



# Wahrnehmung und Akzeptanz von City-Management durch die Immobilienwirtschaft und ihre Akteure

Beitrag der  
Projektgruppe am ICR e.V.  
zum  
Immobilien-Forschungspreis  
der Gesellschaft  
für Immobilienforschung  
(GIF) 2003



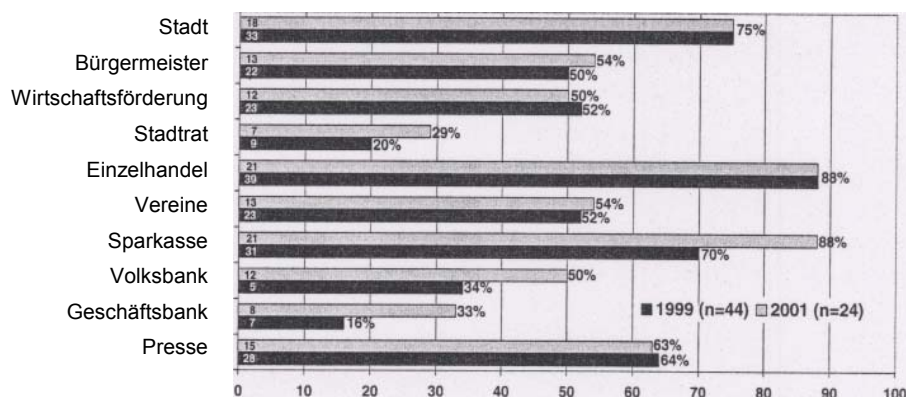
## Einleitung

Nach neueren Untersuchungen zur aktuellen Situation des City-Marketings und -Managements in Deutschland haben Autoren aus unterschiedlichen Blickwinkeln Fragen zu Organisation, Finanzierung und Erfolg der Initiativen zur Stärkung der Innenstädte in Fachbeiträgen dargestellt und diskutiert (u.a. Kuron, I., 2002; Marquardt-Kuron, A., 2002; Zerweck, D., 2002). Die Ergebnisse der Untersuchungen aus dem Jahr 2001 erlauben die Aussage, so die Verfasser, dass City-Management als ein relativ etabliertes Instrument zur Attraktivitätssteigerung von Innenstädten anzusehen ist, von dem vielfältige Impulse zur Erhaltung und qualitativen Entwicklung der Kernstädte ausgehen. Dies ist nicht zuletzt das Verdienst vieler engagierter City-Manager, die in der BCSD e. V. eine Plattform für Diskussion und Austausch gefunden haben und aktiv auf die Weiterentwicklung des City-Managements hinwirken. Ferner ist auch die hohe Qualität der Beratungsunternehmen (wie CIMA GmbH, Expert-Consult GmbH, BBE-Handelberatung GmbH u.v.a.) in Deutschland dafür ausschlaggebend, dass bei der Konzeption von City-Management hohe Ansprüche gestellt und umgesetzt werden.

Ein Blick auf die Ergebnisse der im Auftrag der DSSW zuletzt im Jahr 2001 durchgeführten Studie zum Thema City-Management erlaubt zunächst die Feststellung, dass die dem City-Management zugeordneten Aufgaben – wie auch beim traditionellen Feld des Stadtmarketing – an den Schnittstellen zwischen Politik, Verwaltung, Bürgerschaft und Wirtschaft liegen.

Unter den Akteuren im City-Management befinden sich zunehmend auch örtliche und überörtliche Finanzinstitute, die bisher nur in geringer Zahl in Erscheinung traten. Insbesondere für die gestiegene Anzahl von Geschäftsbanken konnten die Autoren bislang keine Erklärung finden, wenn auch dahinter ein weiteres Zeichen für die Etablierung des Instruments City-Management vermutet wird.

