



Plus
Die Standortinitiative

Zukunft gemeinsam gestalten!

Status Standortgemeinschaft Viertel Plus

03. September 2008

Unsere Ausgangslage

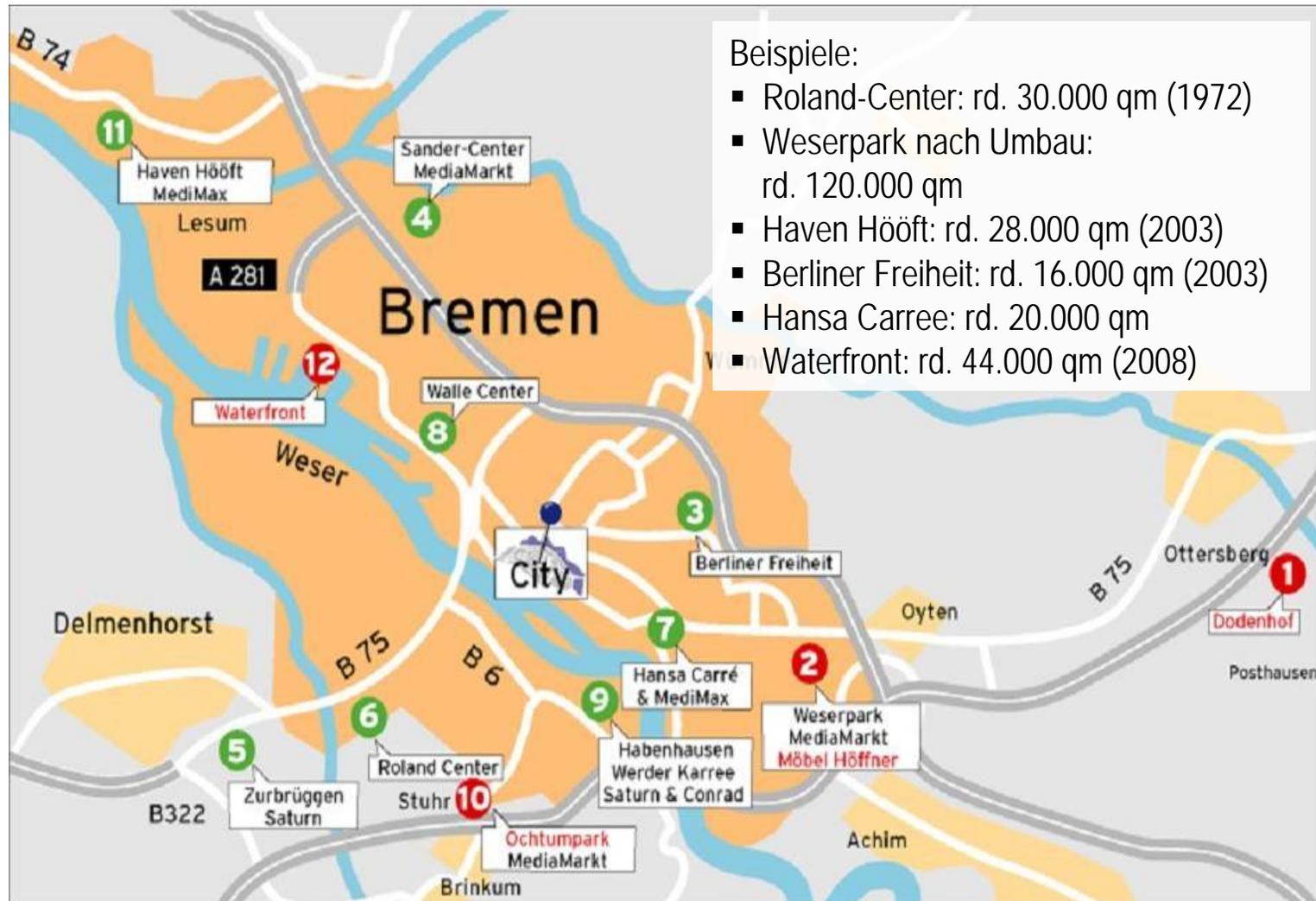
Wir haben im Viertel in den letzten Jahren gemeinsam vieles erreicht, um das uns andere Stadtteile beneiden:

