

Bundesvereinigung City- und  
Stadtmarketing Deutschland e.V. (Hrsg.)

## Business Improvement Districts

Vom "Ob?" zum "Wie?"

Shaker Verlag  
Aachen 2007

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2007

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8322-6143-6

ISSN 1610-6423

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen  
Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9  
Internet: [www.shaker.de](http://www.shaker.de) • E-Mail: [info@shaker.de](mailto:info@shaker.de)

# Inhalt

Gerold Leppa, Dr. Florian Birk MPA Vorwort .....	3
Bernd Reichhardt, Dr. Michael Freytag, Gerold Leppa Begrüßung und Einführung .....	5
<b>BID-Gesetzgebung in Deutschland – Ansätze, Erfahrungen und Perspektiven</b>	
Andreas Schriefers Gesetzgebungsverfahren im Vergleich .....	13
<b>LÄNDER-PODIUM</b> .....	19
HAMBURG: Martin Huber; HESSEN: Ulrich Staiger; BREMEN: Marianne Grewe-Wacker; SCHLESWIG-HOLSTEIN: Claudia Riemenschneider; NORDRHEIN-WESTFALEN: Elisabeth Heitfeld-Hagelgans	
<b>BID-Projekte in Deutschland – Umsetzungsprobleme, Umsetzungserfahrungen und Perspektiven</b>	
Mario Mensing Praxisprojekte im Überblick .....	39
<b>PRAKTIKER-PODIUM</b> .....	47
Horst Rödinger, Bernd Wegner, Heinz-Jörg Ebert, Michael Müller, Dr. Jan-Peter Halves, Wilhelm Schulte	
Prof. Dr. Hans-Jörg Schmidt-Trenz Wie viel Zwang braucht ein BID? Zur Logik kollektiven Handelns in der Quartiersentwicklung .....	69
<b>Quartiersentwicklung in der Praxis – Innovationen für die Innenstadt; parallele Workshops</b>	
Frank Heinze Place Branding als strategische Basis der BID-Arbeit ....	77
<b>WORKSHOP 1</b> Fachinput: Sebastian Binger · Moderation: Pit Lüscher Quartiersprofilierung über Werbung und Events – Kommunikationschance oder neue Unübersichtlichkeit? ...	83
<b>WORKSHOP 2</b> Fachinput: Oliver Leicht · Moderation: Michael Gerber Umgestaltung im öffentlichen Raum – Quartiersplanung in privater Hand? .....	101
<b>WORKSHOP 3</b> Fachinput: Stefan Heerde · Moderation: Heiner Schote Flächen- und Branchenmanagement – Quartiersprofile als Mittel gegen Leerstand und Trading Down? .....	123
<b>WORKSHOP 4</b> Fachinput: Dr. Jörg Märkt · Moderation: Dr. Florian Birk BIDs nicht nur für Einzelhandelslagen – Aufwertungschance auch für Gewerbegebiete, Sondergebiete usw.? .....	147
<b>Abschluss-Plenum: Zur Zukunft des BID-Ansatzes</b> Kurzberichte der Moderatoren aus den Workshops .....	169
Gerold Leppa Hamburger Erklärung zur BID-Entwicklung in Deutschland ..	181
Bernd Reichhardt Schlusswort .....	185



Herausgeber:  
bundesvereinigung  
city- und stadtmarketing  
deutschland e.V. (bcsd)  
[www.bcsd.de](http://www.bcsd.de)  
ISBN: 978-3-8322-6143-6