H+I/Bau 5.6.2025
TOP 2

Masterplan

Vermarktung der Gewerbeflächen 1. BA

Die Ortsgemeinde verfügt im Gewerbegebiet Erweiterung 1. BA über die Flächen G1 und G3. Die Fläche G2 wurde über die Fa. Norimo vermarktet

Nutzflächen

G1		4.642 m²	offen für örtliches Gewerbe
G2	PENNY	7.109 m²	umgesetzt
	Apotheke		umgesetzt
	Volksbank		Volksbank hat das Interesse zurückgezog
			Flächenvermarktung noch offen
G3		3.452 m²	offen für Einzelhandel, Dienstleistungen
Gesamt		**8.094 m²**	**Ortsgemeinde**

Vermarktung der Gewerbeflächen 1. BA (2)

Eine Erweiterung des Gewerbegebiets muss für die Ortsgemeinde und ihr
BürgerInnen signifikante Vorteile bringen.
Dabei sind folgende Merkmale ausschlaggebend:

1. Hauptmerkmale

a) Das Marketingmixed der Unternehmen muss für die Mommenheimer E
einen Mehrwert haben. Lücken im aktuellen Marketingmixed mit einer l
Kundennachfrage sollten geschlossen werden. Für die BewohnerInnen
schnelle Ereichbarkeit von Angeboten im kurz- und mittelfristigen Beda
Durch die weitere Verbesserung des Wohnwerts wird zudem eine Steig
der Wohneigentumsnachfrage in Mommenheim erreicht.

b) Die Unternehmen müssen auch der Ortsgemeinde förderlich sein, inde
über die Gewerbesteuer die Leistungsfähigkeit der Orstgemeinde verb
spätere Folgekosten (Infrastruktur) decken.
Unternehmen mit Aussicht auf hohe Gewerbesteuerzahlungen helfen,
sozialen und infrastrukturellen Ziele der Ortsgemeinde abzusichern.

2. Weitere wichtigen Merkmale

a) Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltfreundlichkeit
Die Unternehmen sollen eine positive Prognose haben, um dauerhaft d
gewünschten Marketingziele abzusichern. Dabei sind klima- und umwe
freundliche Ziele zu berücksichtigen.

b) Unternehmen, die Arbeitsplätze für unsere Bürgerinnen und Bürger be
erhalten einen Bonus.

c) Unternehmen, die Ausbildungsplätze für unsere Bürgerinnen und Bürg
stellen, erhalten eine Bonus.

Vermarktung der Gewerbeflächen 1. BA (3)

3. Standortbezogene Merkmale

a) Unternehmen, die in Mommenheim bereits sehr erfolgreich sind (Gewe
pro m^2) oder einen hohen Kundennutzen zeigen und sich vergrößern wo
erhalten einen Bonus

b) Unternehmen, die in Mommenheim bereits im Mommenheimer Wohng
haben und ins Gewerbegebiet umziehen wollen, erhalten einen Bonus.

4. Ausschlussmerkmale

Es werden in dem Gebiet keine Gewerbebetriebe mit einer deutlich wahrn
Geräusch- und Staubentwicklung zugelassen !

Zugelassen werden nur ortsansässige Anbieter sowie, in Absprache mit d
verwaltung, Anbieter aus den angrezenden Ortsgemeinden, die über kein
Gewerbefläche verfügen.

Vermarktung der Gewerbeflächen 1. BA (4)

Bewertungsmatrix

Interessenten mit der höchsten Punktzahl werden bei der Vergabe berück

1.a) Nachfragewert

Angebot mit hoher Nachfrage durch MommenheimerInnen

- Direktverkauf von Produkten für Haushalte und örtliches Gewerbe (Zielgruppe wird bisher nicht angesprochen)
- Handwerk mit haushaltsnahen Dienstleistungen (Möglicherweise aber Differenzierung notwendig > Bäcker und Konditoreien müssen inhaltlich differenziert beurteilt werden)
- Weitere Dienstleistungen wie Pflege und Gesundheit
- Gastronomie

1.b) Gewerbesteuer

unter Berücksichtigung der benötigten Fläche

- Bestehende Anbieter legen die Gewerbesteuerbescheide der vergangenen 5 Jahre vor (2019-2024)
- "Start-Ups" legen den Businessplan und die Finanzierungs-bestätigung der Hausbank vor

2.a) Nachaltigkeit, Klima- und Umweltfreundlichkeit

- Nachweis der Maßnahmen
  - Umfassende positive Aussagen
  - Unklare Aussagen
  - Keine Aussagen — 0
  - schädliche Folgen > Es wird kein Grundstück verkauft — KO

2.b) Bonus je Arbeitnehmerarbeitsplatz

2.c) Bonus je Ausbildungsplatz

Vermarktung der Gewerbeflächen 1. BA (5)

3.a) Anbieter, die bereits ein Gewerbe in Mommenheim haben und den Betrieb vergrößern wollen

3.b) Anbieter, die bereits ein Gewerbe im Mommenheimer Wohngebiet haben und ins Gewerbegebiet umziehen wollen

Gesamtpunktzahl

Flächengrößen		***Preis /m²***
500 m²	Minimalfläche	
1.000 m²		
1.500 m²		
2.000 m²	Höchstfläche	

Masterplan

Vermarktung der Gewerbeflächen 1. BA (3)

Vermarktungskriterien **G3**

Prio. 1 Planungsrechtlich genehmigungsfähiger Einzelhandel
Drogerie

Prio. 2 Dienstleistungscenter für Planungs- oder Beratungsbüros,
Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten, Pflegeeinrichtungen, etc.

Prio. 3 Dienstleistungsnahe Anbieter wie Vermietungen von Produkten

Kriterienkatalog Entwurf

Beispiel

	Steuern				Dienstleistungen Nachfrage		Handwerk		Umwelt	Mitarbeiter		Ausbildung		Größer/Kleiner		
	Gewerbe-steuer	Fläche	Gew.St./ m²	Punkte	Nachfrage-wert	Punkte	Bedeutu	Punkte	Punkte	Mitarbeit	Punkte	AZUBI	Punkte	Verände-rung	Punkte	Punkte Gesamt
Bewerber A	125000	1550	81	81						20	40	2	4		0	125
Bewerber B	20000	1100	18	18		40				1	2	0	0		0	60
Bewerber C	3000	500	6	6			orts.	60		0	0	0	0		0	66
Bewerber D	89000	2100	42	42					10	25	50	2	4	+++	20	126
Bewerber E	0	120	0	0		60				2	4	0	0		0	64
Bewerber F	4000	500	8	8		30				2	4	0	0	+	10	52
Bewerber G	6000	2500	2	2		20				0	0	0	0		0	22
Bewerber H	24000	1600	15	15			regional	40		6	12	1	2		0	69
Bewerber I	11000	1200	9	9			orts.	60		1	2	0	0	+	20	91
Bewerber J	19000	2060	9	9			orts.	60		3	6	0	0		0	75
Bewerber K	10000	700	14	14		20				1	2		0	-	10	46
Bewerber L	4000	200	20	20		100				2	4		0		0	124

pro €/m2 1 Punkt

Täglicher B	100	ortsbez.	60	10 keine	0 keine	
Häufiger B	60	regional	40	0 pro MA	2 pro MA	2
regelmäßig	40			-10		
Spontaner	30					
Seltener B	20					
Kein Bedar	0					

H+H Bau Top 2 b 5.6.20