

# **Antrag auf Einrichtung einer Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) BID Ku'damm Tauentzien**



© Strabag Real Estate GmbH

**Antragsteller:  
BID Ku'damm-Tauentzien GmbH  
Budapester Str. 41  
10787 Berlin  
Tel.: +49 30 - 262 95 92  
Fax: +49 30 - 262 95 93  
Mail: r.schubert@agcity.de  
<http://www.bid-kudamm-tauentzien.de/>  
Berlin, 8. Februar 2017**



## Inhaltsverzeichnis

<b>Ausgangslage</b> .....	<b>3</b>
Quartier Ku'damm Tauentzien .....	3
Strukturwandel im Handelssektor und Wettbewerb der Shopping-Areale .....	4
Ordnung, Lenkung, Sauberkeit .....	5
Fehlende Aufenthaltsqualität und angestaubtes Bild des öffentlichen Raums .....	5
Ein Standort mit einzigartigen Bedingungen, aber noch nicht vergleichbar mit London, Paris oder Mailand .....	6
Workshop und SWOT-Analyse - Stärken und Schwächen .....	6
<b>Ziele</b> .....	<b>7</b>
Vision für die City West .....	7
<b>ISG-Initiative</b> .....	<b>8</b>
<b>Aufgabenträger</b> .....	<b>10</b>
<b>Maßnahmen- und Finanzierungskonzept</b> .....	<b>11</b>
Beschreibung der Maßnahmen .....	11
Übergreifende Arbeitsstrukturen .....	11
Maßnahmenpaket 1: Zusätzlicher Reinigungsservice und verbesserte Grünpflege .....	11
Maßnahmenpaket 2: Neues Grünkonzept zur Aufwertung des Mittelstreifens.....	13
Maßnahmenpaket 3: Bewirtschaftung des Tauentzien-Mittelstreifens mit Gastro-Pavillons.....	15
Maßnahmenpaket 4: City Guides .....	16
Maßnahmenpaket 5: Einrichtung eines Public WLAN / Frequenzmessung .....	17
Maßnahmenpaket 6: Entwicklung einer Markenstrategie / Vision.....	19
Finanzierung .....	22
<b>Formelle Anforderungen</b> .....	<b>24</b>
Antragsquorum (§ 6 Abs. 2 BIG) .....	24
Erörterungstermin (§ 6 Abs. 3 BIG).....	24
Laufzeit (§ 10 Abs. 1 BIG) .....	25
Gebietsabgrenzung (§ 6 Abs. 5 i.V.m. Abs. 4 BIG) .....	25
Koordinationsausschuss (§ 5 BIG).....	26
<b>ISG-Abgabe</b> .....	<b>26</b>
<b>Vertragliche Regelungen</b> .....	<b>27</b>
Öffentlich-rechtlicher Vertrag nach § 4 Abs. 2 BIG.....	27
Städtebaulicher Vertrag / Durchführungsvertrag .....	27
<b>Veröffentlichung des Antrags (§ 6 Abs. 5 Satz 2 BIG) ..</b>	<b>28</b>

## Ausgangslage

### Quartier Ku'damm Taubentzien

„Der Ku'damm kommt wieder!“ heißt es schon seit einigen Jahren und im Grundsatz trifft das auch zu. Nur an wenigen Orten in Berlin tut sich so viel in so kurzer Zeit wie hier.

Der über 4,2 km lange, weltweit bekannte Boulevard entlang dem Kurfürstendamm, der Taubentzienstraße und dem Breitscheidplatz wird in seiner Gesamtheit trotz der unterschiedlichen Straßennamen von Berlinern wie Auswärtigen und Touristen als „der Ku'damm“ bezeichnet. Er ist das traditionsreichste und vielfältigste Einkaufsviertel von Berlin. Der weltberühmte Boulevard ist nicht nur Bummelmeile, sondern auch architektonisch und kulturell attraktiv. Er gehört zu den berühmtesten Straßen der Welt und ist die Lebensader der City-West.

Von großer Bedeutung und die Kurfürstendamm-Gegend prägend sind auch die zahlreichen Seitenstraßen. Diese Straßen, zum Teil den Boulevard kreuzend, zum Teil parallel verlaufend, erstrecken sich gesamt über eine Länge von rund 40 km mit über 2000 Geschäften, Gaststätten und einer überwältigenden Vielfalt an Angeboten. Ungewöhnlich für eine Weltmetropole ist auch der große Wohnanteil in den unmittelbaren Seitenstraßen.

So mag es zunächst verwundern, dass gerade hier der erste Berliner „Business Improvement District (BID)“ – oder wie es das Gesetz in Berlin nennt: die erste „Immobilien- und Standortgemeinschaft („ISG“) entstehen soll. *To improve* bedeutet im Englischen „verbessern“. Ähnlich formuliert es das Berliner Immobilien- und Standortgemeinschafts-Gesetz (BIG) in § 2 Abs. 1, wenn es als Zielvorgaben einer ISG die Erhöhung der Attraktivität und die Verbesserung der Rahmenbedingungen zur Standortstärkung benennt. Man mag fragen, was es am Ku'damm zu verbessern gibt.

Die AG City, unter deren Schirm diese Initiative gestartet wurde (s. unten dazu mehr), beobachtet die Entwicklung in diesem Stadtquartier seit vielen Jahren und hat schon in der Vergangenheit Herausforderungen identifiziert und mit einzelnen Vorstößen eine punktuelle Verbesserung erreicht. Die Stärken der Straße sind auch ihre Schwächen: Uneinheitliche bauliche Entwicklung, das Wegbrechen gewachsener Strukturen zugunsten uniformer Standardnutzungen im Einzelhandel, eine „Verrohung der Sitten“ auf den Bürgersteigen, der Mangel an Corporate Identity und ein oft liebloses Straßenbild. Es geht aber nicht nur darum, kurzfristig für mehr Sauberkeit und städtebauliche Ordnung am Ku'damm zu sorgen, sondern auch rechtzeitig Rahmenbedingungen zu schaffen, dass der Ku'damm auch in den nächsten Jahren und darüber hinaus eine positive Entwicklung nimmt und dass die Immobilien entlang des Boulevards ihre Attraktivität für Handel, Gewerbe und Dienstleistung behalten und – nicht zuletzt – auch den vielen Bewohnern der Gegend eine lebenswerte Nachbarschaft bieten. Eine derart vielgestaltige Lage braucht neben den von Gesetzes wegen begrenzten Mitteln des Städtebaurechts eine aus der Mitte ihrer Anlieger gestützte und geförderte ganzheitliche Konzeption, um aus dem „Ku'damm“ eine unverwechselbare und klar positionierte Marke zu machen, von der die Immobilien und ihre Nutzer dauerhaft profitieren. Diese Einheit aller Ku'damm-Anlieger soll durch die neue ISG geschaffen werden. Hierzu im Einzelnen:

## Strukturwandel im Handelssektor und Wettbewerb der Shopping-Areale

Der Ku'damm befindet sich wie kaum ein anderer Teil der Stadt in einem Prozess des Wandels. Eine Ursache für diesen Veränderungsprozess ist die um sich greifende Digitalisierung des Handels, die zugunsten des heimischen Online-Shoppings die traditionellen Ladengeschäfte zunehmend zurückdrängt. Damit verbunden ist auch ein verändertes Freizeitverhalten von Besuchern in Innenstadtlagen allgemein und am Kurfürstendamm speziell. Der stationäre Handel der Innenstädte verliert seine Bedeutung für die Deckung des täglichen Bedarfs. An seine Stelle treten Nahversorger in den Wohngebieten und eben der Handel im Internet. Das Shoppen in der Stadt wird umdefiniert als Freizeitbeschäftigung – und buhlt so um das rare Gut „Zeit“ bei seinen Kunden in einem Umfeld mit klassischen Freizeit-Destinationen wie Museen, Theatern, Zoos und Parks.

Im Wettbewerb der Städte untereinander wird das urbane Shopping-Erlebnis zu einem entscheidenden Attraktivitätsfaktor für Besucher aus dem In- und Ausland. Dabei geraten viele Innenstädte in die Falle der Standardisierung durch Vermietung an die immer gleichen Filialisten, durchsetzt mit Angeboten der international homogenisierten System-Gastronomie. So entstehen Einzelhandelslagen „ohne Gesicht“. Weiterhin konkurrieren die Einkaufsstraßen mit den Shopping-Centern, insbesondere in Berlin, wo der Wettbewerb mit 67 Shopping-Centern extrem ausgeprägt ist.

Das Potential der Handelsflächen im betrachteten Bereich des Ku'damms liegt bei ca. 400.000 m<sup>2</sup> und verteilt sich auf 250 Adressen. Dabei befinden sich über 50% der Fläche in fünf der großen und bekannten Warenhäuser und Shopping-Center: KaDeWe, P&C, Europa-Center, Karstadt und Kranzler Eck Berlin.

Bis auf die vorgenannten Häuser bieten die meisten Gebäude Handelsflächen nur im Erdgeschoss, also auf Straßenniveau, an. Der Nachfragedruck auf Flächen in den oberen Etagen ist eher gering.

Der Jahresumsatz in dem Bereich Tauentzienstraße und Kurfürstendamm wird auf 1,5 Mrd. Euro geschätzt. Davon wird etwa die Hälfte durch Kunden gewonnen, die Berlin besuchen.

Die im Projektstadium befindlichen Objekte suchen neue Mieter für bis zu 120.000 m<sup>2</sup>. Selbst unter Berücksichtigung des Umstandes, dass ein Teil der Flächen an den Standorten schon genutzt war, beträgt der Nettozuwachs ca. 80.000 m<sup>2</sup>. Das bedeutet einen Zuwachs von über 25 % an Einzelhandelsfläche.