### Akteure des City-Managements



Quelle: Kuron, Irene: „City-Management – Eine Erfolgsstory?“. In *Standort*, H. 1/2002, S. 29

Ein bisher wenig beachteter Aspekt bei der Betrachtung der am City-Management in Deutschland beteiligten Akteure betrifft die Mitwirkung der Immobilienwirtschaft an Initiativen zur Attraktivitätssteigerung der Innenstädte. Dies ist umso

auffallender, als bei ähnlichen Untersuchungen z.B. für Großbritannien die aktive Teilnahme von Banken und Immobiliengesellschaften viel früher nachgewiesen werden kann, bzw. bereits am Anfang solcher Projekte Akteure aus der Immobilienwirtschaft vertreten waren. (siehe Shutt, J.et. al., 2002, S. 1). So wird bei der schematischen Darstellung von wichtigen Beteiligten am City-Management im Vereinten Königreich die Rolle der Projektentwickler, Banken und Immobiliengesellschaften bereits in den Anfängen der sog. „public-private partnerships“ zu Beginn der 90er Jahre erwähnt und gewürdigt(siehe Shutt, J. et. al., *Step Change*, 2002, S. 2).

Der vorliegende Entwurf für eine empirische Studie mit dem Titel „Wahrnehmung und Akzeptanz von City-Management durch die Immobilienwirtschaft und ihre Akteure“ möchte nun einen Beitrag zur Klärung folgender offener Fragen zu diesem Themenbereich leisten:

- Welche Schnittstellen zwischen City-Management und Immobilienwirtschaft werden von deren Akteuren wahrgenommen und anerkannt?
- Welche gemeinsamen Ziele und Methoden können zwischen City-Management und Immobilienwirtschaft in der Praxis ausgemacht werden?
- Wie wird City- Management durch die Immobilienwirtschaft wahrgenommen und welche Akzeptanz besitzen die tragenden Organisationen und Aktivitäten aus ihrer Sicht?
- Welche Akteure in der Immobilienwirtschaft beteiligen sich an Aktivitäten des City-Managements und leisten dabei einen Beitrag zu dessen Erfolg?
- Welche Stellung nimmt City-Management im Rahmen von Portfoliostrategien ein?
- Welche Instrumente setzt die Immobilienwirtschaft zur Bewertung von Lagen ein und welche Rolle spielt City-Management dabei?
- Wie wird City-Management bei der Konzeption von Vermarktungsstrategien für City-Immobilien berücksichtigt?
- Welche Mitwirkungsfelder werden durch die Akteure der Immobilienwirtschaft wahrgenommen und welche sind bisher unerkannt geblieben?

Im Hinblick auf den Wirkungszusammenhang einer Befragung als Mittel zur Informationsgewinnung und -vermittlung kann diese Untersuchung auch einen Beitrag zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades der ICR-Weiterbildung zum City- und Regionalmanager leisten. Eine Fokussierung der Werbemaßnahmen auf die Akteure der Immobilienwirtschaft kann für das ICR nur von Vorteil sein. Zudem wird den Teilnehmern der Weiterbildungsmaßnahme die Möglichkeit geboten, sich vertieft mit einer Thematik auseinander zu setzen, die für den Erfolg von City-Management-Konzepten von ausschlaggebender Bedeutung werden könnte. Die schriftliche Befragung und der Kreis der befragten Experten wird in enger Abstimmung mit den Teilnehmern festgelegt, so dass diese Projektgruppe auch als Unterstützung weiterer Initiativen im Umfeld der Mitwirkenden dient.

## Vorläufige Gliederung

### Einführung

## **I. Theoretische Grundlagen zur Immobilienwirtschaft und zum Stadtmarketing**

### **1. Immobilienwirtschaft und Stadtgefüge**

### **2. Immobilien in der City und Abgrenzung vom City-Management**

- 2.1 Handelsimmobilien
- 2.2 Gewerbliche Zentren
- 2.3 Wohnimmobilien

### **3. Akteure der Immobilienwirtschaft im Umfeld von City-Management**

- 3.1 Private Grundstücks- und Objekteigentümer
- 3.2 Institutionelle Grundstücks- und Objekteigentümer, Facility-Management, CRE
- 3.3 Öffentliche Grundstücks- und Objekteigentümer
- 3.4 Finanz- und Leasinggesellschaften, Investoren
- 3.5 Fondsgesellschaften
- 3.6 Mieter
- 3.7 Projektentwickler
- 3.8 Berater, Makler

### **4. Ziele und Methoden des City-Managements**

- 4.1 Zielsetzung und Aufgabenfelder von City-Management
- 4.2 Organisation und Finanzierung von City-Management
- 4.3 City-Management und Immobilienwirtschaft: Beispiel Großbritannien
- 4.4 Der Beitrag von City-Management zu Wertschöpfung, -erhaltung und -steigerung von Immobilien

