BID REEPERBAHN+ II

ANTRAG AUF EINRICHTUNG DES INNOVATIONSBEREICHS

BID REEPERBAHN

OTTO WULFF
BID GESELLSCHAFT

Stand: 16. Oktober 2019

zuletzt angepasst am 26. April 2021

OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Aufgabenträgerin und der Initiatoren: 3

1. Ausgangslage 4

2. Ziele der BID-Initiative 8

3. Die BID-Initiative 10

4. Aufgabenträgerin 12

5. Maßnahmen- und Finanzierungskonzept: BID Reeperbahn+ II 16

5.1. Quartiersmanagement 17

5.2. Pflegemaßnahmen 20

5.2.1. Pflege und Reparatur vom Mobiliar im öffentlichen Raum 22

5.2.2. Maschinelle Reinigung im öffentlichen Raum 22

5.2.3. Grünpflege im öffentlichen Raum 23

5.3. Gestaltungsmaßnahmen 23

5.4. Marketing und Kommunikation 26

5.4.1. PR-Leistungen 28

5.4.2. Marketingkampagnen 28

5.4.3. Digitale Medien 29

5.4.4. Druckerzeugnisse 29

5.4.5. Teilnahme an Messen 30

5.4.6. Kooperationsleistungen 30

5.4.7. Netzwerktreffen 31

5.4.8. Installation Rundgang BID Reeperbahn+ 31

5.5. Standortmonitoring 33

5.5.1. Dokumentation der Standortentwicklung 33

5.5.2. Positionierungsworkshop 34

5.5.3. Mieter*innen- und Vermietungsmappen ... 35

5.5.4. Evaluation ... 35

5.5.5. Jahresbericht ... 36

5.6. Rechtsberatung ... 36

5.7. Vorbereitungskosten ... 37

5.8. Aufgabenträgerinhonorar ... 37

5.9. Reserve ... 39

5.10. Finanzierung ... 40

6. Formelle Anforderungen ... 41

6.1. Antragsquorum § 5 (1) GSED ... 41

6.2. Öffentliche Anhörung ... 41

6.3. Laufzeit § 9 (1) GSED ... 41

6.4. Das BID-Gebiet – Gebietsabgrenzung §5 (3) GSED ... 41

Liste der Grundstücke ... 42

7. BID-Abgabe § 7 (1) GSED ... 48

7.1. Umsatzsteuer im BID-Verfahren ... 50

8. Vertragliche Regelungen ... 51

8.1. Öffentlich-rechtlicher Vertrag § 4 (1) GSED ... 51

Vorwort der Aufgabenträgerin und der Initiatoren:

Nach einer langjährigen und sorgfältigen Vorbereitung wurde der Antrag für eine zweite BID-Laufzeit Reeperbahn+ eingereicht und vom 18.03.2020 bis 17.04.2020 beim Bezirksamt Hamburg-Mitte öffentlich ausgelegt. Die eingegangen Einwände repräsentierten deutlich weniger als ein Drittel der betroffenen Grundstücke sowie weniger als ein Drittel der Gesamtfläche der Grundstücke. Dennoch haben sich die Initiatoren des Projekts sehr schnell dafür ausgesprochen, eine zweite öffentliche Auslegung durchzuführen, sobald bezüglich der Pandemie mehr Klarheit vorhanden wäre. Das Gebiet und die Anlieger*innen der Reeperbahn leiden extrem unter den zahlreichen Restriktionen. Die wirtschaftliche Krisensituation übertrifft alle im März 2020 gebildeten Vorstellungen. Die IG St Pauli[1] sowie die weiteren Initiatoren des Projektes sehen allerdings nach wie vor durch das BID-Projekt die Möglichkeit, das Gebiet und seine lokale Wirtschaft effizient und gemeinsam stärker wiederaufzubauen. Ohne Quartiersmanagement, Pflegemaßnahmen (Reinigung und Hygiene) sowie eine starke Marketing- und Kommunikationsstrategie wird sich das Gebiet der Reeperbahn+ nicht schnell erholen können. Die Tools zum Standortmarketing und -monitoring haben genau in dieser schwierigen Zeit den höchsten Mehrwert für das Quartier: Wie soll sich der Kiez kurzfristig und mittelfristig aufstellen? Was bedeutet das für die Vermietung der Erdgeschoss- und Obergeschossflächen? Welcher Branchenmix sollte bei anstehenden Neuvermietungen angestrebt werden? All diese Themen müssen gemeinschaftlich diskutiert werden, damit das Gebiet der Reeperbahn+ seine Strahlkraft wiedergewinnt.

Die zweite öffentliche Auslegung ist zudem notwendig, da einige Grundstücksdaten nicht korrekt aufgelistet wurden.

Den Antrag, den wir gemeinsam mit zahlreichen Akteuren entwickelt haben, haben wir im Rahmen dieser zweiten öffentlichen Auslegung bewusst nicht geändert. Hintergrund dafür ist die Flexibilität, die der Antrag ermöglicht: Die Maßnahmenbudgets und die Ziele sind festgelegt, dennoch soll die genaue Entwicklung und Durchführung der jeweiligen Maßnahmen im sehr engen Austausch mit dem Lenkungsausschuss und den Gewerbetreibenden erfolgen. Der Antrag ermöglicht eine jährliche Deklination der Maßnahmen, die sich laufend an den Kontext anpasst. Wir hoffen sehr, das Gebiet der Reeperbahn+ gemeinsam mit Ihnen begleiten zu dürfen, um die einzigartige Atmosphäre des Kiezes wiederzufinden und die kommenden Jahre mit Erfolg für alle Anlieger*innen des Gebietes zu gestalten.

---

[1] IG= Interessen Gemeinschaft

1. Ausgangslage

Die Reeperbahn ist Hamburgs bekannteste Straße im Stadtteil St. Pauli. Mit einer Länge von 930 Metern sowie der hohen Anzahl an Diskotheken, Bars und Nachtclubs ist die Reeperbahn die berühmteste Amüsiermeile deutschlandweit. Das Millerntor im Osten und das Nobistor (Altona) im Westen bilden die Grenzen der Straße. Mit einer zweispurigen Fahrbahn in Richtung Innenstadt sowie einer zweispurigen Fahrbahn in Richtung Königstraße (Altona) ist sie zudem eine der wichtigen Zu- und Ausfahrtsstraßen für den motorisierten Individualverkehr (MIV) und Radverkehr in die Hamburger Innenstadt. Die Fahrstreifen werden fast durchgehend auf der ganzen Straße durch begrünte Mittelinseln voneinander getrennt.

Auf der Reeperbahn sind zudem zwei Bushaltestellen (*S-Reeperbahn* und *Davidstraße*) platziert. Am östlich anschließenden Millerntorplatz bei der U-Bahnstation *St. Pauli* (U3) befindet sich außerdem eine weitere Bushaltestelle. Am westlichen Ende der Reeperbahn liegt die unterirdische und seit 2018 neugestaltete S-Bahnhaltestelle *Reeperbahn* (S1, S2 und S3). Einer der Ausgänge dieser S-Bahnstation befindet sich im Zentrum des Quartiers.

Entlang der Reeperbahn und der nördlichen Davidstraße befinden sich gebäudeseitig rd. 260 Gewerbeflächen im Erdgeschoss[2]. Vertreten sind gastronomische (Restaurants, Cafés, Bars) sowie kulturelle Angebote (Clubs, Theater), publikumsorientierter Einzelhandel und verschiedene Dienstleistungen. In den Obergeschossen sind primär dienstleistungsorientierte Gewerbeeinrichtungen, aber auch teilweise Wohnungen angesiedelt. Gerade in der Friedrichstraße, Davidstraße und Gerhardstraße dominiert die Wohnnutzung in den Obergeschossen.

Von zentraler Bedeutung ist neben dem Beatles-Platz sowie dem Hans-Albers-Platz, insbesondere der Spielbudenplatz. Seit der Umgestaltung 2006 wird der Platz für Live-Musik im Sommer, den Weihnachtsmarkt Santa Pauli und weitere große Veranstaltungen genutzt.

Den Namen hat die Straße von den im 17. Jahrhundert angesiedelten Gewerbetreibenden erhalten. Aufgrund der Hafennähe sowie dem damaligen Standort zwischen den Stadttoren Hamburgs und Altonas wurde vor allem lautes und geruchintensives Gewerbe angezogen. Dazu zählten auch die Reeperschläger, welche Seile zu Schiffstauen verflochten. Ebenso siedelten sich in erster Linie die Bevölkerungsschichten

[2] Quelle: Erhebung OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH am 12.02.2019

auf dem „Hamburger Berg“ an, die in beiden Städten unerwünscht und dennoch auf das Stadtleben angewiesen waren. Schon seit Ende des 18. Jahrhunderts, nachdem der Beschluss getroffen wurde, dass die Stadttore auch nachts geöffnet werden, wurde sich auf dem Hamburger Berg vergnügt.

Um 1833 wurde dann der Stadtteil unter städtische Verwaltung gestellt und erste Theater und Varietés wurden zu dem Markenzeichen der Reeperbahn. Auswirkungen auf den internationalen Bekanntheitsgrad hatte insbesondere der Hafen. Etliche Seeleute und Menschen unterschiedlichster Nationen siedelten sich in Folge dessen in St. Pauli an.

Berühmtheit erlangte das Vergnügungsviertel nach dem Wiederaufbau durch die hohe Dichte an Live-Clubs, Lokalitäten und Diskotheken. Diese waren Heimstätten für Legenden, wie Jimi Hendrix, den Beatles, Black Sabbath und vielen weiteren Künstler*innen und Persönlichkeiten.

Diese historischen Entwicklungen des Kiezes haben ihn zu dem geformt, was er heute ist: ein diverser Lebensort und Treffpunkt nach dem Prinzip der gleichen Augenhöhe[3]. Auf St. Pauli trifft eine unüberschaubare Vielfalt an Nationalitäten, Konfessionen, Lebenswelten und –arten aufeinander. Die Diversität und kulturelle Eigenart haben sich im Lauf der letzten Jahre bewährt. So stößt das liberale Denken sowie tolerante Handeln der Anlieger*innen auf große Beliebtheit unter den Besucher*innen. Nach dem Motto „leben, leben lassen, aber nicht alleine bleiben“[4] hat sich das Vergnügungsviertel als ein Ort entwickelt, der auf der einen Seite Heimat und Identifikationspunkt sowie auf der anderen Seite Treffpunkt und touristischer Hotspot ist. Die Kultur und charakteristische Lebenseinstellung, die auf der Reeperbahn ausgelebt wird, ist aufgrund ihrer Einzigartigkeit und Offenheit schützenswert.

Die Stärken der Reeperbahn liegen demnach in der gut erschlossenen und hafennahen Lage sowie in der Tradition St. Paulis. Jedoch sind in erster Linie die Anwohner*innen und Gewerbetreibenden das prägendste Element des Kiezes.

Trotz der vorher genannten Stärken ist die Reeperbahn heutzutage mit zahlreichen ungreifbaren Wandlungsprozessen konfrontiert. Zum einen gefährdet der Übertourismus die typische Atmosphäre St. Paulis, zum anderen wird aber auch der Branchenmix beispielsweise durch die überproportionale

---

[3] „auf [gleicher] Augenhöhe“: gleichberechtigt, gleichwertig [mit jemandem] auf Augenhöhe diskutieren

[4] Quelle: Anmeldung St. Paulis zur Aufnahme in das bundesweite Verzeichnis immateriellen Kulturguts der UNESCO, 2018

Vermietung an Kioske bedroht. Neue immobilienwirtschaftliche Dynamiken durch die Entstehung von neuen Wohn- und Bürohäusern, welche den Mietspiegel beeinflussen, führen zu Immobilienspekulationen.

Die Reeperbahn ist zusätzlich von sozialen Schwierigkeiten betroffen: Drogenkonsum und Gewalt. Diese Probleme tragen ebenfalls zum negativen Image bei.

Durch die Diversität an Akteur*innen auf der Reeperbahn sind die Meinungen bezüglich der weiteren Entwicklungen des Quartiers oft gespalten. Ein Symbol dafür ist die Vorbereitung der Anmeldung zur Aufnahme des Kiezes als immaterielles Kulturgut in das Verzeichnis der UNESCO.

Die verschiedenen Herausforderungen, mit denen das Gebiet konfrontiert ist, sind folgendermaßen zusammengefasst:

- Die Corona-Pandemie hat die meisten Mieter*innen und Grundeigentümer*innen hart getroffen: zwei bzw. drei Lockdowns, herausfordernde Hygienekonzepte, und wegbleibende Hamburger*innen und Tourist*innen auch im Sommer. Der reguläre Geschäftsbetrieb der meisten Gewerbetreibenden ruht damit praktisch seit über einem Jahr. Die erneute Aufnahme des Geschäftsbetriebs muss sobald vertretbar ermöglicht werden. Hierbei gibt es viele Gestaltungsmöglichkeiten, bei denen vor allem auch das Wissen und die Erfahrung der Mieter*innen einfließen sollten. Das BID mit dem Quartiersmanagement bietet die Möglichkeit, diese zu professionalisieren. Weiterhin benötigt die Reeperbahn eine koordinierte Restart-Kampagne, um die Anlieger*innen so gut wie möglich bei der Wiederaufnahme des Betriebs zu unterstützen.
- Es sind unterschiedliche gestalterische Zustände und Qualitäten des öffentlichen Raums der östlichen und westlichen Reeperbahn zu erkennen. Der östliche Teil wurde in den letzten Jahren durch die Stadt neugestaltet. Insbesondere der Spielbudenplatz wurde 2006 intensiv umgestaltet. Während der Akteur*innengespräche schilderten einige das Gefühl der Ungleichheit und Benachteiligung wegen des schlechten Zustands im westlichen Teil der Reeperbahn.
- Der lokale Einzelhandel und die Gewerbetreibenden sind mit steigenden Mieten konfrontiert. Außerdem wird keine gezielte Auswahl von Mieter*innen und Branchen getroffen. Somit besteht kein optimaler Branchenmix auf der Reeperbahn (z. B. steigende Anzahl der Kioske), welcher aktuell weder die Bedürfnisse der Tourist*innen noch der Bewohner*innen optimal erfüllt.