Doch Wettbewerb herrscht nicht nur im Bezug auf die Besucher. Auch im Wettbewerb um Mieter in den hochpreisigen Segmenten der Retail-Flächen – aber zunehmend auch im klassischen Büro-Segment – müssen die Vermieter in ihren Immobilien Umfeldqualität anbieten. Die Mieter von Einzelhandelsflächen müssen sich bei der Priorisierung in ihrer Standortwahl nicht nur zwischen verschiedenen Städten, sondern innerhalb der gleichen Stadt auch zwischen verschiedenen Einzelhandelslagen entscheiden. Ihre Entscheidungskriterien sind die Besucherfrequenz sowie das Image und die vorhandene und die potentielle Kundenstruktur des Standorts. Der Ku'damm braucht ein ganzheitliches „Konzept“.

## **Ordnung, Lenkung, Sauberkeit**

Die Attraktivität des Kurfürstendamms ist nicht nur seine Stärke, sondern auch seine Schwäche. Die zunehmenden Besucherströme finden keine Lenkung und Orientierung. Es fehlt an Informationsangeboten wie sie ansonsten jedes Shopping-Center bietet. Der oft chaotische Anlieferverkehr auch während der Hauptverkehrszeiten und das geringe Parkplatzangebot an der Straße führen zum Dauerparken in zweiter Reihe. Daneben sind die Besucher des Boulevards, insbesondere Touristen aber auch Nutzer der anliegenden Gewerbeflächen, vielfacher ungeordneter Ansprache auf der Straße durch Prospektverteiler, (zum Teil) professionell organisierte Bettler und auch durch selbst ernannte Straßenkünstler ausgesetzt. Zwar ist es nicht das Ziel der Initiative, zu entscheiden oder gar selbst umzusetzen, wie mit diesen Erscheinungsformen des modernen Stadtlebens umzugehen ist, jedoch zeigen die Befragungen unter Anliegern des Kurfürstendamms und der Tauentzienstraße, dass ein Bedarf gesehen wird, dass jemand hierauf systematisch „ein Auge hat“.

Es wird vielfach der Wunsch geäußert, Künstlern und Kreativen Spielorte im Straßenraum zu verschaffen. Dies trägt einerseits zur Belebung des Straßenbildes bei und verhindert zugleich Konflikte zwischen der Straßenkultur einerseits und den sonstigen Funktionen der Straße andererseits.

Bahnhöfe, sei es U-Bahn oder S-Bahn sowie Shopping-Malls bieten Service-Mitarbeiter, die Auskünfte erteilen, bei Problemen helfen oder unterstützen. Im Bereich des ISG-Gebietes auf öffentlichem Straßenland gibt es eine Betreuungslücke. Um sich im Ranking internationaler Boulevards behaupten zu können, braucht es eine entsprechende Willkommenskultur. Das soll durch den Einsatz von City Guides gelöst werden, die einen entscheidenden Beitrag zur Aufenthaltsqualität leisten.

Erfolgreich, aber nur als Projekt auf Zeit angelegt, ist die höhere Reinigungsfrequenz auf dem Kurfürstendamm, die durch die BSR in Zusammenarbeit mit der AG City geleistet wird. Das will die Initiative für den ISG Ku'damm Tauentzien unbedingt aufrechterhalten.

## **Fehlende Aufenthaltsqualität und angestaubtes Bild des öffentlichen Raums**

Vom Wittenbergplatz Richtung Gedächtniskirche sind die Fahrspuren der Tauentzienstraße durch einen sehr breiten Grünstreifen getrennt. Anders als in anderen Metropolen „findet“ dort aber nichts „statt“. Sitzgelegenheiten und Punkte, an denen eine Erfrischung gekauft oder ein Kaffee getrunken werden kann, fehlen. Sitzgelegenheiten sind spärlich. Obwohl eine Längsdurchwegung möglich ist, findet man dort kaum Fußgänger.

Das Stadtgrün und seine bauliche Einfassung sind im Bereich Tauentzien eher reduziert gestaltet und bieten jahreszeitlich keine Abwechslung. Auch auf dem eher schmalen Grünstreifen entlang des Kurfürstendamms drückt sich der jahreszeitliche Wechsel nur durch einige wenige – und dann häufig schnell zertrampelte – Krokusse und Tulpen im Frühjahr und – immerhin – die Weihnachtsbeleuchtung im Winterhalbjahr aus. Ansonsten wirkt das öffentliche Grün angesichts der öffentlichen Sparzwänge dieser prominenten Lage gegenüber unangemessen karg. Eine gestalterische Aufwertung des Kurfürstendamms ist mit Herausforderungen durch den Platanenbewuchs und des vorhandenen Wurzelwerks verbunden. Der bislang vorhandene dichte Platanenbewuchs entbehrt einer entsprechenden

Qualität. Es kommt zunehmend zu Problemen des Wasserhaushalts der Bäume; Altbäume fallen aus.

## **Ein Standort mit einzigartigen Bedingungen, aber noch nicht vergleichbar mit London, Paris oder Mailand**

Neben den weltweiten Trends im Handel sind die speziellen Gegebenheiten des Boulevards Kurfürstendamm und Tauentzienstraße zu berücksichtigen.

Der Name Kurfürstendamm hat national und international einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. Vermutlich ist dieser in den westlichen Ländern höher als im asiatischen Raum. Mit dem Namen verbinden die meisten das Bild eines grünen, großzügigen Boulevards von historischer Bedeutung.

Mit 4,2 km Länge liegt er im Vergleich zu den Einkaufsstraßen der Welt an der Spitze und ist zu Fuß entspannt kaum zu erschließen.

Da sich die Kunden in einem relativ großen Straßenverlauf verteilen, ist die Kundenfrequenz – die Anzahl der Passanten je Stunde – im Vergleich zu anderen Einkaufsstraßen in manchen Abschnitten eher gering. Bislang sind dies jedoch nur punktuell ermittelte Befunde mit wenig Aussagekraft. Ein Konzept zur Messung der „Hot Spots“ und der noch zu belebenden Abschnitte der Straße fehlt.

Eine kreative und intelligente Strategie für den Kurfürstendamm, die sowohl auf die Megatrends im Handel, als auch auf die spezielle Situation abzielt, kann die derzeitigen Anzeichen von stagnierenden Umsätzen auffangen und wieder in ein langfristiges Wachstum überführen.

## **Workshop und SWOT-Analyse - Stärken und Schwächen**

Die ISG-Initiative hat sich sehr tiefgehend mit den Stärken und Schwächen sowie den Chancen und Risiken im betrachteten Gebiet auseinandergesetzt und hierzu einen professionellen Workshop unter fachkundiger Begleitung durchgeführt. Die hieraus gewonnene SWOT-Analyse (englische Abkürzung für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Bedrohungen)) war Grundlage der nachfolgenden Zielbestimmungen und der daraus abgeleiteten Maßnahmen.

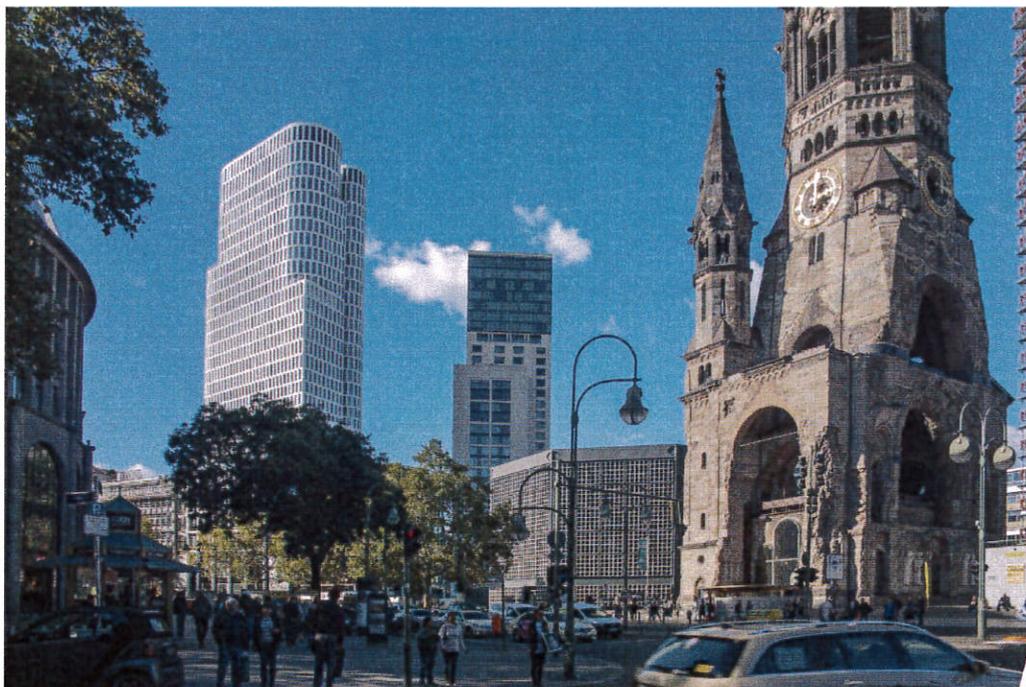
## Ziele

### Vision für die City West

Die Geschäftslage rund um den Kudamm hat das Potenzial, zur weltweit bekannten Marke für Innenstadt-Shopping zu werden und dauerhaft zu bleiben. Eine Marke, die in einem Atemzug mit Champs Elysees, Oxford Street oder 5th Avenue genannt wird. Innerhalb Berlins kann und soll eine Vorrangstellung bei Aufenthaltsqualität, Angebotsmix und Qualität der Infrastruktur erreicht werden. Der erste geplante Business Improvement District („BID“) hat das Ziel, zu einer Verbesserung der Standortqualität beizutragen, indem Maßnahmen zum Vorteil der Gewerbetreibenden am Standort konzentriert und auf einander abgestimmt werden. Auf diese Weise soll der BID dabei helfen, den Wert der Immobilien am Standort zu sichern und den öffentlichen Raum insgesamt aufzuwerten.

