

Die IHKs in Baden-Württemberg

OFFENSIV für den Fachhandel

WERKHAUS

Was ist ein BID, was zeichnet es aus?

Wie kommt ein BID zustande?

Was BIDs erreichen können

BIDs

– ein neues Instrument für lebendige Innenstädte in Baden-Württemberg

»BID: Weltweites Erfolgsmodell zur Aufwertung innerstädtischer Geschäftsquartiere



Alfred Krauss
Vorsitzender des
Handelsausschusses
der IHK
Ostwürttemberg

Liebe Leserin, lieber Leser,

seit Dezember 2012 wissen wir, dass die Landesregierung ein Business Improvement District (BID)-Gesetz in Baden-Württemberg realisieren möchte. Seitdem wird teilweise recht emotional und leider auch häufig nicht sehr sachlich über die Vor- und Nachteile von BIDs in der Öffentlichkeit diskutiert.

Natürlich haben sich auch die zwölf IHKs bzw. die zuständigen Gremien intensiv über dieses Instrument beraten. Nachdem wir noch vor wenigen Jahren BIDs abwartend gegenüber standen, weil wir deren Entwicklung z.B. in Hamburg verfolgen wollten, stellt sich die Sachlage heute anders dar.

Bereits in sieben Bundesländern wurden erfolgreich BID-Gesetze eingeführt. Seitdem ist der Erfahrungsschatz so groß, dass sich die Mehrheit der baden-württembergischen IHKs für die Einführung eines BID-Gesetzes ausspricht. Es müssen im Landesgesetz aber bestimmte Voraussetzungen erfüllt werden. Insbesondere darf es zu keiner Verlagerung von kommunalen Aufgaben auf Private kommen. Auch ist durch Festlegung der notwendigen gesetzlichen „Quoren“ sicherzustellen, dass eine hohe Akzeptanz für die entsprechenden Maßnahmen im BID-Bereich gegeben ist.

BIDs werden nach Einführung eines Landesgesetzes auch in Baden-Württemberg nur ein kleiner Baustein im Gesamtkomplex der Innenstadtentwicklung sein. Daher sollte sich die Landesregierung nach Auffassung der IHKs zusätzlich Gedanken machen, wie möglichst viele der über 1.100 Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg bezüglich der Entwicklung ihrer Zentren und Quartiere noch effektiver unterstützt werden können. Einen praktikablen Vorschlag haben wir auf der Rückseite dieser 10. Jubiläumsausgabe formuliert.

Ihr
Alfred Krauss
Vorsitzender des Handelsausschusses
der IHK Ostwürttemberg



Die Industrie- und Handelskammern
in Baden-Württemberg

BIDs – ein neues Instrument für lebendige Innenstädte am Beispiel der Stadt Hamburg

In vielen Städten wird aktuell über ein neues Instrument der Innenstadtentwicklung diskutiert: über Business Improvement Districts, kurz: BIDs. Wie kommt es, dass dieses Instrument auch in Deutschland immer mehr Interesse findet?

»Weil BIDs starke Bündnisse sind

Für den Fachhandel, der sich seit vielen Jahrzehnten für attraktive Innenstädte engagiert, bieten Business Improvement Districts die Chance, neue Bündnispartner zu gewinnen. Das ist heute wichtiger denn je.

Die Einzelhändler arbeiten vielerorts schon seit langem in Werbegemeinschaften oder Citymarketing-Initiativen zusammen. Sie werden dabei fast überall von den Kommunen tatkräftig unterstützt. Für beide Partner aber wird es immer schwerer, gute Arbeit zu leisten:

- Die engagierten Einzelhändler sehen sich immer häufiger den so genannten Trittbrettfahrern gegenüber. Diese Unternehmen, zu denen viele Filialisten gehören, leisten weder einen finanziellen noch einen ideellen Beitrag zum Stadtmarketing, profitieren aber ebenfalls von dem, was die engagierten Unternehmen schaffen.
- Die Kommunen wiederum müssen sparen – auch in den wirtschaftlich florierenden Regionen. Oft steht die Sanierung der Schule oder des Schwimmbades weiter oben auf der Prioritätenliste als die Neupflasterung der Fußgängerzone.

Mit dem Instrument der Business Improvement Districts wurde vieles möglich, was ohne BID kaum denkbar wäre. Das zeigen die bisherigen Erfahrungen in der Hansestadt Hamburg. So haben die Grundeigentümer in mehreren Hamburger City-Quartieren – im wohlverstandenen eigenen Interesse – ihre Straße komplett neu gestaltet. Das bekannteste Beispiel ist der neu gestaltete Neue Wall. Auch in Bremen, Elmshorn, Flensburg und Gießen haben sich die Grundeigentümer und Händler zusammengeschlossen, um sich mit einem BID im Wettbewerb mit anderen Standorten besser zu positionieren.

