



MITTEILUNGSVORLAGE

Fachamt/Verursacher

Datum

Drucksachen-Nr.: - AZ:

Amt für Wirtschaft und Liegenschaften	15.03.2007	0463/07 - I/190
---------------------------------------	------------	-----------------

Beratungsfolge

Gremium	Sitzungsdatum	TOP	Abst. Ergebnis
Magistrat	21.05.2007	7.2	
Finanz- und Wirtschaftsausschuss	29.05.2007	7	
Stadtverordnetenversammlung	05.06.2007	11	

Betreff:

**Umsetzung des Gesetzes zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren
- Erfahrungsbericht -**

Anlage/n:

ohne Anlagen

Inhalt der Mitteilung:

Die Vorlage wird zur Kenntnis genommen.

Wetzlar, den 15.05.2007

gez. Hauptvogel

Begründung:

Die Situation der Innenstädte und die Lage des Einzelhandels haben sich in den letzten Jahren stark verändert.

Kaufkraftschwund, Kaufzurückhaltung, Einkaufcenter und die wachsende Konkurrenz auf der grünen Wiese belasten die Entwicklung der Innenstädte.

Vielerorts gehen die Originalität und Vielfalt der gewachsenen europäischen Stadt, die sich durch eine Vielzahl von örtlichen Einzelhandelsunternehmen, Gaststätten und weiteren Dienstleistungen auszeichnet, verloren. Einkaufszentren werden zunehmend zur Konkurrenz.

Der Strukturwandel wird dadurch verstärkt, dass sich traditionelle Einzelhändler zurückziehen und die Filialisierung zunimmt. Die Folgen sind sichtbar. Die Individualität des Einzelhandels geht zurück, die Uniformität der Innenstädte nimmt zu. Ladenleerstände sind alltäglich, die Kundenfrequenz nimmt ab.

Wegen ihrer meist angespannten Haushaltslage sind die Kommunen nicht allein in der Lage, dieser Entwicklung entgegenzusteuern.

In vielen Städten wurde in den letzten Jahren Stadt-Marketing eingeführt, so auch in Wetzlar (mit viel Erfolg).

Aber Stadt-Marketing beruht auf Freiwilligkeit, Trittbrettfahrertum ist an der Tagesordnung. Dem kann mit der Einrichtung sogenannter Innovationsbereiche gegengesteuert werden.

In den USA sind auf gesetzlicher Grundlage seit 1970 sogenannte BID`s (Business Improvement Districts) entstanden. Diese BID`s haben die Aufgabe, räumlich begrenzte Bezirke wieder aufzuwerten. Wenn die Eigentümer einen solchen Bezirk gegründet haben, sind alle Eigentümer in diesem Bereich verpflichtet, sich finanziell zu beteiligen.

Auch in Deutschland wird dieses Thema seit einigen Jahren diskutiert.

Hessen hat hierzu das Gesetz zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren (INGE-Gesetz) erarbeitet, welches vom Hessischen Landtag am 21.12.2005 verabschiedet wurde.

Konzeption des Gesetzes

Das Gesetz stellt materielle und verfahrensrechtliche Instrumente zur Verfügung, mit deren Hilfe die Aufgabe der Stärkung und Entwicklung gewachsener urbaner Einzelhandels- und Dienstleistungszentren in Kooperation zwischen Gemeinde und Privaten erledigt werden soll.

INGE liegen folgende Anforderungen und Prinzipien zugrunde:

- **Die Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren liegt im öffentlichen Interesse.**
- **Die Quartiersverbesserung muss aus dem Quartier selbst initiiert werden.**
- **Der Aufwand für Selbstorganisation muss minimiert werden.**
- **Die Vorteile, die den Grundstückseigentümern aus den Fördermaßnahmen entstehen, rechtfertigen die Erhebung von Abgaben.**
- **Den lokalen Initiativen soll organisatorisch und inhaltlich ein weiterer Handlungsspielraum eröffnet werden.**
- **Die Durchführung der Maßnahmen wird einem Aufgabenträger übertragen.**
- **Die Geschäftsführung des Aufgabenträgers ist transparent.**
- **Minderheitsbelange werden geschützt, ohne dass Blockadepositionen ermöglicht werden.**

- Hoheitliche Befugnisse sollen dem Aufgabenträger nicht übertragen werden.
- Die Laufzeit der Maßnahmen ist zeitlich begrenzt.
- Die Einrichtung eines Innovationsbereichs führt nicht zum Rückzug der öffentlichen Hand aus ihrer Verantwortung für Infrastruktur und öffentliche Sicherheit.

