

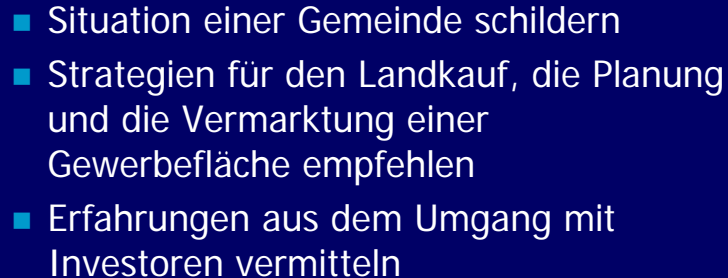
Voraussetzungen für die erfolgreiche Vermarktung des „Produktes“ Gewerbegebiet

am Beispiel der Logistiksiedlung in Friedewald

BGM Dipl.-Verw. MPA Martin Gröll,
Friedewald, Hessen

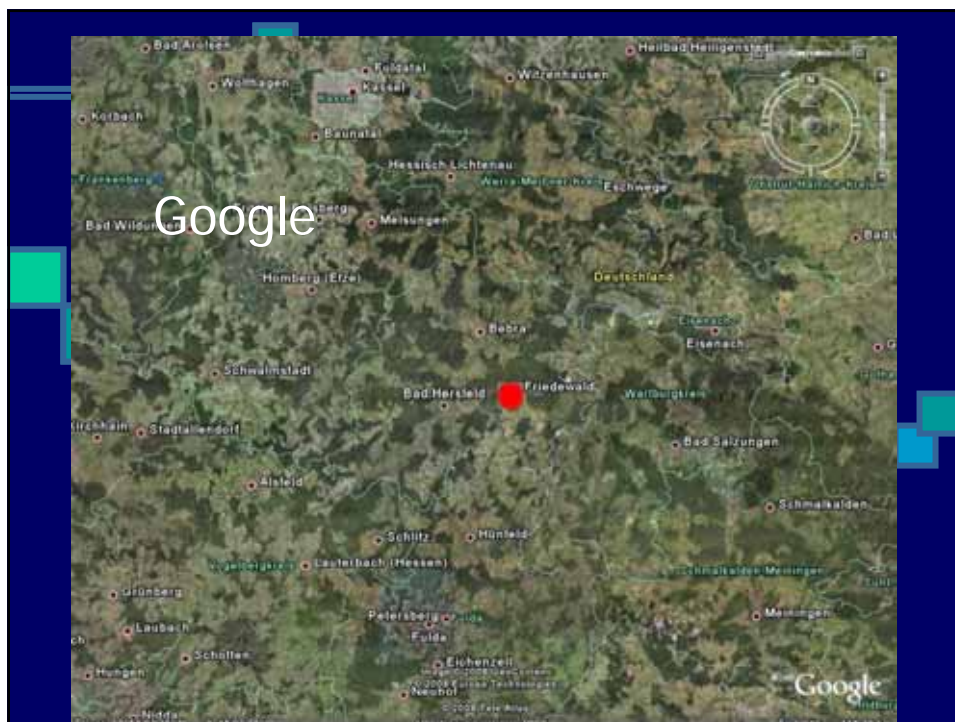


Ziel des Vortrages

- Situation einer Gemeinde schildern
 - Strategien für den Landkauf, die Planung und die Vermarktung einer Gewerbefläche empfehlen
 - Erfahrungen aus dem Umgang mit Investoren vermitteln
- 

Strategien und Empfehlungen

- Entstammen aus den Erfahrungen der letzten 5 Jahre für eine Flächengemeinde des ehemaligen „Zonenrandgebietes“
- Zwar ländliche geprägt aber ca. 14 km vom Mittelzentrum Bad Hersfeld entfernt
- Gelegen an einer der wichtigsten Ost-West-Verbindungen mit Autobahnanschluss (BAB 4)



Ist das Gewerbegebiet ein Produkt?

Produkt:

Der Begriff Produkt kann Dienstleistung, Hardware, verfahrenstechnische Produkte, Software oder Kombinationen daraus einschließen.

In sich abgeschlossenes, für einen internen oder externen Kunden bestimmtes Ergebnis eines erfolgreich durchgeführten Projekts (Endprodukt), Teilprojekts oder Arbeitsprozesses. Der Begriff *Produkt* stellt – im Gegensatz zum Begriff *System* – die Betrachtung von "außen", aus Kundensicht, in den Mittelpunkt.