»Was sind BIDs?

Ein Business Improvement District ist ein räumlich klar umrissener, meist innerstädtischer Bereich, in dem die Grundeigentümer und Gewerbetreibenden zum eigenen Vorteil versuchen, die Standortqualität zu verbessern. Hierzu verständigen sie sich auf

Maßnahmen, die aus einer selbst auferlegten und zeitlich befristeten erhobenen Abgabe finanziert werden.

Die Initiative geht zumeist von privaten Akteuren aus, meistens den Grundeigentümern oder engagierten Einzelhändlern. Sie wissen meistens, „wo der Schuh drückt“. Sie organisieren einen Entscheidungsprozess, in dem es darum geht, ein Maßnahmen- und Finanzierungskonzept zu erarbeiten, das innerhalb von drei oder fünf Jahren umgesetzt werden kann.

Wenn es den Initiatoren gelungen ist, einen breiten Konsens im Quartier herzustellen, wählen sie einen Aufgabenträger aus, der während der BID-Laufzeit die zuvor vereinbarten Maßnahmen realisieren soll. Das kann ein Bau-, ein Dienstleistungsunternehmen oder auch ein Handels- und Gewerbeverein sein.

Dieser Aufgabenträger stellt, wenn alle Vorbereitungen abgeschlossen sind, bei der Kommune einen Antrag zur Gründung eines BIDs. Hierzu muss er

- das Maßnahmen- und Finanzierungskonzept,
- den genauen Zuschnitt des BID-Gebiets,
- die BID-Laufzeit (maximal fünf Jahre) und
- die exakten Kosten

vorlegen. Die Kommune informiert anschließend alle Grundeigentümer über das geplante BID. Innerhalb eines Monats haben die Eigentümer das Recht, der Einrichtung eines BID zu widersprechen. Widersprechen weniger als ein Drittel der Grundeigentümer, so die Regelung in den meisten BID-Gesetzen der Länder, kann das BID formal gegründet werden.

Ein solches demokratisches Entscheidungsverfahren ist erforderlich, weil sich nach dem Inkrafttreten des BIDs alle Grundeigentümer an der Finanzierung der BID-Maßnahmen beteiligen müssen. Welchen Beitrag jeder einzelne Eigentümer leistet, orientiert sich am Einheitswert seines Grundstücks.

»Was BIDs möglich machen

Da sich alle Grundeigentümer im BID-Quartier an der Finanzierung beteiligen müssen, verschafft dieses Instrument den privaten Akteuren einen Handlungsspielraum, der weit über die Möglichkeiten der meisten freiwilligen Stadtmarketingvereinigungen hinausgeht.

Möglich wird dies durch gesetzliche Regelungen, die so genannten BID-Gesetze, die es bisher in sieben Ländern gibt. In Hamburg gibt es seit 2005 ein BID-Gesetz. Inzwischen sind weitere Länder diesem

Beispiel gefolgt:

- Bremen,
- Hessen,
- Nordrhein-Westfalen,
- Saarland,
- Sachsen,
- Schleswig-Holstein.

Baden-Württemberg wäre somit das achte Bundesland mit einem BID-Gesetz.

»Hamburger Erfahrungen

Das erste Hamburger BID wurde 2005 im Stadtteil Bergedorf gegründet. Wenig später folgte das BID am Neuen Wall in der Innenstadt. Die beiden Projekte zeigen sehr anschaulich, was mit dem Instrumentarium der BIDs möglich ist (vgl. Kasten).

Seitdem wurden in Hamburg insgesamt 13 BIDs gegründet: von der 1a-Lage in der Innenstadt bis zum Stadtteilzentrum Tibarg in Hamburg-Niendorf, wo ein Teil der Fußgängerzone neu gestaltet wurde.

Projektbeispiel BID Neuer Wall

Am Neuen Wall, bis heute das bekannteste BID in Deutschland, wurde die Neugestaltung des öffentlichen Raums beispielhaft umgesetzt. Die Fußwege wurden verbreitert und neu gepflastert. Möglich wurde dies, weil einer der beiden Fahrstreifen aufgegeben wurde. Die Fahrbahn wurde neu asphaltiert, während die Parkstreifen und die besonders markierten Ladezonen gepflastert wurden. Die Bordsteinkanten wurden abgesenkt und die Geschwindigkeit auf 20 km/h reduziert, so dass die Fußgänger die Fahrbahn leicht queren können.