Aufgaben eines Innovationsbereiches

Der Innovationsbereich ergreift oder regt Maßnahmen an, die geeignet sind, die Attraktivität eines Einzelhandels- und Dienstleistungszentrums für Kunden, Besucher und Bewohner zu erhöhen und die Rahmenbedingungen für die in diesem Bereich niedergelassenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe zu verbessern.

Hierzu gehören u. a.:

- Erarbeitung von Konzepten für die Entwicklung des Zentrums (z. B. Imagekampagnen, Planungs-, Bau- und Beleuchtungskonzepte),
- Übernahme des Leerstandsmanagements (das kann z. B. auch die Anmietung eines leer stehenden Geschäftes sein, um eine negative Außenwirkung zu vermeiden oder die Vermietung an ein attraktives Geschäft, für welches aber nur geringere Mieteinnahmen erzielt werden können)

Der Aufgabenträger

Aufgabenträger kann jede Person sein, die sich freiwillig der Aufsicht durch die Gemeinde unterwirft.

Dem Aufgabenträger kommt sowohl in der Vorbereitungs- als auch der Umsetzungsphase die zentrale Funktion zu.

Die Gemeinde

Die Gemeinde hat den Aufgabenträger bei seinem Bemühen zu unterstützen und seinen Antrag auf Einrichtung eines Innovationsbereiches zu prüfen. Sie hat auch die Aufgabe, den Aufgabenträger mit einem öffentlich-rechtlichen Vertrag zur Umsetzung des Maßnahmen- und Finanzierungskonzeptes zu verpflichten.

Nach Inkrafttreten zieht die Gemeinde die Abgabe bei den Pflichten ein und stellt die ordnungsgemäße Verwendung der Mittel sicher.

Die Eigentümer

Die Eigentümer der im Innovationsbereich gelegenen Grundstücke finanzieren die Maßnahmen.

Der Antrag des Aufgabenträgers auf Einrichtung des Innovationsbereichs setzt voraus, dass die Eigentümer von 15 vom Hundert der Anzahl der im Innovationsbereich gelegenen Grundstücke, deren vom Innovationsbereich erfasste Fläche zugleich mindestens 15 vom Hundert der Gesamtgrundstücksfläche betragen muss, zustimmen. Der Antrag ist abzulehnen, wenn die Eigentümer von mehr als 25 vom Hundert der im Innovationsbereich gelegenen Grundstücksflächen der Einrichtung des Innovationsbereiches widersprechen.

Finanzierung

Die Maßnahmen im Innovationsbereich werden Sonderabgaben finanziert, die die Gemeinde (ausschließlich) bei den Grundstückseigentümern erhebt. Durch die Abgaben wird der entstehende Gesamtaufwand einschließlich eines angemessenen Gewinns für den Aufgabenträger gedeckt.

Höhe der Abgabe

Die Höhe der Abgabe ergibt sich aus dem Aufwand der geplanten Maßnahmen in Relation zum Einheitswert der Grundstücke, darf jedoch max. 10 % des Einheitswertes nicht übersteigen.

INGE-Initiativen in Hessen

Nach Recherchen sind die folgenden Initiativen bekannt:

- **Marburg**
- **Wiesbaden-Taunusstraße**
- **Gießen**
- **Frankfurt-Höchst**
- **Frankfurt-Zeil**

- Marburg:

In Marburg wurde ein Business Improvement District (BID) auf freiwilliger Basis initiiert. Ziel des Ansatzes ist es, einen Entwicklungsprozess in Gang zu setzen, um die historische Innenstadt attraktiver zu machen.

Es wurde ein Wettbewerb durchgeführt. Als Ergebnis wurde Mar-BID Initiative Nordstadt ausgewählt.

Themenfelder sind:

- Tourismusmanagement
- mehr Sauberkeit und Grün
- Events

Der Status des Projektes ist zur Zeit offen; an der Umsetzung wird gearbeitet.

- Wiesbaden-Taunusstraße:

Wiesbaden-Taunusstraße ist ein klassisches Projekt nach dem INGE-Gesetz. Wesentliche Themenfelder sind Organisation und Durchführung von Events in der Taunusstraße. Das Projekt ist aktiv und hat bereits 2006 Events durchgeführt.

