

Das Stadt- und Citymarketing hat sich bei der Bewältigung der vielfältigen Probleme in den deutschen Städten in den letzten Jahren als wesentliches Instrument zur Bündelung der öffentlichen und privaten Kräfte herauskristallisiert. Stadt- und Citymarketing begreift die „Aufgabe Stadt“ als kooperativen Prozess einer Vielzahl von Akteuren.

Allerdings beteiligt sich ein nahezu immer gleicher Kreis von Aktiven; andere wichtige Partner, wie etwa Grundstückseigentümer und Immobilienbesitzer, aber auch Gastronomen und Hoteliers, bleiben zumeist außen vor. Zudem gibt es eine Reihe von Nutznießern, die sich weder ideell noch finanziell an den Aktivitäten beteiligen.

Um diese Missstände zu beseitigen und die beschriebenen Probleme in den Städten zu bewältigen, wird in Deutschland vermehrt über die Einrichtung von Immobilien- und Standortgemeinschaften diskutiert. Als Vorbild dienen "Business Improvement Districts" (BID's). Das Kürzel BID steht in Übersee seit 30 Jahren für ein erprobtes Modell zur Zusammenführung der am Standort tätigen Akteure. Es geht insbesondere darum, Immobilien- und Grundeigentümer in die Entwicklung der Stadtzentren einzubinden. Diese Gruppen profitierten deutlich von funktionierenden Städten bzw. Innenstädten, daher sollen auch sie ihren Beitrag leisten.

Die Gründung eines BID geschieht auf Eigeninitiative von Geschäftsleuten sowie Immobilien- und Grundeigentümern. Es ist eine selbst initiierte Vereinigung, die eine gemeinsame Abgabe zur Instandhaltung, Entwicklung und Förderung ihres Geschäftsquartiers leisten will. BID's können grundsätzlich unterschiedlich strukturiert sein. Ihre Ziele können auf der Ebene einer neuen Form von umfassender Stadterneuerung liegen, aber auch einfach auf die Bewirtschaftung eines zentralen Platzes ausgerichtet sein. Aus Marketingsicht ist ihr vorrangiges Ziel, einen Wirtschaftsbereich zu gründen, der attraktiv für weitere Firmen ist, damit diese sich dort niederlassen oder ihren Standort im BID vergrößern. Ein anderer Faktor ist die Zufriedenheit der Kunden, die durch zusätzliche Leistungen der BID-Gemeinschaft angesprochen und an den Standort gebunden werden.

Die Initiatoren setzen sich zusammen, grenzen in einem BID-Plan die räumliche Ausdehnung ihres Geschäftsquartiers ab, bestimmen allgemeine Ziele und konkrete Maßnahmen zur Revitalisierung des Quartiers und legen die Höhe eines von allen in einem Quartier zu entrichtenden Geldbeitrages fest. Das heißt, dass auch diejenigen einen Geldbeitrag leisten müssen, die sich nicht an einem in ihrem Geschäftsbereich initiierten BID's beteiligen wollen. Die Bedingungen, wann ein BID gegründet wird, sind in den Ländern unterschiedlich geregelt. Mittlerweile gehen viele Initiativen für BID's auch von staatlichen oder halbstaatlichen Institutionen aus. Diese schaffen zunächst die Voraussetzungen (Überzeugungsarbeit und Organisationsgrundlagen), um Eigentümer mit konzeptionellen Ideen ansprechen zu können.

Experten sind sich einig, dass grundsätzlich auch in Deutschland BID's eingerichtet werden können, wenn ein entsprechendes Landesgesetz, das in den jeweiligen Bundesländern durchaus voneinander abweichen kann, geschaffen wird. Es bestehen grundsätzlich keine verfassungsrechtlichen Aspekte dagegen. Die Beiträge ließen sich als zweckgebundene Sonderabgaben mit der Grundsteuer durch die Kommunen eintreiben. Da die Beiträge von den Grundeigentümern und Gewerbetreibenden selbst festgelegt und verwaltet werden, werden sie nicht als zusätzliche Steuern empfunden. Die Interessenverbände begrüßen grundsätzlich jede Initiative, die darauf abzielt, Immobilien- und Grundstückseigentümer verstärkt in Prozesse zur Attraktivitätssteigerung der Städte einzubinden. Sollen die vielfältigen Probleme in den Städten nachhaltig gelöst werden, müssen diese Gruppen mehr Verantwortung erhalten.