Zur Werterhaltung des neu gestalteten öffentlichen Raums übernimmt das BID die Kosten für zusätzliche Reinigungen. Tagsüber sind zudem Service-Mitarbeiter des BID im Quartier unterwegs, die den Besuchern als Ansprechpartner zur Verfügung stehen, aber auch in Ergänzung zur hoheitlichen Tätigkeit der Polizei ein Parkraummanagement betreiben. Neben den Eingängen zu den Geschäften stehen Blumenkübel, die viermal im Jahr neu bepflanzt werden. Für diese Maßnahmen haben die Grundeigentümer im BID Neuer Wall 1 (2005 bis 2010) knapp sechs Millionen Euro aufgewandt, wovon etwa die Hälfte auf die Bau-, Bauneben- und Finanzierungskosten entfällt. Im BID Neuer Wall 2 (2010 bis 2015) werden die Service- und Marketingleistungen fortgeführt. www.bid-neuerwall.de

IHK-Positionen

BIDs – ein neues Instrument für lebendige Innenstädte in Baden-Württemberg

- 1 Die Initiative zur Einrichtung eines BIDs kann nur von Privaten ausgehen.
- 2 Keine Verlagerung originärer kommunaler Aufgaben auf Private.
- 3 In das BID-Gebiet sind grundsätzlich alle Haus- und Grundstückseigentümer einzubeziehen, die ihr Grundstück/Gebäude mit Gewinnerzielungsabsatz bewirtschaften.
- 4 Bei der Antragstellung eines BIDs ist ein Positivquorum von 15 Prozent zu erzielen.
- 5 Beim Anhörungsverfahren, ob das BID zustande kommt hat sich ein Negativquorum von einem Drittel in anderen BID-Bundesländergesetzen bewährt.
- 6 Kappungsgrenzen im BID-Gesetz verhindern eine übermäßige finanzielle Belastung einzelner BID-Beteiligter.
- 7 Eine Härtefallregelung im Gesetz soll unzumutbare Belastungen einzelner BID-Betroffener vermeiden.
- 8 Zur Berechnung der BID-Abgabe sollte der Einheitswert verwendet werden.
- 9 Die kommunale Satzung für ein BID soll nach fünf Jahren außer Kraft gesetzt werden.

Bernhard Nattermann,
Federführung Handel BW-IHK-Tag

»Was mit BIDs bisher erreicht wurde

- **Gestaltung und Pflege des öffentlichen Raums.** Die sichtbarste Veränderung ist die Neugestaltung des öffentlichen Raums. Hier wurden neue Qualitäten geschaffen, die aus öffentlichen Mitteln nicht hätten finanziert werden können. Viele Grundeigentümer legen besonderen Wert darauf, dass die Straßen in ihrem Quartier auch dauerhaft gepflegt werden. Dazu gehören zusätzliche Reinigungen, die über das hinausgehen, was die Stadtreinigung leistet. **Wichtig ist in dem Zusammenhang: Ein BID kann und soll die Leistungen der Stadt ergänzen – niemals ersetzen.**
- **Quartiersmanagement.** In vielen BIDs wurde ein professionelles Quartiersmanagement geschaffen, das sehr vielfältige Aufgaben wahrnimmt: von der Funktion des „Kümmerers“ bis zur strategischen Positionierung eines Quartiers.
- **Marketing.** Die meisten BIDs betreiben ein professionelles Marketing. Das BID Sachsenator hat gemeinsam mit einem benachbarten BID, zwei Einkaufszentren, einem Geschäftshaus und dem Bezirksamt die Kunden aus der Region auf „die große Shopping-Vielfalt Bergedorf“ aufmerksam gemacht.

Alle diese Maßnahmen wurden vor der Gründung des BIDs im Maßnahmen- und Finanzierungskonzept des BIDs vereinbart und während der BID-Laufzeit, die maximal fünf Jahre dauert, umgesetzt.

»Wie BIDs zum Erfolg werden

Ein Business Improvement District basiert auf der privaten Initiative. Häufig geht sie von wenigen engagierten Eigentümern oder Einzelhändlern aus. Manchmal ist es auch nur eine Persönlichkeit, die in der Stadt gut vernetzt ist und ein hohes Ansehen genießt. Für ein BID brauchen die BID-Initiatoren einen langen Atem. Sie müssen die Eigentümer und Händler im Quartier überzeugen, eng mit der Stadtverwaltung zusammenarbeiten und sich auch mit widerstreitenden Interessen auseinandersetzen.

