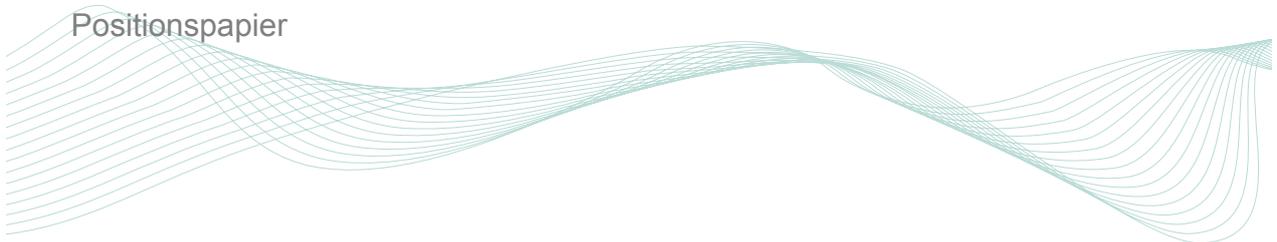




Gewerbeflächen der Zukunft im kreisangehörigen Raum

Positionspapier

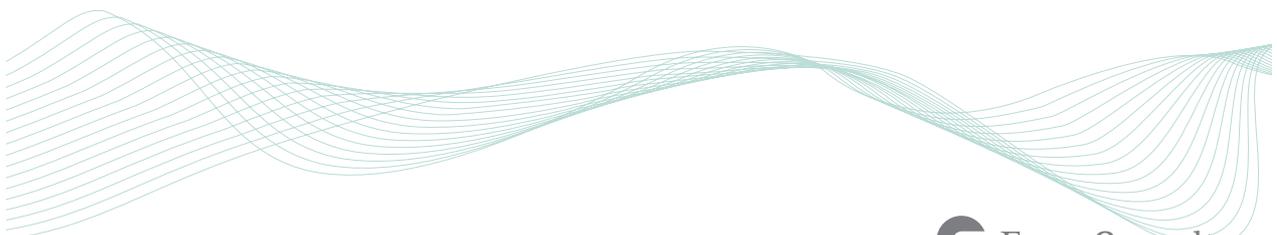


Dipl.-Ing. Markus Wessel

24. Oktober 2016



Problemaufriss



Gewerbeflächen sind ein knappes Gut

- Auch im ländlichen Raum sind Gewerbeflächen zunehmend knapper.
- Insbesondere der Bedarf an Industriefläche bleibt auf einem hohen Niveau.
- Kommunen müssen den Erweiterungsbedarf ihrer Unternehmen kennen, um die knappen Flächen passgenau zu vergeben.



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing

„Flächen für die Zukunft“

- Es sollte ein regelmäßiges **Flächenmonitoring** für die Branchenschwerpunkte am Standort erarbeitet werden.
- Daraus wird ein Anforderungsprofil „Flächen für die Zukunft“ entwickelt.
- Ziel ist die Stärkung und nachhaltige Förderung des Wirtschaftsstandortes.



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing

Konflikte um die Nutzung

- Konflikt um die Nutzung der letzten verfügbaren Gewerbeflächen:

Wachstum der Bestandsunternehmen vs. Neuansiedlung



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing

Faktenbasis über die Gewerbeflächen-situation in der Kommune schaffen

Weder Politik noch Verwaltung wissen oftmals:

- Welche Flächen wurden an welche Unternehmen in den letzten Jahren verkauft?
- Woher stammten diese Unternehmen?
- Wie viele Arbeitsplätze sind entstanden?

→ Es muss eine klare Faktenbasis über die Situation der Kommune geschaffen werden, damit zukunftsorientierte Entscheidungen getroffen werden können.

