baubeginn der Hafencity Universität ist der Anschluss zum Quartier Baakenhafen hergestellt, im Elbtorkwartier werden Baugemeinschaftsprojekte und die Elbarkaden am Magdeburger Hafen begonnen. Und am Lohsepark entsteht die Infrastruktur, um ab 2012 mit dem Wohnungsbau zu starten. Die Qualität der Hafencity zeigt sich in zunehmend „grünen“ Gebäuden, die ihren Leistungsnachweis erbringen müssen, um dauerhaft zertifiziert zu werden. Sie findet im Jahr der Europäischen Umwelthauptstadt 2011 aber auch ihren Ausdruck in der Eröffnung des Info-Pavillons Osaka 9, der die nachhaltige Stadtentwicklung der Hafencity erläutert – von der Weiternutzung ehemaliger Hafen- und Industrieflächen über eine bodenschonende Stadtstruktur und eine nachhaltige Mobilität bis zu „grünen“ Gebäuden, Klimaanpassungsstrategien und einer CO<sub>2</sub>-effizienten Wärmeversorgung. Dass Nachhaltigkeit sich nicht auf wenige Aspekte reduzieren lässt, sondern immer neues Lernen und Handeln von vielen Akteuren erfordert, zeigt der Pavillon anschaulich.

Während die Hafencity als urbaner und nachhaltiger Standort bereits etabliert ist, steht sie als Ort für Kreativwirtschaft noch am Anfang. Ein zentraler Stadtraum ist allerdings gefunden: das Quartier Oberhafen. Wie die Rahmenbedingungen und Potenziale für die dortige Entwicklung eines Kreativquartiers beschaffen sind, bringen wir Ihnen in einem zweiseitigen Special näher.

Eine informative und im besten Sinne nachhaltige Lektüre wünscht Ihnen

Ihr Jürgen Bruns-Berentel,  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
der Hafencity Hamburg GmbH

## INTERVIEW

# „Start in eine neue Zukunft“

2009 zog der Konsumgüterkonzern Unilever aus der City an den Strandkai. Das neue Gebäude steht für nachhaltiges Wirtschaften und eine offene Unternehmenskultur, wie Chairman Harry Brouwer betont

**Hafencity News:** Diesen Sommer erhält Ihr Gebäude die Auszeichnung mit dem Umweltzeichen Hafencity in Gold. Wie fühlen Sie sich als „grüner“ Hausherr?

**Brouwer:** Natürlich freue ich mich sehr über diese Auszeichnung. Sie ist ein weiterer Beleg für unser langjähriges Engagement in Sachen Nachhaltigkeit. Die Rolle als „grüner“ Hausherr teile ich mit unseren 1.200 Mitarbeitern und den vielen Besuchern. An dem Projekt waren sehr viele Menschen beteiligt – Mitarbeiter, Unternehmen und die Stadt.

**Hafencity News:** Bei vielen Unternehmen spielen Image-Gewinn und Marketing-Effekte die zentrale Rolle bei der Entscheidung für ein nachhaltiges Gebäude. Wie wollen Sie sich im Markt positionieren?



Harry Brouwer, Chairman Unilever Deutschland, Österreich und Schweiz

**Brouwer:** Nachhaltiges Wirtschaften ist für Unilever Grundvoraussetzung für Wachstum und Erfolg. Wir sind seit zwölf Jahren in Folge die Nr. 1 im Lebensmittelsektor des Dow Jones Sustainability Index und waren im vergangenen Jahr Preisträger des Deutschen Nachhaltigkeitspreises Top 3. Grund für diese Auszeichnungen ist ein großer Katalog an Aktivitäten. Unter anderem haben wir gemeinsam mit dem WWF vor rund 20 Jahren den Marine Stewardship Council (MSC) zur Etablierung nachhaltiger Fischerei gegründet. Und wir sind einer der Initiatoren des Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO), der Kriterien für einen nachhaltigen Palmöl-Anbau festgelegt hat. Das Gebäude und seine Architektur sind ein weiterer konsequenter Schritt unserer Unternehmensphilosophie.

**Hafencity News:** Welche Nachhaltigkeitskriterien waren bei der Wahl des Gebäudes besonders wichtig?

**Brouwer:** Das Gebäude folgt einer ganzheitlich nachhaltigen Architektur. Dies bezieht sich auf ökologische, ökonomische und soziale Faktoren. Das Unilever-Haus ist das weltweit erste Gebäude, bei dem alle Arbeitsplätze ausschließlich mit LED-Lampen beleuchtet werden – das ist nicht nur umweltfreundlich, sondern auch kostengünstig. Wir sparen mit diesem Einsatz und anderen Aktivitäten etwa 60 bis 70 Prozent Strom im Vergleich zu früher. Darüber hinaus gibt es noch weitere zentrale Elemente nachhaltiger Architektur, z. B. die Folie, die das Gebäude umgibt, die als Windschutz

für den Sonnenschutz dient. Dies ist der Grund, warum wir keine Klimaanlage haben.

**Hafencity News:** Ein Umzug steht immer auch für Aufbruch. Was verspricht sich Unilever von dem Standort Hafencity?

**Brouwer:** Der Umzug bedeutete für uns einen Start in eine neue Zukunft. Die Hafencity steht für den Fortschritt, die Internationalität und Weltoffenheit Unilevers und ist ein lebendiger, dynamischer Stadtteil, der sehr gut zu unserer ständigen Suche nach kreativen Mitarbeitern passt.

**Hafencity News:** Inwiefern wirkt sich die Offenheit des Hauses positiv auf die Unternehmenskultur aus?

**Brouwer:** Das Gebäude ist maßgeschneidert für unsere Bedürfnisse. Zunächst einmal ist es öffentlich für Gäste und Besucher. Es war uns ein großes Anliegen, einen Ort der direkten Begegnung zwischen Unilever-Mitarbeitern und Konsumenten zu schaffen. Gleichzeitig haben die Besucher die Möglichkeit, unsere Markenwelten im Dove Spa, Unilever-Shop und Langnese-Café live zu erleben. Zweitens ist das Haus auch nach innen offen. Diese Struktur sorgt für Transparenz, Ehrlichkeit und einen besonderen Kommunikationsstil. Um in interfunktionalen Teams miteinander arbeiten zu können, braucht man nicht nur schnelle Wege, sondern auch Plätze, an denen Ideen entstehen. Die Architektur des Gebäudes unterstützt uns darin, und das wirkt sich positiv auf unsere Unternehmenskultur aus. ■