- Durch die hohe Diversität und Anzahl der Akteur*innen können leicht Interessenkonflikte entstehen. Die Nutzungen auf der Reeperbahn unterscheiden sich tags- und nachtsüber.
- Insbesondere durch das Nachtleben besteht ein Nutzungskonflikt zwischen den Anwohner*innen und Besucher*innen von St. Pauli. Gründe hierfür sind u. a. die Verunreinigung des öffentlichen sowie des privaten Raums.
- Vor allem nachts führen die hohen Besucher*innenzahlen dazu, dass der öffentliche Raum verunreinigt wird. Trotz der Maßnahmen aus dem abgeschlossenen BID, in welchem zusätzliche und effizientere Mülleimer (Big Bellys) installiert wurden, ist das Erscheinungsbild weiterhin optimierbar.
- Das Mobiliar im öffentlichen Raum wird regelmäßig beschädigt.
- Einige ungepflegte Grünflächen prägen das Erscheinungsbild negativ und werden, wenn es dunkel ist, als „Angsträume“ wahrgenommen. Zudem nutzen Besucher*innen die Grünflächen als „Müllecken“. Von rund 83 deutschsprachigen Bewertungen auf Tripadvisor zu dem Themenfeld Sauberkeit im öffentlichen Raum waren 35 negativ. Das öffentliche Urinieren stellt nach wie vor ein Problem dar. Des Weiteren bezeichnen viele Nutzer*innen der Bewertungsportale die herrschende Stimmung als aggressiv und angespannt und einige sind der Meinung, dass die Reeperbahn nicht ohne Begleitung aufgesucht werden sollte.[5]
- Das nationale und internationale Image der Reeperbahn ist sehr einseitig. Sie ist lediglich als „berühmte Amüsiermeile“ bekannt und nicht als liebens- und lebenswerter Ort zahlreicher Bewohner*innen. Dies führt u. a. zu problematischem oder sogar respektlosem Verhalten der Besucher*innen. Das trägt wiederum zur vermehrten Unzufriedenheit der Anwohner*innen bei.
- Das Image der Reeperbahn führt zu einer einseitigen Nutzung der Reeperbahn, welche sich auf die Abendstunden und noch stärker auf das Wochenende konzentriert. Die Einzelhändler*innen öffnen zum Teil unter der Woche ihre Geschäfte nicht, da dies nicht rentabel wäre.

[5] Quelle: Social-Media-Analyse, BID Reeperbahn+, OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH am 24.09.2018. Daten der vertieften Analyse für den Zeitraum 1. Juni 2017 – 1. Juni 2018, ausschließlich deutschsprachige Kommentare.

- Die Berichte über die Reeperbahn sowohl auf den Social-Media-Kanälen als auch in der traditionellen Presse sind eher negativ geprägt. Nicht deutschsprachige Besucher*innen geben z. B. schlechtere Noten auf Tripadvisor[6].
- Das erste BID hat in dieser Richtung vieles bewegt, allerdings muss diese Arbeit fortgesetzt und weiter professionalisiert werden, um die Wahrnehmung der Hamburger*innen und der Besucher*innen langfristig positiv zu beeinflussen.

St. Pauli hat sich schon immer in einem Wandlungsprozess befunden. Jedoch müssen die heutigen Entwicklungsrichtungen nachhaltiger beeinflusst werden, um die Grundstruktur des Gebiets langfristig nicht zu gefährden. Das erste BID hat sich als effizientes Instrument erwiesen, um auf die Herausforderungen, welche das Quartier betreffen, Schritt für Schritt einzugehen. Das BID-Team, bestehend aus zwei Quartiersmanager*innen und dem Team der Aufgabenträgerin, als professionelle Ansprechpartner*innen für die Stadt sowie für alle Akteur*innen des Gebietes, hat die Aufgabe diverse Interessen zu bündeln und nachhaltigere Perspektiven für die Reeperbahn zu entwickeln.

Das zweite BID soll aufbauend auf den genannten Stärken, Schwächen und vorangegangenen Maßnahmen das Potenzial des Gebietes im engen Austausch mit den öffentlichen und privaten Akteur*innen fördern. Um die Effizienz der BID-Maßnahmen zu verbessern, hat die BID-Initiative die Ziele im Vergleich zum ersten BID überarbeitet. Die Handlungsmöglichkeiten und Aufgaben des BID wurden dementsprechend klarer definiert.

2. Ziele der BID-Initiative

Das BID-Gebiet ist im Wesentlichen gewerblich geprägt, hat aber auch eine breite Bewohner*innenschaft. Die Vielfalt an Akteur*innen und Erwartungen im Gebiet stellen eine erhebliche Herausforderung dar. Die aktuellen Auswirkungen der Pandemie verschärfen zudem die sich gegenseitig bedingenden immobilienwirtschaftlichen und sozialen Entwicklungen.

---

[6] Die OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH hat 2018 eine Social-Media-Analyse vorgenommen. Dabei wurden unterschiedliche Bewertungsportale betrachtet. Im Vergleich vergaben die deutschsprachigen Besucher*innen durchschnittlich 3,53 von 5 Sternen. Die niederländischsprachigen Besucher*innen hingegen bewerteten die Reeperbahn mit durchschnittliche 2,8 von 5 Sternen.

Insbesondere das Zusammenspiel zwischen der sich wandelnden Nachtwirtschaft und den Anliegen der langjährigen oder neu zugezogenen Bewohner*innen des Quartiers sowie dessen Erwartungsvielfalt, was den Kiez ausmacht und wie bzw. in welchen Bereichen er sich wandelt und wandeln soll, werden daher Gegenstand des Projekts sein. So werden mit den im Folgenden beschriebenen Maßnahmen wesentliche Zielsetzungen verfolgt:

- Unterstützung des Standortes, seiner Gewerbetreibenden und der Eigentümer*innen bei der Gestaltung der Aufnahme des Betriebs nach Aufhebung von Beschränkungen im Zuge der Pandemie
- Förderung einer langfristig wirtschaftlich positiven Entwicklung des Gebiets als Grundlage für die Erhaltung und behutsame Entwicklung des prägenden Angebots (…)

  u. a. durch:

  - Verbesserung des Erscheinungsbildes des Gebiets (Sauberkeit und Behebung von kleinen gestalterischen Mängeln)
  - Entwicklung von Vermietungsstrategien und Förderung des Gebietes bei Makler*innen und Mieter*innen
  - Verbesserung der Erreichbarkeit und Zugänglichkeit von einzelnen Bereichen des Quartiers
  - Schaffung einer Vision für die künftige wirtschaftliche Entwicklung des Standorts mit dem Ziel der Entwicklung eines standortverträglichen Branchenmixes
  - Förderung der Vielfalt des kulturellen Angebots

- Unterstützung des toleranten und respektvollen Miteinanders der auf St. Pauli beheimateten Bewohner*innen und Betriebe
- Verbesserung der Repräsentation des Images auf lokaler und internationaler Ebene mit der Weiterentwicklung und Begleitung von Kommunikationskampagnen sowie Marketing-Tools
- Förderung des vielfältigen Angebots und Zusammenarbeit der Gewerbetreibenden des Quartiers und Erhalt des „schrillen und bunten“ Kiezcharakters: Der Standort muss nach wie vor Teil des Pflichtprogramms der Hamburger*innen und Besucher*innen bleiben
- Interessenvertretung und Begleitung der Akteur*innen des BID im Hinblick auf Maßnahmen im öffentlichen Raum (z. B. angestrebte Umgestaltung des westlichen Teils der Reeperbahn vom Bezirksamt Hamburg-Mitte)

- Intensivierung und Dokumentation des Austausches mit öffentlichen Dienststellen (Polizei, Stadtreinigung, Bezirksamt Hamburg-Mitte, Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen, etc.)
- Ausbau des BID als Kommunikationspartner*in und Informationsstelle für die unterschiedlichen Nutzer*innen des Quartiers (Grundeigentümer*innen, Gewerbetreibende, Bewohner*innen und Besucher*innen)

Die genannten Zielsetzungen werden mit dem vorliegenden Konzept in konkrete Maßnahmen überführt. Das Projekt BID Reeperbahn+ hat sich bereits in der vergangenen Laufzeit von den BID-Projekten in den einzelhandelsgeprägten Gebieten der Innenstadt unterschieden. Es setzte den größten Schwerpunkt auf Marketing und Kommunikation. Dieser Unterschied wird insbesondere in der Tätigkeit des Quartiersmanagements deutlich, welches möglichst in bestehender Form fortgesetzt werden soll, da es in allen geführten Akteur*innengesprächen auf positive Resonanz stieß. Jedoch werden die Ziele, Aufgaben und Tätigkeiten noch stärker ausformuliert.

Die Maßnahmen der BID-Initiative sollen die soziokulturellen Unterschiede der vielfältigen und zahlreichen Besucher*innen und Anwohner*innen der Reeperbahn berücksichtigen. Ein effizientes Quartiersmanagement, eine innovative Marketing- und Kommunikationsstrategie sowie eine Verbesserung des Erscheinungsbilds des öffentlichen Raums sollen die drei Grundsäulen des Projekts sein. Zusätzlich sollen die BID-Maßnahmen mit Blick auf die Standortentwicklung kontinuierlich analysiert werden, um diese im Rahmen des Maßnahmen- und Finanzierungskonzeptes strategisch zu steuern.

3. Die BID-Initiative

Die IG St. Pauli als Initiatorin des BID Reeperbahn+ hat in der ersten BID-Laufzeit an Bedeutung gewonnen. Seit über 30 Jahren setzt sich die IG als ehrenamtliche Organisation für die positive Entwicklung des Stadtteils ein. Die Institution sieht nach wie vor den Bedarf durch ein BID unterstützt zu werden, um den Wandel des Stadtteils für seine vielfältigen Nutzer*innen mit konkreten Maßnahmen zu begleiten.

Die Arbeit des ersten BID hat zu einer erhöhten Akzeptanz des BID-Instruments auf St. Pauli geführt. Wichtige Themen konnten initiiert und Maßnahmen umgesetzt werden. Durch die Erhebung der BID-Abgabe wurde eine finanzielle Beteiligung aller Eigentümer*innen an der Maßnahmenentwicklung erreicht. Eine wesentliche Herausforderung stellen der Erhalt und die Rückgewinnung der Akzeptanz der neuen

und langjährigen Bewohner*innen gegenüber der Nachtwirtschaft dar. Vor dem Ende des ersten BID haben engagierte Eigentümer*innen frühzeitig entschieden, dass eine zweite BID-Laufzeit für das BID Reeperbahn+ sinnvoll für die künftige Entwicklung von St. Pauli sei. Durch den Einsatz und die Durchführung von Maßnahmen im Bereich des Stadtteilmarketings, der Kommunikation mit Anlieger*innen durch die Quartiersmanager*innen und der weiteren Maßnahmen konnten bekannte Konfliktsituationen bereits während der ersten BID-Laufzeit angesprochen und Lösungswege aufgezeigt werden. Beispielweise sind hier die Marketingkampagnen „No Sexism/No Racism", „St. Pauli pinkelt zurück" oder die von diversen Hotels nachgefragten Willkommenstüten für Besucher*innen St. Paulis zu nennen.

Die Initiative zur Vorbereitung der zweiten BID-Laufzeit trifft sich regelmäßig seit Januar 2018 zur Entwicklung eines Maßnahmen- und Finanzierungskonzepts. Die Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen sowie das Bezirksamt Hamburg-Mitte sind ebenfalls in den Ausschüssen vertreten. Die Initiative hat die OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH für die Vorbereitung des BID bis zur Antragstellung beauftragt. Diese Entscheidung beruht auf einem Wettbewerb, der im Winter 2016 vom Lenkungsausschuss des BID Reeperbahn+ durchgeführt wurde, bei dem sich die OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH als Institution für die Aufgabenträgerinschaft durchgesetzt hat.

Die Aufgabenträgerin entwickelte das Maßnahmenkonzept insbesondere mit den aktiven Teilnehmer*innen der BID-Initiative. Ergänzend dazu sind seit Mai 2018 Einzelgespräche mit diversen Akteur*innen geführt worden. So hat die Aufgabenträgerin zahlreiche individuelle Gespräche mit Grundeigentümer*innen, Mieter*innen und Betreiber*innen von Gewerbebetrieben sowie weiteren Akteur*innen des Gebiets führen können. Die in diesen Gesprächen genannten Themen, Sorgen und Anregungen sowie die Kritik an den bislang durchgeführten Maßnahmen wurden bei der Entwicklung des vorliegenden Konzepts so weit wie möglich berücksichtigt. Weitere Gespräche wurden auch mit Dienstleister*innen des ersten BID-Projekts, z. B. mit den Quartiersmanager*innen sowie mit der Werbeagentur elbgraphen GmbH, geführt. Alle Gespräche haben dazu beigetragen, wichtige Hinweise zur Entwicklung des neuen Maßnahmen- und Finanzierungskonzepts für die Reeperbahn zu erhalten.

Außerdem tragen Schlussfolgerungen, aus der von der Aufgabenträgerin geführten Social-Media-Analyse, zur Entwicklung von Maßnahmenideen für eine zweite BID-Laufzeit bei. Aufbauend auf zahlreichen

Beiträgen[7] wurden Probleme und Potenziale identifiziert. Das Ziel der Social-Media-Analyse war die Gewinnung von Eindrücken der Reeperbahn-Besucher*innen.

4. Aufgabenträgerin

Aufgabenträgerin des zweiten BID Reeperbahn⁺ ist die OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH. Die Aufgabenträgerin weist die gesetzlich geforderten Anforderungen zur Antragstellung in dem diesen Antrag beigefügten Anlagen nach:

- Mitgliedschaft in der Handelskammer Hamburg (liegt der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen vor)
- Nachweis über die finanzielle Leistungsfähigkeit zur Umsetzung der geplanten Maßnahmen (liegt der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen vor)
- Schriftliche Zustimmung zur Antragstellung von mehr als 15 % der Eigentümer*innen im BID-Gebiet (liegt der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen vor)

Die OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH gehört zur Unternehmensgruppe OTTO WULFF. Das interdisziplinäre BID-Team der OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH setzt sich zum Großteil aus Stadtplaner*innen zusammen. Insgesamt sind aktuell rd. 10 Personen mit kaufmännischem und stadtplanerischem Hintergrund tätig. Das Team kann darüber hinaus auf umfassende Ressourcen der Firmengruppe zugreifen. Aktuell betreut die OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH im Rahmen ihrer Aufgabenträgerinschaft innerstädtische BIDs. Zurzeit werden die BIDs Neuer Wall, Ballindamm, Mönckebergstraße, Nikolai Quartier und Dammtorstraße betreut. Zudem laufen konkrete Vorbereitungen für die zweite Laufzeit des BID Quartier Gänsemarkt. Über die innerstädtischen BIDs hinaus steuerte das Team auch das BID Wandsbek Markt und das Housing Improvement District (HID) Steilshoop. Insbesondere das Projekt HID Steilshoop hatte neben gestalterischen Maßnahmen einen kommunikativen Schwerpunkt durch gezielte Stadtteilmarketingmaßnahmen. Die im Grundsatz positive Haltung der Bewohner*innen zu ihrem Quartier sollte durch aktivierende Angebote weiter vertieft und so nach außen getragen werden. Hierzu gehörte auch die Entwicklung eines umfassenden

[7] Quelle: Social-Media-Analyse, BID Reeperbahn⁺, OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH am 24.09.2019

Beteiligungsprogramms für die direkten Anwohner*innen. Zahlreiche gestalterische Anliegen der Anwohner*innen konnten auf diesem Weg berücksichtigt und umgesetzt werden.