Das Konzept soll den Bereich Kurfürstendamm und Tauentzienstraße beginnend von der Uhlandstraße bis zum Wittenbergplatz erfassen.

Der Standort „Ku'damm“ im Herzen der City West wird im Sinne der Gewerbetreibenden vor Ort und mit Unterstützung der öffentlichen Hand gemeinschaftlich vermarket und so in seiner Außenwahrnehmung gestärkt.



© ShoppingGuide Berlin

### Die ISG-Initiative hat für die kommenden fünf Jahre die folgenden Ziele:

Das biedere und im letzten Jahrhundert stehengebliebene Bild des öffentlichen Raums am Tauentzien und am Kurfürstendamm entlang der Straße soll nachhaltig durch ein modernes Bepflanzungs- und Pflegesystem aufgewertet werden.

Auf dem Tauentzien-Mittelstreifen soll sich eine urbane Aufenthaltsqualität auch durch angemessene Erfrischungsangebote in stationären Pavillons etablieren. Räume für anspruchsvolle Straßenkunst sollen berücksichtigt werden.

Es soll sich ein System der helfenden und unterstützenden Betreuung der Touristenströme und des gesamten Gewerbeverkehrs auf den Fußwegen und am Straßenrand des ISG-Gebiets etablieren, das zur Stärkung des subjektiven Wohlfühlens in der Gegend beiträgt, um so die Belastungen durch zahlreiche unregelte „Sondernutzungen“ spürbar zu reduzieren.

Die Reinigungsfrequenz auf den öffentlichen Wegen soll nachhaltig über dem Programm der höchsten Reinigungsklasse aufrechterhalten bleiben.

Eine einheitliche und international wettbewerbsfähige Etablierung der „Marke Kurfürstendamm“ soll erreicht und ein international konkurrenzfähiges Angebot von Formaten, die den Besuchern einen Anlass zum Immer-Wiederkommen geben wird, soll etabliert werden.

## ISG-Initiative

Die Initiative zur Gründung der ISG ist aus der langjährigen Arbeit und vielen vorbereitenden Konzepten der Arbeitsgemeinschaft City e. V., kurz AG City hervorgegangen. Die AG City ist ein Zusammenschluss von rund 481 Gewerbetreibenden im Wesentlichen aus dem Bereich der City West und engagiert sich seit 40 Jahren für die qualitative Aufwertung des Quartiers rund um den Kurfürstendamm und die Taubentzienstraße.

Dem Entschluss zur Gründung einer Initiative zur Schaffung einer Immobilien- und Standortgemeinschaft gingen folgende Phasen voraus:

- 2009 wurden von der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung in Kooperation mit dem Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf, der AG City und der IHK Berlin für die City West Leitlinien veröffentlicht, um entsprechende Maßnahmen zur Stärkung der Attraktivität und der Konkurrenzfähigkeit des Standortes im internationalen Vergleich daraus abzuleiten.
- Da Maßnahmen zur qualitativen Aufwertung eines Quartiers einer notwendigen Finanzierung bedürfen, haben sich die Akteure der AG City über viele Jahre für die Schaffung der gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Einrichtung von **Business Improvement Districts (BID)** in Berlin und speziell am Ku'damm eingesetzt. Leitidee ist es, den Herausforderungen der Stadt- und Wirtschaftsentwicklung mit privat getragenen Projekten und Maßnahmen zu begegnen und die Zentren durch Engagement und eigene Verantwortung vor Ort zu stärken. Bundesweit und auch weltweit ist dieses Modell gelebte und bewährte Praxis.
- Um die Entwicklung eines BID-Konzepts in Berlin voranzubringen, hat sich die City-Dienst GmbH in Kooperation mit dem Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf in den vergangenen zwei Jahren im Rahmen des Programms „Wirtschaftsdienliche Maßnahmen“ für die Standortprofilierung der City West engagiert. Es sollte die Bereitschaft zum privaten Engagement der Anrainer in Bezug auf die städtebauliche und imagebildende Entwicklung des Standortes ihrer Immobilien geprüft werden und somit der Grundstein zu einer Einrichtung einer Immobilien- und Standortgemeinschaft gelegt werden. Dieses Projekt wurde zum Teil aus öffentlichen Fördergeldern i.H.v. rd. 30.000 EUR finanziert. Die für den Erhalt der Fördergelder benötigte Kofinanzierung hat die City Dienst GmbH aufgewendet.

In der Folge wurden von einer Gruppe interessierter Unterstützer aus dem Kreis der Immobilieneigentümer im Bereich des Kurfürstendamms und der Tauentzienstraße und der entsprechenden Arbeitsgruppen der AG City eine Reihe von Arbeitstreffen, Workshops und Präsentationen durchgeführt, um den Bedarf für Verbesserungen und die möglichen Elemente eines Maßnahmenkonzepts zu erarbeiten. Die wichtigsten dieser Termine sind hier aufgelistet, um die Intensität der Vorbereitungsarbeit darzustellen:

- 22.03.2012 erstes Eigentübertreffen zur Frage „Einrichtung eines BID für den Kurfürstendamm“ (noch bevor es eine gesetzliche Grundlage dafür gab)
- 27.09.2012 weiteres Eigentübertreffen zum BID
- 03.11.2014 Anrainertreffen zum BID mit zahlreichen Vertretern aus Handel, Gewerbe und Dienstleistung
- 20.01.2015 Erster Workshop zum BID
- 21.10.2015 Zweiter Workshop zum BID
- 03.05.2016 Dritter Workshop zum BID
- 19.07.2016 öffentlicher Erörterungstermin

Dazwischen lagen viele Einzelgespräche, Fachrunden und Abstimmungsdiskussionen mit Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Verwaltung. Zahlreiche Studien, Gutachten und Stellungnahmen wurden eingeholt.

Die ISG Ku'damm Tauentzien wird den Abschnitt Wittenbergplatz bis zur Uhlandstraße abdecken und umfasst rund 1,2 km der Geschäftsstraße Kurfürstendamm/Tauentzien. Folgende Eigentümer haben sich im ersten Schritt gemeinsam auf ein Maßnahmen- und Finanzierungskonzept zur (Re-)Vitalisierung des Gebiets verständigt und ihre Unterstützung des ISG-Antrags bekundet:

- Aachener Grundvermögen Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH
- Atlas Tower GmbH & Co. KG / c/o Strabag Real Estate GmbH
- Becker & Kries Grundstücks GmbH & Co. KG
- Gutman Investment GmbH
- Europahaus Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG
- RFR 7. Immobilien Verwaltungs GmbH
- RFR Objekt Berlin Kurfürstendamm GmbH
- Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche



© Photo Huber

## Aufgabenträger

Die AG-City als durch Mitgliedsbeiträge finanzierter Idealverein konnte die ISG-Initiative nicht vorfinanzieren und auch nicht als Aufgabenträger für die ISG fungieren. Die Vorbereitungsarbeit hat daher die City-Dienst Gesellschaft für PR, Planen, Parken, Werben mbH („City-Dienst GmbH“) übernommen, die im Stadtmarketing erfahrene und erfolgreiche Tochtergesellschaft der AG City. Die City-Dienst GmbH hat sich bereits in der Vergangenheit in Kooperation mit dem Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf im Rahmen des Programms „Wirtschaftsdienliche Maßnahmen“ für die Standortprofilierung der City West engagiert.

Um dem gesetzlichen Auftrag der Transparenz und ordnungsgemäßen Trennung der ISG-Einkünfte nachzukommen, hat die City-Dienst GmbH nach erfolgreicher Durchführung des Erörterungstermins zum Zwecke der Durchführung der ISG die BID Ku'damm-Tauentzien GmbH als künftigen Aufgabenträger und Antragsteller dieses Verfahrens gegründet. Die BID Ku'damm-Tauentzien GmbH ist eine zu 100 % von der City-Dienst GmbH gehaltene Tochtergesellschaft.

Der Aufgabenträger übernimmt bei der Einrichtung, Umsetzung und Beendigung einer Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) eine zentrale Rolle. Er nimmt die Aufgaben der ISG, die über keine eigene Rechtspersönlichkeit verfügt, wahr. Der Aufgabenträger verpflichtet sich gegenüber dem Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf im Rahmen des diesem Antrag bereits im Entwurf beigefügten öffentlich-rechtlichen Vertrages, die ISG-Maßnahmen umzusetzen und alle weiteren sich aus dem Berliner Immobilien- und Standortgemeinschafts-Gesetz (BIG) und dem Maßnahmen- und Finanzierungskonzept ergebenden Aufgaben zu erfüllen (§ 4 Abs. 1 und Abs. 2 Satz 2 BIG). Die BID Ku'damm-Tauentzien GmbH verwaltet die Einnahmen der Erhebungsbehörde und verwendet diese treuhänderisch ausschließlich für die Zwecke der ISG.

Die BID Ku'damm-Tauentzien GmbH hat zwei Geschäftsführer und im Übrigen kein fest angestelltes Personal. Sie wird sich in Abhängigkeit vom voraussichtlich ungleichmäßigen Arbeitsanfall im Projektverlauf (hohe Arbeitsbelastung zu Beginn des Projekts und abnehmende Belastungen in den letzten Jahren der ISG-Phase) angemessener vorhandener Verwaltungskapazitäten (Sekretariat, Schreib- und Korrespondenzdienst, IT-Infrastruktur) der City-Dienst GmbH bedienen und im übrigen externe Dienstleister (Steuerberater, Rechtsanwälte, Projektsteuerer) einsetzen. Die Overhead-Kosten sollen auf diese Weise flexibel kontrollierbar bleiben.

