

## Handel im Siedlungsbau und Business Improvement District Privatwirtschaftliches Engagement in der Stadtentwicklung

Oliver H. Leicht  
1.6.2005 AGW, Bremen

### Rolle des Handels für die Siedlungsentwicklung

- Nah(st)-Versorgung und Service-Stelle für die Nicht-Mobilen
- Gebietsmittelpunkt und informeller Treffpunkt
- Hohe Preissensitivität – geringe Flächenproduktivität
- Adressbildner des Gebiets
- „Läßt auf seine Bewohner“ schließen
- Überwiegend Läden bis 250 qm – kritische Größe
- In der Regel ohne Betriebs- und Managementkompetenz
- Hoher Leerstands- und Fluktuationsquote



Handel im Wandel: Fokussiert und organisiert

- Einkaufsverhalten hat sich verändert – zu Lasten der gering mobilen Personen
- Investitionen in Handelslagen werden fokussierter getätigt
  - Nutzungskonzept
  - Betriebs- und Bewirtschaftungskonzept
  - Management Vor-Ort
- Innenstadtlagen organisieren sich – weniger, konzentrierter
- Erreichbarkeit, Sicherheit, Service, Sauberkeit
- Externe Versorgungslagen rücken näher an die Stadt

Adressbildner für Wohnungsbau: Zukunftssicherheit

- Gestaltung der Gebäude und der öffentlichen Räume
  - Standortinvestition durch Eigentümer!!!
  - Architektonische Qualität und sichtbare Verbesserung
  - Nutzbarkeit der öffentlichen Räume, Gestaltung attraktiver Grünflächen
- Nutzer-Angebote: Konzeption vor Mietantrag
  - Konkurrenz- und Umfeldbetrachtung
  - „Onkel Ali vs. Tante Emma“
  - Mischkalkulation Handel – Gastronomie – Service
  - Neue Läden brauchen Zeit



Ziel: Angebot und Service für Ihre Kunden (zunehmend älter)

**Stadtteil-Zentren brauchen Management !**

- **Klares Betriebskonzept – gezielt umsetzen und weiterentwickeln**
  - Mit den Händlern Vor-Ort
  - Mit Qualitätskriterien (nicht High-End aber Niveau-Stabilisierend)
  - Unter Einbeziehung der öffentlichen und halböffentlichen Flächen
- **Mut zur Stärke – Ausbau des Handelsstandort**
  - mit Frequenzbildnern (ALDI/LIDL/PENNY/PLUS)
  - Mit vereinbarten langen Ladenöffnungszeiten
  - Mit regelmäßigen Veranstaltungen
- **Wer sind Ihre Kunden und Nutzer – wo wollen sie einkaufen?**
  - Mieterbefragung
  - Zukünftige Mieter-Prognose
  - Neukunden-Akquisition

Druck schafft kriminelle Energie

Leidensdruck schafft kreative Energie

Energie ist gebündelte Kraft

## Business Improvement District (BID)



USA: ab 1960er starke Ausbreitung der Malls aufgrund der spezifischen Vorteile gegenüber der (US-) Innenstadt:

- PKW Erreichbarkeit
- Sicherheit, Sauberkeit, Service (3-S)
- Einheitliche, geschlossene Organisationsform des Handels

Die Grundeigentümer waren gleichzeitig Händler im Gebäude (Owner-Operator) und damit direkt vom wirtschaftlichen Erfolg des Gebäudes abhängig!



© PLANPOOL 2004

Blick über den Atlantik: USA/Kanada

7

## Business Improvement District (BID)



Seit 1970'er: Bildung der ersten BID auf Initiative lokaler Einzelhändler zur Schaffung besserer Kundenangebote durch abbilden der Mall-Kriterien auf lokale Einheiten:

- „Centerbedingungen“ in Down-Town
- Schaffung einer privat-finanzierten, zeitlich befristeten Organisation
- Klar umgrenzter Geltungsbereich
- Business-Plan mit Monitoring

Im nordamerikanischen Bereich existieren z. Zt. über 1.200 dieser BIDs. Erste BIDs auch in Australien, Japan, Brasilien, Südafrika und Großbritannien

© PLANPOOL 2004

Blick über den Atlantik: USA/Kanada

8

Ähnliche Entwicklung auch in Europa:



Gründung BID zur Verhinderung der Abwärtsspirale

Gründung eines BID auf Initiative der Grundeigentümer und Mieter:

