

## Tagesordnung öffentlicher Teil

### Sitzung des Wirtschaftsausschusses

---

**Sitzung:** Dienstag, 25.01.2022, 14:00 Uhr

**Stadthalle Braunschweig, Congress Saal, St. Leonhard 14, 38102**

**Raum, Ort:** Braunschweig,

**Videokonferenz, Webex-Meeting**

---

#### Tagesordnung

#### Öffentlicher Teil:

- |      |   |             |
|------|---|-------------|
| 1.   | Eröffnung der Sitzung   |             |
| 2.   | Genehmigung des Protokolls der Sitzung vom 26.11.2021   |             |
| 3.   | Mitteilungen  |             |
| 3.1. | Aktualisierung des Zentrenkonzeptes Einzelhandel für Braunschweig   | 21-17362-01 |
| 3.2. | Braunschweiger Härtefallfonds für Geschädigte der Corona-Pandemie - Sachstand der Überprüfung der Zuschussgewährung im Wirtschaftsbereich | 22-17609    |
| 4.   | Haushalt 2022 / Investitionsprogramm 2021-2025  | 22-17549    |
| 5.   | Anträge   |             |
| 5.1. | Meilensteine der Braunschweiger Wissenschaft als stadtgestalterische Elemente (Antrag der Fraktion Bündnis 90 - DIE GRÜNEN)               | 22-17721    |
| 6.   | Anfragen  |             |
| 6.1. | Branchenübergreifende Logistik- und Mobilitätsstudie für die Innenstadt (Anfrage der CDU-Fraktion)  | 22-17720    |

Braunschweig, den 18. Januar 2022

Betreff:

**Aktualisierung des Zentrenkonzeptes Einzelhandel für Braunschweig**

Organisationseinheit:

Dezernat III  
61 Fachbereich Stadtplanung und Geoinformation

Datum:

30.11.2021

Beratungsfolge

Ausschuss für Planung und Hochbau (zur Kenntnis)  
Wirtschaftsausschuss (zur Kenntnis)

Sitzungstermin

08.12.2021  
25.01.2022

Status

Ö  
Ö

**Sachverhalt:**

Anlass

Das Zentrenkonzept Einzelhandel dient in Braunschweig wie in anderen Städten auch der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Seit 1990 hat die Stadt Braunschweig dieses wirksame Instrument in der Hand, um folgende Ziele zu erreichen:

- Die Attraktivität der Innenstadt soll erhalten und ihre regionsweite Anziehungskraft als Einkaufsstandort mit einem breitgefächerten Warenangebot sowie hoher Erlebnis- und Aufenthaltsqualität gestärkt werden.
- Die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung soll erhalten und weiterentwickelt werden u. a. durch die Festlegung von Nahversorgungszentren und -stützpunkten.
- Die geordnete Ansiedlung von nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandelsbetrieben soll in dafür vorgesehenen Entwicklungsschwerpunkten stattfinden.

Die Handelslandschaft und das Verbraucherverhalten haben sich seit der letzten Aktualisierung des Zentrenkonzeptes im Jahre 2010 besonders durch den zunehmenden Online-Handel deutlich verändert. Außerdem sind neue planungsrechtliche Vorgaben aus der Rechtsprechung und Raumordnung zu beachten, so dass eine Aktualisierung des Zentrenkonzeptes dringend erforderlich ist. Das Zentrenkonzept Einzelhandel dient u.a. auch als wichtiges Abwägungsmaterial für die Neuaufstellung des Flächennutzungsplanes.

Entwurf des Zentrenkonzeptes

Entsprechend des Auftrags des Verwaltungsausschusses (20-13966) vom September 2020 wurde das Zentrenkonzept durch das Büro Dr. Acocella aktualisiert und nun im Entwurf vorgelegt. Dies geschah in enger Abstimmung mit der Verwaltung und den Verbandsvertretern der IHK, des Handelsverbands Harz-Heide, des Arbeitsausschusses Innenstadt (AAI) und dem Regionalverband Großraum Braunschweig.

Die Kurzfassung in Anlage 1 führt in die wesentlichen Themen und allgemeinen Ergebnisse des Konzeptes ein. Die umfassenden Ergebnisse der Aktualisierung sind in der für den späteren Ratsbeschluss maßgeblichen Langfassung in Anlage 2 aufbereitet. Nach der Analyse allgemeiner Rahmenbedingungen in Kap. 2 folgt der umfassendste Arbeitsschritt in Kap. 3: die Bestandsaufnahme und Analyse des gesamten Einzelhandelsangebotes Braunschweigs, ergänzt durch Gespräche mit lokalen Einzelhandelsexperten. Das Büro prognostiziert in Kap. 4 welche Verkaufsflächenentwicklung bis 2030 für wesentliche Einzelhandelssortimente zu erwarten ist und entwickelt in Kap. 5 aufbauend auf den Zielen des bestehenden Zentrenkonzeptes einen Zielkatalog. Auf Basis dieser Vorarbeiten wurden die bisherigen Konzeptbausteine des Zentrenkonzeptes aktualisiert:

- Die Sortimentsliste unterscheidet nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandelssortimenten.
- Die Standortstruktur besteht aus einem hierarchisch gegliederten System zentraler Versorgungsbereiche mit City, Stadtteil- und Nahversorgungszentren sowie den Entwicklungsschwerpunkten für die Ansiedlung von nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandelsbetrieben.
- Die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung geben vor, welche Vorhaben an welchen Standorten ermöglicht werden sollen.

Darüber hinaus enthält der Bericht Hinweise und Handlungsempfehlungen zur Entwicklung der Zentren und sonstigen Standorte bzw. zur Nahversorgung, zur bauleitplanerischen Umsetzung des Konzeptes und konkret zur Entwicklung der einzelnen Standorte.

#### Weitere Vorgehensweise

Damit das Zentrenkonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann, ist ein Beschluss der Langfassung durch den Rat der Stadt Braunschweig unter vorheriger Anhörung aller Stadtbezirksräte erforderlich.

Der Entwurf des Zentrenkonzeptes wurde den Ratsmitgliedern des Ausschusses für Planung und Hochbau sowie des Wirtschaftsausschusses am 25. November 2021 informell durch den Gutachter vorgestellt und wird anschließend per Mitteilung (21-17362-01) für eine Aussprache in den Sitzungen am 8. Dezember 2021 und am 25. Januar 2022 zur Verfügung gestellt.

Die Stadtbezirksräte erhalten den Entwurf des Zentrenkonzeptes als gleichlautende Mitteilung außerhalb von Sitzungen (21-17362).

Das Konzept wird zudem im Januar und Februar 2022 für einen Monat öffentlich ausgelegt werden. Nach Auslegung und Abwägung möglicher Einwendungen ist es vorgesehen, eine Anhörung ab März i. S. einer formellen Gremienbeteiligung durch die Stadtbezirksräte und eine Vorberatung durch den Ausschuss für Planung und Hochbau, den Wirtschaftsausschuss und den Verwaltungsausschuss durchzuführen und den Entwurf anschließend dem Rat zur Entscheidung vorzulegen.

Mit dem Beschluss des Rates wird das Zentrenkonzept Einzelhandel zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist.

Leuer

#### **Anlagen:**

Anlage 1: Entwurf Zentrenkonzept Kurzfassung

Anlage 2: Entwurf Zentrenkonzept Langfassung



# **Fortschreibung des Zentrenkonzeptes Einzelhandel für die Stadt Braunschweig**

## **Kurzfassung**



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29  
Jungesellenstraße 5 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29  
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90471 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43  
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de



**Bearbeitung:**

Dipl.-Geograph Peter Helbig  
Dipl.-Ing. Rasmus Bürger

Nürnberg/ Dortmund 03. November 2021

---

---

**Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH**

**Geschäftsführer:**

Prof. Dr. Donato Acocella  
Dipl.-Geograph Peter Helbig

**Handelsregister:**

Amtsgericht Freiburg im Breisgau  
HRB: 723138

**Urheberrecht:**

Der vorliegende Bericht unterliegt dem Urheberrecht (§ 2 (2) sowie § 31 (2) des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger Genehmigung des Büros Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verwendeten Sekundärdaten.

**Datenschutzerklärung:**

Das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH berücksichtigt die Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und des Bundesdatenschutzgesetzes. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 (1 e) DSGVO.

**Gendergerechte Sprache:**

Das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH ist bemüht, in allen seinen Texten eine gendergerechte Sprache zu verwenden. Wo dies möglich ist, erfolgt eine Abstimmung mit dem Auftraggeber über die zu verwendende Form bzw. über die in der Stadt Braunschweig aktuell verwendete Schreibweise.