Die Erfahrung zeigt, dass die Standortentwicklung nicht allein durch die Kommune und den Einzelhandel vorangetrieben werden kann, sondern im wesentlichen auf das Engagement der Immobilieneigentümer angewiesen ist.

Sinnvoll und ggf. auch auf Deutschland übertragbar könnte folgendes von der Bundesvereinigung für City- und Stadtmarketing e.V. vorgeschlagenes Verfahren sein: Wenn 10% der Grundeigentümer und ggf. Gewerbetreibenden in einem Quartier die Gründung eines BID's unterstützen, wird der Antrag zur Einrichtung eines BID's der Kommune zur formalen und inhaltlichen Prüfung zugeleitet. Nach der kommunalen Prüfung wird der BID-Plan, der eine festgesetzte Laufzeit hat, im Rahmen einer öffentlichen Anhörung allen Betroffenen erörtert. Lehnen mehr als 30% der Grundeigentümer die Initiative ab, wird das Verfahren eingestellt. Ansonsten wird der BID-Plan dem Stadtrat zur Beschlussfassung vorgelegt. Aufbauend auf den BID-Plan wird eine kommunale Satzung verfasst, die den räumlichen und inhaltlichen Geltungsbereich, die Höhe und die Dauer der Sonderabgabe formal festlegt. Auf dieser gesetzlichen Grundlage werden die Gelder bei den BID-Verpflichteten eingezogen und der BID-Trägerorganisation zur Verwendung zugeleitet. Jede BID-Einnahme fließt direkt in das eigene Quartier zurück und geht nicht in den allgemeinen Topf der Stadtverwaltungen ein. Nach Ablauf der vereinbarten Dauer des BID's, es sollten nicht mehr als zunächst fünf Jahre sein, ist auf Basis eines neuerlichen BID-Plans und eines erneuten positiven Votums eine Fortsetzung möglich. Bei den BID's handelt es sich also um auf Freiwilligkeit und Eigeninitiative gegründete Zusammenschlüsse verschiedener „Akteure“, vornehmlich Private, welche die Möglichkeit erhalten, ihre Tätigkeit innerhalb eines räumlich eng umgrenzten Umfelds über hoheitlich eingezogene Zwangsmittel zu finanzieren.

BID's können dazu als eine in Deutschland neue Form eines Public Privat Partnership- Modells (PPP) genutzt werden. Grundvoraussetzung aller neuen Formen des PPP ist jedoch die Einsicht und die Bereitschaft der Immobilien- und Grundstückseigentümer, sich aktiv am Standort zu engagieren. Es wird daher die permanente Aufgabe aller Akteure sein, bei den Immobilien- und Grundstückseigentümern Überzeugungsarbeit für eine gemeinsame Stadtentwicklungspolitik zu leisten, unabhängig davon, ob im Rahmen eines BID's oder einer anderen Standortgemeinschaft.

Fazit:

BID's können eine Möglichkeit sein, die Geschäftsstraßenentwicklung insbesondere in 1a und 1b Lagen nachhaltig positiv und in Eigeninitiative der Anlieger zu beeinflussen. Ob daher der Weg einer derartiger „Selbst- und Zwangsverpflichtungskollektivierung“ erfolgreich sein wird, muss sich in Zukunft zeigen. BID's müssen so erfolgreich werden, dass sich eine Mitgliedschaft quasi von selbst ergibt. Andere zielführende Lösungsmöglichkeiten müssen aber ebenso ausgelotet werden. Die Leistungen eines BID's sollen die grundsätzlichen kommunalen Versorgungsaufgaben nicht ersetzen, sondern zielführend ergänzen. Die Kommunen dürfen nicht von ihren Pflichten zur Grunddaseinsvorsorge, wie z.B. Bekämpfung von Kriminalität, Gewährleistung von Sicherheit und Sauberkeit, Bereitstellung einer intakten Infrastruktur, entbunden werden.

Vor dem Hintergrund gesamtstädtischer Probleme müssen andere Stadtbereiche außerhalb der organisierten und finanziell gut ausgestatteten BID's sorgfältig beobachtet werden. BID's dürfen nicht dazu führen, dass die ohnehin schon vorhandene Kluft zwischen „guten“ und „schlechten“ Stadtbereichen noch erweitert wird.

Der vorstehende Text wurde auszugsweise einer Stellungnahme des Deutschen Verbandes für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. und dem Handelsverband BAG entnommen.