Die BID Ku'damm-Tauentzien GmbH hat ihren Firmensitz in der Budapester Str. 41, 10787 Berlin in den Räumen der City-Dienst GmbH.

## Maßnahmen- und Finanzierungskonzept

### Beschreibung der Maßnahmen

#### Übergreifende Arbeitsstrukturen

Für die Vorbereitung des ISG-Antrags bedient die Antragstellerin sich einer fachlich spezialisierten Anwaltskanzlei und eines erfahrenen Projektsteuerungsbüros. Grund hierfür ist der Pilotcharakter dieses ISG-Vorhabens, das das erste seiner Art in Berlin ist und nur begrenzt wegen der unterschiedlichen rechtlichen Rahmenbedingungen auf Vorbildprojekten etwa aus Hamburg aufsetzen kann.

Daneben hat die Antragstellerin bereits erste Konzeptstudien von führenden Planungsbüros und Agenturen erarbeiten lassen.

Die Maßnahmen werden von diesen Büros und Unternehmen auch weiter begleitet und betreut. Diese Betreuung ist in das Maßnahmen- und Finanzierungskonzept eingerechnet. Die bauliche Umsetzung der investiven Maßnahmen wird auf der Grundlage von Ausschreibungen an fachlich geeignete Unternehmen unter Beachtung des Wirtschaftlichkeitsgebots im Wettbewerb vergeben.

Für die organisatorischen Maßnahmen (Frequenzmessung, City Guides) liegen bereits heute Angebote vor, die mit den Ergebnissen dieses Antragsverfahrens mit den Bietern nach gleichen Grundsätzen verhandelt werden.

Für eigenes Personal und einen eigenen Unternehmensertrag werden vergleichsweise geringe Beträge angesetzt. Allerdings werden zwischen der Antragstellerin und ihrer Muttergesellschaft ortsübliche Verrechnungssätze für die Gestellung von Personal und Infrastruktur, die einem Drittvergleich standhalten, vereinbart.

**Kostenaufwand (vorbereitende Leistungen) EUR 95.200**

**Kostenaufwand für die Leistungen  
während der kommenden 5 Jahre EUR 544.782**

### Maßnahmenpaket 1: Zusätzlicher Reinigungsservice und verbesserte Grünpflege

#### Intensivere Straßen- und Wegereinigung:

Der Kurfürstendamm und die Tauentzienstraße möchten Kunden, Anliegern und Besuchern stets ein sicheres und gepflegtes Umfeld bieten. Um dem Anspruch eines internationalen Boulevards und den Millionen von Besuchern aus dem In- und Ausland gerecht zu werden, besteht die Notwendigkeit, eine weit über die durch das Straßenreinigungsgesetz abgedeckte Grundreinigung hinausgehende umfänglichere Straßen- und Gehweg-Reinigung in Auftrag zu geben. Die BSR hat aus diesem Grund in Kooperation mit der AG City im März 2013 dazu ein Pilotprojekt zur bedarfsgerechten Reinigung am Kurfürstendamm / Breitscheidplatz / Tauentzienstraße im Abschnitt zwischen Wittenbergplatz bis Uhlandstraße gestartet. Vorab wurden die Bereiche einmal am Tag gereinigt. Dieser Reinigungssturnus stammte aus dem Jahr 1933. Das Pilotprojekt wurde über die Mehrheit der Eigentümer des Abschnitts finanziert und hat einen entscheidenden Beitrag dazu geleistet, dass die Reinigungsklassen ab Januar 2014 angepasst wurden (6-malige und 10-malige Reinigung). Das Ergebnis bisher wird von allen Beteiligten als großer Erfolg gewertet.

Zu diesem Zweck wird die bereits seit 2013 erfolgreich im Rahmen einer Privatinitiative einiger Immobilieneigentümer gestartete und von diesen finanzierte zusätzliche Straßen-

Reinigungsleistung durch die Berliner Stadtreinigung in die ISG überführt und über deren Mittel im ISG-Gebiet finanziert werden.



© Berliner Stadtreinigung

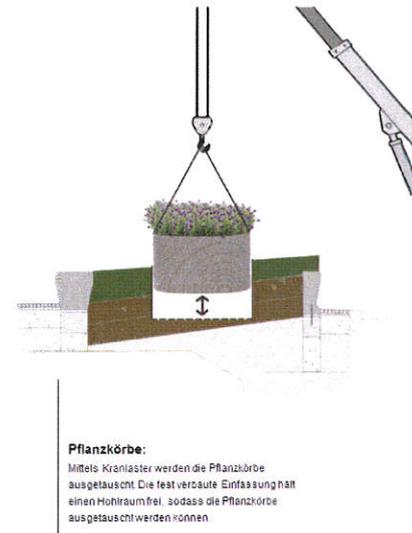
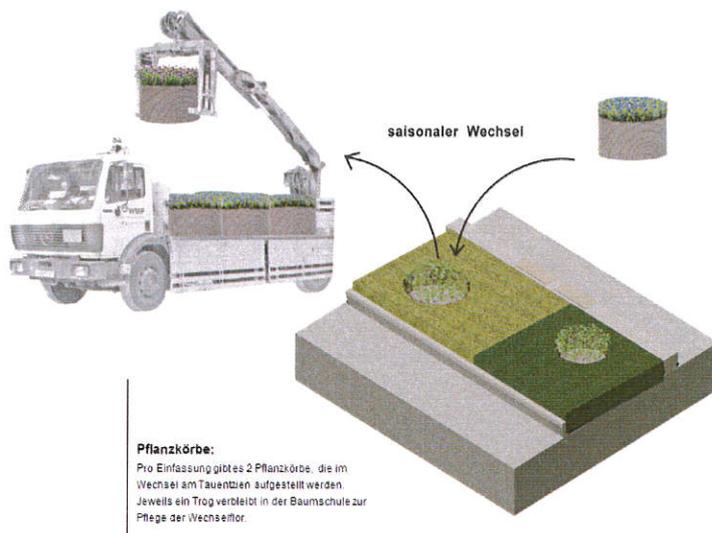
#### Verbesserte Grünpflege:

Im April 2015 begann die BSR im Rahmen eines weiteren Pilotprojektes „Stadtraum-Management“ am Kurfürstendamm im Abschnitt Uhlandstraße bis Rankestraße mit der Pflege der bezirkseigenen Grünflächen. Das bot sich an, da die Mitarbeiter der BSR vor Ort für die Straßenreinigung verantwortlich zeichneten und die Pflege ebenfalls übernehmen konnten. Dieses Pilotprojekt ist allerdings nur auf Zeit angelegt, soll aber – mit den Impulsen und Gestaltungsvorgaben der ISG – weiter fortgesetzt werden.

In die ISG wird daher künftig auch die Grünpflege durch die BSR mit einem hochwertigen Pflegeeinsatz integriert. Dabei sollen die Erfahrung und Fachkunde der Bezirksgärtnerei Charlottenburg-Wilmersdorf einbezogen werden.

#### Folgende Leistungen werden erbracht:

- Reinigung und Pflege aus einer Hand durch die BSR
- Bedarfsgerecht zur gesamthaften Steuerung der Straßenbegleitgrünpflege und der Straßenreinigung
- Anwendung eines Service Level-Modells und Pflege auf höchstem Niveau
- Eigenleistung der BSR
- Mähen und Vertikutieren
- Rasenkanten stechen
- Nachsäen
- Bearbeiten von Baumscheiben
- Fremdvergabe an Fachfirmen durch Aufgabenträger (da BSR nicht genügend eigenes Personal im benötigten Umfang hat) für Pflanzarbeiten
- Gehölz- und Heckenschnitte (5 Arbeitsgänge pro Jahr)
- Gesamtcontrolling durch die BSR



© Lützw 7 C. Müller J. Wehberg Garten- und Landschaftsarchitekten

Aufgrund des Pilotprojektes „Stadtraum-Management“ kann die Pflege des Kurfürstendamms bis Dezember 2017 aus dem ISG-Budget herausgerechnet werden, da die Kosten durch die BSR getragen werden. Das Projekt verdeutlicht das Pflegeniveau und das daraus resultierende optimal gepflegte Erscheinungsbild der Grünflächen des Kurfürstendamms.

**Kostenaufwand für die Leistungen während der kommenden 5 Jahre**

**EUR 1.179.994**

## **Maßnahmenpaket 2: Neues Grünkonzept zur Aufwertung des Mittelstreifens und „Kunstraum“**

Die ISG-Initiative hat mit Hilfe eines professionellen und mit den Verhältnissen am Kurfürstendamm bestens vertrauten Grünplanungsbüros erste dringende Maßnahmen zur Aufwertung des Bereiches rund um den Ku'damm & Tauentzien entwickelt, die nachfolgend beschrieben werden.

Der in den vergangenen Jahren mehrfach eher schlicht umgestaltete Bereich des Mittelstreifens der Tauentzienstraße soll durch eine saisonal wechselnde Pflanzung in Verbindung mit der optimierten Grünflächenpflege aufgewertet werden. Auch hier sollen die Erfahrungen und Leistungen der Bezirksgärtnerei Charlottenburg-Wilmersdorf einbezogen werden.

Die geplante Begrünung ist gekennzeichnet durch Gehölze, einen Wechsel der Heckenpflanzen und durch die Integration von Wechselflor. Insbesondere sollen durch ein intelligentes Wechselkorb-System eine saisonal angepasste Bepflanzung in der Gärtnerei vorbereitet und quasi „über Nacht“ die Körbe in die vorbereiteten Aufnahmeöffnungen im Pflanzbereich eingesetzt werden. Dabei sind je zwei Pflanzkörbe vorgesehen, ein Korb für Implementierung in der Einfassung, ein Korb zum Verbleib in der Gartenschule zum vorzeitigen Bepflanzen für einen Wechsel. Je nach Jahreszeitkalender stehen unterschiedliche Pflanzarten zur Verfügung.