**INHALTSVERZEICHNIS:**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG</b>               | <b>1</b>  |
| <b>BESTANDSANALYSE</b>                                 | <b>1</b>  |
| <b>PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES</b>         | <b>3</b>  |
| <b>ZIELKATALOG</b>                                     | <b>4</b>  |
| <b>KONZEPTBAUSTEINE ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS</b> | <b>5</b>  |
| <b>ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE</b>                    | <b>9</b>  |
| <b>VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG</b>                    | <b>15</b> |

**TABELLENVERZEICHNIS:**

|         |   |   |
|---------|---|---|
| Tab. 1: | Sortimentsliste Braunschweig .....                                      | 6 |
| Tab. 2: | Standortkatalog - Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung .. | 8 |

**KARTENVERZEICHNIS:**

|          |  |    |
|----------|--|----|
| Karte 1: | Zentren- und Standortsystem 2021 .....                 | 7  |
| Karte 2: | Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Mitte .....  | 10 |
| Karte 3: | Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Nordost..... | 11 |
| Karte 4: | Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Süd .....    | 12 |
| Karte 5: | Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Süd .....    | 13 |
| Karte 6: | Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Mitte .....  | 14 |



## AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Zentren sind die Visitenkarten der Städte und Gemeinden. Sie sind Treffpunkte und Orte der Begegnung für Bewohner, Kunden und Besucher und übernehmen dabei wichtige Identifikationsfunktionen. Urbanität, städtebauliche Dichte, vielfältige Funktionen wie Versorgung, Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit, Kultur, Arbeiten und Wohnen sind bestimmende Faktoren. Trotz gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Veränderungsprozesse prägt der Einzelhandel weiterhin maßgeblich das Erscheinungsbild der Zentren und sorgt als Anziehungspunkt für Attraktivität.

Zentren- und Einzelhandelskonzepte sind dabei ein wichtiges Instrument zur Erhaltung und Entwicklung eines vielfältigen und attraktiven Einzelhandelsangebotes. Durch klare Ziele und Grundsätze für die Ansiedlung von Betrieben an dafür geeigneten Standorten können städtebauliche Fehlentwicklungen verhindert werden. Die Konzepte treffen Aussagen zum Umgang mit Ansiedlungsanfragen für Politik und Verwaltung. Sie bieten Planungssicherheit bei Investitionsentscheidungen des Einzelhandels und weiterer Akteure wie Immobilien- und Grundstückseigentümerinnen und -eigentümer. Durch Einzelhandelskonzepte wird der Bedeutung der innerstädtischen Zentren und der Leitfunktion des Einzelhandels für diese entsprechendes Gewicht beigemessen.

Die Stadt Braunschweig verfolgt mit dem Zentrenkonzept Einzelhandel seit vielen Jahren eine strategische räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Auf Grund zurückliegender, aktueller und perspektivischer Entwicklungen in der Handelslandschaft, vergangener und absehbarer Änderungen im Verbraucherverhalten sowie auch zwischenzeitlicher Neuerungen des planungsrechtlichen Rahmens war eine Aktualisierung des Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2010 erforderlich.

Im Folgenden sind die wesentlichen Untersuchungsergebnisse und konzeptionellen Bausteine zusammenfassend dargestellt.

## BESTANDSANALYSE

Die Grundlage für das Zentrenkonzept Einzelhandel bildet eine umfassende Bestandsanalyse des Einzelhandelsangebotes im gesamten Stadtgebiet mit einer Erhebung sämtlicher Einzelhandelsbetriebe. Die städtebaulich-funktionale Analyse der Braunschweiger City sowie der Stadtteil- und Nahversorgungszentren mit zusätzlich

einhergehender Erfassung der Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe bildet die Grundlage für die Überprüfung der Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche, die als wichtiger konzeptioneller Baustein die städtebaulich begründete, räumliche Einzelhandelsentwicklung und somit den Ausschluss von Einzelhandel an anderer Stelle ermöglicht.

In die Bestandsanalyse sind auch die Ergebnisse aus **Expertengesprächen** mit Händlerinnen und Händlern und weiteren wichtigen Akteuren aus Braunschweig eingeflossen.

### **Wesentliche Analyseergebnisse**

Im gesamten Stadtgebiet wurden 1.373 **Einzelhandelsbetriebe** mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rd. 521.300 m<sup>2</sup> erfasst. Im Vergleich zu einer Bestandserhebung von 2009 zeigt sich bei einem deutlichen Rückgang der Betriebszahl um rd. 20% und einem Anstieg der Verkaufsfläche um rd. 8% eine dem bundesweiten Trend entsprechende Entwicklung ab. Diese kann auf die Ansiedlung vor allem großer Betriebe zurückgeführt werden.

Fast 60% der Einzelhandelsbetriebe befanden sich zum Zeitpunkt der Erhebung in der City und den Stadtteil- und Nahversorgungszentren. Gemessen an der Verkaufsfläche ist der Anteil in den Zentren jedoch deutlich geringer, da sich insbesondere große Betriebe an Standorten außerhalb der Zentren befinden. Ein erheblicher Teil der Verkaufsflächen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel befindet sich an nicht integrierten Standorten außerhalb der Zentren und ohne unmittelbaren Bezug zur Wohnbebauung. Entsprechende Betriebe tragen nur eingeschränkt zur wohnungsnahen Grundversorgung bei. Die Untersuchung der **Nahversorgungssituation** im Rahmen der räumlichen Analyse des Einzelhandelsangebotes zeigt aber auch, dass sich ein vergleichsweise großer Teil der Bevölkerung in Braunschweig (mehr als drei Viertel) durch fußläufig erreichbare Lebensmittelangebote in den Zentren sowie im Wohnumfeld und an den Nahversorgungsstützpunkten versorgen kann. Insbesondere in den peripher gelegenen Teilen der Stadt bestehen auf Grund der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten jedoch Versorgungslücken.

Auch die Verkaufsflächen- und Umsatzanteile zentrenrelevanter beziehungsweise innenstadtrelevanter Sortimente befinden sich zu einem erheblichen Teil an nicht integrierten Standorten. Die City befindet sich damit - zusätzlich zum Wettbewerb mit dem Online-Handel - in einer Konkurrenzsituation zu diesen Standorten.

In der Braunschweiger City sowie auch in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren sind vergleichsweise hohe **Leerstandsanteile** zu verzeichnen. Diese sind in den letzten Jahren deutlich gewachsen. Inwieweit die Auswirkungen der Beschränkungen für den Einzelhandel durch die im Rahmen der Bekämpfung der Corona-Pandemie getroffenen Maßnahmen zu einem weiteren Anstieg der Leerstände führen werden lässt sich noch nicht beantworten.

Bei alleiniger Berücksichtigung der auf den stationären Einzelhandel bezogenen Kaufkraft ist festzustellen, dass sowohl im Bereich der zentrenrelevanten als auch der nicht zentrenrelevanten Sortimente überwiegend erhebliche **Kaufkraftzuflüsse** von außerhalb zu verzeichnen sind. In vielen Sortimenten versorgt der Braunschweiger Einzelhandel neben der eigenen Bevölkerung die gleiche Anzahl an Einwohnern aus dem Umland mit. Braunschweig nimmt damit seine Versorgungsfunktion als Oberzentrum in deutlichem Maße wahr.

## PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES

Im Hinblick auf die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit der Zentren in Braunschweig wurde zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes eine Verkaufsflächenprognose bis 2030 durchgeführt. Neben den aktuellen und absehbaren Trends im Einzelhandel sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung wesentliche Eingangsgrößen. Verschiedene Prognoseszenarien ermöglichen als Ergebnis einen Entwicklungskorridor, der die Prognoseunsicherheiten reduziert.

Unter der Annahme einer möglichen Steigerung der Kaufkraftbindung sind, differenziert nach Sortimentsbereichen, die mit Abstand größten Entwicklungsspielräume in den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen Möbel sowie Bau- und Gartenmarkt zu verzeichnen. Bei Berücksichtigung der in der Regel bei neuen Möbelhäusern und Baumärkten realisierten Verkaufsflächen stellt dieser Spielraum jedoch nur eine begrenzte Entwicklungsmöglichkeit dar. Deutliche Entwicklungsspielräume sind zudem für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie und Parfümerie festzustellen. In den meisten Sortimenten liegt jedoch nur ein geringer Spielraum vor. Für den Sortimentsbereich Bekleidung und Zubehör, der eine Leitfunktion in den Innenstädten wahrnimmt, wurde unter anderem wegen der stark zunehmenden Bedeutung des Online-Handels ein ne-

gativer Entwicklungsspielraum und somit ein Abschmelzen der Verkaufsfläche prognostiziert.

