

Federführender Bereich			Beteiligte Bereiche			
Wirtschaftsförderung und Liegenschaften			- 61 -	Dez II	Dez III	
Vorlage für Rat						
<u>Betrifft:</u> Vermarktungskonzept "Wohngebiet Eichholz"						
Namenszeichen des federführenden Bereichs			Namenszeichen Beteiligte Bereiche			
Sachbearbeiter/in	Leiter/in	Datum	- 61 -	Dez II	Dez III	
		14.06.2010				
Namenszeichen						
Verwaltungsdirektor/in	Fachdezernent		Kämmerer		Bürgermeister	
Bearbeitungsvermerk						

# STADT WESSELING

Der Bürgermeister

Vorlagen-Nr.: 162/2010

Sachbearbeiter/in: Herr Nachtwey  
Datum: 14.06.2010

öffentlich

nichtöffentlich

## Beratungsfolge:

Rat

## Betreff:

Vermarktungskonzept "Wohngebiet Eichholz"

## Beschlussentwurf:

Der Rat stimmt dem vorliegenden Vermarktungskonzept zu und beauftragt die Verwaltung, in Zusammenarbeit mit der „Projektgesellschaft Eichholz mbH“, bestehend aus den beiden weiteren Projektpartnern PARETO GmbH und LEG S Köln GmbH, die Vermarktung des Wohngebiets Eichholz vorzunehmen.

## **Sachdarstellung:**

### **1. Problem**

Nachdem jetzt weitestgehend alle Planungsphasen für das neu zu entwickelnde Wohngebiet Eichholz abgeschlossen und alle notwendigen Vermarktungsunterlagen erarbeitet worden sind, soll nunmehr aktiv die Vermarktung des Wohngebiets forciert werden.

Der avisierte Zeitplan der drei Projektpartner sieht vor, dass mit der Vermarktung der Grundstücke im August 2010 begonnen wird, so dass bereits im Dezember dieses Jahres die ersten Wohnhäuser im ersten Erschließungsabschnitt (1. EA), der insgesamt aus 53 Einheiten besteht, errichtet werden können.

Hierzu bedarf es einer abgestimmten Vermarktungsstrategie, die das operative Vorgehen regelt und auf dem beschriebenen Vermarktungskonzept, der Imagebroschüre, dem Gestaltungsleitfaden, dem seit August 2009 verbindlichen Bebauungsplan Nr. 2/93.1 „Wohngebiet Eichholz - 1. Bauabschnitt“ und der vorgenommenen Grundstückspartzellierung nebst zugehörigen Grundstückspreisspannen beruht.

### **2. Lösung**

Um eine zügige Bebauung des ersten Erschließungsabschnitts zu ermöglichen, bedarf es einer zeitnahen Vermarktung des Gebietes ab August 2010. Dieser Vorlauf wird benötigt, um Werbemaßnahmen durchzuführen, Kundenakquise zu betreiben, Kundengespräche zu führen, Vertragsabschlüsse vorzubereiten, politische Gremien zu beteiligen, Kaufverträge zu schließen sowie eingehende Bauanträge zu bearbeiten.

Grundlage der Vermarktung sind das Vermarktungskonzept, welches im wesentlichen die praktische Abwicklung der Vermarktung regelt, sowie die Imagebroschüre und der Gestaltungsleitfaden, der die baulichen Rahmenbedingungen erläutert, die sich aus der städtebaulichen Konzeption und dem daraus entwickelten Bebauungsplan ergeben. Auf Grundlage der städtebaulichen Konzeption und des Bebauungsplans basiert der Grundstückspartzellierungsplan, für den entsprechend der Lage und Größe der einzelnen Grundstücke Grundstückspreisspannen definiert sind.

#### Vermarktungskonzept

Das Vermarktungskonzept stellt die Regelungen zur Grundstücksvergabe dar, die in zwei Fallkonstellationen (Fallgruppen 1 und 2) gegliedert sind. Die hierbei angesetzten Kriterien basieren auf der Grundstücksgröße, dem definierten Grundstückspreis, der Anzahl der konkreten Bewerber pro Grundstück sowie der künftigen Eigen- oder Fremdnutzung der zu errichtenden Wohngebäude.

