



NABU.de Themen Siedlungsentwicklung, Bauen Praxis Management

Alternde Gewerbegebiete richtig managen

Chance für Wirtschaftsförderung ohne Flächenverbrauch



Gemeinden schaffen oft ein Überangebot an Flächen, weil sie sich Einnahmen durch Steuern erhoffen.

Wirtschaftsförderung kann einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung des Flächenverbrauchs leisten. Dass man dabei gleichzeitig auch die Ziele der Wirtschaftsförderung nachdrücklich und effektiv verfolgen kann, ist kein Widerspruch. Die Bereitstellung von Flächen auf der grünen Wiese verliert insgesamt als Aufgabe im Rahmen des Flächenmanagements an Bedeutung. Das Flächenrecycling, die Wiedernutzung von Gewerbebrachen oder auch die Ertüchtigung ganzer, sich im Abwärtstrend befindlicher Gewerbegebiete werden dagegen immer wichtiger.

[Konzept Gewerbeflächen auf der „Grünen Wiese“ ist veraltet](#)
[Überangebot an Flächen vermeiden](#)
[Unerkannte Potenziale im Bestand nutzen](#)
[Am Ball bleiben: Ertüchtigung bestehender Gewerbegebiete](#)

Konzept Gewerbeflächen auf der „Grünen Wiese“ ist veraltet

In vielen Köpfen hält sich noch die Vorstellung, dass Wirtschaftsförderung einer Stadt oder Gemeinde nur mit der Ausweisung von Flächen auf der „grünen Wiese“ erfolgreich angegangen werden könne. Eine Ursache für die Fehleinschätzung ist, dass es keine ständigen, fortlaufenden Erhebungen zum Flächenangebot und erst recht nicht zur Nachfrage gibt. Eine weitere Ursache ist, dass sich Angebot und Nachfrage jeweils sehr unterschiedlich darstellen, je nachdem, aus wessen Blickwinkel sie bestimmt werden. Für die Nachfrage, das heißt die Unternehmen, sind eigentlich nur Flächen relevant, die auch direkt zur Verfügung stehen. Das bedeutet, dass die Flächen erschlossen sind und Baurecht besteht, dass keine Altlasten vorhanden, die Eigentümer verkaufsbereit sind und deren Preisvorstellungen nicht zu sehr von dem abweichen, was der Markt bereit ist zu zahlen. Stadt- und Regionalplaner dagegen rechnen anders. Für sie zählen auch nicht mehr oder untergenutzte Flächen im Innenbereich zur Angebotsreserve.

Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH

In der Region Stuttgart bestehen keine deutlich überhöhten Gewerbeflächenausweisungen, wie sie in den neuen Bundesländern weit verbreitet sind. Aber auch in der Region Stuttgart gibt es Fehlallokationen bei der Ausweisung von Flächen. Dies liegt vor allem daran, dass der Bedarfsmaßstab und der planungsrechtliche Status bei der Ausweisung von Gewerbeflächen nur zu einem kleineren Teil nachfrageorientiert und zu einem großen Teil kommunalpolitisch motiviert ist. So hoffen immer noch viele Kommunalpolitiker auf die Ansiedlung von Unternehmen mit hoch qualifizierten Arbeitsplätzen. Oder sie haben das Ziel, den in den letzten Jahren aus den Zentren zugezogenen Erwerbspersonen einen bestimmten Prozentsatz an Arbeitsplätzen rein rechnerisch zur Verfügung zu stellen bzw. Einpendler- und Auspendlerzahlen auszubalancieren. Nach wie vor stehen auch finanzpolitische Erwägungen (Gewerbsteuer) im Vordergrund. Auch die Entscheidung, welchen planungsrechtlichen Status die Flächen erhalten sollen, wird häufig unter dem Gesichtspunkt getroffen, welche Betriebe die Stadt oder Gemeinde ansiedeln möchte. Viel zu selten wird überlegt, was die Unternehmen benötigen. Zusammen genommen führt dies zu einem Überangebot an nicht bedarfsgerechten Flächen.



Brache am Siedlungsrand

Überangebot an Flächen vermeiden

Folgende Aktivitäten können dazu beitragen, Angebot und Nachfrage besser zur Deckung zu bringen:

Wissen verbreiten: Die Information der Verantwortlichen vor Ort muss verbessert werden. Es muss verdeutlicht werden, dass Wirtschaftsförderung nicht allein die Ausweisung von Flächen auf der grünen Wiese bedeutet. Viele neue Gewerbegebiete kosten inzwischen die Kommune und damit die Steuerzahler mehr Geld, als sie jemals durch den Verkauf der Flächen und durch die angesiedelten Unternehmen, z.B. durch Gewerbesteuer oder angesiedelte Arbeitsplätze, einbringen werden. Vor allem wenn die Flächen über Jahre oder Jahrzehnte nicht vermarktet werden können, ist es fraglich, ob es einen positiven Effekt für die Gemeindekasse geben wird.