Gewerbeflächenverkäufe 2005 bis 2015									
Jahr der Ansiedlung/ des Verkaufes	Name des Betriebes	Standort und Name des Gewerbegebietes	Straße	Branche des Betriebes	Beschäftigten- zahl	belegte Fläche in qm (brutto)	Preis in EUR	E/UN/A*	Herkunft des Betriebes

Quelle: ExperConsult 2016

Erstellung einer Gewerbeflächenprognose

- Es wird eine Gewerbeflächenprognose für den weiteren Verbrauch der letzten Flächen und der Nutzungsvoraussetzungen erstellt.
- Neben Industrie- und Gewerbeflächen werden im Zuge der Digitalisierung auch Büroflächen wichtiger.
- = *Chance für die Innenstädte?!*



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing

Zentrale Herausforderung, um als attraktiver Wirtschaftsstandort wahrgenommen zu werden

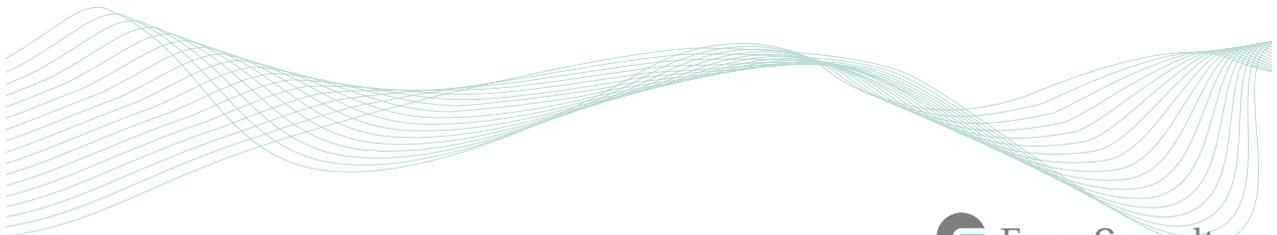
Der richtige Umgang mit der knappen Ressource „Fläche“!



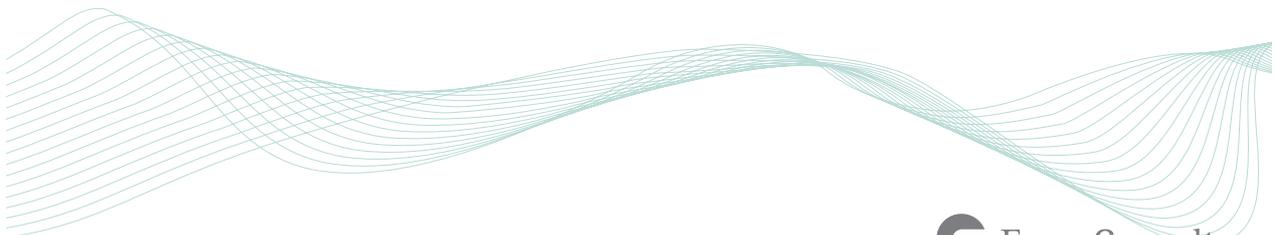
Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing



1. Handlungsansätze für Kommunen



a) Verlässliche Rahmenbedingungen schaffen



Kümmerer als Koordinator und Ansprechpartner

- Neben dem Hauptverwaltungsbeamten als „Main Leader“ wird eine Person als „Kümmerer“ ausgewählt.
- Dieser übernimmt die Koordination und fungiert als Anlaufstelle und Ansprechpartner.
- Idealerweise gibt es einen Wirtschaftsförderer als Schnittstelle zwischen Unternehmen und Kommunen.



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing

Ständiger Kontakt zu den Bestandunternehmen vor Ort

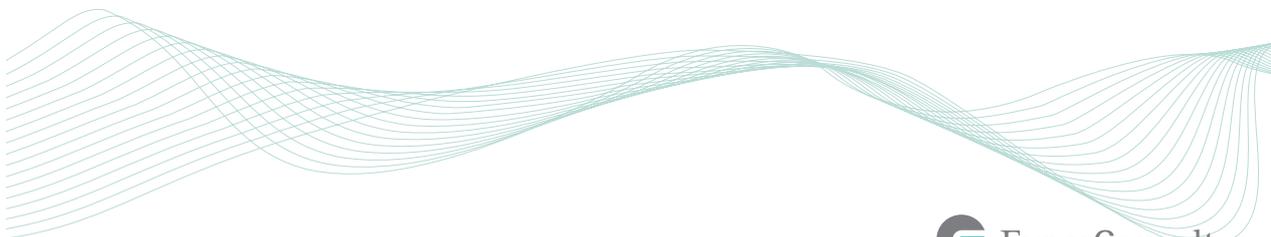
- Durch intensiven und vertrauensvollen Austausch wird die Basis für eine erfolgreiche Flächenpolitik und damit für eine positive Wirtschaftsentwicklung geschaffen.