- Festlegung des Arbeitsprogramms
- Festlegung einer Frist ( max. 5 Jahre), mit Option auf Verlängerung
- Klares Budgets durch zweckgebundene Zwangsabgabe
- Einrichtung eines Monitorings

Ziele:

- Stärkung und Revitalisierung innenstädtischer Einzelhandelslagen z.B. durch Gestaltung öffentlicher Raum, einheitliches Marketing, 3-S, Verbesserung der verkehrliche Erreichbarkeit
- Selbstverwaltung des Gebiets

aber: Bisher keine Einbindung der Stadtplanung

- **Gründungsinitiative der Eigentümer und Mieter**
  - Diskussion über Status Quo
  - Austausch über Problemlagen
  - Identifikation der Partner (und des Gebiets)
  - Partnerschaft mit Kommune (als PPP Modell)
- **Definition des zeitlich befristeten Arbeitsprogramms (Businessplan + Controlling)**
- **Einführung einer zweckgebundenen Zwangsabgabe**
- **Aufstellen eines Projektteams (3 Personen)**
- **Konkrete Umsetzung in Projekten**

### Voraussetzungen:

#### Private (!) Initiative der Grundstückseigentümer und Mieter

- Benötigt entsprechenden „Leidensdruck“
- Transparente, offene Organisation
- Andere zu analysierende Problemlagen als USA

#### Übertragbarkeit nach Deutschland

- Eigentümer meist nicht Betreiber
- Leidensdruck erst bei den Mietern
- Privates Engagement der Eigentümer deutlich geringer
- Rechtliche Rahmenbedingungen fehlen (Schutz des Eigentums)
- Klar organisierte Zuständigkeiten im öffentlichen Raum

#### Schnittstellen zu

- Stadtplanung
- Projektentwicklung und -management
- Marketing, Kommunikation

## Business Improvement District (BID)



- **Der Hamburger Weg (Pilotprojekt: Neuer Wall)**
  - Landesgesetzliche Regelung
  - Finanzierung durch Grundeigentümer (⇒ Aufschlag auf die Einheitswerte der Grundsteuer)
  - Anforderung: mind. 15% der Eigentümer stellen Antrag auf Festsetzung; Widerspruch bedarf 30% der Eigentümer
  - Inhalte: Gebietsabgrenzung, Maßnahmenplan, Kostenplan, Finanzierungskonzept; Festlegung des Aufgabenträgers
- **Der NRW – Ansatz (14-20 Modellstädte)**
  - Auf Freiwilligkeit beruhende Regelung mit Landesförderung (als *Entwicklungsvertrag*)
  - Komplementärfinanzierung Land (60%) – Stadt (20%) – Privat (20%)
  - Inhalte: Gebietsabgrenzung, Absichtserklärung der Beteiligten, Zeit- und Maßnahmenplan

© PLANPOOL 2004

Übertragungsmöglichkeiten

13

## Business Improvement District (BID)



### Zum Beispiel Duisburg

Raumordnerische Einstufung:	Oberzentrum
Einwohnerzahl:	505.236
Beschäftigte (Soz.vers.):	157.653
Arbeitslosenquote:	13,8% (30.841 Personen)
Kaufkraftkennziffer:	93,4

### Aktuelle Großprojekte:

MultiCasa	ca. 70.000 qm VKF
Urbanum	ca. 6.000 qm VKF
Forum Duisburg	ca. 45.000 qm VKF

© PLANPOOL 2004

Ein Beispiel - Duisburg

14

## Business Improvement District (BID)

PLANPOOL  
URBAN MANAGEMENT

Zum Beispiel – Pilotprojekt NRW 18/20

### Duisburg – Sonnenwall

- Fußgängerzone mit Schwerpunkt lokaler Einzelhandel
- Bindeglied Altstadt – Kernstadt
- Kleinteilige Strukturen
- Im vorderen Bereich voll funktionsfähig
- Im hinteren Bereich zunehmende Leerstände, sinkende Miet- und Bodenpreise, Zunahme von „1-C-Shops“
- Bisher kaum private Investitionen im öffentlichen Raum
- Gefahr eines weiteren *Downgradings* im gesamten Bereich



