

**Vermarktungsstrategien für den Wohnstandort Innenstadt  
Baugemeinschaften in Potsdam-Babelsberg - Ein Erfahrungsbericht  
Dietrich Wiemer, Stadtkontor GmbH, Potsdam**

Einen kurzen Überblick über eine besondere Vermarktungsstrategie für den Wohnstandort Innenstadt geben 2 Projekte, die die Stadtkontor GmbH als Sanierungsträger der Stadt Potsdam vor 5 Jahren in Babelsberg initiiert hat.

Das erste und bereits abgeschlossene Projekt ist die **Baugemeinschaft Weberviertel**. Seit Mitte der 90er Jahre wurde ein Investor für die Neubebauung eines rd. 5.000 m<sup>2</sup> großen Grundstücks mitten im Zentrum von Babelsberg gesucht. Wegen der sich verschlechternden konjunkturellen Lage, der unattraktiven steuerlichen Abschreibung für Neubauten, vor allem im Vergleich zu den steuerlichen Abschreibungsmöglichkeiten bei Altbauten, und des baulichen Konzeptes - Gewerbeflächen im Erdgeschoss und Geschosswohnungsbau - konnte kein Investor gefunden werden. Daher entschloss sich die Stadt Potsdam im Jahr 2002, an diesem Standort als Beitrag zur Stärkung der Eigentumsbildung in Altstadtkernen ein Angebot für Selbstnutzer zu schaffen - 17 großzügige Stadthäuser mit 133 und 164 m<sup>2</sup> Wohnfläche und als südlichen Abschluss der Stadthausbebauung ein Wohn- und Geschäftshaus mit barrierearmen, altengerechten Wohnungen.

Entgegen dem üblichen Vorgehen - Verkauf des Grundstücks an einen Bauträger, der schlüsselfertige Häuser verkauft und baut - hat sich die Stadt Potsdam entschlossen, die Neubebauung als Baugemeinschaft oder Baugruppe zu organisieren. Für die Käufer birgt dieses Organisationsmodell neben mehr Individualität vor allem finanzielle Chancen (z.B. der Entfall von Bauträger-Gewinnmargen), aber auch gewisse Risiken und erfordert in der Regel viel persönlichen Einsatz. Um die Risiken und auch den persönlichen Einsatz zu minimieren, wurde das Grundstück zunächst in Einzelgrundstücke geteilt, parallel dazu wurde die Neubebauung vom Sanierungsträger bis zum Bauantrag durchgeplant.

Im Frühjahr 2003 wurden über übliche Vertriebswege (Broschüre, Annoncen, Internet) potentielle Bauherren gesucht. Im Dezember 2003 wurden die ersten 10 unbebauten Grundstücke verkauft, ausnahmslos an Familien mit kleinen Kindern. Nach Abschluss der individuellen Ausbauplanung konnte im April 2004 mit dem Bau dieser 10 Häuser begonnen werden, die im Dezember 2004 bezogen wurden. Die restlichen 7 Häuser wurden nach und nach verkauft und mit ca. ½ Jahr Zeitversatz im Sommer 2005 bezogen.

Das zweite Projekt, die **Baugemeinschaft Alte Brauerei**, steht kurz vor der Realisierung. Im Dezember 2004 hat die Stadt Potsdam durch Stadtkontor als Sanierungsträger ein seit Mitte der 90er Jahre verwahrlostes, ca. 8.000 m<sup>2</sup> großes Grundstück im Sanierungsgebiet erworben. Zunächst wurde das Grundstück geräumt und von Altlasten befreit, beides finanziert über Städtebaufördermittel. Durch ein Bebauungskonzept wurde die grundlegende Entwicklung des Grundstücks festgeschrieben: Teilung in Einzelgrundstücke, Verkauf vorrangig an Selbstnutzer, Sanierung der erhaltenswerten Altbausubstanz, Verdichtung durch Neubebauung. Zunächst wurden 3 der an den Blockrändern gelegenen Grundstücke herausgeteilt und zur Neubebauung bzw. Sanierung verkauft. Eines dieser Grundstücke haben 2 junge Familien gekauft und dort ein Doppelhaus gebaut, das im Herbst 2006 fertig gestellt wurde. Mit der Sanierung bzw. dem Neubau auf den anderen beiden Grundstücken wird in diesem Sommer begonnen.