- >> über weite Strecken ein attraktiver Angebotsmix
- >> wir sind profiliert und stadtweit im Gespräch
- >> unsere Kunden und Gäste kommen aus nah und fern

... aber all das ist keine Selbstverständlichkeit



Problem Nr. 1: Es gibt immer mehr Wettbewerb



Problem Nr. 2: Wir haben zu wenig Schlagkraft

insbesondere das Steintor spürt den Wettbewerbsdruck

>> **Negativentwicklungen müssen rechtzeitig eingedämmt werden**

die Großbaustelle fordert die Anlieger stark

>> **das Viertel braucht Schwung, um nach der Bauphase positiv durchzustarten**

die öffentliche Unterstützung für das Viertel fällt ab 2009 weg

>> **liebgewordene Aktionen und gewohnte Werbemaßnahmen nicht mehr finanzierbar**

Warum müssen wir etwas tun?



Warum müssen wir etwas tun?

Wir können diese Entwicklungen ignorieren. **Wir haben aber jetzt noch genügend Potenzial, die Zukunft des Viertels langfristig abzusichern.**

Es könnte jemand auf die Idee kommen, die Stadt müsse uns weiterhin bezuschussen. **Nur wer selber Geld in die Hand nimmt, kann unter den neuen Bedingungen noch mit Unterstützung rechnen bzw. mit Partnern kooperieren.**

Alleine wird der Handel nur wenige Impulse setzen können. **Zusammen haben wir aber die Möglichkeit, echte Perspektiven zu entwickeln.**





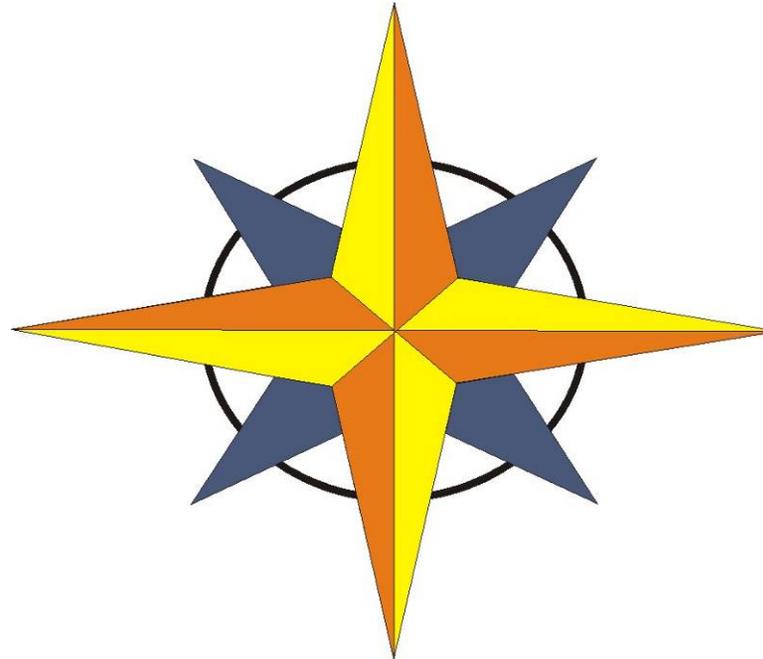
Was sind die Ziele der Initiative?

Was wollen wir erreichen?

Zukunftssicherung für das Viertel!

Stärken der **Wirtschaftskraft**
und **Konkurrenzfähigkeit**

Steigern der
Standortattraktivität
für Anlieger



Sichern und Steigern
der **Immobilienwerte**

Sichern der
Aufenthalts- und Erlebnisqualität

Was wollen wir erreichen?

