

Der Bürgermeister

Hilden, den 27.01.2010

AZ.: I/80 Hze



Hilden

WP 09-14 SV 80/005

Beschlussvorlage

öffentlich

**Gemeinsamer Antrag der CDU-Fraktion und der Fraktion BA vom
28.10.2009: Flächennutzungskonzept Geisenheide**

Beratungsfolge:	Sitzung am:	Abstimmungsergebnis(se) (für eigene Notizen)		
		ja	nein	Enthaltungen
Wirtschafts- und Wohnungsbauförderungsausschuss	08.02.2010			
Rat der Stadt Hilden	08.02.2010			

Beschlussvorschlag:

Beschlussfassung wird anheim gestellt.

Erläuterungen und Begründungen:

In der Sitzung des Rates vom 28. Oktober 2009 wurde von den Fraktionen der CDU und der BA der in der Anlage beigefügte gemeinsame Antrag gestellt. Festgestellt wird vor allem eine „verfahrenre Vermarktungssituation“ mit dem Prüfauftrag, wie die Vermarktung (-nachfrage) belebt werden kann.

Der Antrag wurde bereits im Stadtentwicklungsausschuss ohne Beschlussfassung behandelt und an den Wirtschaftsförderungsausschuss verwiesen. Der Stadtentwicklungsausschuss hat sich im Wesentlichen mit den bauplanungsrechtlichen Vorgaben auseinandergesetzt. Die Inhalte aus der Sitzungsvorlage sind aus Vermarktungssicht für gewerbliche Flächen als zu vernachlässigende Restriktionen zu werten.

Vermarktungschancen

Die Marktgängigkeit der Flächen in der Giesenheide ist von zahlreichen Faktoren abhängig, angefangen bei Nachfragesituation und Preisgestaltung über Lage im Raum, Flächenkonkurrenz in der Region, Image des Gewerbegebietes sowie Image des Wirtschaftsstandortes, weiterer Restriktionen bis zu einem effektiven Marketing, um das Produkt Giesenheide auf dem Markt zu platzieren.

Nachfragesituation

Aus Sicht der Verwaltung trifft die Bezeichnung „verfahrenre Vermarktungssituation“ für die Verkaufssituation in der Giesenheide nicht zu. Seit Mitte 2006 konnten vor Ort vier Verkäufe an Hildener mittelständische Betriebe erwirtschaftet werden. Für eine andere Fläche gibt es einen weiteren Interessenten. Richtig ist aber, dass die Nachfragesituation sich gegenüber den neunziger Jahren deutlich geändert hat. So waren noch Anfang der neunziger Jahre Einzelgrundstücke mit Mehrfachanfragen stark überzeichnet, so dass komfortabel zwischen einzelnen Unternehmensbewerbungen entschieden werden konnte. Vor dem Hintergrund der jüngsten Wirtschaftskrise ist die Nachfragesituation als schwierig einzuschätzen. Viele Unternehmen legen ihre Planungen zurzeit auf Eis, selbst bei positiven Quartalszahlen wirkt sich die allgemein negative Wirtschaftslage bremsend auf die Investitionsentscheidungen aus.

Ein Sonderfall ist die seit Jahren diskutierte Projektierung der australischen Goodman-Gruppe für einen mehrstufigen Büropark. Die hinlänglich aus den Medien bekannte „Immobilienblase“ hat in dieser Projektierung ihren lokalen Niederschlag gefunden. Das Büroparkprojekt in der Giesenheide wechselte den Eigentümer, der neue Eigentümer gehörte zeitweise zu den Pennystocks der internationalen Börsen. Nach wie vor fühlt sich Goodman jedoch stark mit der Stadt und dem Standort Hilden verbunden und investiert in die Vermarktung der Projektierung der Büroflächen. Dies ist vor dem Hintergrund der starken Flächenüberhänge im Büroflächenmarkt der Region Düsseldorf nicht einfach, da der Markt zurzeit durch große Flächenüberhänge geprägt wird. Es stehen überschlägig ca. 875.000 m² Büronutzfläche in der Region zur Verfügung. Es ist daher verständlich, dass Büroinvestitionen von Goodman erst bei einem Vermietungsstatus von mindestens 60 % starten.

Preisgestaltung

Hilden ist im Raum Düsseldorf neben Ratingen und der Landeshauptstadt einer der Wirtschaftsstandorte im Hochpreissegment. Dies führt einerseits bei den Investitionen zu einer Trennung von „Spreu und Weizen“, andererseits wird das allgemeine Nachfrageniveau gesenkt.

Lage im Raum

Hilden gehört zu den starken Wirtschaftsstandorten. Die Lagegunst ist enorm und mit mehreren Schlagworten zu benennen: Drei Autobahnanschlüsse, schnelle Erreichbarkeit von 2 Flughäfen, Nähe zu den Absatzmärkten, S-Bahn zur Landeshauptstadt, Einkaufsstadt, schnelle Verbindung zu zwei ICE-Haltepunkten, positiv besetzter Wohn- und Freizeitstandort.