### **5. Portfoliomanagement und Wertorientierung in der Immobilienwirtschaft**

- 5.1 Verhalten von privaten Eigentümern
- 5.2 Verhalten von institutionellen Eigentümern
- 5.3 Die besondere Rolle von Fondsgesellschaften

### **6. Ökonometrische Methoden der Lagebewertung in der City**

- 6.1 Beitrag des City-Managements zur Attraktivitäts- und Frequenzsteigerung – Indikatorenbildung
- 6.2 Beitrag des City-Managements zur Milieubildung und Attraktivität von City-Randzonen

### **7. Immobilienmarketing und City-Management**

- 7.1 Die Berücksichtigung von City-Management bei der Standortanalyse- und -bewertung
- 7.2 City-Management und Zielgruppendefinition
- 7.3 City-Management im Vermarktungskonzept
- 7.4 City-Management beim Werbeträgereinsatz und bei der Direktansprache
- 7.5 City-Management und Multiplikatoreneinsatz
- 7.6 Die Berücksichtigung von City-Management als Bestandteil einer integrativen Vermarktungsstrategie für City-Immobilien
- 7.7 Das Geflecht zwischen Center-Management und City-Management im Vermarktungsprozess

## II. Ergebnis einer Befragung zur Wahrnehmung und Akzeptanz von City-Management mit ausgewählten Akteuren der Immobilienwirtschaft

### 1.1 Auswertung: Empirische Befunde zur Wahrnehmung und Akzeptanz von City-Management durch die Immobilienwirtschaft und ihre Akteure (Feingliederung in Abhängigkeit von der Fragebogengestaltung).

### 1.2 Die Mitwirkung am City-Management als Bestandteil einer integrativen Vermarktungsstrategie von City-Immobilien

### 1.3 Die Mitwirkungsfelder von Immobiliengesellschaften an City-Management-Initiativen

#### 1.3.1 Informelle Beteiligungsstrategien

#### 1.3.2 Projektbezogene Beteiligungskonzepte

#### 1.3.3 Institutionelle Beteiligung

##### a) Grundstücksfonds

##### b) Strukturhilfsmittel / Städtebauförderung / Wirtschaftsförderung

##### c) Business Improvement Districts (BID)

## FAZIT

Abbildungsverzeichnis

Literaturverzeichnis

Glossar

Anhang

Vorläufiges Literaturverzeichnis

- Abbott, John: *Sharing the City*, 1996.
- Ahlert, Dieter: *Standortpolitik des Handels und City-Management*, 2001.
- Bappert, Dirk: *City-Management*, 1994.
- Bramezza, Ilaria: *The competitiveness of the European city and role of urban management in improving the city's performance*, 1996.
- Depenbrock-Naumann, Eva-Maria: *Einzelhandel und Stadtentwicklung*, 1982.
- Frommholz, Hans-Joachim: *City-Marketing*, 1996.
- Helbrecht, Ilse: *City-Management*, 1992.
- Helms, Gesa: *Glasgow*, 2001.
- Kuron, Irene: „City-management – Eine Erfolgsstory?“. In: *Standort*, H. 1/2002, S. 28 ff.
- Marquardt-Kuron, Arnulf: „Beteiligung am City-Management“. In: *Standort*, H. 1/2002, S. 7 ff.
- Schaller, Ulrich: *City-Management/ City-Marketing/ Stadtmarketing/ Allheilmittel für die Innenstadtentwicklung?*, 1993.
- Shutt, John/ De Silva, Pauline/ Müller, Thomas: *Step Change, Town Improvement Zone Programm*, ATCM, Leeds 2002.
- Smyth, Hedley: *Marketing the city*, 1994.
- Tietz, Bruno: *City-Studie*, 1991.
- Von Bussow, Grabov und Hollbach, Beate: „Stadtmarketing – eine kritische Zwischenbilanz“. *DIFU-Beitr. z. Stadtforschung*, Bd. 25, 1998.
- Zerweck, Daniel: „Handels- und Erlebnisstandort City“. In *SRL-Planer/in*, H. 1/02, 2002, S.36 ff.