Ist das Gewerbegebiet ein Produkt?

- Es gelten zumindest marktähnliche Mechanismen



Basisvoraussetzungen für die Ausweisung eines neuen Gewerbegebietes:

- Die zuständigen Vertretungsorgane wollen eine Gewerbeansiedlung überhaupt
- Die Stadt/Gemeinde erreicht eine große politische Zustimmung für z.B. eine Neuausweisung
- Risikoabwägung: Akzeptanz Bevölkerung abschätzen (Widerstände?) nicht erst bei der späteren Vermarktung!

Ausweisung eines neuen Gebietes: Abschätzung der planungsrechtlichen Möglichkeiten

- Regionalplanerische Einstufung
- Flächennutzungsplan
- Bebauungsplan

Standort Friedewald



Hauptkonfliktfälle:

- Verkehr
- Lärm
- Naturschutz

Dies typischen Konfliktfälle sind vor der Bauleitplanung zu bearbeiten!

Möglichkeiten:

- Äußere Erschließung (neue Zufahrt, alte nutzen ausbauen, keine Ortsdurchfahren!)
- Lärmgutachten, Lärmschutzwälle (Erdaushub bei Baumaßnahmen nutzen)
- ASVs und RP-Dez. frühzeitig einbeziehen
- Kompensation (z.B. Hessen Forst, HLG)

Möglichkeiten der äußeren Erschließung einstufen

- Logistiker ↑
- Industrie ↑
- Produzierendes Gewerbe ↗
- Dienstleistung →
- Sonderfall: New Economy

Die Entscheidung: „Wir schließen eine Logistikansiedlung nicht aus, oder wollen sie sogar“

- Gute Verkehrsanbindungen
- Hoher Flächenbedarf
- Bestimmtes Arbeitskräftepotential
- Guter Baugrund

GÜTERVERKEHR IN DEUTSCHLAND

Transportmenge: Anteil der Transportwege 2005



[Quelle: destatis]

tagesschau.de®

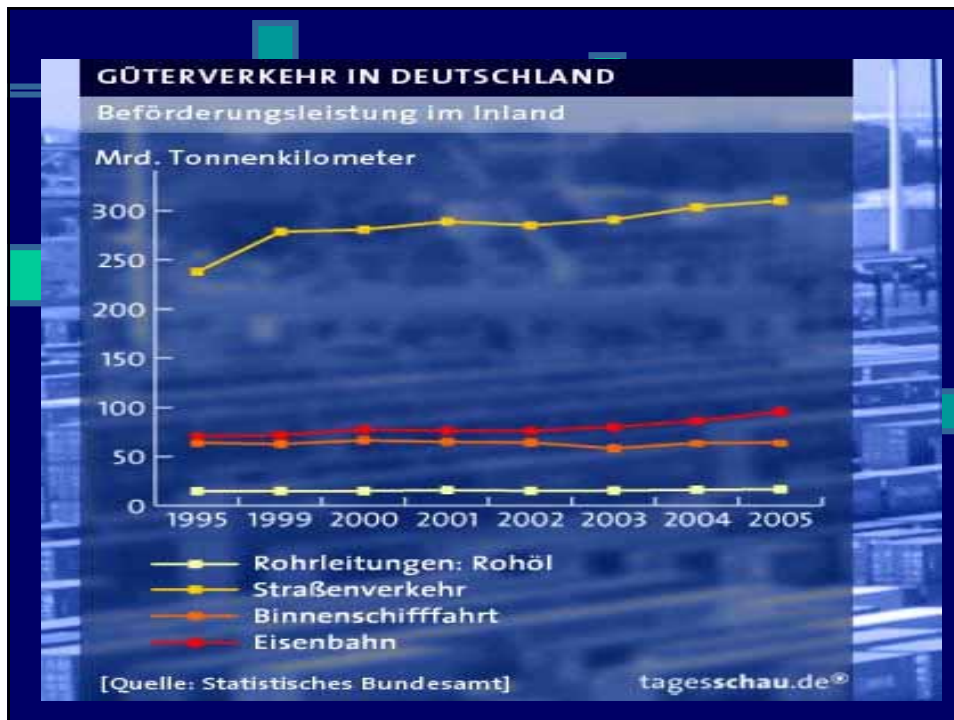
Die Logistiksiedlung Argumente (Auszüge aus der Presse)