Das wichtigste Gebäude auf dem Grundstück, eine ehemalige Brauerei, soll saniert und zu Loft-Wohnungen umgebaut werden. Organisiert wird dieser Umbau als Baugemeinschaft. Die Sanierung wurde bereits bis zum Bauantrag geplant. Zur Zeit werden Bauherren gesucht, die sich zu einer GbR zusammenschließen und das Gebäude gemeinsam sanieren und umbauen.

Im Innenbereich des Grundstücks werden 12 Stadthäuser mit jeweils rd. 150 m<sup>2</sup> Wohnfläche entstehen, nach dem Vorbild der Baugemeinschaft Weberviertel organisiert als Baugemeinschaft. Die ersten der 12 Einzelgrundstücke wurden bereits verkauft, im April 2007 wird mit dem Bau dieser Häuser begonnen.

## **Schlussfolgerungen: Vermarktungsstrategie „kommunaler Bauträger“**

Die Babelsberger Strategie der Baugemeinschaft ist sicher nicht an jedem anderen Standort reproduzierbar, denn insbesondere durch die Nähe und die gute Verkehrsanbindung an Berlin können hier besondere Käuferschichten erschlossen werden. Die Vorteile des Wohnens in der Innenstadt (kurze Wege durch die Nähe von städtischer Infrastruktur, Kultur und Versorgung), die viele Familien wieder schätzen gelernt haben, gelten aber auch für jeden anderen Stadtkern.

Die neue WohneigentumInnenstadtR ist sicher besonders für Familien mit Kindern ein Anreiz, über den Erwerb von Wohneigentum, die Sanierung oder den Neubau in den Innenstädten nachzudenken. Die Förderung für einen Neubau, bei einer 4-köpfigen Familie immerhin 22.000,- bis 27.000,- €, ist aber nur ein Ausgleich der Mehrkosten, die z.B. durch den innerstädtischen Neubau gegenüber dem Bau auf der grünen Wiese und hier dem Kauf vom Bauträger entstehen.

Einen zentralen Ansatz für eine erfolgreiche Vermarktungsstrategie für den Wohnstandort Innenstadt sehe ich in der Vorbereitung eines attraktiven Neubauangebotes. Das standardisierte Bauträgerangebot oder Fertighausangebot gibt es, von einigen Ausnahmen abgesehen, nicht in den Innenstädten. Unsere Erfahrung ist die, dass Interessenten konkrete Pläne sehen wollen. Daher gilt es zunächst, innerstädtische Standorte planerisch vorzubereiten, im Idealfall bis zum Bauantrag.

Dann wollen Interessenten Kostensicherheit. Die Mehrzahl möchte ein Haus zum Festpreis erwerben. Nur eine relativ geringe Anzahl potenzieller Bauherren ist bereit, ein Kostenrisiko beim Bau einzugehen, wie es beim Bau mit einem Architekten unter Eigenregie oder auch bei unseren Baugemeinschaften der Fall ist.

Da bislang nur wenige Bauträger das individuelle Bauen in der Innenstadt entdeckt haben, könnten z.B. kommunale Wohnungsgesellschaften, die über das erforderliche Know-how verfügen, diesen Part übernehmen. Der Vorteil bei einer solchen Lösung eines „kommunalen Bauträgers“: Bauherren hätten neben Kostensicherheit (Erwerb eines Hauses zum Festpreis) einen verlässlichen Partner, dessen Bauträgergewinn im Zweifel geringer ausfällt als der eines privaten Bauträgers. Zusätzlich bietet die WohneigentumInnenstadtR für eine solche Lösung attraktive Bedingungen im Rahmen der Anschubfinanzierung für Investoren.

Wir findet man Familien mit Kindern als potenzielle Bauherren für das Wohnen in der Innenstadt?

Nach unseren Erfahrungen ist neben den üblichen Vertriebswegen (Broschüren, Zeitungsannoncen, Internetportale wie Immobilienscout oder Immonet, Baumessen) die „Werbung an der Stelle der Leistung“, also das Bauschild am Grundstück, eine äußerst wirksame Methode. Viele unserer späteren Bauherren sind beim sonntäglichen Spaziergang durch ein solches Schild auf unsere Vorhaben aufmerksam geworden. Darüber hinaus spielt die Berichterstattung in den örtlichen Medien eine sehr große Rolle. Wenn es gelingt, den Trend des Wohnens in der Innenstadt weiter auf diese Weise nach außen zu transportieren, bewirkt dies einen positiven Effekt nicht nur für das aktuelle Projekt.

Stadtkontor GmbH  
D. Wiemer  
15.03.2007