

MERKBLATT

BIDs für Gewerbegebiete

1. Ausgangslage

Am 1. Dezember 2007 ist die erste Änderung des Gesetzes zur Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren (GSED) in Kraft getreten. Seitdem können Innovationsbereiche (BID) nicht nur in Einzelhandels- und Dienstleistungszentren, sondern auch in Gewerbezentren eingerichtet werden. Für die Einrichtung von BIDs in Gewerbegebieten gelten dieselben gesetzlichen Anforderungen und Vorgaben wie für Innovationsbereiche in Einzelhandels- und Dienstleistungszentren. Das Verfahren unterscheidet sich nicht von den üblichen BID-Verfahren.

2. Mögliche Handlungsfelder

Auch für Gewerbegebiete ist grundsätzlich jede Maßnahme im Sinne des § 2 GSED denkbar, solange sie allen Abgabepflichtigen gleichermaßen zu Gute kommt. In der Regel wird es sich auch um Baumaßnahmen im öffentlichen Raum, um Marketing und Lobbyarbeit für die Akteure vor Ort handeln. Im Gegensatz zu den Einzelhandels- und Dienstleistungslagen könnte bei Gewerbegebieten jedoch auch ein Maßnahmenschwerpunkt bei der gemeinsamen Inanspruchnahme von Servicedienstleistungen liegen, z.B. durch den Einsatz von Sicherheitsdiensten oder bei dem Aufbau von IT-Netzen. Als Handlungsfelder bzw. Maßnahmen kommen deshalb folgende in Frage (die Aufzählung ist nicht abschließend):

Maßnahmen, die gemeinsam von den Nutzern durchgeführt werden können:

- Entsorgung von Reststoffen
- Aktenvernichtung
- Winterdienst
- Gebäudereinigung
- Sicherheitsdienst
- Reparaturdienste
- Angebote für Mitarbeiter (Kantine, Kinderbetreuung, Nahversorgung)

- Abfertigung von LKW an zentraler Stelle
- Graffitientfernung
- IT-Netzwerke aufbauen
- Energieversorgung
- Lärm- / Emissionsschutz

Infrastruktur / bauliche Maßnahmen (in der Regel auf öffentlichen Flächen):

- Abstellplätze für LKW
- Verbesserung der ÖPNV-Anbindung
- Schaffung von Parkplätzen
- Umbau von Straßen
- Rangier- und Wendemöglichkeiten für LKW
- Optimierung der Verkehrsflächen
- Beschilderung / Übersichtstafeln der ansässigen Firmen
- Beleuchtungsmaßnahmen

Standortbezogene Maßnahmen:

- Imageverbesserungen / Marketingmaßnahmen / Schaffung einer Identität
- Lobbyarbeit
- Bestandsaufnahmen / Analysen
- Leerstands- und Brachflächenmanagement / Clusterbildung

3. Rahmenbedingungen für die Einrichtung von BIDs für Gewerbegebiete

BIDs für Gewerbegebiete unterscheiden sich von denen für Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorte, weil die Mieten deutlich niedriger sind. Ziel eines BID im Gewerbegebiet wird neben der Stabilisierung oder Steigerung des Immobilienwerts deshalb oft die Kostenminimierung sein. Letzteres betrifft aber in erster Linie den Nutzer der Grundstücke. Es sind folglich drei Fallkonstellationen zu unterscheiden:

1) Das BID betrifft die Interessenlage der Mieter:

Die Initiative für das BID wird in diesem Fall von den Mietern ausgehen. Die Maßnahmen werden sich auf die Belange der Mieter konzentrieren. Typische Beispiele dafür sind gemeinsam in Anspruch genommene Dienstleistungen, etwa Aktenvernichtung, Winterdienst oder die Entsorgung von Reststoffen. Bei diesen „Mieter-BIDs“ sind des Weiteren zwei Aspekte besonders zu beachten: Zum einen ist davon auszugehen, dass Gewerbegebiete, die mehr auf den Konsumenten / Kunden ausgerichtet sind, im Hinblick auf Erscheinungsbild und Image besonderen Ansprüchen genügen müssen. Dies gilt z.B. für Technologieparks. Zum anderen konkurrieren heute bereits viele Unternehmen um die Gunst der Mitarbeiter. In diesen Fällen stellen sich Fragen nach der guten Erreichbarkeit, der Nahversorgung und der Kinderbetreuung. Ggf. sind die Mieter sehr viel stärker an der Einrichtung eines BID interessiert als die Eigentümer der Flächen. Sie werden im Zweifelsfall dem Eigentümer die Abgabe ersetzen oder sie sich mit ihm teilen. Der Eigentümer ist dennoch an einem „Mieter-BID“ interessiert, da zufriedene Mieter weniger Fluktuation bedeuten und langfristige Mieterhöhungen besser durchsetzbar sein werden.