#### **Fallgruppe 1: Veräußerung an private Interessenten für Eigennutzung im 1. EA („Normalfall“)**

Voraussetzungen:

- a) nur ein Interessent für das Baugrundstück
- b) Grundstückskaufpreis liegt unter 250.000 Euro
- c) Grundstücksgröße ist unter 1.000 m<sup>2</sup>

Vorgehen:

→ Kaufvertragsabschluss durch die Projektgemeinschaft ohne Zustimmungspflicht des Unterausschusses für Liegenschaften und Hauptausschuss (jedoch regelmäßige Berichterstattung über getätigte Grundstücksverkäufe).

→ Liegen mehrere Grundstücksbewerber vor (Voraussetzung a) entscheidet der Hauptausschuss nach Vorberatung im Unterausschuss für Liegenschaften sowie über die Grundstücksvergabe.

#### **Fallgruppe 2: Veräußerung an private Interessenten für Fremdnutzung im 1. EA (Grundstück 54)**

Voraussetzungen:

wie in Fallgruppe 1 (a bis c liegen vor)

Vorgehen:

- Vorstellung und Beratung des Konzeptes im Unterausschuss für Liegenschaften sowie bei positivem Votum Hauptausschuss.
- Kaufvertragsabschluss nach Zustimmung des Hauptausschuss.

Durch die vorgenommene Klassifizierung in die zuvor beschriebenen Fallgruppen wird eine vorteilhafte und projektorientierte Vermarktung des Gebietes angestrebt.

Die Fallgruppe 1 stellt den Regelfall dar, bei dem die Vermarktung der Grundstücke inklusive der Veräußerung durch die Projektgruppe vorgenommen wird, um zeitnahe Grundstücksgeschäfte tätigen zu können, die den bereits definierten Zielvorgaben (Festsetzungen Bebauungsplan, Gestaltungsleitfaden) entsprechen. Da es sich in dieser Fallgruppe lediglich um Einzelbewerber handelt, bedarf es keiner Abwägung und Entscheidung für einen entsprechenden Bewerber; die positive Bonitätsprüfung des Bewerbers und Einhaltung der rechtlichen und gestalterischen Vorgaben durch die Projektgruppe vorausgesetzt. Bei mehreren Bewerbern entscheidet der Hauptausschuss nach Vorberatung im Unterausschuss für Liegenschaften über die Grundstücksvergabe.

Die Fallgruppe 2, die gemäß des Vermarktungskonzeptes vor dem Verkauf einer vorherigen Zustimmungspflicht des Unterausschusses für Liegenschaften sowie des Hauptausschusses bedürfen, stellt einen Sonderfall dar, der vor der Veräußerung einer gesonderten Prüfung unterzogen wird. Dieser Fall tritt im ersten Erschließungsabschnitt lediglich bei dem Grundstück Nr. 54 auf (Stadthaus mit bis zu fünf Wohneinheiten). Für dieses Vorhaben prüft die Vermarktungsgruppe die vorgelegten Konzepte, wobei der Gestaltungsleitfaden den wesentlichen Beurteilungsmaßstab darstellt.

Die Vermarktungsgruppe bewertet die einzelnen Vorhaben und entwickelt Vorschläge, ob und wie diese weiterverfolgt werden und legt diese dem Unterausschuss für Liegenschaften sowie dem Hauptausschuss zur Beratung und Entscheidung vor.

#### Imagebroschüre/ Gestaltungsleitfaden

Die ansprechend gestalteten Broschüren sollen Kaufinteressenten dienen, sich einen Eindruck von der Qualität des neuen Wohnquartiers zu verschaffen. Zur Ergänzung der gestalterischen Festsetzungen des Bebauungsplans und zur Vermittlung der von den Projektpartnern verfolgten Qualitätsziele ist eine Gestaltungsleitplanung erarbeitet worden, bestehend aus dem Gestaltungskonzept für den öffentlichen Raum und dem Gestaltungsleitfaden für Baugrundstücke.

Hierdurch soll sichergestellt werden, dass die angestrebten Qualitätsmaßstäbe den potenziellen Kunden verdeutlicht und diese im Rahmen der baulichen Umsetzung von den einzelnen Bauherren beachtet werden.