Vor allem aber braucht ein BID eine plausible Idee: Wie soll das Quartier weiterentwickelt und welche Maßnahmen können zielführend umgesetzt werden? Wichtig ist zudem, dass das BID eine realistische Perspektive für das Quartier aufzeigt. Hier helfen weder ein Durchwurschteln noch Wolkenkuckuckshäuser – sondern eine plausible Idee, die die Innenstadt oder das Quartier im Wettbewerb besser positioniert.

»Innovationsmotor BID

Ein wichtiger Nebeneffekt der BIDs ist, dass Grundeigentümer, Einzelhändler und die Stadt einen wesentlich engeren Austausch pflegen als zuvor. Das macht es mitunter

auch möglich, Ideen zu realisieren, die vorher kaum denkbar schienen.

Projektbeispiel „Den Schilderwald lichten“ im BID Neuer Wall

Im BID Neuer Wall wurde der „Schilderwald“ deutlich gelichtet. Heute steht an der Einfahrt in die Straße ein Schild mit den Verkehrsregelungen, auf alle anderen Schilder kann jetzt verzichtet werden. Die neuen Hinweisschilder für die Parkscheinautomaten fügen sich viel besser ins Stadtbild ein als die früheren. Zudem können die Gewerbebetreiber ihre Interessen besser gegenüber der Stadt artikulieren. So werden sie als Träger öffentlicher Belange gehört. Vor allem aber können sie viele Fragen „auf dem kleinen Dienstweg“ mit der Verwaltung klären, weil die Akteure vertrauensvoll zusammenarbeiten – denn sie verfolgen ein gemeinsames Ziel: eine lebendige Innenstadt, in der sie sich gerne aufhalten und in der sie gerne einkaufen.

»Fazit

Die Mehrzahl der BID-Initiativen hat sehr gute Erfahrungen mit diesem neuen Instrument der Innenstadtentwicklung gemacht. Es hat daher längst Schule gemacht: Ein erfolgreiches BID hat viele Nachahmer in den benachbarten Quartieren gefunden. Außerdem haben die Initiatoren fast überall dort, wo die BID-Laufzeit zu Ende ging, ein Anschluss-BID vorbereitet und erfolgreich gegründet.

Was in Bremen und Hamburg oder auch in mittelgroßen Städten wie Flensburg und Gießen möglich ist, sollte auch in baden-württembergischen Städten funktionieren. Wo also engagierte Fachhändler und Grundeigentümer die Initiative ergreifen wollen und eine realistische Perspektive entwickeln, da sollte auch die Gründung eines BID als Lösungsansatz herangezogen werden können. Deshalb sprechen sich die baden-württembergischen IHKs für die Einführung eines BID-Gesetzes aus.

Weitere Infos finden Sie unter:
www.hk24.de/bid

Heiner Schote sammelte zahlreiche praktische Erfahrungen mit BIDs, vor allem in Hamburg, dem Bundesland mit den meisten BIDs, und setzt sich auch wissenschaftlich mit dem Thema auseinander:

Schote, Heiner (2013): *Business Improvement Districts – Private Investitionen in gewachsene Einzelhandelslagen: Überblick über BIDs in Deutschland und Erfahrungen aus Hamburg.* in: Kurt, Klein, Hrsg.: *Handelsimmobilien. Theoretische Ansätze, empirische Ergebnisse.* = *Geographische Handelsforschung* 19. Mannheim, S. 249-285

Autor

Heiner Schote
Handelskammer Hamburg
E-Mail: heiner.schote@hk24.de
Tel. 040 36138-275

Kontakt

IHK Bodensee-Oberschwaben
 Federführung Handel BW-IHK-Tag
 Bernhard Nattermann
 Tel. 0751 / 409-171

IHK Hochrhein-Bodensee
 Bertram Paganini
 Tel. 07531 / 2860-130

IHK Rhein-Neckar
 Petra Emmerich
 Tel. 0621 / 1709-160

IHK Heilbronn-Franken
 Herbert Feiler
 Tel. 07131 / 9677-128

IHK Karlsruhe
 Dietmar Persch
 Tel. 0721 / 174-161

IHK Ostwürttemberg
 Alexander Paluch
 Tel. 07321 / 324-179

IHK Region Stuttgart
 Martin Eisenmann
 Tel. 07031 / 6201-8249

IHK Südlicher Oberrhein
 Thomas Kaiser
 Tel. 07821 / 2703-640

IHK Nordschwarzwald
 Hubert Spannagel
 Tel. 07231 / 201-105

IHK Ulm
 Josef Röhl
 Tel. 0731 / 173-117

IHK Reutlingen
 Karin Goldstein
 Tel. 07121 / 201-125

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg
 Gabriele Maier
 Tel. 07721 / 922-167