In Anbetracht der im Zuge der Corona-Pandemie in besonderem Maße an den Online-Handel verlorenen Kaufkraft erscheint jedoch für viele Branchen und Sortimente eine Entwicklung unter Annahme einer geringeren Kaufkraftbindung realistischer. Nach diesem Prognoseszenario ergibt sich insgesamt ein negativer Entwicklungsspielraum, der absolut betrachtet besonders im Sortimentsbereich Bekleidung und Zubehör erheblich ausfällt. Signifikante Entwicklungsspielräume sind nur in den Sortimentsbereichen Möbel sowie Bau- und Gartenmarkt zu verzeichnen.

Auf Grund des letztlich in allen Prognoseszenarien insgesamt geringen Verkaufsflächenentwicklungsspielraumes ist es entscheidend, dass Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben nur an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen.

## ZIELKATALOG

Auf Grundlage der Analyseergebnisse und einer Stärken-Schwächenanalyse der City sowie der Stadtteil- und Nahversorgungszentren wurde aufbauend auf den Zielen des bestehenden Zentrenkonzeptes ein **Zielkatalog** entwickelt. Er dient als Grundlage für die künftige Einzelhandelsentwicklung und stellt die Basis für das planungsrechtliche Konzept dar.

Ziele zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung:

- Erhaltung und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion
- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt des zentralen Versorgungsbereiches City sowie der Stadtteil- und Nahversorgungszentren
- Erhaltung und Stärkung der Identität des zentralen Versorgungsbereiches City und der sonstigen Zentren
- Erhaltung und Stärkung der "kompakten Stadt" ("Stadt der kurzen Wege")
- Erhaltung und Stärkung der flächendeckenden Nahversorgungsfunktion im gesamten Stadtgebiet
- Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe
- Schaffung von Investitions- und Planungssicherheit

Als vorrangiges Ziel wird aus gutachterlicher Sicht die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt im zentralen Versorgungsbereich City und auch in den sonstigen Zentren gesehen.

## **KONZEPTBAUSTEINE ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS**

### **Sortimentsliste**

Als Basis für die räumliche Steuerung von Einzelhandelsvorhaben wurde auf der Grundlage der bestehenden Sortimentsliste, der räumlichen Verteilung des Angebotes in Braunschweig und allgemeiner Kriterien sowie unter Berücksichtigung regionaler und landesweiter Listen eine Sortimentsliste für Braunschweig erarbeitet (vgl. Tab. 1). Diese unterscheidet nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

### **Zentren- und Standortsystem**

In Braunschweig besteht ein Netz aus zahlreichen Versorgungsstandorten mit unterschiedlichen Versorgungsaufgaben. Es handelt sich um ein hierarchisch gegliedertes System zentraler Versorgungsbereiche mit der City sowie den Stadtteil- und Nahversorgungszentren. Diese werden ergänzt durch Nahversorgungsstützpunkte (Lebensmittelbetriebe) und Entwicklungsschwerpunkte für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (vgl. Karte 1). Die bisherige Standortstruktur wurde unter Berücksichtigung der Analyseergebnisse und unter städtebaulich-funktionalen Aspekten überprüft und angepasst. Einzelne Zentren erfüllen auf Grund der aktuellen Rechtsprechung nicht mehr die Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche. Diese werden gegebenenfalls als Nahversorgungsstützpunkte eingestuft oder entfallen. Dies betrifft auch den bisherigen City-Ergänzungsbereich. Im Hinblick auf eine kompakte City mit einer möglichst hohen funktionalen Dichte und einer hohen Passantenfrequenz wird nur der bisherige Hauptgeschäftsbereich City mit einer geringfügig veränderten Abgrenzung als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.