- **Die Logistikbranche boomt**
Die Globalisierung und der zunehmend internationale Warenverkehr haben dafür gesorgt, dass die Logistikbranche heute der drittgrößte Wirtschaftsbereich in Deutschland ist - nach dem Handel und der Automobilindustrie. Für 2008 wird ein weiteres Wachstum um fünf Prozent erwartet. Zentrales Problem ist der Mangel an Fachkräften. Lkw-Fahrer werden genauso gesucht wie Supply-Chain-Manager, die mit den Lieferanten Versorgungskonzepte erarbeiten.
- **Boom-Branche Logistik**
Die Logistik ist die drittgrößte Branche in Deutschland – nach dem Handel und der Automobilindustrie.
- **Beschäftigungsmotor**
2,6 Millionen Beschäftigte erwirtschaften einen Umsatz von rund 150 Milliarden Euro. In diesem Jahr dürfte die Branche um fünf Prozent zulegen.

Die Logistiksiedlung Argumente:

z.B. stellenboersen.de

- **Logistikbranche erwartet jährlich zehn Prozent mehr Jobs**
Hochschulabsolventen und junge Akademiker werden gesucht - die Branche will in Hamburg 14.000 neue Stellen schaffen. Die Logistikbranche in Deutschland hat sich zum Jobmotor entwickelt und erwartet in den nächsten Jahren eine jährliche Zunahme der Arbeitsplätze von zehn Prozent. Viele Unternehmen aus der Logistikbranche haben bereits Probleme, freie Stellen mit hoch qualifizierten Bewerbern zu besetzen. Allein in Hamburg, dem wichtigsten Logistik-Standort hierzulande, werden nach einer neuen Studie in den nächsten zehn Jahren rund 14.000 neue Stellen entstehen, berichtet das Job- und Wirtschaftsmagazin „Karriere“ in seiner November-Ausgabe



- ## Jobs in der Logistikbranche:
- Speditionskaufleute
 - Auch Managementpositionen (Betriebswirte, MBA, Wirtschaftsingenieure)
 - Auch ohne Ausbildung z.B:
 - Fahrer/innen
 - Lagerarbeiter/innen
 - Kommissioniere/in
 - Gute Chancen auch für Quereinsteiger
 - Frauen in der Logistik

Externe Innovationstreiber der Logistikbranche:

- Steigende Erwartungen und komplexere Aufgaben der Auftraggeber, hoher Leistungs-, Qualitäts- und Kostendruck
- Innovationen bei logistikrelevanten Technologien
- Verkürzung der Produktionszyklen der AG

Wenn man sich für die Ansiedlung eines Logistikunternehmens entschieden hat...*beachten aus der Sicht der „Kunden“:*

- Leistungsfähigkeit der äußeren Erschließung
- Innere Erschließung: genügend Verkehrsvorstaum, Konflikte mit dem schon vorhandenen Verkehr beachten
- Hoher Versiegelungsgrad, viel Oberflächenwasser, Vorfluter, RÜB, Kläranlagenleistung

Bau des Kreisverkehrsplatzes



B-Plan Gewerbe



Die Bodenbereitstellung

„Am Anfang war der Acker“

Ungünstigste Bedingungen in Friedewald

- 100.000 m² im Streubesitz (ca. 25 Grundeigentümer)
- 50.000 m² in der Hand von Spekulanten (Makler)
- Pachtverträge (Landwirte mit EU-Förderbindung)
- Teilgebiet mit Veränderungssperre Planfeststellung wegen Autobahnplanung

Der Erwerb

- Neutral und seriös erscheinenden „Verbündeten“ suchen
- Appell an die Verbundenheit mit der Heimatgemeinde
- Erläuterung der Preise im Umfeld und der Angebot- und Nachfragesituation durch „Neutralen“
- Schilderung der Situation der Gemeinde und die strengen Bedingungen, „dass überhaupt ein Investor kommt...“

Der Erwerb

- Einladung an alle Grundstückseigentümer zu einer Eigentümerversammlung
- Nur einen Einheitspreis pro m² für alle akzeptieren
- Keine Optionsverträge, sondern sofort „Cash“ anbieten!
- Verbündeten aus den Reihen der Grundstückseigentümer suchen, der die übrigen mitzieht.