»Erweiterter Förderansatz in Baden-Württemberg notwendig

Bundesweit sind in den vergangenen zehn Jahren in den sieben BID-Bundesländern 30 Initiativen entstanden, davon allein 13 in Hamburg. Diese Bilanz macht einerseits deutlich, dass der BID-Ansatz auch in Baden-Württemberg ein sinnvolles und zeitgemäßes Instrument der Innenstadtentwicklung sein kann. Andererseits rechnen die IHKs auch in Baden-Württemberg eher mit geringen Fallzahlen, da ein BID nicht für alle Quartiere und Problemlagen geeignet ist. Es stellt sich also die Frage, wie die zukünftigen Herausforderungen vor denen insbesondere Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg stehen, die weniger als 20.000 Einwohner aufweisen, zu meistern sind. Laut Statistischem Landesamt fallen rund 90 Prozent aller Städte in Baden-Württemberg in diese Größenordnung. Viele dieser Städte bzw. deren Innenstädte trifft der demografische Wandel mit voller Wucht.

Ein ganzes Maßnahmenbündel ist in vielen dieser Städte notwendig, um die Zukunft meistern zu können.

Um einen Förderansatz in der Breite, d.h. für die beschriebene Zielgruppe zu erreichen, empfehlen die IHKs die aktive Nutzung der

sogenannten Projektfonds bzw. Verfügungsfonds, die im Städtebauförderungsprogramm "Aktive Stadt- und Ortsteilzentren" vorgesehen sind.

Diese Projektfonds zielen darauf ab, privates Engagement und private Finanzressourcen für die Erhaltung und Entwicklung zentraler Stadtbereiche zu aktivieren. Zugleich öffnet der Fonds die Möglichkeit, finanzielle Mittel flexibler und lokal angepasst einzusetzen.

Die Erfahrungen aus anderen Bundesländern belegen auch in diesem Falle den Erfolg dieses Förderansatzes, der in Baden-Württemberg zwar seit Jahren möglich, aber nicht umgesetzt worden ist.

In den örtlichen Projektfond fließen 50 Prozent der Mittel durch die öffentliche Städtebauförderung, die andere Hälfte muss von Privatleuten in den Fonds eingezahlt werden. Damit wird ein starker Anreiz für Eigentümer, Gewerbetreibende und/oder Handels- und Gewerbevereine in den Kommunen geschaffen, eigene Ideen und Impulse in zentralen Lagen umzusetzen bzw. zu setzen. Das Ziel der baden-württembergischen Landesregierung, die Bürgerbeteiligung zu stärken, wird mit den Verfügungsfonds umgesetzt.

Bernhard Nattermann,
 Federführung Handel BW-IHK-Tag

Offensiv für den Fachhandel feiert seine 10. Ausgabe!

Unsere bisherigen Themen

- » Was ist dran am Verlust der Mitte (1/2009)
- » Innovative Werbeformen im Fachhandel (2/2009)
- » CSR – Corporate Social Responsibility (3/2010)
- » Social Media (4/2010)
- » Neue Wege im Ladenbau – vom POS zur Marke (5/2011)
- » Gewinnung von Auszubildenden im Einzelhandel (6/2011)
- » Neue Zahlungssysteme im Einzelhandel (7/2012)
- » Erfolgreiches Stadtmarketing (8/2012)
- » Stationär vs. Internet – Best Practice Beispiele zur Stärkung des Stationären Fachhandels (9/2013)
- » BIDs – ein neues Instrument für lebendige Innenstädte in Baden-Württemberg (10/2013)



Impressum

Herausgeber
 Baden-Württembergischer
 Industrie- und Handelskammertag
 Federführung Handel
 Jägerstr. 40
 70174 Stuttgart

Gestaltung
 Tobias Schmid
 www.grafikpool.com

Redaktion
 Customer Research 42 GmbH
 - Marktforschung -
 Starkenhofen 12
 88410 Bad Wurzach
 Tel: 07564. 948 1961
 www.cr42.de

Bilder
 www.fotolia.de
 Heiner Schote

Eine Kooperation von