2) Das BID betrifft die Interessenlage der Eigentümer:

In diesem Fall wird die Initiative für das BID von den Eigentümern ausgehen, vor allem wenn Standorte in Konkurrenz zueinander stehen. Das Ziel derartiger „Eigentümer-BIDs“ wird vordergründig sein, bessere Rahmenbedingungen für die Vermietung sowohl bei der Suche nach neuen Mietern als auch bei der Bestandspflege der vorhandenen Mieter zu erreichen. Nachrangiges Ziel dieser BIDs ist - wie auch in den BIDs für Geschäftslagen - die Stabilisierung oder Steigerung der Immobilienwerte. Als Maßnahmen bieten sich einerseits Imageverbesserungen, Standortmarketing und ein professionelles Quartiersmanagement an. Andererseits dienen diesem Ziel auch alle Maßnahmen, die dem Mieter dienen (s. unter 1). Bei dieser Interessenlage hat die öffentliche Verwaltung zum Schutz der Gewerbegebiete darauf zu achten, dass mit einem BID nicht ein Nutzungswechsel zu höherwertigen Nutzungen wie Einzelhandel einhergeht.

3) Das BID betrifft Gebiete, bei denen eine hohe Identität zwischen Eigentümern und Gewerbetreibenden besteht:

Diese Fallkonstellation ist sehr förderlich für die Einrichtung eines BID in einem Gewerbegebiet. In diesem Fall ist davon auszugehen, dass sowohl mieter- als auch eigentümerbezogene Maßnahmen umgesetzt werden können.

4. Empfehlungen

In allen Fällen ist davon auszugehen, dass homogene Gewerbegebiete (bezogen auf die Mieter-Eigentümerstruktur, die Nutzung und die Grundstücksgrößen) besser für ein BID geeignet sind als heterogene Gebiete. Ein Beispiel für ein solches homogenes Gewerbegebiet ist ein Logistikstandort. Die für ein BID geeigneten Gebiete sollten auch nicht zu groß sein; ggf. sollte in Betracht gezogen werden, nur Teilbereiche zu einem BID zu machen. Ungeeignet sind BIDs für Gewerbegebiete, wenn in diesen Gebieten bereits eine Veränderung zu anderen Nutzungen, z.B. Einzelhandel, zu verzeichnen ist. In diesen Fällen sind BIDs nur dann angezeigt, wenn sie das produzierende Gewerbe gegenüber den höherwertigen Nutzungen stärken. Einen mit einem BID geförderten schleichenden Strukturwandel hin zu höherwertigen Nutzungen wird zum Schutz der Gewerbegebiete und des produzierenden Gewerbes von der Freien und Hansestadt Hamburg nicht unterstützt.

5. Ansprechpartner

Bei der Einrichtung eines BID für ein Gewerbegebiet werden die Initiatoren von folgenden Hamburger Dienststellen und Kammern unterstützt:

Handelskammer Hamburg

Jan-Oliver Siebrand

Geschäftsbereich Infrastruktur

Stadtentwicklung, Stadtverkehr, ÖPNV

Tel.: +49 40 36138 431

E-Mail: janoliver.siebrand@hk24.de

Handwerkskammer Hamburg

Niels Weidner

Leiter Betriebsberatung

Tel.: +49 40 35905 258

E-Mail: nweidner@hwk-hamburg.de

HWF Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH

Service lokal/ Betreuung Hamburger Unternehmen

Angelika Eilers

Tel.: +49 40 22 70 19 77

E-Mail: angelika.eilers@hwf-hamburg.de

Bezirksämter

Bezirksamt Hamburg-Mitte

Iris Klaperski

Tel.: 040 42854 3424

E-Mail: Iris.Klaperski@hamburg-mitte.hamburg.de

Bezirksamt Bergedorf

Marlene Sandecki

Tel.: 040 42891 4310

E-Mail: Marlene.Sandecki@bergedorf.hamburg.de

Bezirksamt Wandsbek

Cornelius Bechen

Tel.: 040 42881 3195

E-Mail: Cornelius.Bechen@wandsbek.hamburg.de

Bezirksamt Harburg

Tobias Bergmann

Tel.: 040 42871 3459

E-Mail: Tobias.Bergmann@harburg.hamburg.de

Bezirksamt Eimsbüttel

Christoph Thiele

Tel.: 040 42801 5525

E-Mail: Christoph.Thiele@eimsbuettel.hamburg.de

Bezirksamt Hamburg-Nord

Karsten Hinckeldeyn

Tel.: 040 42804 6400

E-Mail: Karsten.Hinckeldeyn@hamburg-nord.hamburg.de

Bezirksamt Altona

Andree Schattauer

Tel.: 040 42811 6147

E-Mail: Andree.Schattauer@altona.hamburg.de

Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen

BID-Team

Anna Bensow

Tel.: 040 42840 2248

E-Mail: Anna.Bensow@bsw.hamburg.de

Stand: März 2016