- Gießen:

Mobilisierungsphase (Dezember 2004 – April 2005)

- 1. BID-Forum mit 180 Eigentümern zur Problemsensibilisierung und BID-Information
- Akquisition „freiwilliger“ privater Projektmittel für die Anschubphase
- Akquisition von EU-Fördermitteln
- Übernahme der Projektträgerschaft durch die IHK Gießen-Friedberg
- Auswahl des Beratungsbüros Heinze & Partner

Konzeptphase (April – September 2005)

- 2. BID-Forum zur Vorstellung des Vorgehens und erster Projektideen
- erster BID-Newsletter
- pauschale flächendeckende Mitwirkungsabfrage:
47 % Rücklauf, 99 % Zustimmung
- Abfrage von Entwicklungsvorschlägen
bei Hauseigentümern und Gewerbemieten
- Strukturanalyse: Städtebau, Gewerbesatz etc.
- Grenzziehung für drei, später vier BID-Bereiche

- Konzeptentwicklung mit Zeithorizont 10 – 15 Jahre
- Workshopdiskussionen in den BID-Quartieren
- Abstimmung mit dem städtischen Masterplan Innenstadt
- Abstimmung zur Aufstellung eines innerstädtischen Sanierungsgebietes

Gründungsphase (September 2005 – Mai 2006)

- 3. BID-Forum zur Konzeptpräsentation
- weiterer Projekt-Newsletter
- Abstimmung städtebaulicher und ordnungsrechtlicher Einzelprojekte mit der Stadt Gießen: Ziel sind „On Top“-Entwicklungsvereinbarungen
- konkrete Mitwirkungsabfrage in den Quartieren auf der Basis des Programms und der geschätzten Kostenbelastung
- Gründung von BID-Vereinen mit Eigentümern und Gewerbemietern
- Verzahnung untereinander und mit der (zu gründenden) Stadtmarketing GmbH
- Ausformulierung der BID-Anträge als Businesspläne für 5 Jahre
- Auffangen der Schwächen des hessischen BID-Gesetzes

Kommunikationsdach

„Giessen entdecken“

Für die Zielgruppen entsteht nur 1 neuer Absender. Die 4 BID-Bereiche positionieren sich nach außen miteinander.

Die Reichweite der Kommunikationsmaßnahmen ist deutlich höher.

Die Innenstadt als Dachmarke präsentiert 4 unterschiedliche Bereiche.

Gemeinsame Maßnahmen

- Standortwerbung
- Fassaden, Facility Management und Mehrwertdienste
- Branchenmanagement

BID-Seltersweg

- Rund 56 Immobilien
- Hochwertige Fassaden
- Frequenzlage
- sehr hoher Filialisierungsgrad bei überdurchschnittlichen Betriebsgrößen, trendorientiertes Angebot mit Schwerpunkten in den Bereichen Bekleidung/ junge Mode, Schmuck, Schuhe, Mobiltelefonie
- Gastronomie für den „schnellen Hunger“
- Gestaltung und Inszenierung des öffentlichen Raums
- Aktionen & Events
- Werbemaßnahmen
- Service und Kundenbindungsmaßnahmen
- Verkehr

„MARKTQUARTIER

Das Besondere finden“

- Zielkäufer, orientiert auf Spezialisten
- ÖPNV-Kunden
- Ein Schwerpunkt bei den Rock'Roll- bis Flower-Power-Generationen

„KATHARINENVIERTEL

Attraktiv und lebendig“

- Ein Schwerpunkt bei Familien mit Kindern
- Event- und Gastronomiebesucher
- Einkäufer in und oberhalb der ges. Mitte
- Passanten zwischen den Polen

„THEATERPARK

Flair und Lebensstil“

- Zielkunden mit hohem Qualitätsanspruch
- Einkäufer oberhalb der gesellschaftlichen Mitte
- Ein Schwerpunkt bei Theaterbesuchern und Kulturinteressierten

Status zur Zeit offen.

An den Projekten wird gearbeitet, aber bisher keine Umsetzung außer Anschaffung einer Weihnachtsbeleuchtung.

Gründung des Stadt-Marketing verzögert sich.