Das mit der Konzeptionierung befasste Institut für Stadtgrün ist Partner der BSR im Projekt Stadtraum-Management.

Die im Boden versenkbaren Körbe bzw. Kübel mit Wechselflor (z.B. Hortensien) werden nach unterschiedlichen Jahreszeiten oder Rahmenthemen („Grüne Woche“, „Karneval der Farben“, „Herbstfeuer“) gestaltet und sorgen so für ein abwechslungsreiches Ambiente. Je nach Breite des Mittelstreifens erfolgen der Einsatz von Pflanzkübeln und die Auswahl der Pflanzen angepasst an die vorhandenen Räume.



© Lützw 7 C. Müller J. Wehberg Garten- und Landschaftsarchitekten

Entscheidend für den Erfolg der ergänzenden Umgestaltung ist die Grünflächenpflege, u.a. der formgerechte Schnitt der Hecken.

Seit 2006 anlässlich der Fußball WM erfolgt auf dem Mittelstreifen zum Zwecke der Stabilisierung ein Formschnitt der Platanen, mit dem Ziel, die Bäume zu erhalten, Blickachsen zu schaffen, u.a. auf die Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche, und so mehr Aufenthaltsqualität zu bieten.

Ab 2017 wird der Komplettbeschnitt der Platanen auch außerhalb des ISG-Gebiets bis Halensee umgesetzt. Diese Maßnahme wird vom Maßnahmenpaket der ISG berücksichtigt, hiervon aber nicht umfasst.

Bei der Neugestaltung, ausgearbeitet durch das Institut für Stadtgrün, liefern die Platanen gleichwohl in weiten Teilen den Rahmen, der Rasen wirkt als grüne Bühne für die Wechselbepflanzung.



© Institut für Stadtgrün

Ferner wird an einer geeigneten Stelle ein Raum für künstlerische Darbietungen von Straßenkünstlern geschaffen („Kunstraum“ am Ku’damm). Hier sollen insbesondere spontane Musik- und Textdarbietungen realisiert werden. Hierfür wird eine noch auszuwählende Fläche baulich und gestalterisch so hergerichtet, dass sie für die Künstlerinnen und Künstler und das Publikum am Ku’damm auffindbar und erlebbar wird.

**Kostenaufwand für die Leistungen  
während der kommenden 5 Jahre**

**EUR 2.546.775**

### **Maßnahmenpaket 3: Bewirtschaftung des Tauentzien-Mittelstreifens mit Gastro-Pavillons**

Zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und aufgrund der hohen Nachfrage nach kleinen Snacks, Kaffee und Getränken werden zwei Pavillons auf dem Mittelstreifen der Tauentzienstraße einschließlich einer Bestuhlung und angemessenen gastronomischen Versorgung eingerichtet. Auf der Grundlage des öffentlich-rechtlichen Vertrages wird ein städtebaulicher Vertrag zwischen dem Aufgabenträger und den beiden beteiligten Bezirken zur Umsetzung der Maßnahme geschlossen. Die Bezirke stellen die Aufstellflächen gegen ein übliches Sondernutzungsentgelt für die Dauer der ISG – optional darüber hinaus – zur Verfügung und die Antragstellerin wird die Planung, Errichtung und Verpachtung an die City-Dienst GmbH untervergeben, die über entsprechende Erfahrungen bei Freiflächenkonzepten verfügt. Deren Aufgabe wird es sein, ein dem Ort und dem Gesamtkonzept angemessenes Betreiberkonzept für die beiden Pavillons zu entwickeln. Dieses Maßnahmenpaket soll ausdrücklich ausgabenneutral verwirklicht werden, d. h. die damit verbundenen Kosten einschließlich der Sondernutzungsentgelte werden über die ISG-Laufzeit oder optional darüber hinaus allein durch die Verpachtungseinnahmen und nicht über das Abgabenaufkommen finanziert. Etwaige Überschüsse kommen den sonstigen ISG-Maßnahmen als Reservefinanzierung zugute.

Näheres dazu ist in der Anlage des beigefügten öffentlich-rechtlichen Vertrages geregelt.



© Lützwow 7 C. Müller J. Wehberg Garten- und Landschaftsarchitekten

#### **Maßnahmenpaket 4: City Guides**

Im BID Gebiet kommen so genannte City Guides zum Einsatz, die als gut erkennbare Ansprechpartner für Anrainer und Besucher beratend zur Verfügung stehen (personalisiertes Besucherleitsystem). Sie sollen unterstützend auf den Anliefererverkehr, Parksuchverkehr und sonstige anfallende Anfragen einwirken.

Die Ansprechpersonen fungieren als Informationsschnittstelle für Feuerwehr, Ordnungsamt sowie den privaten Sicherheitsdiensten in den Geschäften. Bei Bedarf wird Kontakt mit den zuständigen Dienststellen von Ordnungsamt und Polizei hergestellt.

Die City Guides sind keine Sicherheitskräfte, sondern Repräsentanten der ISG. Ordnung- und Sicherheitsaufgaben kann und darf die ISG nicht wahrnehmen; die Unterstützung von Polizei und Ordnungsamt ist allerdings – wie dies für jedermann gilt – zulässig. Die City Guides werden eine auffällige Dienstkleidung tragen, die dem Ku'damm-Flair gerecht wird, jedoch nicht den Eindruck erweckt, dass hier ein Wachschutz unterwegs sei.



© Visit Berlin, Foto: D. Mathesiums

Folgende Tätigkeiten sind für die City Guides vorgesehen:

- Präsenz im BID-Gebiet als Servicepersonal für Anrainer und Touristen (mehrsprachig)
- Einsatzzeit 9 bis 21 Uhr – je nach Bedarf erfolgt Anpassung entsprechend örtlicher Bedingungen (etwa für Veranstaltungen)
- Kontaktpartner für alle zuständigen Behörden (Weitergabe von Wahrnehmungen, Meldung von Unfällen, Störungen oder Behinderungen im öffentlichen Raum)
- Informationsvermittlung an Besucher über Standorte, Öffnungszeiten, Angebote von Geschäften und kulturellen Einrichtungen
- Sammlung und Weitergabe von Kenntnissen über aktuelle Bauvorhaben und Verkehrsführungen, auch zum ÖPNV
- Unterstützung bei der Parkplatzsuche
- Achten auf Ordnung und Sauberkeit und durch schlichte Präsenz, Erhöhung des subjektiven Sicherheitsgefühls, Vernetzung zu Ordnungsamt, Polizei, Feuerwehr, Sicherheitsdiensten in den Geschäften



Die City-Guides werden regelmäßig in Zweier-Streifen festgelegte Wege im ISG-Gebiet abgehen und hierbei von einer Einsatzzentrale des ausgewählten Dienstleisters koordiniert und zum Eigenschutz auch überwacht. Über Art, Umfang und Zeiträume der City Guide Einsätze entscheidet letztverantwortlich der Aufgabenträger im Zusammenspiel mit dem Koordinierungsausschuss.

**Kostenaufwand für die Leistungen  
während der kommenden 5 Jahre**

**EUR 1.591.024**

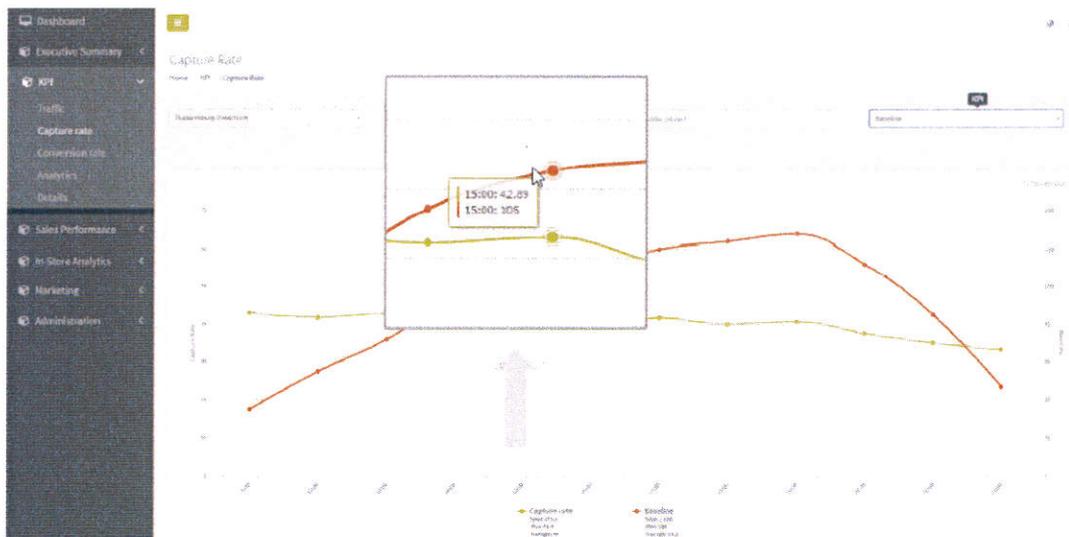
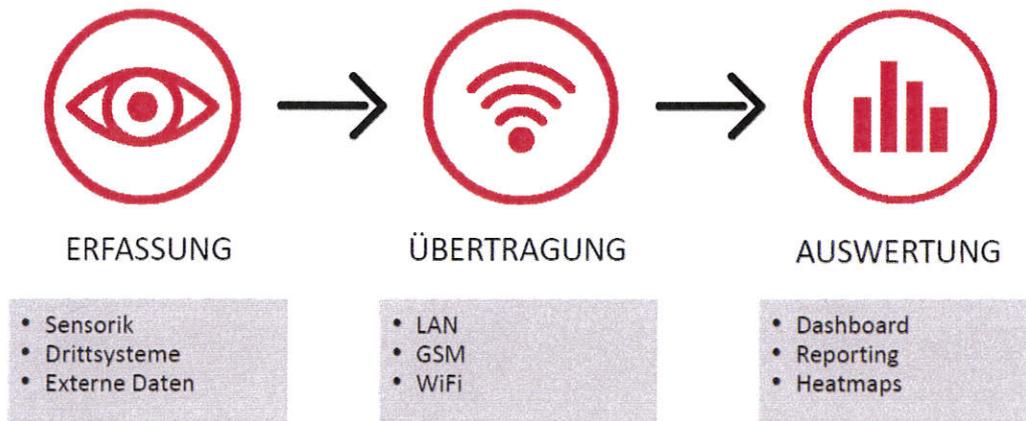
### **Maßnahmenpaket 5: Einrichtung eines Public WLAN / Frequenzmessung**