Zusammenarbeit verstärken: Die interkommunale Zusammenarbeit sollte verstärkt werden. Eine Angebotsplanung ist wichtig. Allerdings sollten Gewerbeflächen nur an den am besten dafür geeigneten Standorten ausgewiesen werden.

Nachfrageorientierte und bedarfsgerechte Flächenausweisung: Es dürfen nur noch die Standorte neu ausgewiesen werden, die auch wirklich von den Unternehmen benötigt werden. Hier muss die Wirtschaftsförderung den Kollegen in den Planungsämtern genauere Informationen liefern, welche Art von Flächen gebraucht werden und in welcher Qualität. Nicht die Wunschvorstellungen, sondern die aktuelle Nachfrage müssen das Flächenmanagement bestimmen.

Die Erfahrungen der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH zeigen, dass der überwiegende Teil der Nachfrage (über 90 Prozent) aus dem nahen Umfeld (bis max. 20 km Entfernung) kommt und dass es bei der Nachfrage nach Flächen nicht auf Quadratmeter, sondern auf die jeweiligen Qualitäten ankommt. Jede Neuausweisung sollte genau mit der entsprechenden fast immer regionalen Nachfrage abgeglichen werden. Hierzu ist eine intensive Kommunikation zwischen Kommune und Unternehmen notwendig.

Unerkannte Potenziale im Bestand nutzen

Gewerbeflächen im Bestand gehören meist Privateigentümern oder Unternehmen und nicht der Kommune. Weil sie sich dafür nicht zuständig fühlen, kümmern sich viele Städte und Gemeinden bisher wenig um diese Flächen. Dies ist nicht im Interesse der Kommunen,



Viele Städte und Gemeinden kümmern sich bisher wenig um Brachflächen, da sie oft im Besitz von Privateigentümern oder Unternehmen sind.

denn die Erfahrungen der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH zeigen, dass inzwischen Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe, wenn sie einen neuen Standort suchen, zu ca. 50 Prozent ein bestehendes Objekt suchen. Bei den Dienstleistungsunternehmen sind es sogar 19 von 20 Unternehmen. Wenn sich eine Kommune nur um die Anfragen von Unternehmen kümmert, die Flächen auf der grünen Wiese suchen, dann lässt sie die erheblichen Ansiedlungspotenziale im Bestand außer Acht. Für die Kommunen gibt es also Grund genug sich bei der Vermarktung auf diese Flächen zu konzentrieren.

Es gibt vielfältige Gründe, warum Gewerbebrachen oftmals nur schleppend wiedergenutzt werden. So kann das Grundstück mit Altlasten behaftet sein, die Erbgemeinschaft kann sich nicht zu einem Verkauf durchringen, der Eigentümer orientiert sich bei den Verkaufs- und Mietpreisen an den Preisen für neue Flächen. Oder Gewerbebauten, oft für spezifische Zwecke gebaut und daher nur mit hohem Modernisierungsaufwand oder gar nicht für Nachnutzungen geeignet, stehen (zu) hoch bewertet in den Büchern, und Gutachter setzen nicht marktgerechte Gebäuderestwerte für die Bausubstanz ein.

Gemeinden übersehen häufig, dass sich die Erschließungsinfrastruktur von Gewerbegebieten nicht nur abnutzt, sondern auch durch veränderte Nutzeransprüche entwertet werden kann. Nur über Nachnutzungen, die eine sprunghafte Wertsteigerung gegenüber dem Gewerbebaulandpreis ermöglichen, lassen sich die Preisvorstellungen der Eigentümer erfüllen. Regelmäßig ist daher das Thema Gewerbebrachenwiedernutzung mit dem Wunsch, diese in Einzelhandels- oder Wohnflächen umzuwandeln, verbunden.