Zukunftssicherung für das Viertel!

das heißt konkret

- >> mehr Kundschaft
- >> mehr Kaufkraft
- >> längere Verweilzeiten im Viertel





Wie funktioniert ein BID?

Erfolgsmodell Shopping-Center

Verbindlichen und zuverlässigen Kooperationen gehört die Zukunft. Shopping-Center machen vor, wie es geht.

Gestaltung: Atmosphäre gezielt erzeugen

Branchenmix: Angebotsoptimierung mit Weitblick

Bequemlichkeit: Ausgezeichnet erreichbar sein, kurze Wege

Adresswirkung: Geschl. Darstellung über Deko + Öffnungszeiten

Inszenierung: Laufend Events mit Erlebniswert

Werbung: Gemeinsam wahrnehmbar und gezielte Imageentwicklung

Professionalität der Arbeit: Management-Methoden im Einsatz

Business Improvement Districts (BID)

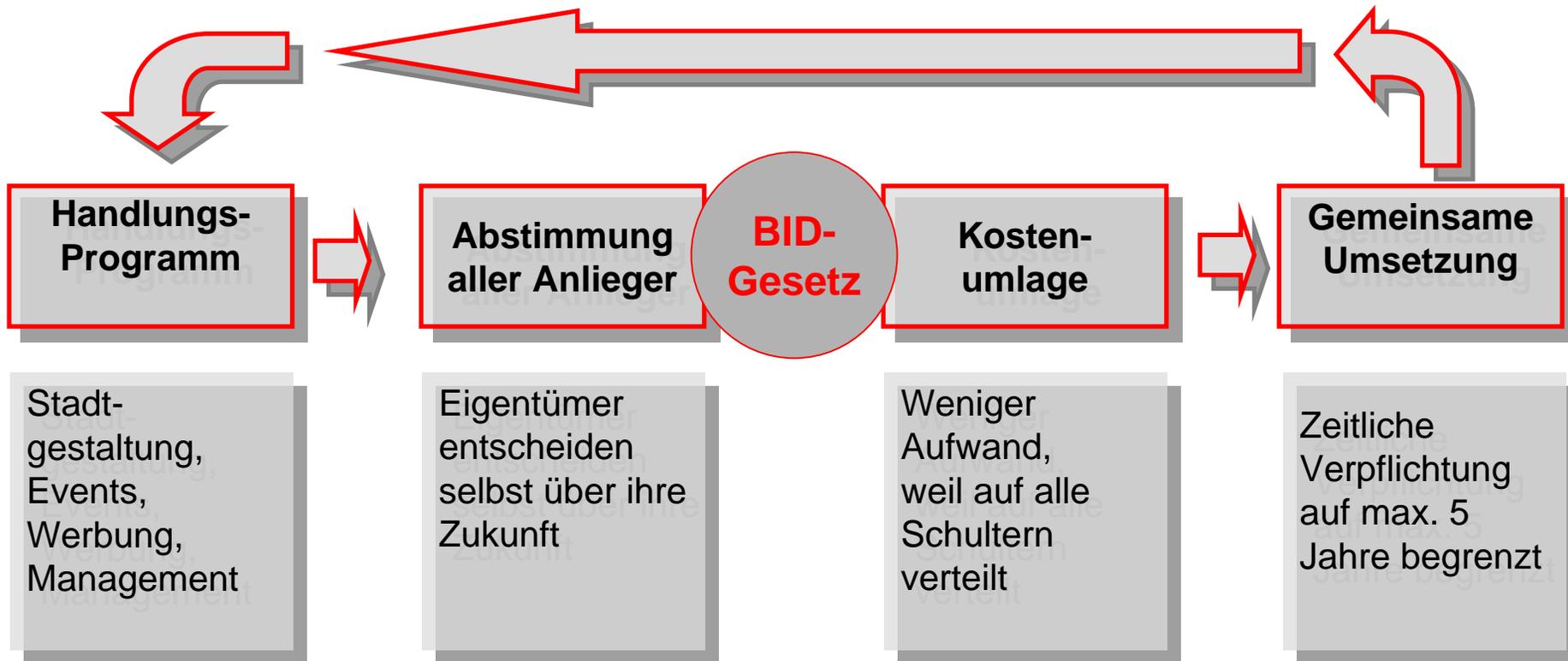
Das Viertel kann und soll natürlich kein Shopping-Center werden. Dafür ist es viel zu individuell. Aber es kann auf intelligente Weise das Erfolgsrezept der Center übernehmen.