Um Innenstadtlagen im Gesamtbild analysieren zu können, sind valide Daten notwendig. Fragen wie: „Wer kommt wirklich? Welche Besucher, wie viele Besucher? Wie lange halten sie sich auf, und: kommen sie wieder?“ müssen beantwortet werden, um daraus eine nachhaltige Geschäftsstrategie entwickeln zu können. Die Zahlen nützen dem Management, dem Vertrieb, dem Marketing und vor allem den Eigentümern und Gewerbetreibenden im ISG-Gebiet.

Zu diesem Zweck soll das gesamte ISG-Gebiet abschnittsweise via WiFi (WLAN) eingemessen werden. Die folgenden betrieblichen Schlüsselkennzahlen (auch Key Performance Indicator, „KPI“ genannt) werden erfasst:

- Der Datenverkehr
- die Verweildauer
- die Kunden-Nachhaltigkeit
- der Touristenanteil
- die Besucherströme

Die Messungen werden im anonymisierten Verfahren durchgeführt. Die Zählsysteme beruhen auf einer 3D-basierten Technologie. Des Weiteren wird ein Wifi-Tracking-System genutzt. Es werden keine personenbezogenen Daten gespeichert, die Anforderungen des deutschen Datenschutzes werden eingehalten und überwacht. Die MAC-ID wird anonymisiert, die Hardware ist gesichert, die Server stehen in Deutschland. Die Daten werden mittels Sensorik, Drittsystemen, externen Daten erfasst und im Anschluss übertragen (LAN, GSM, WiFi).



© DILAX

Die Auswertungen stehen allen Anliegern, die Immobilien im ISG Gebiet unterhalten und bewirtschaften, über eine passwortgeschützte Internet-Plattform zur Verfügung und können für die eigenen Marketingzwecke verwendet werden.

**Kostenaufwand für die Leistungen während der kommenden 5 Jahre**

**EUR 200.513**

## **Maßnahmenpaket 6: Entwicklung einer Markenstrategie / Vision**

Übergeordnetes Ziel der Immobilien- und Standortgemeinschaft Ku'damm Tauentzien ist es, die Attraktivität des 4,2 km langen und weltweit bekannten Boulevard entlang dem Kurfürstendamm, der Tauentzienstraße und dem Breitscheidplatz weiter zu verbessern, um so neue Besucherströme zu generieren und sich im globalen Wettbewerb mit anderen Shoppingarealen und namhaften Geschäftsvierteln durchzusetzen.

Hierzu sind neben baulichen und ordnungspolitischen Veränderungen vor allem kommunikative Maßnahmen notwendig, die die Wahrnehmung von Ku'damm und Tauentzien bei Besuchern, Gästen, Anrainern etc. positiv beeinflussen und so klare Präferenzen in Bezug auf die von ihnen bevorzugte Einkaufsgegend, Flaniermeile oder Bürolage schaffen.

Damit jedoch durch eine zielgerichtete Kommunikation ein klares, attraktives und positiv besetztes Bild in den Köpfen relevanter Ziel- und Bezugsgruppen entstehen kann (nichts anderes ist eine Marke), ist es zwingend erforderlich, ein übergeordnetes und von den Beteiligten des BID getragenes Markenleitbild zu entwickeln, das die positiven Eigenschaften und Besonderheiten des Areals auf den Punkt bringt und somit die Ausgangsbasis für alle kommunikativen Maßnahmen bildet, die die Außendarstellung und -vermarktung betreffen.

Zur Erarbeitung einer entsprechenden Markenstrategie und eines hiervon abgeleiteten Kommunikationskonzepts ist ein mehrstufiger Prozess vorgesehen:

### Phase 1: Image-Analyse „Ku'damm/Tauentzien“

Zunächst werden bei den relevanten Ziel- und Bezugsgruppen das aktuelle Selbst- und Fremdbild des Areals ermittelt. Dazu werden mit Hilfe qualitativer und quantitativer Befragungsmethoden, Hauptassoziationen, Kernfaktoren der aktuellen Wahrnehmung sowie Stärken und Schwächen aus kommunikativer Sicht im Vergleich zu anderen, regionalen wie überregionalen Vergleichsarealen und -angeboten erforscht.

Relevante Fragestellungen und Erkenntnisinteressen (exemplarisch):

- Was verbinden Besucher, Gäste, Anrainer etc. aktuell mit dem Kurfürstendamm bzw. dem darumliegenden Areal?
- Worin besteht die vornehmliche Besuchsmotivation und Aufenthaltsqualität am Kurfürstendamm?
- An wen richtet sich vornehmlich das lokale Angebot und was bedeutet das für das Image und die Positionierung des Areals?
- Worin unterscheidet sich der Kurfürstendamm sowohl positiv als auch negativ von a) anderen Berliner Einkaufsstraßen und Shopping-Angeboten sowie b) vergleichbaren Angeboten in anderen Metropolen?

Ergebnis ist ein Analysedokument, das die wesentlichen Erkenntnisse aus der Untersuchung der Markenwahrnehmung, des Markt- und Wettbewerbsumfelds und Profile relevanter Ziel-Bezugs- und Nutzergruppen zusammenfasst.

### Phase 2: Markenstrategie, -Positionierung und -Design

Aufbauend auf den Ergebnissen der Imageanalyse wird in einem zweiten Schritt die Soll-Identität der zu entwickelnden bzw. zu schärfenden Marke definiert, abgestimmt und festgelegt.

Dazu sind verschiedene Markenworkshops mit Vertretern des BID und weiteren Interessensgruppen durchzuführen, in denen markenprägende und positionierungsrelevante Elemente und Eigenschaften herausgearbeitet und definiert werden.

Relevante Fragestellungen und Erkenntnisinteressen (exemplarisch):

- Welche Attribute, Aspekte, Eigenschaften und Erlebnisdimensionen sind in kommunikativer Hinsicht aufzugreifen, auszubauen oder abzuschwächen?
- Welche Implikationen und Empfehlungen ergeben sich daraus für die Soll-Positionierung bzw. das Soll-Image der zu erarbeitenden Marke?
- Wofür soll die Marke „Ku'damm/Tauentzien“ zukünftig stehen und wie soll sie idealerweise erlebt und empfunden werden?
- Wie kann die erarbeitete Positionierung grafisch-visuell umgesetzt werden?

Ergebnis ist ein visuell aufbereitetes Markenmodell, das die wichtigsten Dimensionen des erarbeiteten Markenleitbildes (Markenvision, Markenkern, Markenwerte, Markenattribute) beschreibt, zusammenfasst und auf den Punkt bringt und als Ausgangsbasis für eine hiervon abzuleitende Kommunikationsstrategie bildet. Darüber hinaus werden gestalterische Elemente wie Logo und Schriften entwickelt bzw. definiert und als Vorgaben für ein einheitliches Erscheinungsbild festgehalten (CI/CD-Manual).

### Phase 3: Mitglieder-Kommunikation

Die Einzelhändler und Mieter im Gebiet des Business Improvement Districts sollen in den Leitbildprozess involviert werden. Hierfür wird eine digitale Austauschplattform ins Leben gerufen. Die Website wird Möglichkeiten zum Dialog und der Beteiligung sowie die wesentlichen aktuellen Informationen über den BID bereitstellen.

Relevante Fragestellungen und Erkenntnisinteressen (exemplarisch):

- Wie hoch ist die Bereitschaft zur koordinierten Kommunikation unter einer „Dachmarke“?
- Welche eigenen Schwerpunkte werden bei Kommunikation und Vermarktung gesetzt?
- Welche individuellen Zielgruppen und Kundenstämme sind anzusprechen? Welches besondere kommunikative Bedürfnis gilt es hier zu adressieren?

Ergebnis ist neben der Plattform selbst eine möglichst intensive Partizipation und Beteiligung der Anrainer von Ku'damm und Tauentzien in dem Prozess der Markenbildung und Kommunikationsstrategie.

Darüber hinaus wird ein Online-Newsletter quartalsweise über aktuelle Entwicklungen und gemeinsame Aktionen im BID berichten.

### Phase 4: Ganzheitliches Kommunikationskonzept

Für die Außendarstellung des BID Ku'damm/Tauentzien wird ein ganzheitliches Kommunikationskonzept erarbeitet. Darin werden die Ziele und Maßnahmen der Kommunikation formuliert.

Inhalte und Themen:

- Definition von Kernbotschaften der Kommunikation
- Beispielhafte Motive zur medialen Bespielung von Fassaden und Eingängen, Schaufenster- und Wandflächen
- Empfehlung von Kommunikationskanälen und Touchpoints

Ergebnis ist eine Konzeptpräsentation mit Empfehlungen für eine sichtbare und wiedererkennbare Kommunikation für die relevanten Zielgruppen.