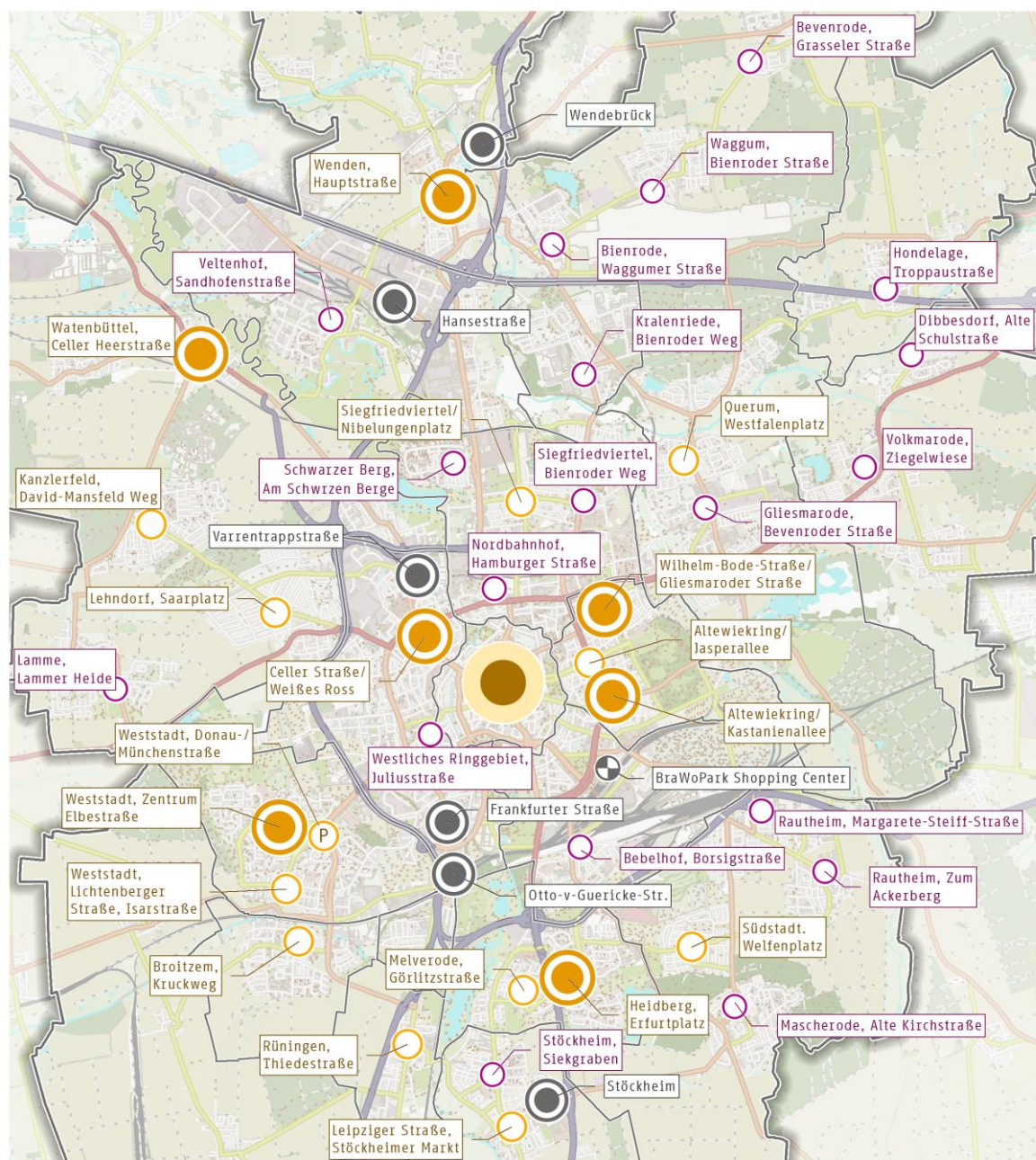


Tab. 1: Sortimentsliste Braunschweig

| Zentrenrelevante Sortimente   | Nicht zentrenrelevante Sortimente  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bastel-, saisonale Dekorationsartikel (soweit nicht anderen Sort. zuordenbar)</li> <li>• Bekleidung aller Art und Zubehör, Regenschirme</li> <li>• Bücher</li> <li>• Campingartikel</li> <li>• Elektroartikel</li> <li>• Elektrogroßgeräte (Wasch-, Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränke, -truhen)</li> <li>• Elektrokleingeräte einschl. Nähmaschinen</li> <li>• Fahrräder, E-Bikes/ Pedelecs und Zubehör</li> <li>• Fotogeräte, Videokameras und Zubehör, optische Geräte (ohne Augenoptik)</li> <li>• Gardinen, Innenjalousien, -beschattung und Zubehör</li> <li>• Glas, Porzellan, Keramik</li> <li>• Haushaltswaren, Bestecke</li> <li>• Haus-, Heimtextilien, Stoffe</li> <li>• Kunstgewerbe/ Bilder und Rahmen</li> <li>• Kurzwaren, Handarbeitsartikel, Wolle</li> <li>• Lederwaren, Taschen, Koffer, Reisegepäck</li> <li>• Musikinstrumente, Musikalien und Zubehör</li> <li>• Optik, Akustik, Sanitäts- und Orthopädiwaren</li> <li>• Sammlerbriefmarken, Münzen</li> <li>• Schuhe und Zubehör</li> <li>• Spielwaren</li> <li>• Sportartikel einschl. Sport(groß)geräte</li> <li>• Uhren, Schmuck, Gold- und Silberwaren</li> <li>• Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikationselektronik, Software, Bild- und Tonträger und Zubehör</li> <li>• Zooartikel und lebende Tiere (ohne Tiernahrung)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bad-, Sanitäreinrichtungen und Zubehör (ohne Handtücher, Frottierwaren und Badvorleger)</li> <li>• Baustoffe, Bauelemente, Holz</li> <li>• Beleuchtungskörper, Leuchtmittel und Zubehör</li> <li>• Beschläge, Eisenwaren inkl. Sicherheitssysteme</li> <li>• Bodenbeläge, Teppiche</li> <li>• Boote und Zubehör</li> <li>• Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse</li> <li>• Büromaschinen (ohne Computer)</li> <li>• motorisierte Fahrzeuge aller Art und Zubehör (ohne Pedelecs, E-Bikes)</li> <li>• Farben, Lacke, Tapeten und Zubehör</li> <li>• Fliesen</li> <li>• Gartenbedarf, Garten-/ Gerätehäuser, Gartengeräte</li> <li>• Kamine, (Kachel-)Öfen</li> <li>• Installationsmaterial (Sanitär und Elektro inkl. Satellitenschüsseln, PV-Anlagen)</li> <li>• Kinderwagen</li> <li>• Küchen (inkl. Einbaugeräte)</li> <li>• Maschinen und Werkzeuge</li> <li>• Matratzen, Bettwaren (inkl. Stepp-/ Bettdecken, ohne Betten- und Kissen-bezüge) und Zubehör</li> <li>• Möbel (inkl. Büro- und Gartenmöbel)</li> <li>• Pflanzen, Samen, Dünge-/ Pflanzenschutzmittel und Pflanzbehälter, -gefäße</li> <li>• Rollläden, Außenjalousien und Markisen</li> <li>• Waffen, Jagdbedarf (ohne Bekleidung)</li> </ul> |
| Nahversorgungsrelevante Sortimente  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arzneimittel</li> <li>• Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen)</li> <li>• Drogeriewaren inkl. Wasch-/ Putz-/ Reinigungsmittel</li> <li>• Parfümerieartikel/ Kosmetika</li> <li>• Nahrungs- und Genussmittel</li> <li>• Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel</li> <li>• Tiernahrung</li> <li>• Zeitungen/ Zeitschriften</li> </ul>   |  |

Quelle eigene Darstellung

Karte 1: Zentren- und Standortsystem 2021



Zentren- und Standortsystem



0 1 2 3 Kilometer

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

## Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung

Um die Ziele zu erreichen wurden als Strategie für künftige Einzelhandelsansiedlungen Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung aufgestellt. Diese zeigen auf, welche Vorhaben zukünftig an welchen Standorten ermöglicht werden sollen. Es erfolgt eine Differenzierung nach der Zentrenrelevanz des Kernsortimentes eines Vorhabens und dessen Dimensionierung. Die Steuerungsgrundsätze sind zusammenfassend im Sinne eines Standortkataloges dargestellt, der eine schnelle grundsätzliche Bewertung von Planvorhaben ermöglicht.

Tab. 2: Standortkatalog - Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung

| Zentrenrelevanz                               | nahversorgungsrelevanter Einzelhandel |   | zentrenrelevanter Einzelhandel |                             | nicht zentrenrelevanter Einzelhandel |  |
|---|---------------------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|--|
|   | nicht großflächig                     | großflächig                                 | nicht großflächig              | großflächig                 | nicht großflächig                    | großflächig                            |
| City (Haupt-Geschäftsbe-reich)                |                                       |   |                                |                             |                                      | städtebauliche Integration             |
| Stadtteilzentrum                              |                                       | Standort-gerechte Dimension                 |                                | Standort-gerechte Dimension |                                      | vorrangig an Entwicklungsschwerpunkten |
| Nahversorgungszentrum                         |                                       | LM-Betrieb bei standort-gerechter Dimension | Standort-gerechte Dimension    |                             |                                      |  |
| Nahversorgungsstützpunkt                      | Standort-gerechte Dimension           | LM-Betrieb bei standort-gerechter Dimension | Standort-gerechte Dimension    |                             |                                      |  |
| sonst. integrierter Standort                  | Standort-gerechte Dimension           | LM-Betrieb bei standort-gerechter Dimension | Standort-gerechte Dimension    |                             |                                      |  |
| Entwicklungsschwerpunkt                       | Bestandssicherung                     |   | Bestandssicherung              |                             | vorrangig an integrierten Standorten |  |
| ehem. Entwicklungsschwerpunkt Solitärstandort | Bestandssicherung                     |   | Bestandssicherung              |                             | Bestandssicherung                    |  |
| sonst. nicht integrierter Standort            | Bestandssicherung                     |   | Bestandssicherung              |                             | vorrangig an integrierten Standorten | vorrangig an Entwicklungsschwerpunkten |

- entspricht grundsätzlich dem Konzept
- ggf. konzeptkonform nach Prüfung
- vorrangig an Entwicklungsschwerpunkten/ integrierten Standorten
- widerspricht dem Konzept grundsätzlich

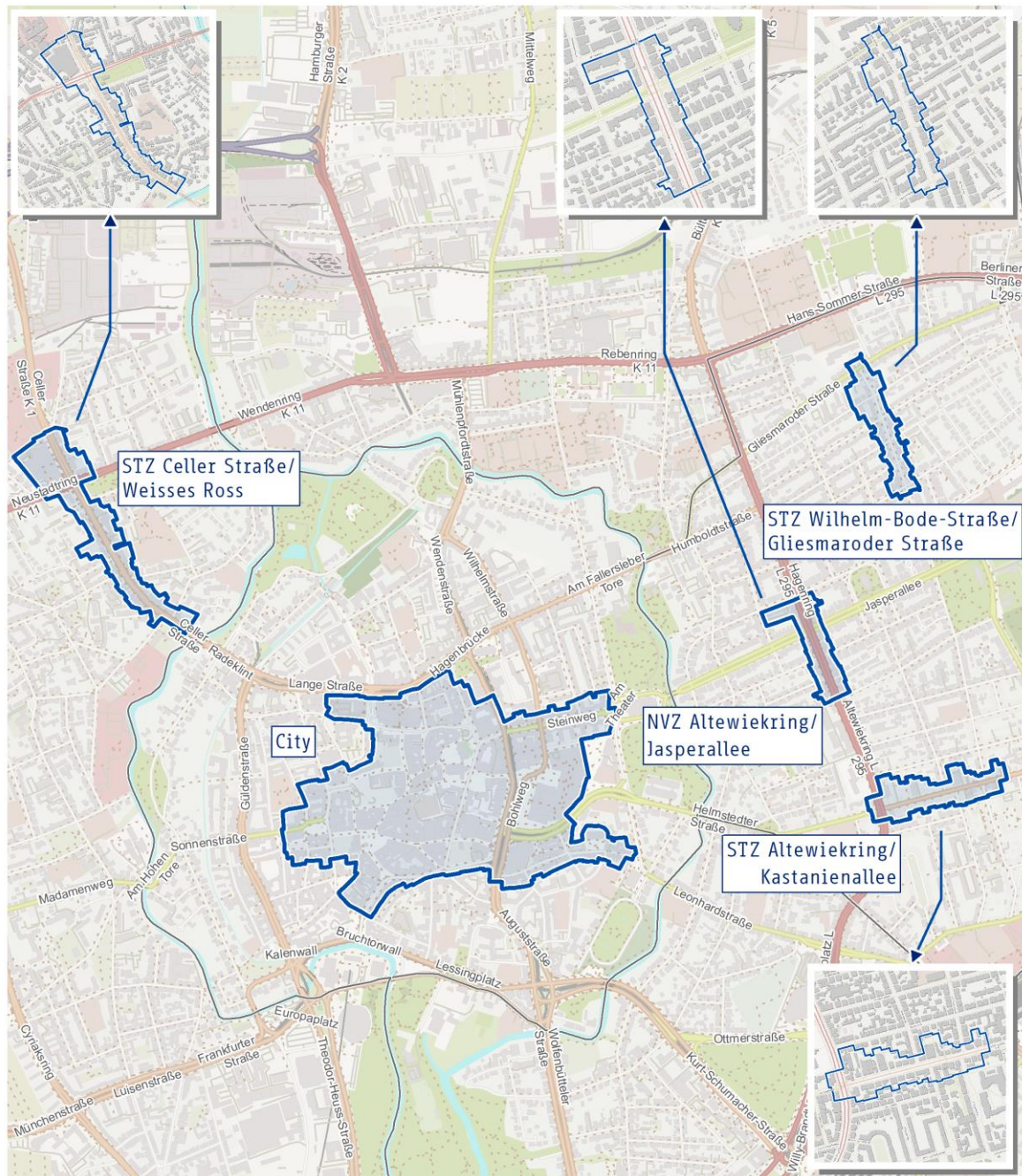
## ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

Der Schwerpunkt der künftigen Einzelhandelsentwicklung soll auf dem **zentralen Versorgungsbereich City sowie den Stadtteil- und Nahversorgungszentren** liegen. Entsprechend den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung sollen zentren- beziehungsweise innenstadtrelevante Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich City angesiedelt werden. Zur Sicherstellung einer flächendeckenden Versorgung können zentrenrelevante Sortimente auch in den Stadtteilzentren zugelassen werden. In den Nahversorgungszentren soll das Angebot insbesondere nahversorgungsrelevante Sortimente umfassen.