Der Erfolg beruht auf der **Verbindlichkeit** der Zusammenarbeit. Die Kosten werden **fair auf alle Schultern verteilt**.

Genau so funktionieren BIDs. Das älteste jetzt schon seit 38 Jahren.



Das BID-Prinzip





Die BID-Praxis zeigt: Die Idee funktioniert!

HH Bergedorf: 85 Grundstücke – Zustimmung 95%

HH Neuer Wall: 54 Grundstücke – Zustimmung 93%

HH Wandsbek: 67 Grundstücke – Zustimmung 90%

Flensburg: 156 Grundstücke – Zustimmung 87%

Elmshorn: 117 Grundstücke – Zustimmung 85%

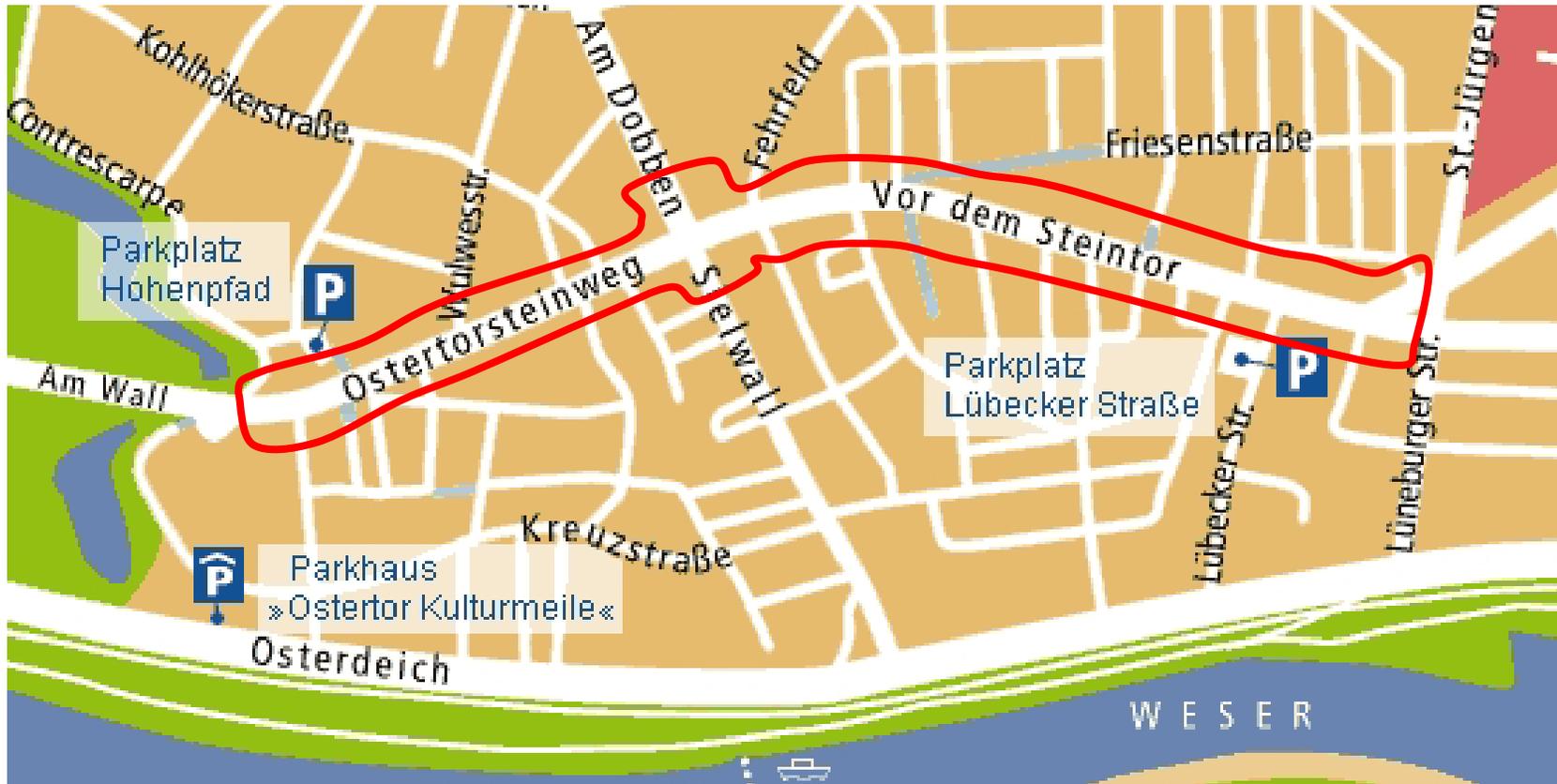
4 x Gießen: insg. 206 Grundstücke – Zustimmung 92-100%