## Phase 5: Veranstaltungs-Konzept

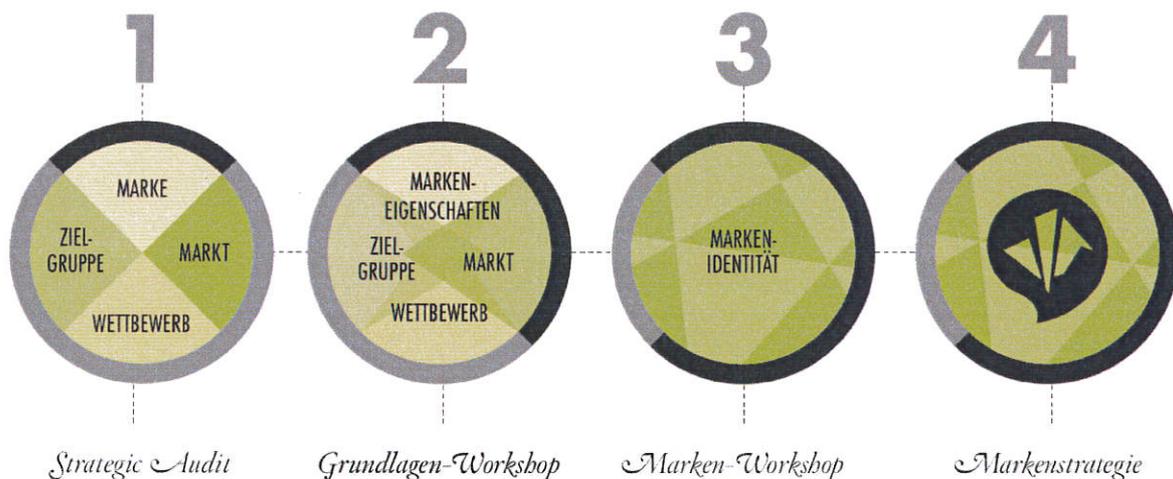
Die Ergebnisse der Markenentwicklung und Kommunikationsstrategie sollen den Interessensgruppen des BID Ku'damm Tauentzien im Format eines abendlichen Stehempfangs präsentiert werden.

Darüber hinaus sind weitere Veranstaltungen geplant, die Einzelthemen der Entwicklung des BID vorantreiben und den Abgleich mit internationalen Experten und Erfolgsbeispielen vermitteln. Der BID wird jährlich auf internationalen Fachkonferenzen präsent sein. Zukunftsrelevante Themen werden von Keynote-Speakern und weiteren Referenten beleuchtet.

### Inhalte und Themen:

- Welche Relevanz haben die Schwerpunktthemen Verkehr & Transport; Sicherheit und Sauberkeit; Ökologie und Nachhaltigkeit; Architektur und Städtebau sowie Digitalisierung und neue Medien für den Markenbildungsprozess Ku'damm/Tauentzien?
- Wie können diese Themen und Zukunftstrends durch neue Angebote an die Stakeholdergruppen aufgegriffen werden?
- Was kann der BID Ku'damm/Tauentzien von anderen Stadtquartieren lernen – und vice versa?

Ergebnis ist ein Veranstaltungskonzept mit Empfehlungen für Veranstaltungsort, Redner und Teilnehmer, Ablaufplänen und Vorschlägen für die Eventorganisation.



© Dan Pearlman

**Kostenaufwand für die Leistungen  
während der kommenden 5 Jahre**

**EUR 448.368**

## Finanzierung

Die Finanzierung der Maßnahmen wird durch die Eigentümer der Grundstücke im ISG-Gebiet geleistet. Anhand der steuerlichen Einheitswerte der Immobilien wird eine vom Gesetz begrenzte Umlage in Form einer Abgabe durch das hierfür zuständige Finanzamt Spandau erhoben. Diese wird für die fünfjährige Laufzeit der ISG festgelegt und in fünf Teilzahlungen anteilig zum Frühjahr eingezogen.

Ein großer Teil der Maßnahmen wird zu Beginn der Laufzeit in Angriff genommen, weswegen die Antragstellerin mit einem anfänglich höheren Liquiditätsbedarf kalkuliert als dieser durch die Einnahmen aus der ISG-Abgabe in den ersten Jahren gedeckt werden wird. Daher erfolgt die Vorfinanzierung im ersten Jahr über ein Darlehen der Berliner Sparkasse in Kooperation mit der Investitionsbank Berlin. (**Anlage 1 b**)

Die Liquiditätsplanung ist der **Anlage 1 a** zu entnehmen.

Geplant ist, die Maßnahmenpakete 1 bis 6 gegeneinander über den Fünfjahreszeitraum mit max. 15% des angesetzten Kostenrahmens verrechnen zu können, d. h. nicht verbrauchte Mittel eines Maßnahmenpakets in Höhe von max. 15% auf andere Maßnahmenpakete zu übertragen, ohne dass der Gesamtkostenrahmen überschritten wird.

Die angesetzte Reserve entspricht einem für Projekte dieser Größenordnung angemessenen Prozentsatz.

Zur Deckung des kalkulierten Aufwandes muss in gleicher Höhe eine Einnahme aus dem ISG-Abgabenaufkommen zur Verfügung stehen.

Etwaige Überschüsse am Ende der Laufzeit der ISG werden

- auf Rechnung einer gebietsgleichen Anschluss-ISG vorgetragen,
- soweit eine solche nicht eingerichtet wird, an die Erhebungsbehörde zur Rückführung an die Abgabepflichtigen ausgekehrt (§ 9 Abs. 4 BIG).

Die geplanten Kosten lassen sich daher wie folgt zusammenfassen:

<b>Kostenart</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Gesamt</b>
Kosten Vorbereitung	95.200 €	- €	- €	- €	- €	- €	95.200 €
Juristische Beratung und Projekt- steuerung	90.979 €	108.956 €	108.956 €	108.956 €	108.956 €	17.978 €	544.782 €
Maßnahme 1: Reinigung, Grünpflege	197.059 €	235.999 €	235.999 €	235.999 €	235.999 €	38.940 €	1.179.994 €
Maßnahme 2 : Grünkonzept und „Kunstraum“	320.000 €	2.010.000 €	210.000 €	5.000 €	1.775 €	- €	2.546.775 €
Maßnahme 3: Pavillons	Keine Finanzierung durch ISG- Abgabe						
Maßnahme 4: City Guides	265.701 €	318.205 €	318.205 €	318.205 €	318.205 €	52.504 €	1.591.024 €
Maßnahme 5: WLAN/ Frequenz- messung	33.486 €	40.103 €	40.103 €	40.103 €	40.103 €	6.617 €	200.513 €
Maßnahme 6: Marken- strategie	179.347 €	134.510 €	134.510 €	- €	- €	- €	448.368 €
Finanzierungs- kosten	5.812 €	72.625 €	57.641 €	27.776 €	13.888 €	2.256 €	180.000 €
Aufgaben- träger	217.958 €	261.027 €	261.027 €	261.027 €	261.027 €	43.070 €	1.305.137 €
Verwaltungs- pauschale	16.260 €	32.519 €	32.519 €	32.519 €	32.519 €	16.260 €	162.596 €
Reserve	65.038 €	455.268 €	65.038 €	32.519 €	32.519 €	- €	650.383 €
<b>Gesamt</b>	<b>1.481.027 €</b>	<b>3.596.588</b>	<b>1.406.358 €</b>	<b>1.034.328 €</b>	<b>1.031.103 €</b>	<b>175.367 €</b>	<b>8.904.772 €</b>



© Photo Huber

## Formelle Anforderungen

### Antragsquorum (§ 6 Abs. 2 BIG)

Nach § 6 Abs. 2 S. 1 BIG hat die Antragstellerin gegenüber dem zuständigen Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf mit Schreiben vom 10. Mai 2016 nachgewiesen, dass die Zustimmung der Eigentümer von 15 Prozent der Anzahl der im Bereich der ISG gelegenen Grundstücke vorliegen, deren von der ISG erfasste Fläche zugleich mindestens 15 Prozent der Gesamtgrundstücksfläche der ISG beträgt. Die schriftlichen Zustimmungserklärungen der Eigentümer liegen dem Bezirksamt vor.

Die Zustimmungen der Eigentümer machen zugleich auch 15 Prozent der Gesamtgrundfläche aus. Dies ergibt sich aus der Gebietsabgrenzung (Karte und Liste der Grundstücke) – s. u.

### Erörterungstermin (§ 6 Abs. 3 BIG)

Der Aufgabenträger hat am 19. Juli 2016 einen öffentlichen Erörterungstermin in der Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche durchgeführt. Zu dem Termin wurden am 17. Juni 2016 die Eigentümer im BID Gebiet sowie die Träger öffentlicher Belange postalisch eingeladen (der Nachweis für den Versand der Einladungen liegt dem Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf vor). Weitere Träger öffentlicher Belange wurden per Einladungsmail vom 21. Juni 2016 über den Termin informiert. Bezüglich der wenigen Rückläufer wurde das Bezirksamt verständigt und im Fall der Mitteilung der neuen Anschrift die jeweiligen Grundstückseigentümer nachgeladen. Zugleich wurde die Einladung am 01. Juli 2017 im Amtsblatt Berlin bekannt gemacht. Der Termin wurde zusätzlich auf der Webseite des Aufgabenträgers, der Webseite der AG City und im Newsletter der AG City veröffentlicht. An dem Erörterungstermin nahmen 29 Vertreter der Träger öffentlicher Belange, 18 Eigentümerversorger und 21 Partner und Vertreter der AG City teil. Ein Bericht über den Termin liegt als **Anlage 2** diesem Antrag bei.