Die folgenden BID-Projekte hat die OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH begleitet bzw. werden aktuell begleitet[8]:

BID Neuer Wall I:

- Projektgegenstand: Neugestaltung der Fahrbahn und Gehwegbereiche, Service- und Marketingleistungen
- Projektvolumen: rd. EUR 6. Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2004, Umsetzung 2005 – 2010

BID Neuer Wall II:

- Projektgegenstand: Planung, Abstimmung und Durchführung von Marketing-, Service-, Reinigungs- und Sicherheitsleistungen
- Projektvolumen: rd. EUR 3,2 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2009, Umsetzung 2010 – 2015

BID Neuer Wall III:

- Projektgegenstand: Planung, Abstimmung und Durchführung von Marketing-, Service-, Reinigungs- und Sicherheitsleistungen, Umsetzung eines Standortmonitorings
- Projektvolumen: rd. EUR 4 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2014, Umsetzung 2015 – 2020
- www.neuerwall-hamburg.de

BID Neuer Wall IV:

- Projektgegenstand: Planung, Abstimmung und Durchführung von Marketing-, Service-, Reinigungs- , Standortmonitoring- und Sicherheitsleistungen,
- Projektvolumen: rd. EUR 1,6 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2019, 18 Monate Umsetzung 2020 – 2022
- www.neuerwall-hamburg.de

BID Opernboulevard I:

- Projektgegenstand: Umfassende Neugestaltung der Nebenflächen in der Dammtorstraße, neue Verkehrsführung, Durchführung von Reinigungsleitungen
- Projektvolumen: rd. EUR 2,2 Mio.

---

[8] Weitere Informationen zu dem Thema: www.hamburg.de/bid

- Laufzeit: Vorbereitung ab 2008, Umsetzung 2011 – 2014

BID Opernboulevard II:

- Projektgegenstand: Entwicklung und Umsetzung einer auf den Standort zugeschnittenen Weihnachtsbeleuchtung, Umsetzung von Marketing- und Managementleistungen, Erhalt der neu geschaffenen Qualitäten durch zusätzliche Reinigung und Pflege des öffentlichen Raums
- Projektvolumen: rd. EUR 700.000
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2013, Umsetzung 2014 – 2017

BID Dammtorstraße III (ehemals Opernboulevard):

- Projektgegenstand: Umsetzung von Marketing- und Managementleistungen, Erhalt der neu geschaffenen Qualitäten durch zusätzliche Reinigung und Pflege des öffentlichen Raums, Umsetzung eines Standortmonitorings
- Projektvolumen: rd. EUR 670.000
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2016, Umsetzung 2018 – 2021
- www.dammtorstrasse-hamburg.de

BID Quartier Gänsemarkt:

- Projektgegenstand: Planung und Neugestaltung der öffentlichen Räume im Quartier, Durchführung von Reinigungs- und Serviceleistungen, Entwicklung und Durchführung eines Marketing- und Veranstaltungskonzepts für das Quartier
- Projektvolumen: rd. EUR 4,1 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2012, Umsetzung 2015 – 2019
- www.quartier-gaensemarkt.de

BID Quartier Gänsemarkt II:

- Projektgegenstand: Installation einer Weihnachtsbeleuchtung, Durchführung von Marketingmaßnahmen sowie Service- und Reinigungsmaßnahmen
- Projektvolumen rd. 935.000€
- Laufzeit: 2 Jahre, Umsetzung 2021-2023

BID Nikolai Quartier:

- Projektgegenstand: Vorbereitung und Durchführung umfassender Bau-, Service- und Marketingleistungen
- Projektvolumen: rd. EUR 9,3 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2009, Umsetzung 2014 – 2019
- www.nikolai-quartier.de

BID Nikolai Quartier II:

- Projektgegenstand: Umsetzung einer Winterbeleuchtung, Durchführung von Service- und Marketingleistungen, Vorbereitung einer Straßenbeleuchtung
- Projektvolumen: EUR rd. 2,7 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2018, Umsetzung 2021-2024

BID Mönckebergstraße:

- Projektgegenstand: Umsetzung eines Beleuchtungskonzepts (Winterbeleuchtung und Straßen-, Fassaden- und Effektbeleuchtung), Reinigungs-, Pflege- und Servicemaßnahmen, Entwicklung und Umsetzung von Marketing- und Kommunikationsleistungen, Neugestaltung der Möblierung, Baumschnitt und Grünpflege, Umsetzung eines Standortmonitorings
- Projektvolumen: rd. EUR 10,3 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2006, Umsetzung 2017 – 2022
- www.hamburg-moenckebergstrasse.de

BID Ballindamm:

- Projektgegenstand: Umfassende Neugestaltung der Gehwegbereiche und Promenaden, Umsetzung und Ausgestaltung der Verkehrsführung und Radverkehrsanlagen, Neugestaltung der Möblierung und Bepflanzung, Umsetzung von Reinigungs-, Marketing- und Kommunikationsleistungen
- Projektvolumen: rd. EUR 1,8 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2017, Umsetzung 2019 – 2022
- www.hamburg-ballindamm.de

HID Steilshoop:

- Projektgegenstand: Umfassende Neugestaltung der Fußgängerachse im Zentrum des Quartiers, Umsetzung eines Stadtteilmarketingkonzepts, Implementierung eines nachhaltigen Reinigungs- und Pflegekonzepts
- Projektvolumen: rd. EUR 4,1 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2006, Umsetzung 2012 – 2017

BID Wandsbek Markt:

- Projektgegenstand: Umfassende Neugestaltung der Nebenflächen, Durchführung von Marketing- und Reinigungsleistungen
- Projektvolumen: rd. EUR 4 Mio.
- Laufzeit: Vorbereitung ab 2005, Umsetzung 2008 – 2013

5. Maßnahmen- und Finanzierungskonzept: BID Reeperbahn⁺ II

Mittels folgender Maßnahmen sollen die Ziele, die unter Punkt 2 beschrieben sind, erreicht werden. Einen Gesamtüberblick des Finanzierungskonzepts finden Sie unter dem Punkt 5.10. Finanzierung, Seite 40. Im Einzelnen wird das BID-Budget die folgenden Positionen aufweisen:

1. **Quartiersmanagement**
2. **Pflegemaßnahmen**
3. **Gestaltungsmaßnahmen**
4. **Marketing und Kommunikation**
5. **Standortmonitoring**
6. **Rechtsberatungsleistungen**
7. **Vorbereitungskosten**
8. **Aufgabenträgerinhonorar**
9. **Reserve**

Die Budgetierung der einzelnen Positionen erfolgt nach Ermittlung der voraussichtlichen Kosten durch die Einholung von Angeboten oder eigene Kalkulationen unter Berücksichtigung einer zu erwartenden Preissteigerung. Über die Verwendung des Budgets wird jährlich Bericht erstattet. Während der Umsetzung der Maßnahmen werden nicht verwendete Mittel gesondert nach den einzelnen Budgetpositionen über die BID-Jahre kumuliert dargestellt. Diese Mittel können nach Maßgabe dieses Konzepts und einer entsprechenden Entscheidung des Lenkungsausschusses für Maßnahmen der betreffenden Budgetposition in den Folgejahren verwendet werden. Zum Ende der BID-Laufzeit und nach Schlussrechnung des Projektes werden nicht verwendete Mittel aus dem Reservebudget an die FHH zurückgezahlt. Diese erstattet die nicht verwendeten Mittel wiederum an die veranlagten Grundeigentümer*innen zurück.

Die Aufgabenträgerin ist verantwortlich für die Umsetzung der im Folgenden beschriebenen Maßnahmen. Hierfür wird die Aufgabenträgerin in den überwiegenden Fällen auf Nachunternehmer*innen und deren Fähigkeiten zurückgreifen. In diesem Fall hat die Auswahl der Auftragnehmer*innen ab einem

Auftragswert von EUR 5.000,00 (netto) nach einer mindestens beschränkten Ausschreibung zu erfolgen. Die Aufgabenträgerin muss die Auswahl der Auftragnehmer*innen begründen und dokumentieren. Dies gilt nicht, falls bereits zur Antragstellung Lieferant*innen bzw. Dienstleister*innen feststehen und diese auch hier im Antrag benannt sind oder es keine weiteren Anbieter*innen gibt.

5.1. Quartiersmanagement

Die Begleitung und Steuerung der Entwicklung des BID-Gebiets Reeperbahn entsprechend der oben genannten übergeordneten Projektziele ist eine komplexe Aufgabe. Die Anzahl der zu berücksichtigenden Akteur*innen, Themen, Motive und Handlungsfelder ist enorm. Die Corona-Pandemie und die daraus resultierende Krise haben den Drang nach Austausch und Begleitung erhöht. Die Einrichtung und Fortführung eines professionellen Quartiersmanagements ist daher von besonderer Bedeutung. Die folgenden Handlungsbereiche werden mit dem Quartiersmanagement im Einzelnen umfasst:

- Neustart nach der Corona-Pandemie, Aufbau einer Interessenvertretung, Bündelung von Erfahrung, Wissen und Wünschen der Betreiber und Abstimmung von Zielen und Inhalten einer gemeinsamen Kampagne
- Entwicklung einer breit akzeptierten Vision für den Kiez, die sowohl den ursprünglichen Kiezcharakter erhält als auch die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Realitäten integriert
- Weiterentwicklung und Pflege des kulturellen Unterhaltungsangebots des Standorts
- Entwicklung von Konzepten zur Förderung eines Tourismus auf St. Pauli, der positiv auf die Entwicklung des Standorts wirkt
- Interessenvertretung im Quartier
- Durchführung der Beteiligungstermine vor Ort für die kleinen Gestaltungsmaßnahmen
- Ausdehnung der für die Nachtwirtschaft relevanten Geschäftszeit vom Wochenende in die Woche zur Sicherung und Ausweitung der wirtschaftlichen Basis der Betreiber*innen im BID-Gebiet
- Aktive Zusammenarbeit mit den Veranstalter*innen von im BID-Gebiet durchgeführten Großveranstaltungen, die sowohl den öffentlichen Raum als auch die Betriebe betreffen, mit dem Ziel der Nutzung von Kooperationsmöglichkeiten im Sinne der Zielsetzungen des BID-Projekts
- Übergeordnete Verbesserung der Sauberkeit und des Sicherheitsempfindens für Bewohner*innen und Besucher*innen durch ständigen Dialog mit den zuständigen öffentlichen und privaten Akteur*innen (u. a. Polizei, Stadtreinigung…)

- Entwicklung von Netzwerktreffen für die Beteiligung der Betreiber*innen gewerblicher Nutzungen und Bewohner*innen bei der Ausgestaltung von BID-Maßnahmen

Die soziale und wirtschaftliche Entwicklung St. Paulis und insbesondere des BID-Gebiets hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab, die nur begrenzt durch unmittelbare Maßnahmen des BID zu beeinflussen sind. Das Quartiersmanagement muss hierfür auf zwei Ebenen tätig werden:

- Nach Innen im Dialog mit Betreiber*innen, Eigentümer*innen, Bewohner*innen und der Gästewirtschaft, um die Interessen, Anliegen und Themen aus den verschiedenen Ebenen des Quartiers zu verstehen, zu vertreten und auch durchzusetzen. Hierfür sind entsprechende Dialogformate zu entwickeln, weiter auszubauen und bereits bestehende zu pflegen.
- Die zweite Ebene stellt die Interessenvertretung und -vermittlung gegenüber externen Akteur*innen dar. Auf dieser Basis wird das Quartiersmanagement die Ziele des Projekts in öffentlichen und privaten Gremien nach außen vertreten.

Die bislang für das Projekt BID Reeperbahn⁺ tätigen Quartiersmanager*innen genießen im Quartier eine enorme Akzeptanz. Sie sind neben ihrer Tätigkeit für das BID als Geschäftsführer*innen von Betrieben im Quartier aktiv und sind daher in ihrer Rolle etabliert. Zudem wurde die Arbeit der beiden als erfolgreich und für die Entwicklung des Quartiers wichtig wahrgenommen. Es ist daher der Wunsch der BID-Initiative, die Zusammenarbeit mit den beiden Beteiligten soweit möglich fortzusetzen. Leider ist durch die zeitliche Unterbrechung im Projekt der Umstand eingetreten, dass eine der beiden bisherigen Quartiersmanager*innen nur noch für einen Übergangszeitraum eingeschränkt sowie ggf. für Einzelprojekte zur Verfügung steht. Dieser Leistungsteil von etwa 60 % des gesamten für das Quartiersmanagement vorgesehenen Budgets wird daher gesondert beschrieben und ausgeschrieben werden müssen. Die Aufgabenträgerin behält sich die Möglichkeit vor, selbst oder über ein verbundenes Unternehmen, welches als ein solches auftreten wird, ein Angebot für die Erbringung der auszuschreibenden Quartiersmanagementleistungen abzugeben. Über die Zusammenarbeit mit einem Anbieter wird die Aufgabenträgerin den Lenkungsausschuss entscheiden lassen.