Das Umsetzungsinstrumentarium der Wirtschaftsförderung hat vielfältige Unterstützungsmöglichkeiten, damit brachgefallene Flächen möglichst rasch wieder in den Nutzungskreislauf einfließen können. Dies sind im Einzelnen:

Überblick verschaffen: Die Komplexität und Unübersichtlichkeit vieler alter Gewerbeobjekte, die Unsicherheit bezüglich des baulichen Zustands, der Statik und der Altlastensituation erschweren es potenziellen Nutzern, ihre Nutzungskonzepte in die Baustruktur „hineinzudenken“. Jede Kommune sollte daher in einer ersten groben Übersicht die vorhandenen Brachflächen festlegen und auflisten, ob und auf welchen Flächen für die spätere Vermarktung noch Klärungsbedarf besteht.

Strategische Planung: Die Ursache für ein lediglich reaktives Verhalten der Gemeinden, das die Initiative den Eigentümern und Investoren überlässt, liegt oft darin, dass für die Gesamtheit an Brachflächen und alten Gewerbegebieten in der Gemeinde kein gesamtplanerisches Konzept vorliegt. Eine strategische Planung, die auch die Möglichkeit der langfristigen Zurückstellung einer Fläche aus der kommunalen Prioritätenliste vorsieht, gibt den Gemeinden wieder ein Stück Initiative zurück. Aus einer solchen Planung ergibt sich auch, für welche Grundstücke der Erwerb durch die Gemeinde sinnvoll ist, sobald bestimmte definierte Bedingungen eintreten. Die Strategie einer punktgenauen Intervention der Gemeinde an wenigen Stellen ggf. mit Hilfe von Fördermitteln erscheint durchaus Erfolg versprechend, um das „Abrutschen“ von Gewerbegebieten zu verhindern und exemplarisch Neuinvestitionen anzustoßen.

Ideen konkretisieren helfen: In der Praxis hat es sich manchmal als hilfreich erwiesen, wenn die Gemeinde zusammen mit dem Eigentümer den Entwurf einer Nutzungsskizze durch einen Architekten mitfinanziert. Aus ihr kann ein Interessent genauer erkennen, dass seine Nutzung mit überschaubarem Aufwand möglich ist.

Projektstudien unterstützen: Eine Projektstudie mit Nutzungskonzeption, Kosten-, Finanzierungs- und Maßnahmenkonzept ist in vielen Fällen die erfolgreichste Vorgehensweise. Die Region Stuttgart unterstützt bei größeren regionalbedeutsamen Branchen solche Projektstudien finanziell.

Positivabstimmung statt Problemsicht: Die Ziele der Gemeinde und die der Eigentümer bezüglich der Nutzung liegen oft weit auseinander. Die Gemeinden teilen auf entsprechende Bauvoranfragen mit, dass sie einer geplanten Nutzung so nicht zustimmen können. Eine Positivabstimmung könnte zu einem von kommunaler und Eigentümerseite gemeinsam erarbeiteten und getragenen Nutzungskonzept führen.

Professionelle Vermarktung: Vermarktungsanstrengungen für Gewerbebrachflächen finden häufig wenig zielgerichtet und nicht strategisch auf einen Raum und eine spezifische Nutzergruppe gerichtet statt. Zwischen Eigentümer, Gemeinde, Wirtschaftsförderer, gegebenenfalls einem Projektentwickler und Makler sollte zumindest im Fall großflächiger, komplexer Gewerbebrachen abgesprochen werden, wie die Vermarktung gegenseitig unterstützt werden kann. Zum Beispiel kann vereinbart werden, dass keine Maklerprovision (Außenprovision) anfällt, wenn die Gemeinde den Interessenten vermittelt hat.

Elektronische Vermarktung: Solche Vermarktungswege müssen gezielt genutzt werden. Schon kurz nach Gründung der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH hat sie den 179 Städten und Gemeinden ein elektronisches Vermarktungssystem an die Hand gegeben, mit dem diese die Möglichkeit haben, private Flächen und bestehende Objekte zu vermarkten. Außerdem können sowohl von kommunaler Seite als auch von privater Seite Grundstücke oder nicht mehr benötigte Bestandsobjekte im Immobilienportal Region Stuttgart direkt online eingegeben und vermarktet werden. Gleichzeitig dient das Immobilienportal der regionalen Wirtschaftsförderung als Rechercheinstrument bei der Bearbeitung von Interessentenanfragen.

