

BID-Begleitforschung –

Vorwort des Aufgabenträgers des Innovationsbereichs „Ostertorsteinweg/ Vor dem Steintor“, Interessengemeinschaft „Das Viertel“ e.V.

Ziele von BIDs sind die Stärkung, Attraktivierung und Belebung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren, etwa durch bauliche Aufwertungen und/ oder Maßnahmen zur verbesserten Kundenansprache. In Bremen wurde die gesetzliche Grundlage für die Einrichtung von BIDs (in Bremen als Innovationsbereich bezeichnet) in 2006 mit dem Bremischen Gesetz für die Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren geschaffen. In 2009 haben mit dem Innovationsbereich „Ostertorsteinweg/ Vor dem Steintor“ (im folgenden „BID Viertel“) und dem Innovationsbereich „Ansgari“ (im folgenden BID Ansgari) zwei BIDs im Viertel bzw. auf dem Ansgarikirchhof Rechtskraft erlangt.

Im BID Viertel hat sich die Standortgemeinschaft für den Straßenzug Ostertorsteinweg/ Vor dem Steintor vier konkrete Ziele gesetzt:

1. Die Stärkung der Wirtschaftskraft und Konkurrenzfähigkeit,
2. die Sicherung und Steigerung der Immobilienwerte,
3. die Sicherung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität und
4. die Steigerung der Standortattraktivität für Anlieger.

Die Umsetzung eines BIDs aus Sicht der betroffenen Grundeigentümer wurde nun durch die Universität Bremen* erstmalig wissenschaftlich am Beispiel der beiden Bremer BIDs untersucht.

Die Studie bestand für das BID Viertel aus einer Passantenbefragung, um die Wirkung der BID-Maßnahmen bei den Besuchern und Kunden festzustellen, sowie einer Eigentümerbefragung, welche die Finanzierungsgrundlage für die Umsetzung der einzelnen Maßnahmen durch die Leistung einer Abgabe sichern. Ergänzend wurde eine Frequenzzählung durchgeführt. Die Studie wurde anderthalb Jahre nach Start des BIDs durchgeführt und methodisch begründet in einen Zeitraum gelegt, in dem keine Feiertage, Schulferien oder Großveranstaltungen stattfanden.

Aus Sicht des Aufgabenträgers lassen sich folgende Schlussfolgerungen aus der Untersuchung ableiten:

Ergebnisse der Passantenbefragung und Frequenzzählung

Die Besucher beurteilen das Viertel überwiegend positiv. Hervorzuheben ist der hohe Anteil der Besucher, die trotz der vergleichsweise großen Entfernung aus der Innenstadt auch im Viertel einkaufen. Das Ziel des BID Viertel, die Aufenthalts- und Erlebnisqualität für die Passanten und Kunden zu sichern und zu steigern, kann daher als erreicht angesehen werden. Eine hohe Kundenfrequenz und -akzeptanz wirkt sich gleichzeitig auch positiv auf das zweite BID-Ziel, die Stärkung der Wirtschaftskraft und Konkurrenzfähigkeit des Viertels, aus.

Ergebnisse der Eigentümerbefragung

Die befragten Eigentümer wurden in drei Gruppen eingeteilt:

Geschäft/ Gastronomie: Eigentümer von Immobilien im BID, die selbst in dieser Immobilie ein Ladengeschäft, Dienstleistungs- oder Gastronomiebetrieb betreiben. Diese Personen sind sowohl Eigentümer im immobilienwirtschaftlichen Sinne als auch Händler mit Erwartungen eines Gewerbetreibenden im Viertel.

Eigentümer/ Immobilienverwaltung: Eigentümer von Immobilien im BID, die diese selbst nicht nutzen sondern an andere vermieten.

Wohnungsnutzer: Eigentümer von Immobilien im BID, die diese selbst bewohnen.

Geschäft/ Gastronomie

Die Eigentümer, die in ihrer Immobilie selbst ein Ladengeschäft oder Gastronomiebetrieb betreiben beurteilen – wie auch alle anderen Einzelhändler am Standort - den Erfolg von Maßnahmen zumeist an den eigenen Umsatzerfolgen. Wesentlicher Unterschied zu den bisherigen Aktivitäten ist die Installation einer Weihnachtsbeleuchtung. Diese wurde positiv beurteilt. Bei den übrigen Maßnahmen fällt das Urteil schlechter aus. Die Ursache sieht der Aufgabenträger in dem Umstand, dass durch das BID die Sicherung der Finanzierung und damit die Fortsetzung der erfolgreichen Maßnahmen der Vergangenheit ermöglicht wurde, eine deutliche Veränderung von Anzahl und Größe der Maßnahmen aber nicht erfolgte.