Für die Erreichung der genannten Ziele sind die folgenden konkreten Aktivitäten für die Quartiersmanager*innen vorgesehen:

- Primäre Funktion: erste Ansprechperson für Mieter*innen und Grundeigentümer*innen vor Ort bzw. als Vermittler zwischen den privaten und öffentlichen Akteur*innen sowie der Aufgabenträgerin
- Entwicklung, Förderung und Pflege der Netzwerke auf Seiten der Betreiber*innen, Bewohner*innen und Eigentümer*innen in Kooperation mit der IG St. Pauli durch die Organisation regelmäßiger Netzwerk-Termine
- Teilnahme an bestehenden Gremien im Quartier
- Ggf. politische Kommunikation mit dem zuständigen Bezirksamt Hamburg-Mitte
- Regelmäßiger Austausch mit allen für das Quartiersmanagement relevanten öffentlichen Akteur*innen
- Unterstützung von Betreiber*innen und Eigentümer*innen bei Antrags- und Genehmigungsverfahren
- Bericht über die Arbeit des Quartiersmanagement in den BID-Gremien
- Erstellung von Inhalten zur Kommunikation in Form von regelmäßigen Newslettern
- Vertretung des Standorts durch die Quartiersmanager*innen im Rahmen von Aktivitäten der Hamburg Tourismus GmbH
- Unterstützung der Aufgabenträgerin bei der Kommunikation im Rahmen der Marketing-Kooperationsleistungen des BID-Projekts mit Dritten (siehe 5.4.6. Kooperationsleistungen), Bewertung von eingehenden Bewerbungen und Erstellung von Empfehlung für die Mittelverwendung

Das Quartiersmanagement muss zwei unterschiedliche Aufgabenschwerpunkte (im Folgenden: A und B) abdecken. Eventuell erforderliche administrative Unterstützung sowie Kosten für einen nach Ermessen der Quartiersmanager*innen erforderlichen Raum zur regelmäßigen Präsenz im Quartier sind mit dem Budget für das Quartiersmanagement abgegolten.

Quartiersmanagement Aufgabenschwerpunkt A:

- Pflege des Netzwerks aus der kulturellen Szene im Quartier
- Aufzeigen von Themen zur Entwicklung von Marketingkampagnen
- Inhaltliche Betreuung und Kommunikation der Marketing-Kooperationsleistungen des BID-Projekts mit Dritten inkl. Vorschlag von zu fördernden Bewerber*innen
- Kontakt zu Initiativen und Vereinen aus der Nachbar*innenschaft

Quartiersmanagement Aufgabenschwerpunkt B:

- Entwicklung und Pflege des Netzwerks der Eigentümer*innen und Gewerbetreibenden
- Abstimmungen der kleinen Gestaltungsmaßnahmen
- Koordination, Information und Baustellenabstimmung/ Stellungnahme zu den Sondernutzungen im öffentlichen Raum
- Weiterleitung von wichtige Informationen an die Gewerbetreibenden (geplante Veranstaltungen, Verkehrssperrungen, Demonstrationen, Baustellen im Gebiet…)

Das Quartiersmanagement ist mit einem pauschalen Honorar vergütet, welches über die fünf Jahre der BID-Laufzeit gleich verteilt ist. Die erbrachten Leistungen des Quartiersmanagements werden von der Aufgabenträgerin kontrolliert.

In der Position Quartiersmanagement sind Raumkosten im Gebiet (oder Gebietsnähe) kalkuliert. Das Quartiersmanagement hätte somit vor Ort einen Arbeitsplatz. Falls das Budget für Raumkosten nicht benötigt wird, wird dieses der Reserve zugefügt. Das unten angegebene Budget versteht sich als die Gesamtkosten für die fünf Jahre. Am Ende eines BID-Jahrs werden nicht verwendete Mittel in das Folgejahr der entsprechenden Budgetposition oder dem Reservebudget zugeführt.

- Budget: 550.000 EUR brutto

5.2. Pflegemaßnahmen

Die Pflege des öffentlichen Raums spielt eine wesentliche Rolle für das Erscheinungsbild der Reeperbahn. Diese Aussage wurde durch die Ergebnisse der Social-Media-Analyse der Reeperbahn sowie durch mehrere Akteur*innengespräche im Gebiet bekräftigt. Punktuelle komplementäre Maßnahmen zu den Leistungen der Stadt können dazu beitragen, die wirtschaftliche Nachhaltigkeit des Standorts sowohl für die Gewerbetreibende, die Eigentümer*innen als auch für die Bewohner*innen zu sichern. Im ersten BID wurden die Themen der Müllvermeidung und der Reinigung angegangen und haben im Quartier Zustimmung bekommen.

Im zweiten BID werden folgende Leistungen erbracht, um einen sinnvollen Pflegezustand des öffentlichen Raums für die Anlieger*innen des Quartiers zu entwickeln.

Die Pflegemaßnahmen haben mit der sanitären Krise an Bedeutung gewonnen. Dieses Phänomen wurde in allen BID-Gebieten der Innenstadt beobachtet.

Zusammenfassung Pflege des öffentlichen Raums:

1. Pflege und Reparatur vom Mobiliar im öffentlichen Raum
2. Maschinelle Reinigung im öffentlichen Raum
3. Grünpflege im öffentlichen Raum

Die Aufgabenträgerin kann sich bei der Erbringung einzelner Leistungen (Pflege und Reparatur vom Mobiliar im öffentlichen Raum) des zur OTTO WULFF Gruppe gehörenden Unternehmens FMHH Facility Manager Hamburg GmbH bedienen. Die FMHH Facility Manager Hamburg GmbH ist im Rahmen mehrerer ÖPP-Projekte als Betreiber von insgesamt 60 öffentlichen Gebäuden (Berufs- und Grundschulen, Ausbildungsstätten etc.) für die Freie und Hansestadt Hamburg tätig und verfügt über die geeigneten Kontakte, das Personal und die Kompetenz zur Erbringung von Dienstleistungen im öffentlichen Raum. Die im Rahmen dieses Projektes zu erbringenden Leistungen werden von der OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH mit der FMHH Facility Manager Hamburg GmbH über Dienstleistungsverträge vereinbart. Teile der Geschäftsführung der OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH und der FMHH Facility Manager Hamburg GmbH sind personengleich. Die Verträge sowie Angebote zwischen der Aufgabenträgerin und der FMHH Facility Manager Hamburg GmbH werden den Eigentümern auf Wunsch offen gelegt und im Rahmen der Kontrolle der Aufgabenträgerin den interessierten Eigentümern, der Handelskammer und den prüfenden Behörden erläutert. Während der vereinbarten Einsatzzeiten werden die Mitarbeiter*innen Bekleidung mit der CI (Corporate Identity) des Projekts tragen. Die Leistungserbringer*innen werden im engen Austausch mit der Aufgabenträgerin und ggf. den Quartiersmanager*innen stehen. Die Leistungserbringer*innen werden ihre Einsätze protokollieren. Die Aufgabenträgerin wird diese Maßnahme während der BID-Laufzeit evaluieren und in Abstimmung mit der Stadtreinigung und dem Bezirksamt Hamburg-Mitte die Stunden nach Bedarf anpassen.

Die unten angegebenen Budgets verstehen sich als die Gesamtkosten für die fünf Jahre. Am Ende eines BID-Jahrs werden nicht verwendete Mittel (gültig für 5.2.1., 5.2.2. und 5.2.3.) in das Folgejahr der entsprechenden Budgetposition oder dem Reservebudget zugeführt.

5.2.1. Pflege und Reparatur vom Mobiliar im öffentlichen Raum

Im ersten BID haben die Eigentümer*innen neues Mobiliar angeschafft. Im zweiten BID werden die Schäden in Rücksprache mit der Aufgabenträgerin und dem Quartiersmanagement von den Reinigungskräften zügig beseitigt. Hierdurch soll eine systematische Pflege aller Anschaffungen des BID (sowohl von der ersten als auch zweiten Laufzeit) erfolgen. Diese Maßnahme betrifft beispielweise die BIG Bellys und die Papierkörbe, welche im ersten BID gestaltet und aufgestellt wurden. Das pinke Design der Mülleimer wurde speziell für das BID Reeperbahn⁺ entwickelt. Die Mülleimer werden oft beklebt, besprüht und sind häufig in einem verunreinigten Zustand. Temporäre BID-Anschaffungen sind ebenfalls betroffen. Zum Beispiel müssen auch temporäre Anschaffungen für Marketingaktionen gereinigt und gepflegt werden.

Zur Ergänzung und Kontrolle der Sauberkeit und Verkehrssicherheit im Quartier dokumentiert eine Reinigungsfachkraft regelmäßig den Zustand der öffentlichen Räume. Die Ergebnisse der Kontrolle werden der Stadtreinigung kommuniziert (z. B. werden starke Verunreinigungen in Grünflächen oder an der Stadtmöblierung in der App der Stadtreinigung oder anderen Ansprechpartner*innen angezeigt) sowie für deren Beseitigung gesorgt. In einem solchen Rundgang werden zudem störende Schäden im öffentlichen Raum aufgenommen und an das Bezirksamt Hamburg-Mitte weitergeleitet (z. B. defekte öffentliche Straßenbeleuchtung, umgefahrene Straßenschilder). Der Rundgang soll mindestens jede zweite Woche durchgeführt werden. Die Ergebnisse des Rundgangs werden dem Quartiersmanagement und der Aufgabenträgerin für die weitere verwaltungsbezogene Kommunikation zur Verfügung gestellt.

Die Reinigungskräfte werden in ihrer Einsatzzeit nach Bedarf die BID-Anschaffungen putzen und ggf. reparieren. Die Einsatzzeiten werden nach Bedarf in Abstimmung mit dem Lenkungsausschuss angepasst. Die Leistungen der Position 5.2.1. können durch die Facility Manager Hamburg GmbH ausgeführt werden.

- Budget Pflege und Reparatur von Mobiliar: 106.750 EUR brutto

5.2.2. Maschinelle Reinigung im öffentlichen Raum

Bereits im ersten BID wurden besondere Stellen im Gebiet identifiziert, die eine zusätzliche Reinigung bedürfen. Die maschinelle Reinigung wird im zweiten BID an diesen Stellen weiterhin erfolgen. Diese Stellen werden regelmäßig, z. B. wöchentlich, maschinell nassgereinigt (z. B. mit einem Hochdruckreiniger).

Die Einsatzflächen sind strategische Punkte des Quartiers, die einen großen Einfluss auf den Gesamteindruck des Gebiets haben. Es sind z. B. Plätze wie der Hans-Albers-Platz, der Beatles-Platz oder die S-Bahn Eingänge und Außenseite der Pissoirs.

Diese Reinigung wird zusätzlich zur Gehwegreinigung von der öffentlichen Stadtreinigung ausgeführt. Die Kosten enthalten den Einsatz der Maschine sowie den Personaleinsatz.

- Budget Maschinelle Reinigung: 113.500 EUR brutto

5.2.3. Grünpflege im öffentlichen Raum

Auf beiden Seiten der Reeperbahn sind zahlreiche Bäume vorhanden. Die Bäume wirken besonders auf das Erscheinungsbild von Plätzen. Ungepflegte Grünanlagen prägen das Erscheinungsbild des Gebiets negativ. Sie werden häufig von Besucher*innen als „Müllecken" genutzt und können daher einen Einfluss auf das subjektive Sicherheitsgefühl haben. Aus diesem Grund haben sich mehrere Eigentümer*innen und Betreiber*innen des Gebiets eine zusätzliche Pflege der Bäume und weiterer Grünanlagen gewünscht.

Das zweite BID wird in Abstimmung mit der Stadt die zusätzliche Grünpflege planen und beauftragen. Die Aufgabenträgerin wird drei Angebote einholen, sofern die Leistungen über 5.000 Euro liegen.

- Budget Grünpflege im öffentlichen Raum: 34.600 EUR brutto

Nr.	Zusammenfassung der Pflegemaßnahmen	Summe
1.	Pflege und Reparaturen vom Mobiliar im öffentlichen Raum	106.750 €
2.	Maschinelle Reinigung im öffentlichen Raum	113.500 €
3.	Grünpflege im öffentlichen Raum	34.600 €
	Summe	**254.850 €**

5.3. Gestaltungsmaßnahmen

Die Erfahrungen aus den ersten BID-Jahren sowie den Akteur*innengespräche in der Vorbereitung zum Projekt haben gezeigt, dass sich Eigentümer*innen und Anlieger*innen kleine und zügige Bau- und Reparaturmaßnahmen in ihrem direkten Umfeld wünschen, die eine sichtbare Wirkung haben.

Diese Thematik ist natürlich von der unterschiedlichen Gestaltung der Reeperbahn geprägt: der östliche Teil der Reeperbahn wurde von der Stadt komplett neugestaltet. Die Akteur*innen möchten aus diesem

Grund die Möglichkeit haben, ortsbezogene Maßnahmen in unterschiedlichen Abschnitten des Gebiets durchzuführen (siehe Darstellung 1), um kleine gestalterische und funktionale Probleme im öffentlichen Raum zügig zu beheben. In dem ersten BID-Jahr wird in erster Linie die Vorbereitung und Planung der punktuellen Raumgestaltung in Abstimmung mit dem Lenkungsausschuss und den jeweiligen Akteur*innen vor Ort durchgeführt, da die Realisierungen auch im kleinen Rahmen zeitintensiver sind als bei anderen Maßnahmen. Nach Erarbeitung der konkreten Gestaltungsvorschläge und Abstimmung mit der Stadt werden dann ab der Hälfte des zweiten BID-Jahres die Gestaltungsmaßnahmen ausgeschrieben und umgesetzt. Im Gespräch mit dem Polizeikommissariat PK 15 hat sich der zugeteilte Ansprechpartner dazu bereit erklärt, die Akteur*innen bei der Maßnahmenentwicklung vor dem Hintergrund von Themen der Verkehrssicherheit und Kriminalitätsprävention fachlich zu unterstützen.

Ziel ist es, die Maßnahmen in den jeweiligen Abschnitten mit unmittelbar betroffenen und interessierten Eigentümer*innen, Betreiber*innen und Bewohner*innen (ggf. weiteren Anlieger*innen) zu entwickeln. Die möglichen vier Gebiete (siehe Darstellung 1) unterscheiden sich bewusst in ihrer Größe und Budgethöhe. Die Höhe des Budgets entspricht dem Aufwand im jeweiligen Abschnitt. Die Aufteilung der Gebiete bleibt allerdings nach Bedarf anpassbar.