- Frankfurt-Höchst:

Seit April 2006 arbeitet Planpool zusammen mit der Wirtschaftsförderung Frankfurt, der Interessengemeinschaft Handel und Handwerk und Grundeigentümern an der Neupositionierung der Höchster Innenstadt. An dem Verlust der Kreisstadtfunktion und der damit verbundenen Kreisverwaltung in den 1980er Jahren, den Umstrukturierungen und Zerschlagung der ehemaligen Höchst AG sowie aufgrund der Nähe des nahegelegenen Main-Taunus-Zentrum hat die Höchster Innenstadt mit erheblichen strukturellen Problemen zu kämpfen. Leerstände und vielfach mangelnde Investitionen in Immobilien und den öffentlichen Raum sind Zeichen eines drohenden Downgrading.

Planpool unterstützt die Gründung des Innovationsbereiches

Inhalten:

- Vorbereitende Untersuchungen städtebaulicher und immobilienwirtschaftlicher Rahmenbedingungen
- Vorgespräche mit den Akteuren
- Konzeption und Organisation des BID
- Finanzierungsmodelle, Maßnahmenkatalog & Geschäftakquise

Der Vorteil:

- Alles aus einer Hand: von der stadt-strategischen Integration
- Interdisziplinäre Betreuung: Städtebau, Immobilienwirtschaft
- Ergebnisorientiertes Arbeiten

Auftraggeber:

Interessengemeinschaft Handel und Handwerk in Höchst e. V.

Projektstatus:

Zur Zeit offen; noch keine Umsetzung

- Frankfurt-Zeil:

Seit August 2006 arbeitet Planpool zusammen mit Zeil aktiv an der Neupositionierung der wichtigsten Frankfurter Einkaufsstraße.

Zeil aktiv leistet bereits seit 1994 Beiträge zur Attraktivitätssteigerung der Zeil sowie angrenzender Straßen. Durch die Gründung eines BID's soll eine verbindliche und effiziente Organisation gegründet werden, die die Bemühungen zur Steigerung der Standortqualität verstärkt und die Zeil erfolgreich im europäischen Wettbewerb zu positionieren.

Die Aufgaben umfassen:

- Vorbereitende Untersuchungen städtebaulicher und immobilienwirtschaftlicher Rahmenbedingungen
- Vorgespräche mit Akteuren
- Konzentration und Organisation des BID
- Finanzierungsmodelle, Maßnahmenkatalog & Geschäftsakquise

Der Vorteil:

- Alles aus einer Hand: von der stadt-strategischen Integration
- Interdisziplinäre Betreuung: Städtebau, Immobilienwirtschaft
- Ergebnisorientiertes Arbeiten

Auftraggeber:

Zeil aktiv e. V.

Projektstatus zur Zeit offen; noch keine Umsetzung.

Aktivitäten in Wetzlar:

Gemeinsam mit der IHK und dem Stadt-Marketing beschäftigt sich die Stadt Wetzlar bereits seit Sommer 2005 mit dem Thema BID. Nach Verabschiedung des INGE-Gesetzes hatten die Beteiligten alle Hauseigentümer und Einzelhändler der Wetzlarer Kernstadt zu einer hochkarätig besetzten Infoveranstaltung eingeladen (16.05.2006). Diese Veranstaltung wurde von ca. 50 „Betroffenen“ besucht.

In der Diskussion kam sehr deutlich zum Ausdruck, dass seitens der Eigentümer kein BID gewünscht wird.

In Abstimmungsgesprächen nach dieser Veranstaltung haben sich Stadt, Stadt-Marketing, IHK und Haus & Grund darauf verständigt unter der Federführung der Stadt Wetzlar, einen Arbeitskreis Immobilien ins Leben zu rufen, mit dem Ziel, innerhalb des Stadt-Marketings mit den Immobilieneigentümern Konzepte und Maßnahmen zu erarbeiten und sie in das Stadt-Marketing zu integrieren.

Hierzu wurde am 04.05.2007 als Auftakt ein ganztägiger Workshop durchgeführt, an dem 70 interessierte Immobilienbesitzer und Einzelhändler teilnahmen. Unter anderem wurde beschlossen, den Arbeitskreis mit rd. 30 Mitgliedern zu starten.

Insgesamt hat die sehr erfolgreiche Arbeit des Stadt-Marketing Wetzlar in den letzten Jahren dazu geführt, dass das Image der Stadt Wetzlar als Erlebnis- und Einkaufsstadt stark verbessert wurde. Wichtig ist jedoch, dass alle Interessengruppen, die von den Veränderungsprozessen des Einzelhandels betroffen sind, in das Stadt-Marketing mit einbezogen werden.