In den folgenden Übersichtskarten sind die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche dargestellt.



Karte 2: Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Mitte

**Abgrenzungen**

zentraler Versorgungsbereich

0 100 200 300 400 500 Meter

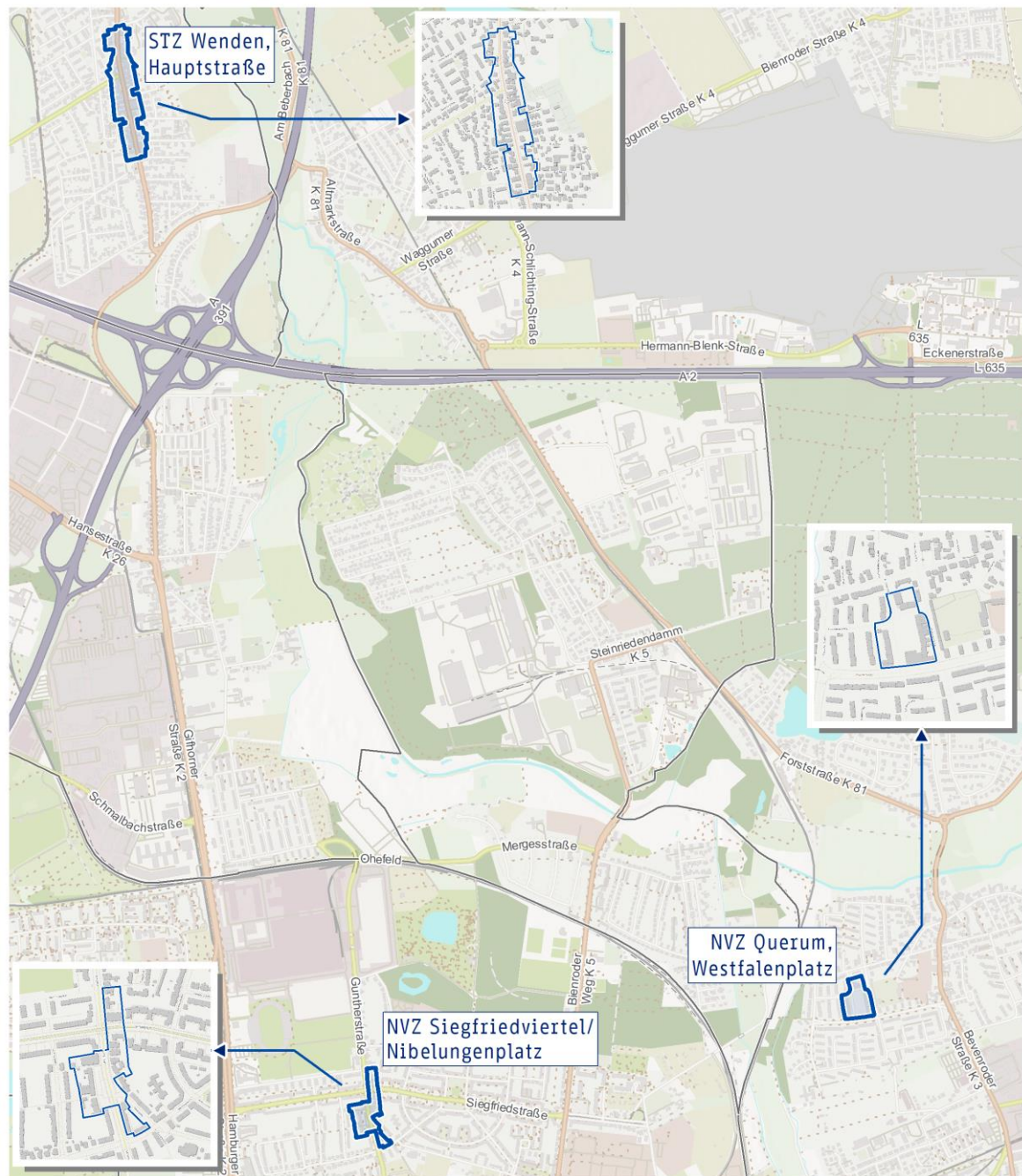
Bearbeitungsstand November 2021



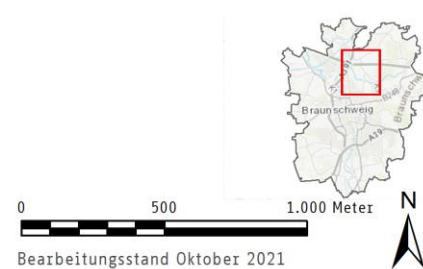
Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Karte 3: Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Nord