Diese Aufteilung ermöglicht es, die Belange von Eigentümer*innen mit kurzen Abstimmungswegen zu klären, um schnell zu agieren. Die Maßnahmen können beispielsweise folgende sein:

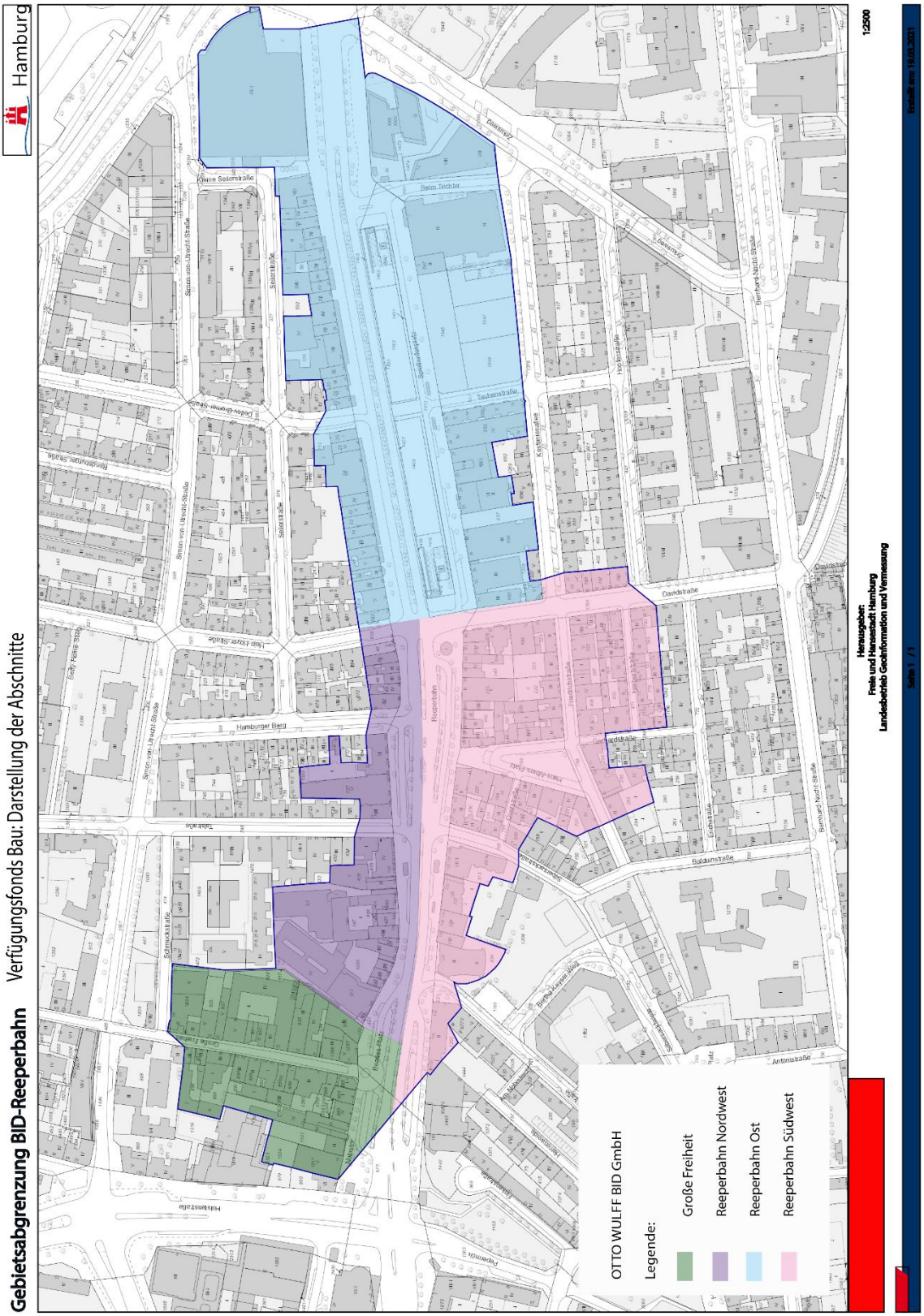
- Punktuelle Ergänzung der öffentlichen Beleuchtung (Zuständigkeit Hamburg Verkehrsanlagen)
- Überarbeitung von Grünflächen oder Baumscheiben
- Ergänzung und Neuanordnung von Stadtmöblierung
- Entrümpelung des öffentlichen Raums
- Ergänzung des Wegeleitsystems

Vor Umsetzung der lokal abgestimmten Maßnahmen wird mit den zuständigen Stellen der Stadt geprüft, ob eine öffentliche Finanzierung möglich, bzw. ein öffentlicher Bedarf vorhanden ist. Durch das BID werden so lediglich zusätzliche und gewünschte gestalterische Ergänzungen finanziert. Darüber hinaus können aus dem Budget Schäden an den geschaffenen Elementen behoben werden.

Das unten angegebene Budget versteht sich als die Gesamtkosten für die fünf Jahre. Am Ende eines BID-Jahrs werden nicht verwendete Mittel in das Folgejahr der entsprechenden Budgetposition oder dem Reservebudget zugeführt.

Budget Gestaltung des öffentlichen Raums: 145.000 EUR

Darstellung 1: Mögliche Bereiche für Gestaltungsmaßnahmen



5.4. Marketing und Kommunikation

Das Marketingbudget wird dazu beitragen, die Reeperbahn auf dem lokalen und internationalen Markt nachhaltig zu positionieren. Die Reeperbahn ist mehr als ein weltbekanntes Amüsierviertel. Die Identität der Reeperbahn soll durch eine richtige Marketingstrategie nach innen sowie außen greifbarer und klarer kommuniziert werden. Die Maßnahmen richten sich an alle Anlieger*innen des Quartiers, um ein funktionierendes Miteinander und vielfältigen Nutzungsmix zu sichern. Das BID wird als eine der ersten und dringenden Aufgaben haben, eine „Restart-Kampagne" für das Quartier zu entwickeln und schnellstmöglich durchzuführen.

Im ersten BID wurden Marketingkampagnen durchgeführt. Das BID Reeperbahn⁺ hat durch diese Kampagnen nach und nach eine eigene Sprache sowie Corporate Identity entwickelt. In den Eigentümer*innengesprächen hat sich der Wunsch nach einer Professionalisierung des gesamten Auftritts des BID Reeperbahn⁺ gezeigt. Die Marketingkampagnen des ersten BID wurden gut angenommen, hatten aber durch das gesamte Angebot und die Vielfältigkeit der Reeperbahn zu wenig Wirkungskraft. Aus diesem Grund soll das Marketingbudget des zweiten BID verwendet werden, um die Bekanntheit der Angebote aller Gewerbetreibenden wirksam zu steigern.

Eventuell erzielte Einnahmen aus den Marketingaktivitäten der Aufgabenträgerin für das BID Reeperbahn⁺ (z. B. Verkaufserlöse für Pfandbecher, Lizenzeinnahmen, Einnahmen aus Anzeigenschaltungen auf den projekteigenen Medien, auf Veranstaltungen des BID generierte Einnahmen) werden nach Abzug ggf. anfallender Ertragssteuern für die Umsetzung weiterer Marketingmaßnahmen oder zur Kostendeckung der jeweiligen Aktion verwendet.

Von der Aufgabenträgerin während der BID-Laufzeit für das BID Reeperbahn⁺ gehaltene Rechte gehen nach Beendigung der BID-Laufzeit auf die IG St. Pauli über.

Zusammenfassung Marketingleistungen:

1. **PR-Leistungen**
2. **Marketingkampagnen**
3. **Digitale Medien**
4. **Druckerzeugnisse**

5. **Teilnahme an Messen**
6. **Kooperationsleistungen**
7. **Netzwerktreffen**
8. **Installation Rundgang BID Reeperbahn+**

Das zweite BID wird sich von einer oder mehrerer professionellen Agenturen begleiten lassen, um den Impact der Maßnahmen zu stärken. Zu diesem Zweck werden zu Beginn der BID-Laufzeit Pitches (Ausschreibungen / Wettbewerbe) unter Beteiligung des Lenkungsausschusses für die im weiteren genannten Leistungspakete durchgeführt. Mit den oder der im Rahmen der Pitches gewählten Agenturen soll jeweils eine für die BID-Laufzeit umfassende Zusammenarbeit angestrebt werden.

Zusätzlich kann es für das Projekt sinnvoll, schnell und günstig sein, wenn einzelne Leistungen im Rahmen der durch die Agentur erarbeiteten strategischen Leitlinien direkt durch die Aufgabenträgerin erbracht werden. Es können daher einzelne Leistungsbestandteile nach Rücksprache mit dem Lenkungsausschuss durch die Aufgabenträgerin selbst erbracht werden (z. B. die Formulierung einer Pressemitteilung, die grafische Anwendung der Leitlinien auf Jahresberichte, die Pflege eines Social-Media-Kanals). Sämtliche Eigenleistungen der Aufgabenträgerin werden einzelfallbezogen auf Stundenbasis kalkuliert, dem Lenkungsausschuss zur Ausführung angeboten und nachgewiesen. Die detaillierten Eigenleistungsstundenzettel werden bei der Abrechnung angehängt und u. a. im AK Finanzen transparent präsentiert. Diese Regelung soll dazu dienen, die Marketingmaßnahmen schnell und kosteneffizient durchführen zu können. Gemäß §14 Auftragsvergabe des öffentlich-rechtlichen Vertrages hat die Auswahl der Auftragnehmer*in ab einem Auftragswert von EUR 5.000,00 (netto) nach Einholung von mindestens zwei Vergleichsangeboten zu erfolgen. Für bereits im Rahmen von Pitches vergebene Leistungen entfällt die Ausschreibung. Die Aufgabenträgerin muss die Entscheidung für eine Auftragnehmer*in begründen und dokumentieren.

Die unten angegebenen Budgets verstehen sich als die Gesamtkosten für die fünf Jahre. Am Ende eines BID-Jahrs werden nicht verwendete Mittel (gültig für 5.4.1. bis 5.4.8.) in das Folgejahr der entsprechenden Budgetposition oder dem Reservebudget zugeführt.

Das Gesamtbudget für Marketing wird dabei 680.150 EUR brutto betragen, um einen großen Handlungsspielraum zu ermöglichen.

5.4.1. PR-Leistungen

Die PR-Arbeit dient zur Bündelung gewünschter Inhalte seitens der Grundeigentümer*innen und weiterer Anlieger*innen des BID. Die PR-Arbeit wird als eigene Leistungsposition ausgeschrieben und vergeben werden. Es werden bis zu 5 Themen pro Jahr abgestimmt mit den weiteren Marketingmaßnahmen und den übergeordneten Zielen des BID entwickelt und gezielt in den Medien kommuniziert.

Da die Reeperbahn oft mit negativen Schlagzeilen in der Presse dargestellt wird, soll das BID dazu beitragen, positiv über das Gebiet zu berichten. Die PR-Arbeit soll dazu führen, dass das Publikum die Reeperbahn neu entdeckt.

- Budget PR-Leistungen: 146.500 EUR brutto

5.4.2. Marketingkampagnen

Die Erfahrung hat gezeigt, dass aktuelle und brennende Themen einen hohen Stellenwert im Stadtteil haben. Mit dieser Budgetposition werden Kampagnen entwickelt, die positiv auf Medien und Öffentlichkeit einwirken. Die Kosten für Anzeigen, Online-Werbung, thematische Plakate im öffentlichen Raum oder diverse Marketinginstrumente werden von diesem Budget gedeckt. Das BID wird mindestens einmal jährlich eine umfassende Kampagne, abgestimmt mit den verschiedenen geplanten Kanälen (PR, Social Media), durchführen. Erfolgsbeispiele aus dem ersten BID sind z. B. die Kampagne „No Sexism/No Racism“ oder die Antiwildpinkeln-Aktionen. Die Anregungen des ersten BID zu Kooperationen für die Reduzierung von Plastikbechern auf dem Kiez können ebenfalls einen Schwerpunkt für eine Kampagne zum Thema Nachhaltigkeit und Ökologie bilden.

Ein weiteres Erfolgsbeispiel im ersten BID waren z. B. die Willkommenstüten, mit denen die wichtigsten Grundregeln St. Paulis den Besucher*innen spielerisch kommuniziert wurden. Die Verteilaktionen wurden in der ersten BID-Laufzeit sowohl vom PK 15 als auch von den Gewerbetreibenden begrüßt. Diese Tüten könnten auch an die aktuellen Gegebenheiten angepasst werden (etwa z.B. mit Desinfektionsgel und Verhaltensregeln).

- Budget Marketingkampagnen: 156.150 EUR brutto

5.4.3. Digitale Medien

Die digitalen Medien und Social-Media-Kanäle spielen eine sehr große Rolle im Bereich des Tourismus und der Freizeitaktivitäten. Die Besucher*innen legen viel Wert auf die Online-Bewertungen und sind nicht immer bereit, sich selbst einen Eindruck von einem negativ bewerteten Angebot zu machen. Aus diesem Grund wird das BID Reeperbahn+ den Online-Auftritt professionalisieren und die Social-Media-Kanäle noch stärker nutzen. Durch die Social-Media-Kanäle und die kontinuierliche Beobachtung von Kommentaren auf beliebten Bewertungs-Webseiten (z. B. Tripadvisor) kann das BID frühzeitig Probleme identifizieren und gleichzeitig Angebote des Quartiers kommunizieren.

Website:

Die Website wird weiterentwickelt. Der Zugang zu Informationen für die Eigentümer*innen und alle Anlieger*innen wird durch eine Modernisierung der Website erleichtert. Newsletter werden z. B. regelmäßig auf die Homepage geladen, um über die durchgeführten BID-Maßnahmen, aber auch über Neuigkeiten von dem Kiez zu berichten.

Social-Media-Kanäle:

Die Social-Media-Kanäle (Instagram, Twitter und Facebook) werden aus einer Hand professionell betreut. Die Aufgabenträgerin wird den Inhalt von Posting-Plänen abstimmen. Da die Aufgabenträgerin aus Kostengründen bereits für zwei Projekte erfolgreich (wachsende Follower-Zahlen, steigende Zahl an Partnerschaften, zügige Entwicklung projektbezogener Inhalte etc.) Social-Media Kanäle selbst betreibt, kann in Abstimmung mit dem Lenkungsausschuss diese Aufgabe in Eigenleistung erfolgen. Sollte die Maßnahme an Dritte vergeben werden, erfolgt dies im Rahmen eines Wettbewerbs.

- Budget digitale Medien: 176.000 EUR brutto

5.4.4. Druckerzeugnisse

Die Anschaffung und Gestaltung von hochwertigen Print-Materialien (Flyern, Postern oder weiteren Broschüren) hat sich ebenfalls bewährt, um Informationen im Quartier zu streuen. Die Druckerzeugnisse werden dazu dienen auf u. a. Veranstaltungen, Neuigkeiten, Maßnahmen aufmerksam zu machen.