© PLANPOOL 2004

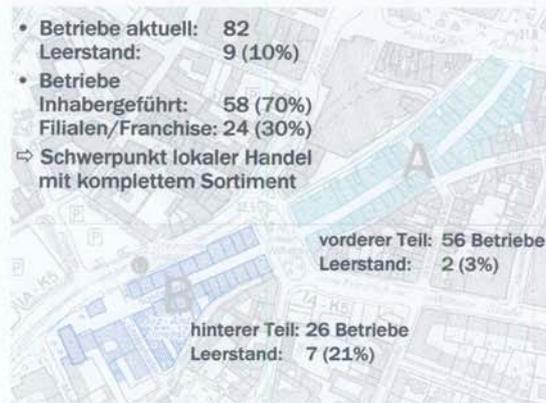
Ausgangssituation - Sonnenwall

15

## Business Improvement District (BID)

PLANPOOL  
URBAN MANAGEMENT

- Betriebe aktuell: 82  
Leerstand: 9 (10%)
- Betriebe  
Inhabergeführt: 58 (70%)  
Filialen/Franchise: 24 (30%)
- ⇄ Schwerpunkt lokaler Handel  
mit komplettem Sortiment



vorderer Teil: 56 Betriebe  
Leerstand: 2 (3%)

hinterer Teil: 26 Betriebe  
Leerstand: 7 (21%)

© PLANPOOL 2004

Ausgangssituation - Handelsstruktur

16

## Business Improvement District (BID)



- Funktionierende, innerstädtische Fußgängerzone in unmittelbarer Nähe zur Haupteinkaufstraße; gute Verkehrsanbindung (ÖPNV + MIV)
- Starker Anteil des lokalen Einzelhandels
- Wahrscheinliche Umverlagerungen des Handels in der Duisburger Innenstadt durch Großprojekte innerhalb der kommenden Jahre
- Beginnendes „Abbröckeln“ der Umsätze und Mieten; erste chronische Leerstände
- Durch Straßenverkehr zweigeteiltes Areal

© PLANPOOL 2004

Problemstellung

17

## Business Improvement District (BID)



Vorschlag Geltungsbereich Förderantrag Standortgemeinschaften

Stand: 14.07.2003



Kosten auf 2 Jahre: 65.300 € (zzgl.Nebenkosten und MwSt.)

© PLANPOOL 2004

Aktueller Planungsstand

18

© PLANPOOL 2004

Arbeitsprogramm 2004

Business Improvement District (BID)

- Erhebung der Eigentümer und Mieter
- Bestandsaufnahme (Nutzungen, Leerstände)
- Erstellung eines Projektbuchs:
- regelmäßige Aktualisierung (monatlich)
- Beteiligung Privater (Organisationsstruktur, Finanzierung)
- Ermittlung der Handlungsfelder
- Diskussion und Konkretisierung der Maßnahmen
- Öffentlichkeitsarbeit

⇒ Einarbeitung der Ergebnisse in einen begleitenden Business-Plan  
 Sonnenwall  
 ⇒ Gründung des Sonnenwall BID als e.g. Juli 2005  
 ⇒ Erste Maßnahmen Weihnachtsgeschäft 2005

© PLANPOOL 2004

Programmeziele / Orientierungssachsen

Imagebildende Maßnahmen, z. B. Kundenbefragung/-bindung, Stilschraube Angebotsprofil, Internetplattform (www.bid-duisburg.de), Presse- und Medienarbeit, Szenarienentwicklung

Angebot: Handel, Gastro, DL/Büro, Wohnen

Akzeptanz: Vermieter, Mieter

Funktionalität/Erreichbarkeit: Gestaltung, "3-S", Erreichbarkeit

Kunden

**Freiwilligkeit vs. Gesetzlicher Zwang**

Das Prinzip der Freiwilligkeit ist begrüßenswert und entspricht dem Grundgedanken des BID. Allerdings ist bei fehlender Kooperationsbereitschaft (v.a. der Grundeigentümer) auch keine Sanktionsmöglichkeit gegeben.

**Fördermittel vs. Privatfinanzierung**

Die Abhängigkeit der Organisation von Fördermitteln ist angesichts der Finanzlage öffentlicher Kassen problematisch, wenngleich sie einen Zusatzanreiz schaffen. Zu bedenken ist aber auch, dass die Verwendung von Fördermitteln mit einem erhöhten bürokratischen Aufwand und organisatorischen Restriktionen belegt ist („Förderschädlichkeit“ von Maßnahmen, Mittelverwendung, Organisationsformen etc.).

zum Weiterlesen... [www.stadtanalyse.de](http://www.stadtanalyse.de)



**.... Noch Fragen, bitte sehr ??**