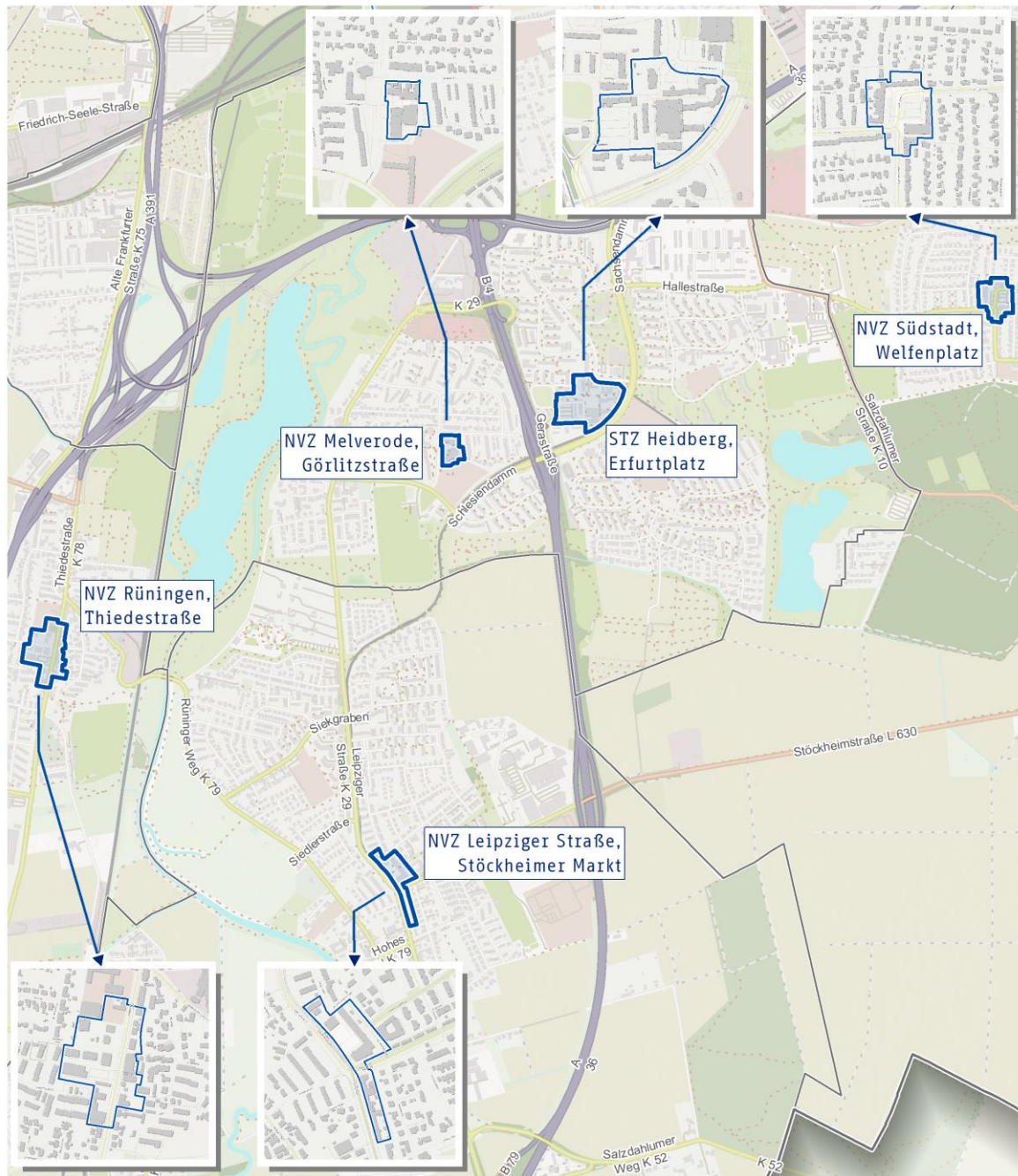
**Abgrenzungen**

zentraler Versorgungsbereich



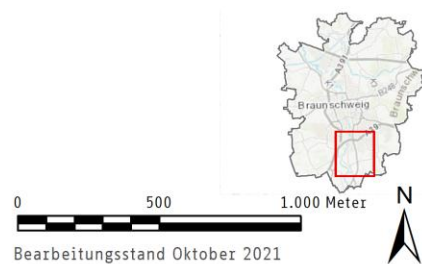
Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Karte 4: Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Süd



## Abgrenzungen

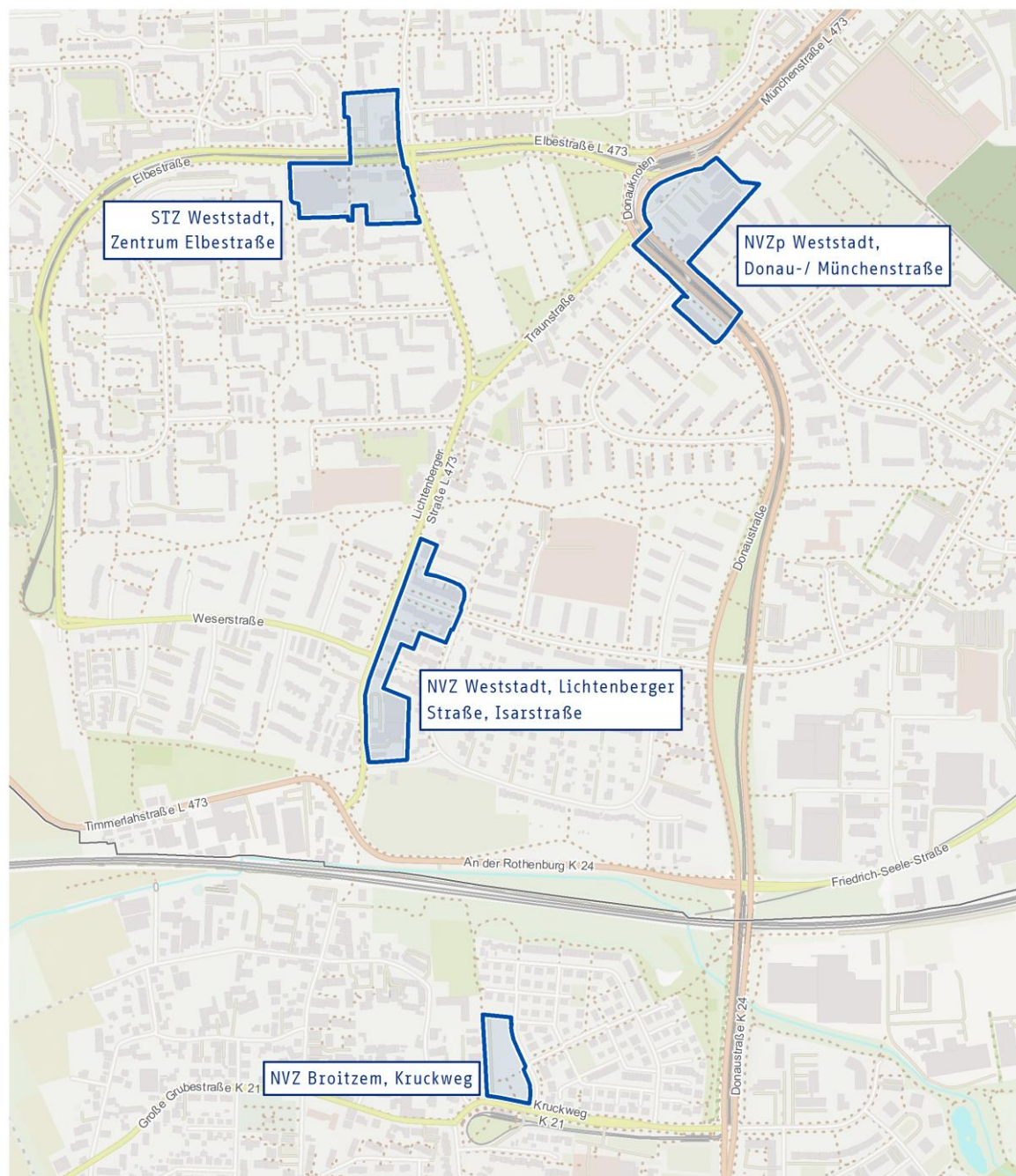
 zentraler Versorgungsbereich



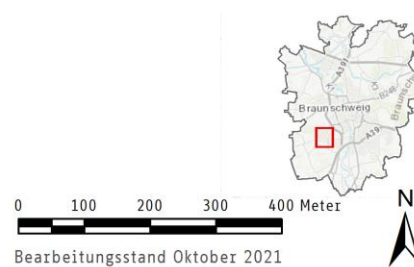
Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Karte 5: Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Südwest

**Abgrenzungen**

zentraler Versorgungsbereich



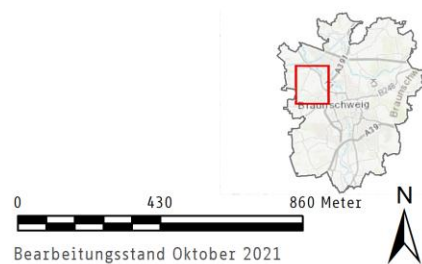
Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Karte 6: Zentrale Versorgungsbereiche Stadtbereich Nordwest

**Abgrenzungen**

zentraler Versorgungsbereich



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

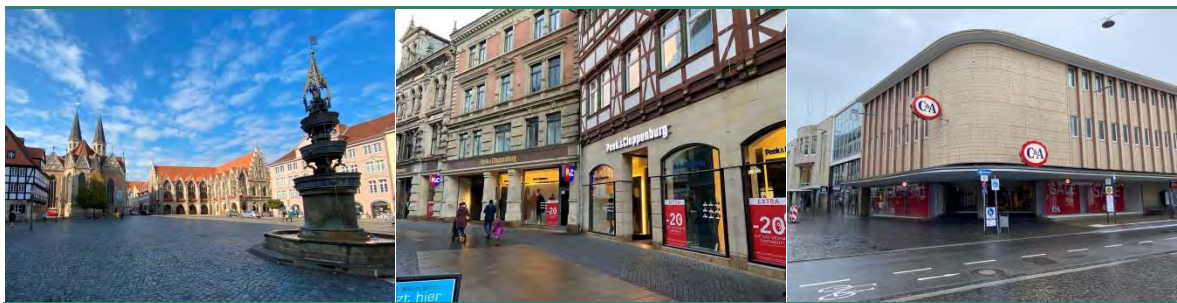
## VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG

Vor dem bindenden Ratsbeschluss des Zentrenkonzeptes werden die Stadtbezirksräte beteiligt. Es wird empfohlen, parallel dazu auch die Öffentlichkeit über die Inhalte des Zentrenkonzeptes zu informieren und ihr - ähnlich wie bei Bebauungsverfahren - Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. Die eingehenden Anregungen werden anschließend gewürdigt und abgewogen. Gegebenenfalls wird das Konzept auch angepasst oder geändert.

Das *endgültige Zentrenkonzept Einzelhandel* bedarf zu einer vollständigen Wirkungsentfaltung des Beschlusses durch den Rat der Stadt Braunschweig und muss mittels der Bauleitplanung umgesetzt werden. Die für das Konzept wesentlichen Bausteine sind der Zielkatalog des Zentrenkonzeptes Einzelhandel, die Sortimentsliste, die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche und deren Hierarchisierung und die Steuerungsgrundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.