Markttransparenz schaffen: Verhindern zu hohe Preisvorstellungen der Eigentümer die Vermarktung der Flächen, dann bieten realistische Marktberichte über die Miet- und Kaufpreise bei Gewerbebrachflächen eine gute Orientierungsmöglichkeit für die (noch) nicht verkaufsbereiten Eigentümer. Voraussetzung sind allerdings seriös recherchierte Daten. Die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart befragt alle zwei Jahre ca. 40 Maklerunternehmen nach den Mietpreisen von bestehenden Objekten. Dabei werden Beispielobjekte gebildet und unterschiedliche Preise in den jeweiligen Teilräumen der Region abgebildet. Die Teilräume orientieren sich dabei nicht an politischen Grenzen, sondern an relativ homogenen Angebots- und Nachfragemustern von Gewerbeimmobilien. Diese Berichte werden dann sowohl den Eigentümern als auch den Nachfragern kostenlos zur Verfügung gestellt.

Am Ball bleiben: Ertüchtigung bestehender Gewerbegebiete

Zukünftig werden sich die Städte und Gemeinden verstärkt mit der Entwicklung alter Gewerbegebiete auseinandersetzen müssen. Viele Gewerbegebiete stehen heute trotz meist guter Verkehrsanbindung am Ende ihres ersten Entwicklungszyklus mit deutlichen Anzeichen von Nutzungsdefiziten.

Folgende **Indikatoren** können zeigen, dass das Gebiet nicht mehr den Ansprüchen genügt:

Bei Büroflächen sind Leerstände zu verzeichnen, bei einer Reihe von Betrieben bestehen wirtschaftliche Probleme, einzelne Grundstücke sind nicht mehr mit einer adäquaten Nutzung belegt und die Parkplatzsituation ist oftmals problematisch. So kann schnell ein so genannter „Downgrading“- Prozess einsetzen, der das ganze Gebiet abwertet und dazu führt, dass gut gehende Unternehmen sich in dem Gebiet nicht mehr wohl fühlen und sich nach Alternativen in der Nachbargemeinde oder -region umschauchen. Dazu gibt es immer mehr Leerstände oder es machen sich nicht willkommene Nutzungen wie z.B. Palettenlager oder Gebrauchtwagenhändler breit.

Planerische **Konzepte und Handlungsstrategien** müssen auch hier entwickelt werden, bevor in größerem Umfang Flächen brachfallen und eine Umkehrung des Prozesses nicht mehr möglich oder zumindest sehr teuer ist. Notwendig sind planerische Leitbilder für die



Reihenhaus auf ehemaliger Brachfläche

Gewerbegebiete einer Gemeinde, die auf mehreren Handlungsebenen Anregungen zur gestalterischen, verkehrlichen, ökologischen und planungsrechtlichen Aufwertung liefern.

Erfolgreiche Beispiele zeigen (zum Beispiel in Neuhausen auf den Fildern), dass es gelingen kann, den voraussehbaren Flächenbedarf der ortsansässigen Unternehmen im Wege des Grundstückstauschs und des kommunalen Zwischenerwerbs am Ort und weitgehend im Bestand zu decken. Dies lässt sich nur im ständigen engen Informationsaustausch mit den ansässigen Unternehmen leisten. Diese Kontakte und die Einbeziehung der Eigentümer und Mieter in die kommunalen Planungsüberlegungen sind schon deshalb wichtig, weil Maßnahmen zur Aufwertung und zur Anwerbung neuer Unternehmen die bereits ansässigen immer vor die Frage stellt, ob ihr Betrieb in einer veränderten Umgebung noch richtig untergebracht ist. Bei der Einbeziehung von privaten Grundstückseigentümern muss die öffentliche Seite sensibel agieren. Vielfach hat sich gezeigt, dass private Grundstückseigentümer einer Aufwertung benachbarter Flächen skeptisch gegenüberstehen und nur durch intensive Überzeugungsarbeit von den Vorteilen der Revitalisierungsbemühungen überzeugt werden können.

Fazit

Flächensparen kostet Zeit, Kraft und Geld. Es gibt verschiedene Förderprogramme wie zum Beispiel das Landessanierungsprogramm des Landes Baden-Württemberg. Damit können mit einer überschaubaren öffentlichen Förderung private Investitionen in großem Umfang angeregt werden – auch dies ist ein Beitrag zur Wirtschaftsförderung. Umgesetzt werden muss es aber vor Ort in den Städten und Gemeinden. Wirtschaftsförderung auf kommunaler und regionaler Ebene kann sehr viel bewegen – zumal dann, wenn partnerschaftlich zusammengearbeitet wird – und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung des Flächenverbrauchs und gleichzeitig zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts.

Ansprechpartner:

[Matthias Lutz](#)

Leiter Geschäftsbereich Standortmanagement, Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS)

Links und Literatur:

[Link zum Immobilienportal Region Stuttgart](#)

[Link zum Landessanierungsprogramm](#)