#### Grundstücksparzellierungsplan

Auf Grundlage des Gestaltungs- sowie des daraus konzipierten Bebauungsplans ist ein Grundstücksparzellierungsplan erstellt worden, der die Anzahl und Größe der sich ergebenden Grundstücke für den ersten Erschließungsabschnitt ausweist.

Im ersten Erschließungsabschnitt sollen 53 Wohneinheiten in Form von Einzel- und Doppelhäusern, zwei Hausgruppen (Dreierreihen) sowie einem Stadthaus entstehen. Aus Gründen der vorteilhafteren Vermarktbarkeit wurden im südöstlichen Teilbereich je vier Doppelhäuser in je drei Einzelhäuser umgewandelt (Wegfall der Grundstücke 25 und 45).

Mit dem Bau des ersten Erschließungsabschnittes wird zudem auch der später zentral gelegene Grünzug nebst Spielzonen und Regenwassermulde zur Entwässerung zeitgleich angelegt.

#### Grundstückserlöse im Bereich des ersten Bauabschnitts

Die Projektpartner haben abgestimmt, dass als durchschnittlicher Grundstücksverkaufspreis für den gesamten ersten Bauabschnitt 215 Euro/m<sup>2</sup> zugrunde gelegt wird. Dabei ist aufgrund der unterschiedlichen Lagequalitäten eine räumliche Staffelung bei der Ermittlung erfolgt.

Für den nunmehr zu errichtenden ersten Erschließungsabschnitt sind durchschnittliche Erlöse von rund 246 Euro/m<sup>2</sup> geplant. Hier bewegen sich die Grundstückspreise in drei Preiskategorien:

- 255 bis 270 Euro/m<sup>2</sup> für die südlichen und östlichen Randlagen zum Landschaftsraum

- 235 bis 250 Euro/m<sup>2</sup> für die im inneren Gebiet liegenden Einzelhausgrundstücke
- 205 bis 230 Euro/m<sup>2</sup> für die im inneren Gebiet liegenden Grundstücke (Doppelhäuser, Hausgruppen, Stadthaus)

Die räumliche Verteilung der geplanten Erlöse für den gesamten ersten Bauabschnitt, differenziert nach Preisklassen für Teilbereiche, ist in der beiliegenden Karte „Grundstückserlöse 1. BA“ dargestellt.

#### Ausschluss von Bauträgern

Im ersten Erschließungsabschnitt werden keine Grundstücke für Bauträger reserviert. Zielsetzung ist die Einzelvermarktung an private Interessenten (Ausnahme Fallgruppe 2 → Grundstück 54). Über weitere Ausnahmen entscheidet der Hauptausschuss nach Vorberatung im Unterausschuss für Liegenschaften.

#### Ausschluss externer Maklertätigkeit

Die Vermarktung der Grundstücke erfolgt ausschließlich über die Vermarktungsgruppe. Aufträge an Grundstücksmakler oder Grundstücksvermittler werden ausgeschlossen.

#### „Beschwerdestelle“

Bewerber/ Interessenten, die aus unterschiedlichsten Gründen bei der Grundstücksvergabe nicht berücksichtigt werden können, haben die Möglichkeit, sich bei der Stadt Wesseling (oder bei den anderen Projektpartnern) zu melden. Die Stadt Wesseling informiert den Unterausschuss für Liegenschaften und legt ihm die Ablehnungs-/ Versagungsgründe dar.

#### Geltungsdauer des Vermarktungskonzeptes

Das beschriebene Vermarktungskonzept erstreckt sich auf den ersten Erschließungsabschnitt. Sollte das operative Vorgehen sich als vorteilhaft erweisen, vereinbaren die Projektpartner die Fortsetzung des Vermarktungskonzeptes für die weiteren folgenden Erschließungsabschnitte.

### **3. Alternativen**

Keine

### **4. Finanzielle Auswirkungen**

keine

#### **Anlagen**

Grundstücksgrößen erster Erschließungsabschnitt

Grundstückserlöse

#### **Anmerkung**

Die Fraktionen erhalten je zwei Exemplare der Imagebroschüre sowie des Gestaltungsleitfadens zur Kenntnis.