Eigentümer/ Immobilienverwaltung/ Wohnungsnutzer

Die Eigentümer von Immobilien im BID-Gebiet, die ihre Immobilien an Dritte vermieten, sind in der Beurteilung des BID Konzeptes gespalten. Befürworter und Ablehner des BID-Konzeptes halten sich ungefähr die Waage.

Die Ursachen für diese Spaltung sind schwer zu analysieren. Festzuhalten ist, dass dem Aufgabenträger aus der Gruppe der Immobilienbesitzer kaum konkrete Kritik an den Maßnahmen des BID Konzeptes übermittelt wurde. Gegner verwiesen zumeist auf eine ihrer Ansicht nach fehlende Rechtsgrundlage, oder aber die eigene, schwierige finanzielle Situation, die zusätzliche Belastungen nicht zulasse.

Selbstkritisch ist anzumerken, dass es dem Aufgabenträger nicht im notwendigen Umfang gelungen ist, das Konzept und die Notwendigkeiten eines BID intensiv genug zu kommunizieren.

Weiterhin ist festzustellen, dass die Gruppe der Eigentümer von Wohnimmobilien, die diese selbst bewohnen, die größten Probleme hat, einen Vorteil aus dem BID Konzept für sich zu sehen.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass „BIDs“ ein sehr neues Instrument der Stadtentwicklung sind und dessen Abläufe, Ziele, Erfolge in den Ursprungsländern Kanada und den USA hierzulande zumeist noch unbekannt bzw. schwer verständlich sind. Weiterhin hat sich auf Grund geringer praktischer Erfahrungen die öffentliche Diskussion bisher häufig auf rechtliche Fragen reduziert, bis hin zur Frage, ob das Gesetz verfassungskonform sei. Letzteres ist der Tatsache geschuldet, dass im Rahmen der öffentlichen Beteiligung erstmals Passivität der Betroffenen nicht zur Ablehnung eines Konzeptes führt, sondern eine Ablehnung von Maßnahmen aktiv dokumentiert werden muss.

Weitere, „Viertel-spezifische“ Faktoren, die bei der Beurteilung der Ergebnisse beachtet werden müssen, sind:

- In den 10 Jahren vor Start des BIDs fanden zahlreiche Baumaßnahmen im Straßenraum statt. Da eine weitere Belastung der Anlieger vermieden werden sollte und grundlegende Verbesserungen nicht erreichbar waren, wurden im Maßnahmenkonzept keine baulichen Veränderungen des Straßenraumes vorgesehen. Eine deutlich sichtbare, permanente Veränderung des Straßenraumes fand mit dem Start des BID daher noch nicht statt.
- Mit dem BID Viertel wurde ein langes, erfolgreiches Standortmarketing der Interessengemeinschaft „Das Viertel“ fortgeschrieben und auf eine verlässliche, zukunftsfähige Basis gestellt.
- Wichtige Marketingmaßnahmen im Viertel, die z.B. zum Aufbau und zur Etablierung der Viertel-Marke und eines entsprechenden Images führten, wurden durch die Stadt Bremen finanziell gefördert. Die Entscheidung Bremens erfolgte zeitgleich mit dem Start des BID. Dies kann dazu geführt haben, dass die BID-Idee verbunden mit einer vorhandenen Unkenntnis über das Instrument nicht zur Förderung des BID Gedankens bei den Betroffenen beitrug.
- In den Zeitraum der Befragung fiel die Entscheidung des OVG Bremen, das aus rein formalen Gründen Widersprüche gegen den Abgabenbescheid als rechtmäßig ansah.

Fazit

Es zeigt sich, dass ein nach Außen (Kunden, Besucher) erfolgreiches Konzept ohne eine entsprechende Kommunikation nach Innen (Immobilienbesitzer, Gewerbetreibende) merkbare Akzeptanzprobleme hat. Hieraus ergibt sich ein deutlicher Verbesserungsbedarf in Bezug auf die Kommunikation mit Immobilienbesitzern und Händlern.

* Mossig, Ivo, „Business Improvement Districts in Bremen – Ergebnisse der Begleitforschung“, Universität Bremen, Fachbereich Sozialwissenschaften, Institut für Geographie, Bremen 2011