Der Erwerb

- „Leichtes Erwähnen“ der hohen Erschließungsbeiträge bei Nichtverkauf
- „Leichtes Erwähnen“ der Möglichkeiten einer Baulandumlegung



Der Erwerb

Typisches Ergebnis:

- Große Teile der Eigentümer verkaufen
- Einige verkaufen nicht
- Die Makler-GBR verkauft nicht (will spekulieren)

Also: Baulandumlegung aus dem B-Plan
unabdingbar



Weiteres Verfahren:

- B-Plan zur Bestandskraft bringen
- Parallel: Baulandumlegung einleiten (§ 45ff: BauGB), auch vor Bestandskraft mögl.
- Wichtig für die gemeindliche innere Erschließung: Vorzeitige Besitzeinweisung (§ 77 BauGB)
- Vorausleistungsbescheide Straßenerschließung, KAG-Beiträge, Kostenerstattungsbeiträge



Erwerb und Baulandumlegung

- Erwerb durch HLG (Vorteile/Nachteile)
- Rest, Versuch der Lösung über die Baulandumlegung bzw. Vertrag (Mehr- und Minderzuteilung)

Einbindung der HLG

Bodenbevorratungsvertrag

- Schnelle Reaktionszeit, sofortige Bereitstellung von Kapital, Vorfinanzierer
- Keine Belastung im HH
- Gute Bedingungen bei Ablösevereinbarung
- Rückübertragung auf die Gemeinde nach 10 Jahren
- Gebühren (7,5 % für 10 Jahre Verw. und , 0,5% des Kaufpreises)
- Abhängigkeit bei Vermarktung
- Mehrerlös teilen

Fördermöglichkeit

- Zeil 2 – Förderung stellen 60%
- GVFG-Antrag stellen
- Evtl. Förderung zur Abwasserbeseitigung

Die Vermarktung:

- Internetplattform (Suchmaschineneintrag!)
- Expose
- Landkreis (Wirtschaftsförderung gewinnen)
- Vor-Ort-Werbung (Werbeschild)
- Makler beauftragen? (fraglich)
- HLG

Die Vermarktung: Netzwerk aufbauen

Schwerpunkt Direktvermarktung

- Netzwerk mit bestehenden Gewerbetrieben aufbauen (Expose vorstellen, um Kontakte bitten)
- Evtl. Hotellerie nutzen (Tagungsklientel)
- Messen / Ausstellungen
- Aufmerksam Fachzeitschriften und Tagespresse lesen
- Eigene Regionalpresse für sich gewinnen, über das neue Gebiet berichten

Der Investor als Kunde

- Treten Sie als Partner auf, überraschen Sie den möglichen Investor mit z.B. folgenden Aussage:
Wir sind ein Dienstleister für Sie
Der BGM versteht sich hier nicht als Politiker, sondern Manager
- Versuchen Sie die gleiche Sprache zu sprechen (z.B. die Gemeinde als Firma, das Gewerbegebiet als Produkt usw.)
- Versetzen Sie sich voll und ganz in die Lage des Investors, der es sonst hauptsächlich mit Geschäftspartnern zu tun hat.

Was die Kundschaft erwartet:

1. Sofort Kompetenz zeigen

- Sofortige Reaktion bei Nachfragen
- Moderne techn. Ausstattung der Gemeinde, Investoren haben einen hohen technischen Standard (Projektentwickler)
- Weisen Sie ein Baugrundgutachten nach
- Darstellen: Möglichkeiten des „vorhabenbezogenen B-Planes“ anbieten
- Investoren auf dem Laufenden halten (über Planung), Newsletter usw.

Was die Kundschaft erwartet:

2. Vertrauen schaffen:

- Darstellung der Einigkeit aller politischen Entscheidungsträger
- BGM hohe Professionalität
- BGM ist Lotse für den Investor zwischen den Trägern öffentlicher Belange und sämtlichen Behörden
- BGM kann schnellste Genehmigungszeiten garantieren (auch Landrat persönlich mit einbeziehen)
- Vorgespräche mit Baugenehmigungsbehörde führen

Was die Kundschaft erwartet:

Unbedingt vermeiden (Kardinalfehler):

- Versuchen sie niemals die kommunale politische Willensbildung in der Gemeinde zu erklären oder etwas damit zu rechtfertigen. Das Interesse des Kunden daran ist äußerst begrenzt! Besser: geht oder geht nicht!

Was die Kundschaft erwartet:

Unbedingt vermeiden (Kardinalfehler):

- Verhandeln Sie z.B. als BGM oder ggf. mit dem Wirtschaftsförderer allein bis zum Schluss äußerst diskret. In der Geschäftswelt ist es üblich, vieles bis zum Vertragsabschluss vertraulich zu behandeln. Investoren sind äußerst empfindlich, wenn vorher z.B. etwas zur Presse durchsickert.



Vertragsschluss