- Budget Druckerzeugnisse: 26.000 EUR brutto

5.4.5. Teilnahme an Messen

Diese Budgetposition deckt die Kosten der Teilnahme von Mitarbeiter*innen des Projekts (z. B. Quartiersmanagement) an Tourismus- und Kulturmessen. Die Repräsentanz des Standorts auf solchen Messen ist sehr wichtig. Im ersten BID ist das BID Reeperbahn⁺ Teil des Hamburg-Auftritts beim jährlichen Länderfest zum Tag der Deutschen Einheit und bei „Hamburg On Tour“ (bisher Göteborg und London) geworden. Damit ist es gelungen, St. Pauli „auf Augenhöhe“ zu präsentieren und einen wichtigen Schritt in der Internationalisierung zu machen. Es ist wichtig, diese Art von Repräsentationsarbeit im zweiten BID weiterzuführen, um die Bekanntheit der kulturellen und angesehenen Angebote im Gebiet qualitativ weiter zu fördern. Falls die Teilnahme an Messen ganz oder teilweise nicht möglich ist, kann das Budget für die Finanzierung von weiteren Marketingmaßnahmen insbesondere zur Gunsten einer Restart-Kampagne verwendet werden. Der Lenkungsausschuss ist zu beteiligen.

- Budget Teilnahme an Messen: 52.000 EUR brutto

5.4.6. Kooperationsleistungen

Die Zusammenarbeit des BID mit Hamburg Marketing und Hamburg Tourismus muss weiter gestärkt werden. Die gemeinsamen Arbeitsrunden und Projekte sollen im zweiten BID wieder stattfinden. Die kommunikative Kooperation mit den beiden Partner*innen sowie mit einzelnen Events, Veranstaltungen und Delegationen ist von großer Bedeutung für das Gebiet. Diese Zusammenarbeit ist ein effizientes Tool, um das Image sowie den Ruf der Reeperbahn zu stärken.

Das BID Reeperbahn⁺ setzt sich ebenfalls mit sozialen Thematiken auseinander, da ein inoffizielles Motto der Reeperbahn das „Prinzip der gleichen Augenhöhe“ ist. Es ist nicht Aufgabe des BID, Maßnahmen mit Wirkungen im sozialen Bereich umzusetzen. Dennoch sollte das BID Reeperbahn⁺ als Träger*in öffentlicher Belange dazu beitragen, die sozialen Aktionen der Stadt im Quartier zu fördern. Das BID will an dieser Stelle nachbarschaftliches Engagement zeigen und die kulturelle Vielfalt des Stadtteils stärken.

Mit dem Budget möchten die Grundeigentümer*innen des BID Reeperbahn⁺ die Möglichkeit haben, punktuelle Aktionen transparent zu unterstützen. Diese Aktionen können sowohl einen sozialen als auch einen kulturellen Schwerpunkt haben. Die Zusammenarbeit mit bestehenden Vereinen aus dem Quartier wird ebenfalls angestrebt.

Die logistische oder finanzielle Unterstützung von konkreten Kooperationen wird von der Aufgabenträgerin und den Quartiersmanager*innen vorgeschlagen und im Lenkungsausschuss abgestimmt.

- Budget Kooperationsleistungen: 78.000 EUR brutto

5.4.7. Netzwerktreffen

Die Konzeption und Planung von Netzwerktreffen (z. B. Reeperbahnrunde/ Branchen-Austausch) sind besonders wichtig, um die vielfältigen Gewerbetreibenden und Akteur*innen des Stadtteils zu einen. Die Netzwerktreffen sollen auch dazu dienen, die Maßnahmen des BID zu präsentieren und zu besprechen. Bei diesen Treffen können die Akteur*innen und Gewerbetreibenden ein Feedback zu den durchgeführten Maßnahmen geben. Ebenfalls sollen die Netzwerktreffen Themen ansprechen, die den Alltag der Akteur*innen betreffen.

Der Turnus und die Themen der Treffen sollen im Lenkungsausschuss oder in den Arbeitsgruppen nach der Einrichtung des BID abgestimmt werden. Das Budget deckt die verbundene Kosten wie Raummiete, Bewirtung oder ggf. Mietung von Technik (Mikrophone, Beamer…).

- Budget Netzwerktreffen: 10.500 EUR brutto

5.4.8. Installation Rundgang BID Reeperbahn+

In der ersten BID-Laufzeit haben sich die Eigentümer*innen für ein charakteristisches Reeperbahn-Symbol im Stadtteil ausgesprochen. Die Planung der Maßnahme war leider nicht budgetiert.

Im zweiten BID wird aus diesem Grund die Entwicklung bzw. Installation von dauerhaften Reeperbahn-Symbolen anvisiert, welche strategisch im Gebiet verteilt werden. Gewünscht ist außerdem, dass die Reeperbahn-Symbole eher ein *„humoristisches oder einmaliges"* Dekorationselement werden, welches die Besucher*innen dazu einlädt, sich zu fotografieren. Die Social-Media-Analyse hat z. B. gezeigt, dass die Reeperbahn oft in sozialen Netzwerken, wie Instagram, fotografiert bzw. verlinkt wird[9]. Dieser Trend soll

[9] Quelle: Social-Media-Analyse, BID Reeperbahn+, OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH am 24.09.2019

durch dieses Budget und die Installation von möglichen Stationen gefördert sowie unterstützt werden. Das übergeordnete Ziel ist es, an Reichweite zu gewinnen.

Beispielsweise realisierte das BID Nikolai Quartier Ende März 2019 einen historischen Rundgang. Auf zahlreichen Steinplatten im Quartier ist es nun möglich die Geschichte des Standorts nachzuvollziehen. Zudem wird der Rundgang von Audiodaten ergänzt, welche mit einem QR-Code abgerufen werden können. In der ersten Laufzeit des BID Reeperbahn⁺ wurden bereits historische Daten gesammelt, da eine ähnliche Idee angestrebt wurde, jedoch nicht umgesetzt werden konnte. Ziel ist es, eine dauerhafte Installation, welche die Besonderheiten der Reeperbahn im öffentlichen Raum aufgreift, zu realisieren.

Zum einen soll diese Maßnahme den Besucher*innen ermöglichen, eine authentische fotographische Erinnerung zu schaffen. Die Reeperbahn soll dadurch in den sozialen Medien stärker und positiver platziert werden. Zum anderen soll diese Installation eine qualitative, moderne und trotzdem einfache Möglichkeit anbieten, sich über den Stadtteil und seine Besonderheiten zu informieren. Die aktuelle Vertretung St. Paulis in Debatten über das urbane immaterielle Kulturerbe[10] und die Zusammenarbeit mit der UNESCO geben einen Anreiz, die Geschichte des Stadtteils bekannter zu machen.

Die Entwicklung dieser Maßnahme wird in enger Abstimmung mit den zuständigen öffentlichen Stellen erfolgen, um eine bauliche Lösung passend zu den örtlichen Gegebenheiten zu finden.

Die Idee ist eine nicht zu komplexe Lösung auszuwählen, um überschaubare Kosten inkl. jährlicher Pflege zu gewährleisten.

- Budget Installation Rundgang BID Reeperbahn⁺: 35.000 EUR brutto

Nr.	Marketing und Kommunikation	Summe
1.	PR-Leistungen	146.500 €
2.	Marketingkampagnen	156.150 €
3.	Digitale Medien	176.000 €
4.	Druckerzeugnisse	26.000 €
5.	Teilnahme an Messen	52.000 €
6.	Kooperationsleistungen	78.000 €

[10] Gründung eines neuen Trägervereins in 2019 für das Projekt „Kulturerbe St. Pauli“. Nähere Informationen: kulturerbestpauli@gmail.com

7.	Netzwerkstreffen	10.500 €
8.	Installation Rundgang BID Reeperbahn+	35.000 €
	Summe	**680.150 €**

5.5. Standortmonitoring

Vor dem Hintergrund zahlreicher Projektentwicklungen gilt es, den Standort des BID Reeperbahn zu stärken und einen attraktiven Branchenmix sowohl für Bewohner*innen als Besucher*innen zu fördern. Die Steuerung des Branchenmix, also eine Kombination verschiedenartiger Branchen in einem Gebiet, soll u. a. die Verweildauer der Besucher*innen sowie sichere Mietverhältnisse fördern. Zudem dient ein ausgewogener Branchenmix der Minderung von Leerständen sowie der Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse. Hierfür soll das BID Standortinformationen sammeln und auswerten, eine gemeinsame Sichtweise zur Entwicklung des Gebiets ausarbeiten und fördern sowie Ergebnisse für die Mieter*innen und Vermieter*innen zusammenstellen.

Die unten angegebenen Budgets verstehen sich als die Gesamtkosten für die fünf Jahre. Am Ende eines BID-Jahrs werden nicht verwendete Mittel (gültig für 5.5.1. bis 5.5.5.) in das Folgejahr der entsprechenden Budgetposition oder dem Reservebudget zugeführt.

Zusammenfassung der Leistungen:

1. **Dokumentation der Standortentwicklung**
2. **Positionierungs-Workshop**
3. **Mieter*innen- und Vermietungsmappen**
4. **Evaluation**
5. **Jahresbericht**

5.5.1. Dokumentation der Standortentwicklung

Über diese Maßnahmen hinaus wird die Aufgabenträgerin eine Stammdatenbank erstellen, welche Standortinformationen der Einzelhändler*innen und Branchenstruktur bis hin zu der Fluktuationslistung

erfasst[11]. Hiermit kann das BID Fluktuationen und Miettendenzen (z. B. Leerstände, Mieter*innenwechsel, Sortimente, Öffnungszeiten, etc.) quantitativ feststellen. Mit den Ergebnissen kann das BID den Eigentümer*innen bei anstehenden Entscheidungen für die Nutzung ihrer Gewerbeflächen Informationen und Entscheidungshilfen bereitstellen.

Aufgrund der thematischen Nähe zu den weiteren BID-Aktivitäten ist der Zugang zu den zu erhebenden Daten für die Aufgabenträgerin mit sehr geringem Aufwand möglich. Ferner pflegt die Aufgabenträgerin für alle weiteren Projekte derartige Datenbanken und verfügt über entsprechende Erfahrungen in der Erhebung, Pflege und Auswertung der Daten. Die Leistung wird daher in Eigenleistung umgesetzt.

Eine erste Erhebung wurde in der Vorbereitungsphase für die Reeperbahn testweise durchgeführt. Weitere BIDs in der Innenstadt nutzen solche Datenbanken seit mehreren Jahren und berichten mit aussagekräftigen Daten über die Entwicklungen in den Jahresberichten.

- Budget Dokumentation der Standortentwicklung: 13.000 EUR brutto

5.5.2. Positionierungsworkshop

Die Entwicklung einer Zukunftsvision für die Reeperbahn ist zentral, um u. a. den Grundeigentümer*innen bei Vermietungsgesprächen Fakten und Zielrichtungen zur Verfügung zu stellen. Der Positionierungsworkshop hat zum Ziel, eine gemeinsame Sichtweise zur künftigen gewerblichen Entwicklung zu erarbeiten. Darüber hinaus ist diese Methode für weitere Maßnahmen im Bereich Marketing, aber auch im Bereich Gestaltung und Interessenvertretung der Belange der Reeperbahn von großer Bedeutung. Aus der Entwicklung einer Vermietungsvision und der Herausarbeitung von Zielgruppen sowie Botschaften sollen konkrete Handlungsfelder und zielgruppenorientierte Maßnahmen abgeleitet werden. Insbesondere soll bei dieser Maßnahme die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung der Reeperbahn sowie der Branchenmix in den Fokus genommen werden.

Der Positionierungsworkshop wird an Dritte vergeben und somit professionell begleitet. Der Positionierungsworkshop wird möglichst im ersten BID-Jahr durchgeführt.

- Budget Positionierungs-Workshop: 10.000 EUR brutto

[11] Angestrebt: ausführliche Erhebung und Auswertung zwei Mal im Jahr

5.5.3. Mieter*innen- und Vermietungsmappen

Die Erhebungen und Ergebnisse, welche durch die Stammdatenbank erzielt werden, sollen in Form einer Vermietungsmappe zusammengestellt und als Vermietungsargumente dienen. Dies hat zum Ziel, dass potenzielle Mieter*innen und Makler*innen über den Standort Reeperbahn informiert werden können. Zudem sollen ebenfalls Mieter*innenmappen mit notwendigen Informationen erstellt werden. So können Gewerbetreibende und Interessierte u. a. über Maßnahmen des Quartiermanagements, Reinigungsleistungen oder Merkblätter zur Sondernutzungen des öffentlichen Raumes informiert werden. Zudem dienen die Mieter*innenmappen der Kontaktpflege, so dass auch über Neuigkeiten oder Informationen des BID berichtet werden kann. Die Aufgabenträgerin wird diese Maßnahme in Eigenleistung erbringen. Die Mappen werden im ersten BID-Jahr entwickelt und mindestens jedes Jahr aktualisiert. Die Verteilung erfolgt u.a. durch das Quartiersmanagement.

- Budget Mieter*innen- und Vermietungsmappen: 9.500 EUR brutto

5.5.4. Evaluation

Die durchgeführten Maßnahmen sollen evaluiert werden. Eine Befragung der Mieter*innen, Gewerbetreibenden oder Eigentümer*innen ist sinnvoll, um die Mittel des BID effizient einzusetzen und ggf. strategische Änderungen vor dem BID-Ende im Rahmen des Maßnahmen- und Finanzierungskonzepts zu unternehmen. Mit dem Budget werden zwei Befragungen von Gewerbetreibenden und Besucher*innen in der BID-Laufzeit (z. B. im 2. und 4. Jahr) durchgeführt[12]. Die Form der Befragung wird nicht themenspezifisch sein. Es ist weiterhin vorgesehen, die Erkenntnisse aus der Auswertung von auf Social-Media Kanälen geäußerten Nutzererfahrungen aufzubereiten und für die Evaluation heranzuziehen. Zudem könnte das BID mit dem Budget Passantenfrequenzen punktuell messen lassen oder weitere professionelle standortbezogene Daten kaufen.

Innerhalb eines BID-Jahrs nicht verwendete Mittel werden zunächst in das Folgejahr verschoben bzw. am Ende der BID-Laufzeit dem Reservebudget zugefügt.

- Budget Evaluation: 22.000 EUR brutto

[12] Der Auftragnehmer wird im Lenkungsausschuss definiert.

5.5.5. Jahresbericht

Die Ergebnisse der Maßnahmen werden regelmäßig dokumentiert. Ein Jahresbericht des BID Reeperbahn+ wird ebenfalls entwickelt. Diese dienen zur Information der Anlieger*innen des Quartiers. Ein hochwertiger Inhalt und anschauliches Layout ermöglichen weiterhin, den Jahresbericht als Informationsquelle für Dienstleister*innen oder Delegationen zu nutzen, die sich für die Reeperbahn und die Leistungen des BID interessieren.