Viertel Bremen: 288 Grundstücke – Zustimmung 85 %

Unser bisheriger Weg zum BID



BID-Abgrenzung für das Viertel





Welches Maßnahmenprogramm ist geplant?

Handlungsfelder des BID im Viertel





Viertelgestaltung

Viertel-Gestaltung

Es gibt keinen zweiten ersten Eindruck: das Erscheinungsbild verbessern!

- >> Eingänge des Viertels kennzeichnen
- >> Helligkeit des Straßenraums verbessern
- >> Das Viertel in Szene setzen
- >> Sauberkeit, Ordnung und Sicherheit verbessern





Angebot im Viertel



Angebot im Viertel

Das Handels- und Gastronomieangebot stärken und verbessern!

- >> Standortdaten bereitstellen und Ansiedlungslösungen entwickeln
- >> Standortwerbung betreiben und Ansiedlungen unterstützen
- >> Leerstände optisch verbessern



Viertel-Events und Aktionen



Viertel-Events und Aktionen

Besuchersfrequenz schaffen, Viertel-Potenziale herausstellen!

- >> Samba- und Maskenkarneval
- >> Themen-Markt
- >> Viertel-Fest
- >> Offene Kunsthandwerkerateliers
- >> Weihnachtsaktionen



Viertel-Werbung

Viertel-Werbung

Das Viertel und sein Angebot präsentieren!

- >> Printwerbung
- >> Elektronische Werbung
- >> Binnenmarketing – Einbeziehung
Eigentümer und Anlieger





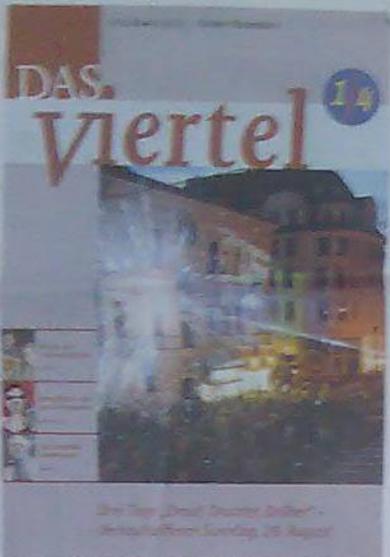
Viertel-Services für Eigentümer und Anlieger

Viertel-Services für Eigentümer und Anlieger

Für BID-Beteiligte finanzielle Vorteile schaffen!

z.B.:

- >> Graffiti-Entfernung
- >> Winterdienst
- >> Werbekonditionen



Viertel-Management

Die Viertel-Projekte professionell umsetzen!