# **Fortschreibung des Zentrenkonzeptes Einzelhandel für die Stadt Braunschweig**

**Berichtsentwurf**



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29  
Jungesellenstraße 5 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29  
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90471 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43  
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

**Bearbeitung:**

Dipl.-Geograph Peter Helbig  
Dipl.-Ing. Rasmus Bürger

Nürnberg/ Dortmund 03. November 2021

---

---

**Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH****Geschäftsführer:**

Prof. Dr. Donato Acocella  
Dipl.-Geograph Peter Helbig

**Handelsregister:**

Amtsgericht Freiburg im Breisgau  
HRB: 723138

**Urheberrecht:**

Der vorliegende Bericht unterliegt dem Urheberrecht (§ 2 (2) sowie § 31 (2) des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger Genehmigung des Büros Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verwendeten Sekundärdaten.

**Datenschutzerklärung:**

Das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH berücksichtigt die Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und des Bundesdatenschutzgesetzes. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 (1 e) DSGVO.

**Gendergerechte Sprache:**

Das Büro Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH ist bemüht, in allen seinen Texten eine gendergerechte Sprache zu verwenden. Wo dies möglich ist, erfolgt eine Abstimmung mit dem Auftraggeber über die zu verwendende Form bzw. über die in der Stadt Braunschweig aktuell verwendete Schreibweise.



## INHALTSÜBERSICHT:

|   |            |
|---|------------|
| <b>ZUSAMMENFASSUNG</b>  | <b>1</b>   |
| <b>1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG</b>   | <b>7</b>   |
| <b>2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN</b>   | <b>9</b>   |
| 2.1 RAHMENINFORMATIONEN ZUM EINZELHANDELSSTANDORT BRAUNSCHWEIG .....  | 9          |
| 2.2 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG .....   | 13         |
| 2.3 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTE .....  | 28         |
| <b>3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE</b>  | <b>41</b>  |
| 3.1 METHODISCHES VORGEHEN - BESTANDSAUFNAHME.....   | 41         |
| 3.2 EINZELHANDELSSITUATION IN DER STADT BRAUNSCHWEIG .....  | 43         |
| <b>4. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES IN BRAUNSCHWEIG</b>   | <b>69</b>  |
| 4.1 METHODISCHES VORGEHEN.....  | 69         |
| 4.2 PROGNOSEERGEBNIS .....  | 73         |
| <b>5. ZIELKATALOG DES ZENTRENKONZEPTE EINZELHANDEL</b>  | <b>78</b>  |
| <b>6. KONZEPTBAUSTEINE ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS IN BRAUNSCHWEIG</b>   | <b>82</b>  |
| 6.1 SORTIMENTSLISTE .....   | 82         |
| 6.2 STANDORTSTRUKTUR .....  | 89         |
| 6.3 STEUERUNGSGRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG .....   | 100        |
| 6.4 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN .....  | 107        |
| 6.5 NAHVERSORGUNGSKONZEPT .....   | 111        |
| <b>7. VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG</b>  | <b>114</b> |
| <b>8. STECKBRIEFE ANGEBOTSSITUATION UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ZENTRALE VERSORGBEREICHE UND SONSTIGE STANDORTE NACH STADTBZIRKEN</b> | <b>119</b> |
| 8.1 STADTBZIRK MITTE .....  | 119        |
| 8.2 STADTBZIRK WABE-SCHUNTER-BEBERBACH .....  | 140        |
| 8.3 STADTBZIRK HONDELAGE-VOLKMARODE .....   | 152        |
| 8.4 STADTBZIRK ÖSTLICHES RINGGEBIET .....   | 162        |
| 8.5 STADTBZIRK SÜD .....  | 176        |
| 8.6 STADTBZIRK SÜDSTADT-RAUTHEIM-MASCHERODE.....  | 195        |
| 8.7 STADTBZIRK WESTSTADT .....  | 206        |
| 8.8 STADTBZIRK SÜDWEST.....   | 220        |
| 8.9 STADTBZIRK WESTLICHES RINGGEBIET .....  | 235        |
| 8.10 STADTBZIRK LEHNDORF-WATENBÜTTEL .....  | 250        |
| 8.11 STADTBZIRK NÖRDLICHE SCHUNTERAUE/ OKERAUE .....  | 265        |
| 8.12 STADTBZIRK NORDSTADT-SCHUNTERAUE .....   | 282        |
| <b>GLOSSAR</b>  | <b>299</b> |
| <b>ANHANG</b>   | <b>303</b> |



## INHALTSVERZEICHNIS:

|  |           |
|--|-----------|
| <b>ZUSAMMENFASSUNG</b>   | <b>1</b>  |
| <b>1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG</b>  | <b>7</b>  |
| <b>2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN</b>                               | <b>9</b>  |
| 2.1 RAHMENINFORMATIONEN ZUM EINZELHANDELSSTANDORT BRAUNSCHWEIG .....   | 9         |
| 2.2 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG .....   | 13        |
| 2.2.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung .....   | 14        |
| 2.2.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung .....   | 19        |
| 2.2.3 Online-Handel .....  | 21        |
| 2.2.4 Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Einzelhandel unter Berücksichtigung des Online-Handels .....            | 25        |
| 2.3 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTEs .....  | 28        |
| 2.3.1 Wesentliche Aspekte .....  | 28        |
| 2.3.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche .....   | 28        |
| 2.3.1.2 Sortimentsliste .....  | 30        |
| 2.3.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene .....   | 31        |
| 2.3.1.4 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels .....                                    | 35        |
| 2.3.2 Konsequenzen für Genehmigungsverfahren .....   | 38        |
| 2.3.3 Fazit - planungsrechtlicher Rahmen .....   | 40        |
| <b>3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE</b>   | <b>41</b> |
| 3.1 METHODISCHES VORGEHEN - BESTANDSAUFNAHME .....   | 41        |
| 3.1.1 Einzelhandels- und Dienstleistungserhebung .....   | 41        |
| 3.1.2 Abgrenzung der Zentren .....   | 42        |
| 3.1.3 Expertengespräche .....  | 43        |
| 3.2 EINZELHANDELSSITUATION IN DER STADT BRAUNSCHWEIG .....   | 43        |
| 3.2.1 Bestand und Entwicklung des Einzelhandelsangebotes .....   | 43        |
| 3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten und Zentralitäten ..... | 50        |
| 3.2.3 Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Sicht von Experten und Akteuren in Braunschweig .....                 | 54        |
| 3.2.4 Quantitative und räumliche Nahversorgungssituation .....   | 62        |
| <b>4. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES IN BRAUNSCHWEIG</b>  | <b>69</b> |
| 4.1 METHODISCHES VORGEHEN .....  | 69        |
| 4.2 PROGNOSEERGEBNIS .....   | 73        |
| <b>5. ZIELKATALOG DES ZENTRENKONZEPTEs EINZELHANDEL</b>  | <b>78</b> |
| <b>6. KONZEPTBAUSTEINE ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS IN BRAUNSCHWEIG</b>  | <b>82</b> |
| 6.1 SORTIMENTSLISTE .....  | 82        |
| 6.1.1 Kriterien .....  | 82        |
| 6.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Braunschweig .....  | 83        |
| 6.1.3 Braunschweiger Sortimentsliste .....   | 86        |