- Budget Jahresbericht: 11.500 EUR brutto

Nr.	Standortmonitoring	Summe
1.	Dokumentation der Standortentwicklung	13.000,00 €
2.	Positionierungsworkshop	10.000,00 €
3.	Mieter- und Vermietungsmappen	9.500,00 €
4.	Evaluation	22.000,00 €
5.	Jahresbericht	11.500,00 €
	Summe	**66.000,00 €**

5.6. Rechtsberatung

Für die Einrichtung eines BID muss ein öffentlich-rechtlicher Vertrag mit der Stadt Hamburg, vertreten durch die Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen, abgeschlossen werden. Die hierfür entstehenden Kosten sind in den Vorbereitungskosten aufgenommen. Während der BID-Laufzeit kann eine rechtliche Beratung nötig werden. Das unten angegebene Budget versteht sich als die Gesamtkosten für die fünf Jahre. Am Ende eines BID-Jahrs werden nicht verwendete Mittel in das Folgejahr der entsprechenden Budgetposition oder dem Reservebudget zugeführt. Die Aufgabenträgerin wird sich zu allen Themen im Rahmen des BID Verfahrens von der Kanzlei GvW Graf von Westphalen beraten lassen.

- Budget Rechtsberatungsleistungen: 25.000 EUR brutto

5.7. Vorbereitungskosten

Die Vorbereitung einer zweiten BID-Laufzeit für die Reeperbahn erfolgte durch das Engagement von den Initiator*innen aus dem Grundeigentum und von der IG St. Pauli. Dieses Engagement resultierte nicht nur in einem zeitlichen Aufwand, sondern auch in einer freiwilligen Vorauszahlung, um das Verfahrensmanagement der Vorbereitungsphase durch die Aufgabenträgerin, die OTTO WULFF BID GmbH, zu finanzieren. Zudem sind vorbereitende Maßnahmen zur erfolgreichen Antragstellung für das BID Reeperbahn⁺ erforderlich gewesen. Es sind u. a. Kosten für die Erstellung des Maßnahmenkonzepts und die Ausgestaltung der vertraglichen Grundlagen für die Gebietsabgrenzung angefallen. Für die Erstellung des Maßnahmenkonzepts sind zahlreiche Leistungen von der Aufgabenträgerin erbracht worden. Zum Beispiel sind Akteur*innengespräche mit Grundeigentümer*innen, Gewerbetreibenden, Interessenvertretungen des Gebiets sowie mit öffentlichen Stellen geführt worden. Parallel wurde eine Social-Media-Analyse durchgeführt, um die Maßnahmen gezielt entwickeln zu können. Die Aufgabenträgerin hat regelmäßige Lenkungsausschüsse geführt, um das Maßnahmen- und Finanzierungskonzept abzustimmen. Externe Kosten sind ebenfalls in der Vorbereitungsphase angefallen, wie der Kauf der Grundstücksdaten bei der FHH, die Kosten zu den vertraglichen Grundlagen für die Antragstellung sowie die Kosten für die Grundeigentümer*innenversammlung und Informationsveranstaltung. Nach Einrichtung des BID erfolgt eine transparente Abrechnung der Vorbereitungskosten. Der Lenkungsausschuss wurde über die Auftragsvergaben während der BID-Vorbereitung vorab informiert. Die Belege liegen der Aufgabenträgerin vor und werden auf Wunsch der Handelskammer Hamburg, den beteiligten Behörden sowie interessierten Eigentümer*innen offen gelegt. Die Vorauszahlungen der Projektinitiator*innen werden aus diesem Budget erstattet. Die Vorleistungen der Aufgabenträgerin in Höhe von rd. EUR 30.000 zzgl. MwSt. werden ebenfalls aus diesem Budget finanziert.

- Budget Vorbereitungskosten: 47.000 EUR brutto

5.8. Aufgabenträgerinhonorar

Die Aufgabenträgerin ist verantwortlich für die Umsetzung der geplanten Maßnahmen. Sämtliche Leistungen werden, sofern nicht explizit anders dargestellt, wenn möglich ausgeschrieben und an Dritte vergeben. In den Budgets für die Maßnahmen ist, soweit nicht explizit anders dargestellt (vgl. möglicher

Eigenleistungen bei Marketing- und Kommunikationsleistungen, Standortmonitoring), keine Vergütung der Aufgabenträgerin enthalten.

Zur Steuerung des Projekts wird die Aufgabenträgerin weiterhin den Lenkungsausschuss, besetzt aus interessierten Eigentümer*innen und Gewerbetreibenden bzw. deren Vertreter*innen, beteiligten Behörden, Planer*innen und der Handelskammer Hamburg, einsetzen und dessen Sitzungen vorbereiten, führen und protokollieren. Bei Bedarf können zusätzliche Gremien eingeführt werden. Ferner wird jährlich ein Ausschuss zur Kontrolle der ordentlichen Geschäftsführung unter Beteiligung der Handelskammer Hamburg, des Bezirksamts Hamburg-Mitte, der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen sowie freiwilliger Teilnehmer*innen aus dem Lenkungsausschusses stattfinden, dem die Aufgabenträgerin Bericht erstattet.

Wesentlicher Inhalt der Leistungen der Aufgabenträgerin ist die Vorbereitung, Abstimmung, Ausschreibung, Beauftragung und Überwachung der BID-Aktivitäten. Die Aufgabenträgerin steht darüber hinaus in engem Kontakt mit den Grundeigentümer*innen und nimmt sich deren Belange an. Die Aufgabenträgerin entwickelt gemeinsam mit dem Lenkungsausschuss, ggf. in BID-Arbeitsgruppen und mit Dienstleister*innen, die Maßnahmen des abgestimmten Maßnahmen- und Finanzierungskonzepts. Die Aufgabenträgerin berichtet über die Maßnahmen und stimmt die Vorgehensweise im Lenkungsausschuss ab. Der Lenkungsausschuss soll im Schnitt etwa jeden zweiten Monat tagen. Die Regelmäßigkeit der Sitzungen kann im Laufe des Projekts nach Bedarf adaptiert werden.

Die Aufgabenträgerin wird sich zudem für die Ziele des BID bei öffentlichen Planungsprozessen im Rahmen der Beteiligung als Trägerin öffentlicher Belange einsetzen. Ferner ist die Aufgabenträgerin Mitglied in verschiedenen BID-Netzwerken der Hamburger Innenstadt und wird das Projekt dort vertreten. Hierzu gehören beispielsweise die folgenden Institutionen:

- der Verein City Management
- Handelskammer Hamburg
- der Runde Tisch BID zu diversen Themen.

Die Aufgabenträgerin berichtet ebenfalls maximal jährlich in einer Eigentümer*innenversammlung über die Entwicklungen des Projekts. Die Aufgabenträgerin vertritt schließlich die Maßnahmen nach außen gegenüber städtischen Einrichtungen oder im Rahmen weiterer Aktionen.

Die Aufgabenträgerin konzipiert, plant und entscheidet über die Organisation und die Durchführung der Maßnahmen. Die Aufgabenträgerin hat die einzige Berechtigung zur Beauftragung von Angeboten und Dienstleistungen. Zudem wird die Freigabe von Rechnungen erteilt. Neben der inhaltlichen Begleitung der Maßnahmen ist auch die finanzielle Abwicklung in der Verantwortung der Aufgabenträgerin. Hierzu gehört neben der üblichen buchhalterischen Sorgfaltspflichten auch die Erstellung aussagefähiger und transparenter Berichtsunterlagen.

Die Aufgabenträgerin erhält für ihre Leistungen ein Honorar, das pauschal und monatlich abgerechnet wird. Der angemessene Gewinn ist in diesem Honorar bereits enthalten.

- Budget Aufgabenträgerinhonorar: 300.000 EUR brutto

5.9. Reserve

Das BID-Budget beinhaltet ein Reservebudget, welches rund 10 % des Maßnahmenbudgets (pos. 1-7 des Budgets) ausmacht. Mit einer Reserve wird gesichert, dass das BID auf unvorhergesehene Ereignisse reagieren kann. Die Einrichtung einer auskömmlichen Reserveposition wird von der FHH gefordert. Dieses Budget dient ebenfalls der Deckung nicht vorhersehbarer Risiken oder Maßnahmen in allen Budgetpositionen. Darunter fallen unter anderem die folgenden Punkte:

- Die Deckung von etwaigen Einnahmeausfällen aufgrund nicht geleisteter oder von der FHH aus Verfahrensgründen ganz oder anteilig zurückgehaltener BID-Abgaben
- Die Deckung eventueller Schäden aus fehlerhaften Eingangsdaten zur Abgabenermittlung
- Eine etwaige Erhöhung der Mehrwertsteuer
- Steigende Zinsen, die die Finanzierungskosten belasten
- Nicht vorhersehbare Mehrkosten für die Planung bzw. das Material
- Kosten für die Finanzierung der Vorbereitung eines Folge-BIDs

Sollte das Reservebudget nicht bzw. nur geringfügig verwendet worden sein, können aus der Reserveposition vom Lenkungsausschuss zu definierende Kostenbeiträge für vorbereitende konzeptionelle Maßnahmen einer etwaigen weiteren BID-Laufzeit eingesetzt werden. Es können auch zusätzliche Marketing- und Kommunikations- sowie Reinigungs- und Serviceleistungen umgesetzt werden. Sollten mit den Mitteln der Reserveposition zusätzliche, bislang nicht geplante Maßnahmen umgesetzt werden, fallen anteilig 10 % der Kosten für die zusätzlichen Maßnahmen als Honorar für die

Aufgabenträgerin an, da diese zusätzlich konzeptioniert, abgestimmt und umgesetzt werden müssen. Eine Absprache und Zustimmung des Lenkungsausschuss ist notwendig. Auch diese Kosten werden aus der Reserve getragen. Zusätzliche Aufgabenträgerinhonorare fallen nicht für Maßnahmen an, die aus Mitteln finanziert werden, die im Projektverlauf in anderen Budgetpositionen eingespart wurden.

Nicht verwendete Mittel werden am Ende der BID-Laufzeit an die FHH zurückgezahlt, die diese anteilig den veranlagten Grundeigentümer*innen zurückzahlt.

- Budget Reserve: 167.000 EUR brutto

5.10. Finanzierung

Budget BID Reeperbahn⁺ II

Nr.	Maßnahme	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3	Jahr 4	Jahr 5	Gesamt
1.	Quartiersmanagement	110.000 €	110.000 €	110.000 €	110.000 €	110.000 €	550.000 €
2.	Pflegemaßnahmen	47.250 €	63.150 €	47.150 €	48.150 €	49.150 €	254.850 €
3.	Gestaltungsmaßnahmen	15.000 €	115.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	145.000 €
4.	Marketing und Kommunikation	126.200 €	156.250 €	131.300 €	131.400 €	135.000 €	680.150 €
5.	Standortmonitoring	22.100 €	10.000 €	11.650 €	10.300 €	11.950 €	66.000 €
7.	Rechtsberatung	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	25.000 €
8.	Vorbereitungskosten	47.000 €	- €	- €	- €	- €	47.000 €
9.	Aufgabenträgerinhonorar	60.000 €	60.000 €	60.000 €	60.000 €	60.000 €	300.000 €
10.	Reserve	33.400 €	33.400 €	33.400 €	33.400 €	33.400 €	167.000 €
	Summe	**465.950 €**	**552.800 €**	**403.500 €**	**403.250 €**	**409.500 €**	**2.235.000 €**

Budget inkl. Verwaltungspauschale i.H.v. EUR 20.000 der Stadt HH	**2.255.000 €**

Die Projektkosten für das BID Reeperbahn⁺ belaufen sich auf EUR 2.235.000. Die FHH wird zusätzlich eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von EUR 20.000 erheben. Diese Kosten werden direkt von der FHH einbehalten.

Die Gesamtkosten des BID Reeperbahn⁺ betragen: EUR 2.255.000 inkl. MwSt.

6. Formelle Anforderungen

6.1. Antragsquorum § 5 (1) GSED

Die schriftlichen Zustimmungen der Grundeigentümer*innen zur Einreichung der Antragsunterlagen liegen der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen vor.

6.2. Öffentliche Anhörung

Im Innovationsbereich wohnen nach Angaben des Bezirksamts Hamburg-Mitte über 1.000 Einwohner*innen. Es wurde deshalb ein Informationstermin gem. § 5 Abs. 1 GSED durchgeführt. Der Informationstermin für das BID Reeperbahn+ II für alle interessierten Anlieger*innen fand in der Albers Bar (Reeperbahn 102) am 28.08.2019 zwischen 17 und 19 Uhr statt. Der Termin wurde im Vorhinein ortüblich bekannt gemacht. Die Aufgabenträgerin hat einen Bericht über die Veranstaltung angefertigt. (siehe Anlage 7).

6.3. Laufzeit § 9 (1) GSED

Die Laufzeit des BID Reeperbahn+ II beträgt fünf Jahre.

6.4. Das BID-Gebiet – Gebietsabgrenzung §5 (3) GSED

Das Gebiet des BID Reeperbahn II weicht nach erneuter Prüfung im Detail geringfügig durch einigen wenigen Erweiterungen einzelner Grundstücke im Gebiet und der Hinzunahme des Grundstücks 937 nicht von der ersten Laufzeit ab.

Die Gebietsabgrenzung hat sich in der Praxis als funktional bewiesen.

Die Summe der Grundstücke innerhalb der Gebietsabgrenzung des BID Reeperbahn+ beträgt 148 Grundstücke (siehe auch Anlage 2). Diese können im Einzelnen der unten stehenden Tabelle entnommen werden.