- >> treuhänderische Finanzverwaltung
- >> Interessenvertretung für das Viertel
- >> Betrieb der Geschäftsstelle



75.25,23 €
2.56,25 €
2.568,99 €
4.544.254,21 €
89.256,01 €
998,54 €
87.554,23 €
89.78 €

Welche Investitionskosten entstehen?

Welcher Bereich soll zum BID werden?

Finanzierung – Budget mit Augenmaß

Einheitswertsumme als Ausgangspunkt:

rd. 15.000.000 €

Gesetzlich mögliches BID-Budget / Jahr:

Überprüfen! rd. 300.000 €

Vorgeschlagenes BID-Budget / Jahr:

rd. 225.000 €

Finanzierung – die Kostenpositionen

>> Viertel-Gestaltung	86.100 €
>> Angebot im Viertel	18.000 €
>> Viertel-Events und Aktionen	61.500 €
>> Viertel-Werbung	32.600 €
>> Viertel-Services	4.600 €
>> Viertel-Management	17.000 €
>> Sonstige Kosten	4.400 €
	<hr/>
	224.200 €

Jahresansätze inkl. 19% MwSt.

BID-Investitionsbeiträge in die Zukunft des Viertels

Hebesatz:

1,5% des jeweiligen Einheitswerts / Jahr

(bei einer Laufzeit von 5 Jahren)

d.h.

Durchschnittlicher EHW: 50.000 €

(62,50 €/Monat)

Max. EHW (Kappungsgrenze): 150.000 €

(187,50 € /Monat)

Wie ist der BID organisiert?

Organisation des BID im Viertel

Das BID-Gesetz sieht einen privaten Aufgabenträger vor, der die Organisation der Programmumsetzung übernimmt.

Aufgabenträger soll die neu ausgerichtete „Interessengemeinschaft Das Viertel“ (IGV) werden

Wesentliche Änderungen der IGV-Satzung:

- Grundeigentümer können Mitglied werden
- Lenkungsausschuss zur Steuerung der Standortgemeinschaft wird eingerichtet
 - 6 Mitglieder, paritätisch besetzt
 - externer Sachverstand kann (ohne Stimmrecht) dazugewählt werden



Gemeinsam können wir viel erreichen!

Zum Vergleich: Shopping Center in Deutschland

- >> Durchschnittlicher Werbeetat: 280.000 €
(90. – 970.000 €)
- >> davon Ausgaben für Weihnachtsdeko: 47.600 €
(17% vom Gesamtetat)

Zum Vergleich: Shopping Center in Deutschland

Etatbeispiel Shopping Center (beruht auf konkreten Zahlen):

Größe : ~ 12.500 m² VK Fläche

Etatposten: (netto)

- Saisondeko (Weihnachten, Ostern)	35.000 €
- Werbung (Anzeigen, Internet)	50.000 €
- Events	110.000 €
- Management (Intern + Agentur)	80.000 €

Gesamtetat	275.000 €
------------	-----------

Werbekosten pro m ² /Monat	1,85 €
---------------------------------------	--------

zum Vergleich BID Viertel:

Größe : ~ 30.000 m²

Gesamtetat: (netto)	190.000 €
---------------------	-----------

Werbekosten pro m ² /Monat	0,53 €
---------------------------------------	--------



Zum Vergleich: BID-Budgets

HH Neuer Wall: 1.200.000 € / Jahr (bei 54 Grundstücken)

HH Wandsbek: 800.000 € / Jahr (67)

Flensburg: 800.000 € / Jahr (156)

4 x Gießen: insg. 410.000 € / Jahr (206)

Das Viertel: 225.000 € / Jahr (ca. 250)

Elmshorn: 65.000 € / Jahr (117)

HH Bergedorf: 50.000 € / Jahr (85) → 120.000 € / Jahr

Beträge gerundet