## Laufzeit (§ 10 Abs. 1 BIG)

Die Laufzeit der ISG-Verordnung soll fünf Jahre, mit Beginn am 1. April 2017, betragen.

## Gebietsabgrenzung (§ 6 Abs. 5 i.V.m. Abs. 4 BIG)

Das Gebiet der geplanten ISG umfasst insgesamt 62 Grundstücke. Einen Überblick gibt die Eigentümerliste in der Anlage 3. Das gesamte Gebiet einschließlich aller sonstiger Flächen (z. B: öffentliche Verkehrs- und Grünflächen) umfasst ca. 234.024 Quadratmeter bei einer Längen-Ausdehnung von 1,2 km. Es erstreckt sich vom Wittenbergplatz bis zur Uhlandstraße und umfasst die direkt anliegenden Grundstücke sowie einige an die Hauptstraßenlage angebundene Seitenstraßengrundstücke. Der Breitscheidplatz wird bis zur Budapester Straße einbezogen. Mit dem größten Teil liegt das ISG-Gebiet im Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf, mit einem kleineren Abschnitt zwischen Tauentzienstraße und Wittenbergplatz im Bezirk Schöneberg. Die Bezirke haben sich bereits verständigt, dass Charlottenburg-Wilmersdorf die verfahrensseitige Federführung übernimmt (§ 3 Abs. 1 BIG).

Gesamtfläche aller Grundstücke	150237
Fläche der zugestimmten Grundstücke	45011
erreichte Prozentzahl der Fläche	30
Anzahl der Grundstücke	62
Anzahl der zugestimmten Grundstücke	19
erreichte Prozentzahl der Grundstücke	31

Gebietskarte



Die Liste der betroffenen Grundstücke ist als Anlage 3 beigefügt.

## Koordinierungsausschuss (§ 5 BIG)

Das BIG sieht die Einrichtung eines Gremiums vor, das die Mitwirkung der von der ISG betroffenen Personen bei der Durchführung der ISG sicherstellen soll (§ 5 und § 7 Abs. 1 BIG). Dieser Koordinierungsausschuss wird vom Aufgabenträger eingesetzt und besteht aus Vertretern der betroffenen Grundstückseigentümer, freiberuflich Tätigen, Gewerbetreibenden und gegebenenfalls der Anwohnerschaft. Das jeweils zuständige Bezirksamt und die Industrie- und Handelskammer stellen beratende Mitglieder; ebenso kann der Senat eine/n Vertreter/in entsenden. Der Koordinierungsausschuss berät den Aufgabenträger bei seinen Entscheidungen und ist in Angelegenheiten von grundsätzlicher Bedeutung zu beteiligen.

Der Koordinierungsausschuss soll sich wie folgt zusammensetzen:

- Fünf Mitglieder werden vom Aufgabenträger entsandt und entstammen den vom Gesetz genannten Interessenkreisen.
- Das Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg entsendet ein beratendes Mitglied,
- Das Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf entsendet ein beratendes Mitglied,
- Die IHK Berlin entsendet ein beratendes Mitglied,
- Der Senat entsendet ein beratendes Mitglied.

Auf die Entsendung der beratenden Mitglieder hat der Aufgabenträger natürlich keinen Anspruch. Wünschenswert ist die Entsendung von erfahrenen Fachleuten des Städtemarketings, des Städtebaus und/oder mit Kenntnissen der Immobilienwirtschaft. Der Koordinierungsausschuss wird vom Aufgabenträger zu allen wesentlichen Entscheidungen, wie etwa der Vergabe der zentralen Aufträge, der Auswahl grundlegender Gestaltungs- oder Ausführungsvarianten und beim Abschluss von Meilensteinen im Projektgeschehen eingebunden.

Die erste – bis zu einer Neufassung durch den Koordinierungsausschuss selbst – geltende Geschäftsordnung ist Anlage zum öffentlich-rechtlichen Vertrag.

## ISG-Abgabe

Die Berechnung der ISG-Abgabe ergibt sich wie folgt:

Zunächst werden für alle Anliegergrundstücke im ISG-Gebiet die amtlichen steuerlichen Einheitswerte nach den Vorgaben des Gesetzes ermittelt. In der Regel ist der letzte vom Finanzamt erlassene Einheitswertbescheid maßgeblich. Die ermittelte Gesamtsumme wird durch die Anzahl der Grundstücke geteilt und so ein Mittelwert gebildet.

Die Ausgangsdaten unterliegen dem Steuergeheimnis. Die Antragstellerin kennt nur die Anzahl der Grundstücke, die Summe der Einheitswerte und den Mittelwert, die sie vom Bezirksamt mitgeteilt bekommen hat (§ 6 Abs. 6 BIG). Gemäß der Auskunft des Bezirksamts Charlottenburg-Wilmersdorf von Berlin vom 6. Dezember 2016

beträgt die Summe aller Einheitswerte im ISG-Gebiet **EUR 215.931.112.**

beträgt der Mittelwert im ISG-Gebiet **EUR 3.539.854,30.**

Für diejenigen Grundstücke, für die erheblich größere Einheitswerte gelten als der Mittelwert, wird deren Einheitswert nur zu einem Teil – d. h. mit degressiven Abschlägen – in die Abgabeberechnung eingerechnet. Dies ist in der Summe aller Einheitswerte berücksichtigt. Auch insoweit sind der Antragstellerin keine Einzelheiten bekannt.

Der Kostenaufwand der ISG gemäß der oben genannten Aufstellung einschließlich Reserve wurde durch die der Antragstellerin mitgeteilte Summe der Einheitswerte geteilt und als Prozentsatz ausgegeben. Dieser Prozentsatz ist der so genannte „Hebesatz“.

Der Hebesatz der ISG Ku'damm Tauentzien beträgt **4,12 %** und liegt damit deutlich unter dem gesetzlichen Höchstwert von 10% (§ 8 Abs. 3 BIG).

Jeder Immobilieneigentümer kann nun anhand des für sein Objekt geltenden Einheitswertbescheides die auf ihn entfallende Abgabe berechnen. Hierzu muss er nur den Hebesatz mit „seinem“ Einheitswert multiplizieren und das Resultat durch fünf Abgabengjahre teilen, um die jährliche Belastung zu ermitteln. Besonderheiten ergeben sich bei übergroßen Grundstücken. In den Fällen, in denen der Einheitswert eines Grundstücks das Zweifache des Mittelwerts der im ISG-Bereich festgestellten Einheitswerte übersteigt, greift die Kappungsgrenze des § 8 Abs. 4 BIG. Dabei geht der das Zweifache des Mittelwerts übersteigende Teil des Einheitswerts nicht in voller Höhe ein, sondern bezüglich seines

1. das Zweifache bis zum das Vierfache des Mittelwerts übersteigenden Teils zu 60 %;
2. das Vierfache bis zum das Sechsfache des Mittelwerts übersteigenden Teils zu 40 %;
3. das Sechsfache des Mittelwerts übersteigenden Teils zu 20 %.

Unter der Voraussetzung, dass alle Abgabepflichtigen die berechnete Abgabe zahlen und vereinzelte Zahlungsausfälle durch die Reserve abgefangen werden können, sind die Ausgaben der ISG durch die Abgabeneinnahmen voll gedeckt.

## **Vertragliche Regelungen**

### **Öffentlich-rechtlicher Vertrag nach § 4 Abs. 2 BIG**

Der Aufgabenträger schließt über die Durchführung des BID Ku'damm-Tauentzien einen öffentlich-rechtlichen Vertrag nach § 4 Abs. 2 BIG mit dem Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf und dem Bezirksamt Schöneberg. Ein Entwurf des Vertrages ist dem vorliegenden Antrag als Anlage 4 beigefügt.

### **Städtebaulicher Vertrag / Durchführungsvertrag**

Zur Umsetzung der Pavillons im Bereich Tauentzien-Mittelstreifen schließt der Aufgabenträger mit den Bezirken und der City-Dienst GmbH einen städtebaulichen Vertrag, der ebenfalls Anlage zum öffentlich-rechtlichen Vertrag ist. (Anlage 1 zum Öffentlich-Rechtlichen Vertrag)

## Veröffentlichung des Antrags (§ 6 Abs. 5 Satz 2 BIG)

Die zur Auslegung bestimmten Antragsunterlagen sind – ohne die dem Datenschutz bzw. der Vertraulichkeit unterliegenden Angaben zur finanziellen Leistungsfähigkeit und steuerlichen Zuverlässigkeit des Aufgabenträgers – ab dem 15. Januar 2017 im Internet unter folgender Webadresse [www.bid-kudamm-tauentzien.de](http://www.bid-kudamm-tauentzien.de) allgemein zugänglich.

Berlin, 8. Februar 2017

Gerd-Peter Huber  
Geschäftsführer

Peter Ristau  
Geschäftsführer

BID Ku'damm-Tauentzien GmbH  
Budapester Str. 41  
10787 Berlin  
Tel.: +49 30 – 262 95 92  
Fax: +49 30 – 262 95 93  
Mail: r.schubert@agcity.de

### Anlagen

- 1.a. Liquiditätsplanung
- 1.b. Angebot Berliner Sparkasse
- 2. Protokoll Erörterungstermin
- 3. Eigentümerliste
- 4. Öffentlich-Rechtlicher Vertrag
  - 4.a. Gebietsabgrenzung BID
  - 4.b. Geschäftsordnung Koordinierungsausschuss
  - 4.c. Städtebaulicher Vertrag
    - 4.c.1. Gebietsabgrenzung Baulicher Eingriffsbereich
- 5. Steuerliche Unbedenklichkeitserklärung
- 6.a Handelsregisterauszug
- 6.b Satzung
- 7. Patronatserklärung