

Nach BID jetzt HID – Wohnen durch eigene Initiative verbessern

Die Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, hatte am 13. Juni 2007 zu einem Workshop im Rahmen der gesetzlichen Einführung von Housing Improvement Districts (HID) eingeladen. Viele Teilnehmer kamen nicht nur aus dem administrativen Bereich Hamburgs, sondern auch von Ministerien und Verbänden aus anderen Bundesländern.

Die Hansestadt wollte mit diesem ganztägigen Workshop die stadtplanerischen, rechtlichen und verwaltungstechnischen Bedingungen für die Einführung von HIDs erörtern. Es ist beabsichtigt, ein HID-Gesetz Anfang 2008 in Kraft treten zu lassen.

Starke Anlehnung an das BID-Gesetz

Der Workshop konzentrierte sich auf denkbare Maßnahmen in HIDs, die rechtlichen Rahmenbedingungen, den zukünftigen Verfahrensablauf und die Zuständigkeiten eines HID. Die Hansestadt orientiert sich dabei stark an das bereits geltende Gesetz zur Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren (BIDs).

Ferner bildet das auch bundesweit erste Modellprojekt eines HID in Hamburg, die „Umgestaltung der Steilshooper Achse“, einen praktischen Hintergrund für die Beratungen.

Das Modellprojekt ist Bestandteil des Programms „Lebenswerte Stadt Hamburg“. Die für das Projekt geplanten und zum Teil bereits durchgeführten Maßnahmen, wie ein Wettbewerbsverfahren zur Umgestaltung der Steilshooper Achse und ein Gutachten zur Perspektive des dort ansässigen Bildungszentrums, werden innerhalb der Förderkulisse der aktiven Stadtteilentwicklung abgewickelt. Das HID-Projekt läuft hierzu ergänzend. So wird im Modellprojekt angestrebt, dass sich die Wohnungsbaugesellschaften und

bezirklichen Grundstückseigentümer zusammenschließen, um die Umsetzung der Maßnahme zu gewährleisten. Eine Lenkungsgruppe mit Vertretern von Wohnungsunternehmen, der Behörde und der HafenCity Universität Hamburg, die das Projekt wissenschaftlich begleitet, hat sich bereits gebildet. Vom Instrument HID er-

hoffen sich die Beteiligten vor allem, das projektspezifische „Free Rider-Problem“ gelöst zu bekommen.

„Gesetz zur Stärkung der Attraktivität von Wohnquartieren und gemischten Lagen“

Das novellierte Baugesetzbuch regelt mit dem § 171 f die Gesetzgebungskompetenz der Länder und lässt für die länderspezifischen Regelungen viel Freiraum. Da Hamburg bereits ein BID-Gesetz hat, bereitet sie unter dem Arbeitstitel „Gesetz zur Stärkung der Attraktivität von Wohnquartieren und gemischten Lagen“ für den HID-Gebietstyp ein eigenes Gesetz vor. Denkbar wäre auch, so die Behörde, ein Gesetz für beide Typen, BID und HID, zu entwerfen.

Als wesentliche Eckpunkte für ein HID-Gesetz beschreibt die Behörde:

- Rolle der Eigentümer (Abgabepflicht, Zustimmungs- und Widerspruchsrecht, Beteiligung an der Maßnahmen- und Finanzierungsplanung)
- Rolle der Mieter (ohne Zustimmungsrecht, Beteiligung der Mieter durch Auslegung der Maßnahmen- und Finanzierungsplanung)
- Aufgabenträger (im Gespräch ist, dass die Wohnungsbaukreditanstalt die Überwachung übernimmt)
- Zustimmungs- und Widerspruchsquoten (von dem von der Behörde ange-dachten und gegenüber einem BID erhöhten Zustimmungsquorum wurde

im Fazit des Workshops Abstand genommen)

Auch die Umlagemöglichkeit der Abgabe über die Betriebskosten blieb im Workshop strittig. Neben rechtlichen Bedenken schließt die Behörde eine solche aus, da den Mietern auch kein Zustimmungsrecht gegeben würde.

„Mit den HIDs schaffen wir ein wichtiges Instrument, das Eigentümer bei Ihrer Eigeninitiative unterstützt und begleitet. Ein Ziel ist es, dass Eigentümer und Mieter ihr direktes Umfeld attraktiver gestalten und sich mit ihrem Stadtteil identifizieren“, sagte Stadtentwicklungssenator Axel Gerdaschko. □

Neuer Markenauftritt

Unity Media ersetzt ish, iesy und Tele Columbus West

Nach der Vereinigung der Kabelnetze von Nordrhein-Westfalen (ehemals „ish“), Hessen (ehemals „iesy“) und einem Großteil der Hausverteilnetze in beiden Ländern (ehemals „Tele Columbus West“) zur Unity Media Gruppe im Jahr 2005 tritt das Unternehmen ab sofort auch gegenüber dem Verbraucher einheitlich als Markenartikel für Medien und Kommunikation auf.

Mit dem neuen Markenauftritt verbindet Unity Media seit dem 5. Juni 2007 eine neue Produktstrategie und will sich nach eigenen Angaben stärker als preisgünstige Alternative zu DSL- und Telekom-Anbietern positionieren. Die Internetseiten der drei Marken werden unter www.unitymedia.de zusammengefasst.