Flächenkonkurrenz

Langenfeld, Ratingen, Haan, Neuss, Kaarst, Meerbusch, Willich und Krefeld verfügen über breite Flächenangebote aus denen überregionale mobile Unternehmen auswählen können.

Image des Gewerbegebiets

Das Gewerbegebiet hat noch kein konkretes Image.

Restriktionen bei der Grundstücksvergabe

Die vom Rat gewünschte Vorgabe für die Vermarktung von Gewerbeflächen in der Giesenheide bemisst eine Anzahl von 12-15 Arbeitsplätzen je 1000 m² vermarkteter Fläche. Die Vorgabe findet insbesondere vor dem Hintergrund der Flächenknappheit in Hilden Anwendung, nicht zuletzt um dem „Flächenfraß“ großer Logistikunternehmen mit wenig Arbeitsplätzen und einer hohen Verkehrsbelastung entgegenzutreten. Die Hildener Vermarktungspraxis schließt aber die Ansiedlung von reinen Logistikunternehmen am Standort Hilden ohnehin aus.

Funktion des Gewerbegebiets für die Wirtschaftsförderung

Aus Wirtschaftsförderungssicht werden mit dem Flächenangebot in der Giesenheide zwei Zwecke erfüllt:

- a) Angebot von Flächen für die lokale Wirtschaft
Großaufträge, Firmenzusammenlegungen, schneller wirtschaftlicher Erfolg oder Veränderungen im Produktionsprozess zwingen Unternehmen, plötzlich einen neuen Standort für ihre wirtschaftlichen Aktivitäten zu suchen. Mit einer bevorratenden Liegenschaftspolitik, wie sie in Hilden üblich ist, können diesen Unternehmen verfügbare Fläche angeboten werden. Sind keine Flächen verfügbar, ist das Unternehmen in den meisten Fällen für die Gebietskörperschaft verloren. Bei Verfolgung dieses Zieles ist die schnelle Vermarktung des Areals sogar kontraproduktiv oder es müssen Alternativflächen bereitgestellt werden.
- b) Angebot von ansiedlungswilligen auswärtigen Unternehmen
Mobile Firmen zu absorbieren und neue Arbeitsplätze und Steueraufkommen in Hilden zu generieren ist der zweite Zweck des Gewerbegebietes. Hier geht nach wie vor Qualität vor Quantität, d. h. große arbeitsplatzarme Unternehmen sollten nach wie vor ausgeschlossen werden.

Maßnahmenpaket:

1. Ansiedlungsfokus KmU (kleinere und mittlere Unternehmen)

Die Verwaltung schlägt vor, den Fokus in der Ansiedlung auf kleinere und mittlere Unternehmen zu lenken und den Arbeitsplatzquotienten bei diesen Firmen zu relativieren und die Gesamtmaßnahme mit Investitionsvolumen, zu erwartende Arbeitsplätze, wertige Gewerbearchitektur mit in die Vergabeentscheidung zu integrieren.

Die Verkäufe würden dann als Einzelfallbetrachtung bei der Grundstücksveräußerung generell

von der GkA-Kommission beraten. Auch die Flächen in der Giesenheide sind geeignet, entsprechende Unternehmen in Hilden anzusiedeln oder Hildener Unternehmen aus der Miete in ein Eigentumsverhältnis zu bringen. Kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) stellen auch in Hilden das Rückgrat der Arbeitsplatzbeschaffer dar. Sie sind in der Regel weniger anfällig gegenüber Wirtschaftskrisen.

2. Ansiedlungsfokus Unternehmen, die aus Düsseldorf heraus in das Umland diffundieren

Die Wirtschaftsregion ist durch die Landeshauptstadt geprägt. Sie ist der Motor der wirtschaftlichen Entwicklung und Magnet für die Ansiedlung neuerer – auch internationaler - Unternehmen und Niederlassungen. Nach der Etablierungsphase suchen eben diese Unternehmen in der Regel einen neuen Standort, an dem kostengünstiger gewirtschaftet werden kann. Diese Unternehmen gilt es abzuschöpfen und auf den Standort Hilden hinzuweisen. Nach Erholung des Büroflächenmarktes kann ggf. auch der Ansatz „Büroflächen“ als Angebotsplanung reaktiviert werden. Der Büroflächenmarkt ist nämlich im Hinblick auf die potentiellen Mieter für die Stadt Hilden von besonderem Interesse. Büros werden regelmäßig von umsatzstarken Unternehmen genutzt.

3. Marketing

Der Standort Hilden ist in der Region nicht als Ansiedlungsstandort bekannt. Es ist dringend geboten, das Marketing für den Standort zu überarbeiten und nach außen darzustellen.

gez. Horst Thiele

Anlagen

Gemeinsamer Antrag von CDU und BA

Sitzungsvorlage WP 09-14 SV 61/015 mit den Anlagen 1 – 3