Liste der Grundstücke

Lfd. Nr.	Belegenheit	Flurstück
1	Lincolnstraße 2; Reeperbahn 151, 153, 155	1293
2	Reeperbahn 147; Lincolnstraße ohne Nummer	834
3	Reeperbahn 145	235
4	Reeperbahn 141, 143	234
5	Reeperbahn 131	717
6	Silbersackstraße 2, 8; Reeperbahn 125, 127, 129	313
7	Silbersackstraße 9; Querstraße ohne Nummer	609
8	Querstraße 2	157
9	Querstraße 1; Hans-Albers-Platz 5, 6	163
10	Hans-Albers-Platz 3	162
11	Hans-Albers-Platz 2	160
12	Friedrichstraße 28, 30; Hans-Albers-Platz 1	220
13	Friedrichstraße 29	265
14	Friedrichstraße 19, 21, 23	266
15	Friedrichstraße 13, 17; Gerhardstraße ohne Nummer	254
16	Friedrichstraße 11; Gerhardstraße 12	801
17	Gerhardstraße 14, 16; Herbertstraße 16	802
18	Herbertstraße 14; Gerhardstraße 17	1155
19	Gerhardstraße 18, 18a	1156
20	Herbertstraße 10, 12	776
21	Herbertstraße 6, 7a, 7b, 8	153
22	Herbertstraße 3	565
23	Herbertstraße 1; Davidstraße 10b, 11, 12	780
24	Herbertstraße 24, 25	804
25	Herbertstraße 27	1122
26	Herbertstraße 28	1123
27	Herbertstraße 29	1124
28	Davidstraße 13, 14, 15; Herbertstraße 30	462

29	Friedrichstraße 9	800
30	Friedrichstraße 7	397
31	Friedrichstraße 3, 5	312
32	Friedrichstraße 1; Davidstraße 16, 17	159
33	Davidstraße 34, 35, 36; Hopfenstraße 36	342
34	Davidstraße 31, 32, 33	341
35	Davidstraße 30	368
36	Davidstraße 29; Kastanienallee 37	525
37	Davidstraße ohne Nummer; Kastanienallee ohne Nummer; Spielbudenplatz 31	94, 680, 1375
38	Spielbudenplatz 29, 30	1306
39	Kastanienallee ohne Nummer; Spielbudenplatz ohne Nummer	657
40	Spielbudenplatz 27, 28; Kastanienallee 32	658
41	Spielbudenplatz 24, 25	1387
42	Spielbudenplatz 21, 22	837
43	Spielbudenplatz 19, 20; Kastanienallee 22	653
44	Spielbudenplatz 18; Kastanienallee 18; Taubenstraße 21, 23	652
45	Spielbudenplatz 3	647
46	Spielbudenplatz 1, Kastanienallee ohne Nummer, Beim Trichter ohne Nummer	1002
47	Beim Trichter 1, 1a; Kastanienallee ohne Nummer; Zirkusweg ohne Nummer	1474
48	Beim Trichter ohne Nummer; Zirkusweg 20; Reeperbahn 1	1473
49	Millerntorplatz 1; Kleine Seilerstraße ohne Nummer; Reeperbahn ohne Nummer; Seilerstraße ohne Nummer; Budapester Straße ohne Nummer; Simon-von-Utrecht-Straße ohne Nummer	1300
50	Reeperbahn 5; Seilerstraße ohne Nummer	52
51	Reeperbahn 6	53
52	Reeperbahn 7; Seilerstraße ohne Nummer	54
53	Reeperbahn 9; Seilerstraße 7	55

54	Reeperbahn 11	56
55	Reeperbahn 15; Seilerstraße ohne Nummer	57
56	Seilerstraße 15; Reeperbahn 16	58
57	Reeperbahn 17	59
58	Reeperbahn 19, 21; Seilerstraße ohne Nummer; westlich Seilerstraße 15	60, 61, 590
59	Reeperbahn 22	62
60	Reeperbahn 25	63
61	Reeperbahn 29	65
62	Reeperbahn 35; Seilerstraße 27	239
63	Reeperbahn 36	19
64	Reeperbahn 38	20
65	Reeperbahn 40	21
66	Reeperbahn 42; Detlev-Bremer-Straße ohne Nummer	22
67	Reeperbahn 46, 48, 52; Reeperbahn ohne Nummer; Detlev-Bremer-Straße ohne Nummer; südlich Detlev-Bremer-Straße 54	25, 26, 28, 251
68	Reeperbahn 54	31
69	Reeperbahn 56, 57	32
70	Reeperbahn ohne Nummer	33
71	Reeperbahn 58, 59	34
72	Reeperbahn 61	35
73	Reeperbahn 63, 65	37
74	Reeperbahn 66	38
75	Reeperbahn 68	39
76	Reeperbahn 70	1008
77	Reeperbahn 74; Hein-Hoyer-Straße 4	332
78	Hein-Hoyer-Straße 1; Reeperbahn 76	45
79	Reeperbahn 78	46
80	Reeperbahn 82	47
81	Reeperbahn 88	48

82	Reeperbahn 90	49
83	Reeperbahn 96; Hamburger Berg 39	50
84	Reeperbahn 100, 102, 104; Hamburger Berg 3a, 3b	1333
85	Reeperbahn 108, 110, 114	727
86	Talstraße 2; Reeperbahn 116	726
87	Talstraße 3; Reeperbahn 118, 122, 124, 126, 128, 130, 132	429
88	Reeperbahn 136	428
89	Reeperbahn 140, 140a, 140b, 140c, 142, 144	147, 989
90	Reeperbahn 140, 140a, 140b, 140c, 142, 144	427, 988
91	Reeperbahn 148	426
92	Reeperbahn 150	68
93	Reeperbahn 152, 154	67
94	Reeperbahn 156	425
95	Reeperbahn 158	424
96	Reeperbahn 160	423
97	Reeperbahn 166	1083
98	Reeperbahn 170	421
99	Reeperbahn 172	936
100	Große Freiheit 2; Reeperbahn 174	1287
101	Große Freiheit 4	1286
102	Große Freiheit 6	934
103	Große Freiheit 10	933
104	Große Freiheit 14, 28, 30; Reeperbahn 170 a-f	928, 927
105	Große Freiheit 18	930
106	Große Freiheit 32, 34	925
107	Große Freiheit 36; Schmuckstraße 13, 15	924
108	Große Freiheit 39	898
109	Große Freiheit 27, 29	896
110	Große Freiheit 35	897

111	Große Freiheit 11, 23, 25; westlich Große Freiheit 11, 23	894, 890, 895, 983
112	Große Freiheit 17	893
113	Große Freiheit 13, 15	892
114	Große Freiheit 9	889
115	Große Freiheit 5, 7	1290
116	Große Freiheit 1; Nobistor ohne Nummer; Große Freiheit ohne Nummer; südich Große Freiheit 5	886, 885
117	Nobistor 4	884
118	Nobistor 8; nördlich Nobistor 8; nordwestlich Nobistor 4	883, 1544, 1551
119	Nobistor 10, 10a; nördlich Nobistor 8	1063, 1550, 1552
120	Nobistor 14	1517
121	Nobistor 16; nördlich Nobistor 16	1511, 1524
122	Davidstraße 23, 24; Reeperbahn 75	476
123	Davidstraße 21	459
124	Davidstraße 19; Friedrichstraße 2, 4, 6	224
125	Friedrichstraße 8, 12	223
126	Friedrichstraße 14, 16, 18	222
127	Friedrichstraße 22	1
128	Friedrichstraße 24, 26; Hans-Albers-Platz 20	169
129	Hans-Albers-Platz 17, 18	168
130	Hans-Albers-Platz 14, 15, 15a, 15b, 16	167
131	Reeperbahn 103; Hans-Albers-Platz 13	228
132	Reeperbahn 101	227
133	Reeperbahn 97, 99	682
134	Reeperbahn 95	226
135	Reeperbahn 89	225
136	Reeperbahn 83, 83a	145
137	Reeperbahn 77	177

138	Querstraße 6; Hans-Albers-Platz 8	164
139	Querstraße 4, 5; Silbersackstraße 5, 7	174
140	Silbersackstraße 1, 3; Reeperbahn 117, 119, 121	230
141	Reeperbahn 115; Hans-Albers-Platz 9	229
142	Herberstraße 20, 21, 22	803
143	Schmuckstraße ohne Nummer	937
144	Kastanienallee ohne Nummer; Taubenstraße ohne Nummer	1546
145	Kastanienallee ohne Nummer	1547
146	Spielbudenplatz ohne Nummer; Taubenstraße ohne Nummer	1545
147	Kastanienallee ohne Nummer	1548
148	Kastanienallee ohne Nummer	1549

7. BID-Abgabe § 7 (1) GSED

Gemäß dem im 2017 geänderten GSED sind Grundstücksgröße und Anzahl der Vollgeschosse Grundlage für die Beitragsbemessung. Hierfür wird auf die Daten des Amtlichen Liegenschaftskatasters zurückgegriffen. Die Abgabenhöhe des jeweiligen Grundstücks errechnet sich als Produkt aus der modifizierten Fläche des betreffenden Grundstücks und dem Abgabensatz.

Die modifizierte Fläche errechnet sich aus der Fläche des Grundstücks in Quadratmetern, die mit einem Geschossfaktor multipliziert wird.

Der Abgabensatz ergibt sich aus dem Gesamtaufwand für das BID, der durch die Summe der modifizierten Flächen aller betroffenen Grundstücke geteilt wird.

Der Geschossfaktor beträgt gemäß GSED

- bei unbebauten Grundstücken 1,0
- bei bebauten Grundstücken
    - mit einem Vollgeschoss 2,0
    - mit zwei Vollgeschossen 2,8
    - mit drei Vollgeschossen 3,4
    - mit vier Vollgeschossen 3,8
    - mit fünf Vollgeschossen 4,0
    - Für jedes über fünf Vollgeschosse hinausgehende Vollgeschoss erhöht sich der Geschossfaktor um 0,1.
    - Verfügt das Grundstück über Kellergeschosse, in denen sich in nicht unerheblichem Umfang vom Innovationsbereich aus öffentlich zugängliche Verkaufsflächen, Gasträume von gastronomischen Betrieben sowie vergleichbaren Nutzungen oder öffentlich zugängliche Stellplätze befinden, so erhöht sich der Geschossfaktor einmalig um 0,4.

Die Summe aller modifizierten Flächen im BID Reeperbahn⁺ II beträgt gemäß oben genannten Quellen 341.435,60 m^2. Das Budget des BID Reeperbahn⁺ II beträgt inklusive des bei der Stadt verbleibenden Pauschalbetrags für den Verwaltungsaufwand EUR 2.255.000 brutto.

Hieraus ergibt sich der voraussichtliche Abgabensatz in Höhe von rd. 6,60 €/m² (tatsächlicher Wert mit lt. Excel 14 Nachkommastellen: EUR 6,60446655240403).

Dies lässt sich anhand einer Beispielrechnung wie folgt veranschaulichen:

Erforderliche Daten für die Ermittlung der BID-Abgabe:

- BID-Budget: 2.255.000 €
- Fläche Grundstück A: 1.500 m²
- Geschossfaktor: 4,5
    - 6 Vollgeschosse: 4,1
    - 1 Kellergeschoss: 0,4
- Summe aller modifizierten Flächen: 341.435,60 m²

Berechnung:

1. Modifizierte Fläche des Grundstücks A

    1.500 m² x Faktor 4,5 = 6.750 m²

2. Summe aller modifizierten Flächen der Grundstücke A-Z

    341.435,60 m²

3. Abgabensatz pro m²

    2.255.000 € (BID-Budget)/ 341.435,60 m² (Summe der modifizierten Flächen)

    = 6,60 €/m²

4. Abgabe Grundstück A für die gesamte BID-Laufzeit (5 Jahre)

    6,60 €/m² (Abgabensatz lt. Excel 14 Nachkommastellen) x 6.750 m² (modifizierte Fläche Grundstück A)

    = 44.580,15 €

5. Abgabe Grundstück A p.a.

    = 44.580,15 € / 5 Jahre = 8.916,03€

Bei der hier angegebenen Summe aller modifizierten Flächen und dem Abgabensatz handelt es sich um voraussichtliche Werte, denen sich mithilfe der Liegenschaftskatasterdaten und der Ortsbegehung bestmöglich angenähert wurde.

Die Überprüfung der oben genannten – insbesondere der nicht amtlich hinterlegten - Daten ist Gegenstand der behördlichen Antragsprüfung. Der tatsächliche Wert wird von städtischen Stellen ermittelt und über den Abgabenbescheid nachzuvollziehen sein. Geringfügige Abweichungen zu den oben genannten Flächen und Geschossen sind daher möglich. Dies kann z. B. bedeuten, dass, wenn eine der im BID-Gebiet gelegenen Immobilien ein Geschoss mehr als die in den Katasterdaten ausgewiesene Anzahl aufweist, sich deren Geschossfaktor ab dem 6. Vollgeschoss um 0,1 erhöht. Die Abgabenhöhe der übrigen Immobilien würde sich dadurch marginal reduzieren.

Die Aufgabenträgerin unterstützt die Eigentümer*innen auf Wunsch bei der Ermittlung der individuellen BID-Abgabe. Bitte wenden Sie sich an die OTTO WULFF BID Gesellschaft mbH unter den angegebenen Kontaktmöglichkeiten.

7.1. Umsatzsteuer im BID-Verfahren

Eigentümer*innen von gewerblich genutzten Objekten können sich die in ihrer BID-Abgabe enthaltene Umsatzsteuer erstatten lassen. Hinsichtlich der Umsatzsteuer gibt es im BID-Verfahren einige Besonderheiten. Nähere Informationen dazu lassen sich dem Merkblatt der Finanzbehörde zum Umgang mit der Umsatzsteuer im BID-Verfahren entnehmen:

http://www.hamburg.de/contentblob/129024/data/umsatzsteuer.pdf

Hiernach kommt, vorbehaltlich anderer Entscheidungen des Bundes und der Länder sowie der Gerichte zwischen der Aufgabenträgerin und den Eigentümer*innen der Grundstücke als Mitglieder*innen des Innovationsbereichs, ein umsatzsteuerlich relevanter Leistungsaustausch zustande, ohne dass zivilrechtlich zwischen beiden eine direkte Beziehung besteht.

Das bedeutet für die Eigentümer*innen, dass es ihnen möglich ist, den in der BID-Abgabe enthaltenen Anteil der Umsatzsteuer bei ihrer Umsatzsteuererklärung geltend zu machen. Hierfür wird die Aufgabenträgerin nach jedem Kalenderjahr einen Nachweis über die Höhe der verwendeten Mittel und der darin enthaltenen Umsatzsteuer an die Eigentümer*innen schicken. Nach Zustandekommen des BID

wird die Aufgabenträgerin schriftlich ein Verfahren erläutern, wie aus der Gesamtsumme der Ausgaben der individuelle umsatzsteuerlich relevante Anteil ermittelt werden kann.

8. Vertragliche Regelungen

8.1. Öffentlich-rechtlicher Vertrag § 4 (1) GSED

Die Aufgabenträgerin schließt über die Durchführung des BID einen öffentlich-rechtlichen Vertrag mit der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen. Ein Entwurf des Vertrags ist dem vorliegenden Antrag als Anlage 4 beigelegt.

Hamburg, den

Dr. Sebastian Binger	Marc Hoischen	Claire Piqueret
Geschäftsführung	Prokurist	Projektleitung
OTTO WULFF BID GmbH	OTTO WULFF BID GmbH	OTTO WULFF BID GmbH