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing



b) Den Kunden kennen (lernen)



Positionspapier

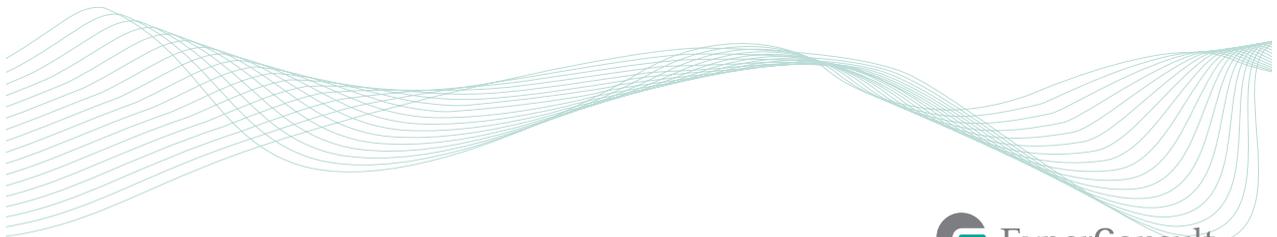
Anforderungen der Unternehmen an Gewerbeflächen werden ermittelt

- Diese Erkenntnisse dienen als Grundlage für ein detailliertes Bild über die Anforderungen der Unternehmen an Gewerbeflächen und ein bedarfsorientiertes Handeln wird so ermöglicht.

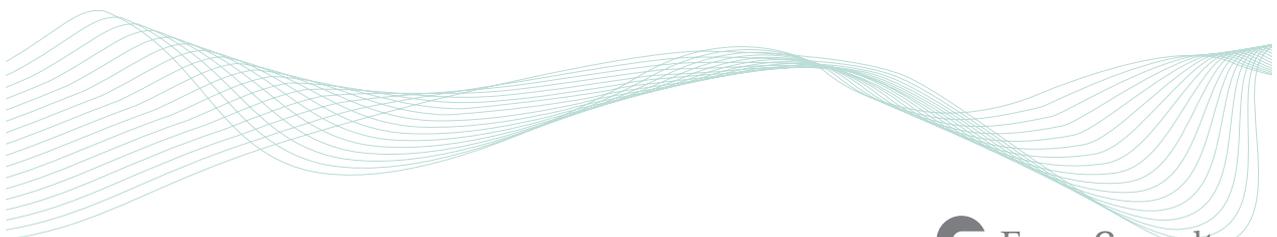




2. Entwicklung



a) Flächenprognose erstellen



Erkenntnis über den zukünftigen Flächenbedarf

Für die Erstellung einer Flächenprognose sind folgende Fragen relevant:

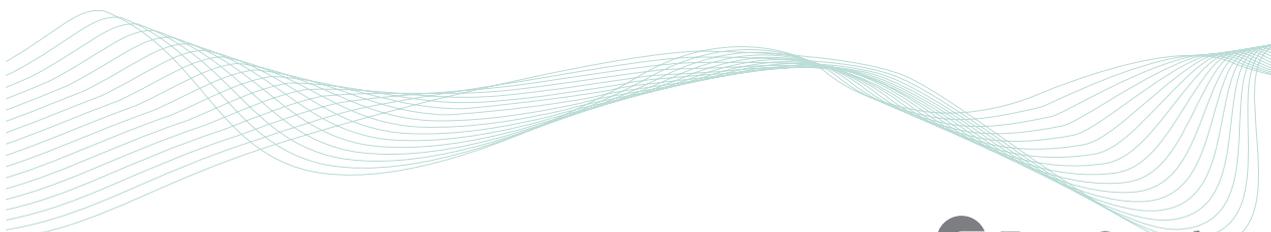
- Wie sind die Bestandsunternehmen betriebswirtschaftlich aufgestellt? Könnte es aufgrund ihrer positiven Entwicklung zu einer Unternehmenserweiterung kommen?
- Liegen sogar schon konkrete Pläne vor?
- Werden hierfür neue Flächen benötigt?



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing



b) Marktgängige Flächen aufspüren



Gewerbeflächenkataster

Ein Gewerbeflächenkataster enthält folgende Informationen:

- Unbebaute Fläche
- Leerstehende Alt-(Immobilien)
- Brachflächen
- Potentielle Verfügbarkeit
- Tatsächliche Verfügbarkeit (frei verfügbar?, sofort vermarktbar?)
- Beschränkungen (Privatbesitz, Altlasten, topographische Lage)

→ Anhand dieser Ergebnisse werden die Flächen im Kataster kategorisiert und in unterschiedliche „Flächenklassen“ eingeteilt



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing



3. Vermarktung

Erstellung eines zukunftsfähigen Vermarktungskonzeptes

Bei der Erarbeitung eines zukunftsfähigen Vermarktungskonzeptes geht es darum, konkrete Ziele zu formulieren, die einen „roten Faden“ erkennen lassen



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing

Realistische Ziele setzen

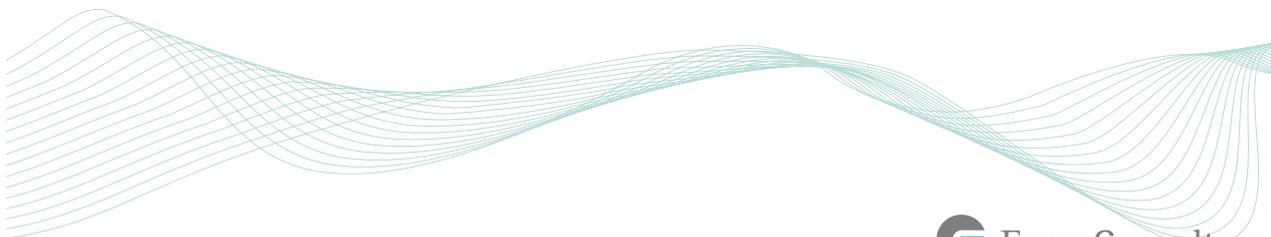
- Erstellung eines realistischen Gewerbeflächenkonzeptes mit realistischen Zielen
- Vermarktung z. B. über ein Online-Portal (eigene kommunale oder Landesportale, **insb. auch Immobilien-Onlineportale wie Immobilienscout 24.de**)



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing



4. Strategie



Positionspapier

Für die Vermarktung und auch die grundsätzliche Ausrichtung,

sind folgende strategische Fragestellungen unerlässlich:

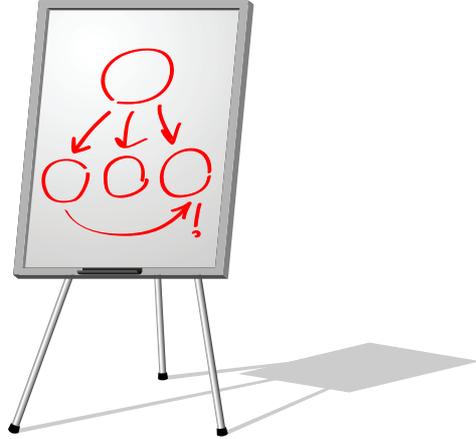
- Möchten wir primär unsere Bestandsunternehmen stärken und ihnen Vorrang vor Neuansiedlungen bei der Flächenvergabe einräumen?
- Möchten wir bestimmte Schwerpunktbranchen etablieren oder setzen wir eher auf einen Branchenmix?



Interkommunalität stärken

Interkommunale Gewerbegebiete:

- Strategie, um Flächenengpässe entgegenzuwirken
- Voraussetzung: konstruktive Zusammenarbeit der beteiligten Kommunen
- Wichtig: übergeordnete Planungsbehörden miteinbeziehen



Quelle: ExperConsult 2016
Bilder licensed by IngramPublishing

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit! Fragen?

ExperConsult
Martin-Schmeißer-Weg 12
44227 Dortmund
www.experconsult.de

Ansprechpartner
Dipl.-Ing. Markus Wessel
E-Mail: m.wessel@experconsult.de
Telefon: 0231 75443-232