|            |  |            |
|------------|--|------------|
| <b>6.2</b> | <b>STANDORTSTRUKTUR .....</b>  | <b>89</b>  |
| 6.2.1      | Zentrenstruktur .....  | 89         |
| 6.2.2      | Nahversorgungsstützpunkte.....   | 93         |
| 6.2.3      | Entwicklungsschwerpunkte für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel.....             | 95         |
| 6.2.4      | Zentren- und Standortsystem .....  | 98         |
| <b>6.3</b> | <b>STEUERUNGSGRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG .....</b>                         | <b>100</b> |
| 6.3.1      | Umgang mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel.....                               | 101        |
| 6.3.2      | Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel.....   | 105        |
| <b>6.4</b> | <b>RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN .....</b>  | <b>107</b> |
| 6.4.1      | Allgemeine Entwicklungsoptionen für die Zentren.....   | 107        |
| 6.4.2      | Allgemeine Entwicklungsoptionen für Nahversorgungsstützpunkte und Entwicklungsschwerpunkte ..... | 110        |
| <b>6.5</b> | <b>NAHVERSORGUNGSKONZEPT .....</b>   | <b>111</b> |
| <b>7.</b>  | <b>VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG .....</b>  | <b>114</b> |
| <b>8.</b>  | <b>STECKBRIEFE ANGEBOTSSITUATION UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN</b>                                   |            |
|            | <b><u>ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE UND SONSTIGE STANDORTE NACH</u></b>                           |            |
|            | <b><u>STADTBEZIRKEN</u> .....</b>  | <b>119</b> |
| <b>8.1</b> | <b>STADTBEZIRK MITTE .....</b>   | <b>119</b> |
| 8.1.1      | Zentren- und Standortstruktur .....  | 122        |
| 8.1.1.1    | Hauptgeschäftsbereich City.....  | 122        |
| 8.1.1.2    | Nahversorgungsstützpunkt Bebelhof, Borsigstraße.....   | 133        |
| 8.1.1.3    | Sonderstandort BraWoPark.....  | 134        |
| 8.1.2      | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....   | 136        |
| 8.1.2.1    | Bisheriger Stadtbezirk Innenstadt .....  | 136        |
| 8.1.2.2    | Bisheriger Stadtbezirk Viewegsgarten-Bebelhof.....   | 138        |
| <b>8.2</b> | <b>STADTBEZIRK WABE-SCHUNTER-BEBERBACH .....</b>   | <b>140</b> |
| 8.2.1      | Zentren- und Standortstruktur .....  | 143        |
| 8.2.1.1    | Nahversorgungszentrum Querum, Westfalenplatz .....   | 143        |
| 8.2.1.2    | Nahversorgungsstützpunkt Bevenrode, Grasseler Straße (perspektivisch) .....                      | 146        |
| 8.2.1.3    | Nahversorgungsstützpunkt Bienrode, Waggumer Straße.....  | 147        |
| 8.2.1.4    | Nahversorgungsstützpunkt Glesmarode, Bevenroder Straße.....                                      | 148        |
| 8.2.1.5    | Nahversorgungsstützpunkt Waggum, Bienroder Straße .....  | 149        |
| 8.2.2      | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....   | 150        |
| 8.2.2.1    | Bisheriger Stadtbezirk Wabe-Schunter-Beberbach.....  | 150        |
| <b>8.3</b> | <b>STADTBEZIRK HONDELAGE-VOLKMARODE .....</b>  | <b>152</b> |
| 8.3.1      | Zentren- und Standortstruktur .....  | 155        |
| 8.3.1.1    | Nahversorgungsstützpunkt Dibbesdorf, Alte Schulstraße .....                                      | 155        |
| 8.3.1.2    | Nahversorgungsstützpunkt Hondelage, Troppaustraße .....  | 156        |
| 8.3.1.3    | Nahversorgungsstützpunkt Volkmarode, Ziegelwiese .....   | 157        |
| 8.3.2      | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....   | 158        |
| 8.3.2.1    | Bisheriger Stadtbezirk Hondelage .....   | 158        |
| 8.3.2.2    | Bisheriger Stadtbezirk Volkmarode .....  | 160        |
| <b>8.4</b> | <b>STADTBEZIRK ÖSTLICHES RINGGEBIET .....</b>  | <b>162</b> |
| 8.4.1      | Zentren- und Standortstruktur .....  | 165        |



|            |  |            |
|------------|--|------------|
| 8.4.1.1    | Stadtteilzentrum Altewiekring/ Kastanienallee .....  | 165        |
| 8.4.1.2    | Stadtteilzentrum Wilhelm-Bode-Straße/ Gliesmaroder Straße ...  | 168        |
| 8.4.1.3    | Nahversorgungszentrum Altewiekring/ Jasperallee .....  | 171        |
| 8.4.2      | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....   | 174        |
| 8.4.2.1    | Bisheriger Stadtbezirk Östliches Ringgebiet .....  | 174        |
| <b>8.5</b> | <b>STADTBEZIRK SÜD .....</b>   | <b>176</b> |
| 8.5.1      | Zentren- und Standortstruktur .....  | 179        |
| 8.5.1.1    | Stadtteilzentrum Heidberg, Erfurtplatz .....   | 179        |
| 8.5.1.2    | Nahversorgungszentrum Leipziger Straße, Stöckheimer Markt....  | 182        |
| 8.5.1.3    | Nahversorgungszentrum Meverode, Görlitzstraße .....  | 185        |
| 8.5.1.4    | Nahversorgungsstützpunkt Stöckheim, Siekgraben .....   | 188        |
| 8.5.1.5    | Entwicklungsschwerpunkt Stöckheim (für großflächigen nicht<br>zentrenrelevanten Einzelhandel) .....          | 189        |
| 8.5.2      | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....   | 191        |
| 8.5.2.1    | Bisheriger Stadtbezirk Heidberg-Meverode .....   | 191        |
| 8.5.2.2    | Bisheriger Stadtbezirk Stöckheim-Leiferde .....  | 193        |
| <b>8.6</b> | <b>STADTBEZIRK SÜDSTADT-RAUTHEIM-MASCHERODE .....</b>  | <b>195</b> |
| 8.6.1      | Zentren- und Standortstruktur .....  | 198        |
| 8.6.1.1    | Nahversorgungszentrum Südstadt, Welfenplatz .....  | 198        |
| 8.6.1.2    | Nahversorgungsstützpunkt Mascherode, Alte Kirchstraße .....  | 201        |
| 8.6.1.3    | Nahversorgungsstützpunkt Rautheim, Margarete-Steiff-Straße ..  | 202        |
| 8.6.1.4    | Nahversorgungsstützpunkt Rautheim, Zum Ackerberg .....   | 203        |
| 8.6.2      | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....   | 204        |
| 8.6.2.1    | Bisheriger Stadtbezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode .....  | 204        |
| <b>8.7</b> | <b>STADTBEZIRK WESTSTADT .....</b>   | <b>206</b> |
| 8.7.1      | Zentren- und Standortstruktur .....  | 209        |
| 8.7.1.1    | Stadtteilzentrum Weststadt, Zentrum Elbestraße .....   | 209        |
| 8.7.1.2    | Nahversorgungszentrum Weststadt, Lichtenberger Straße,<br>Isarstraße .....                                   | 212        |
| 8.7.1.3    | Nahversorgungszentrum Weststadt, Donaustraße/<br>Münchenstraße (perspektivisch) .....                        | 215        |
| 8.7.2      | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....   | 218        |
| 8.7.2.1    | Bisheriger Stadtbezirk Weststadt .....   | 218        |
| <b>8.8</b> | <b>STADTBEZIRK SÜDWEST .....</b>   | <b>220</b> |
| 8.8.1      | Zentren- und Standortstruktur .....  | 223        |
| 8.8.1.1    | Nahversorgungszentrum Broitzem, Kruckweg .....   | 223        |
| 8.8.1.2    | Nahversorgungszentrum Rüningen, Thiedestraße .....   | 226        |
| 8.8.2      | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....   | 229        |
| 8.8.2.1    | Bisheriger Stadtbezirk Broitzem .....  | 229        |
| 8.8.2.2    | Bisheriger Stadtbezirk Rüningen .....  | 231        |
| 8.8.2.3    | Bisheriger Stadtbezirk Timmerlah-Geitelde-Stiddien .....   | 233        |
| <b>8.9</b> | <b>STADTBEZIRK WESTLICHES RINGGEBIET .....</b>   | <b>235</b> |
| 8.9.1      | Zentren- und Standortstruktur .....  | 238        |
| 8.9.1.1    | Stadtteilzentrum Celler Straße/ Weisses Ross .....   | 238        |
| 8.9.1.2    | Nahversorgungsstützpunkt Westliches Ringgebiet, Juliusstraße..   | 241        |
| 8.9.1.3    | Entwicklungsschwerpunkt Frankfurter Straße (für großflächigen<br>nicht zentrenrelevanten Einzelhandel) ..... | 242        |





|                      |   |            |
|----------------------|---|------------|
| 8.9.1.4              | Entwicklungsschwerpunkt Otto-von-Guericke-Straße (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel) ..... | 244        |
| 8.9.1.5              | Entwicklungsschwerpunkt Varrentrappstraße (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel) .....        | 246        |
| 8.9.2                | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....  | 248        |
| 8.9.2.1              | Bisheriger Stadtbezirk Westliches Ringgebiet .....  | 248        |
| <b>8.10</b>          | <b>STADTBEZIRK LEHNDORF-WATENBÜTTEL .....</b>   | <b>250</b> |
| 8.10.1               | Zentren- und Standortstruktur .....   | 253        |
| 8.10.1.1             | Stadtteilzentrum Watenbüttel, Celler Heerstraße .....   | 253        |
| 8.10.1.2             | Nahversorgungszentrum Kanzlerfeld, David-Mansfeld-Weg .....   | 256        |
| 8.10.1.3             | Nahversorgungszentrum Lehdorf, Saarplatz .....  | 259        |
| 8.10.1.4             | Nahversorgungsstützpunkt Lamme, Lammer Heide .....  | 262        |
| 8.10.2               | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....  | 263        |
| 8.10.2.1             | Bisheriger Stadtbezirk Lehdorf-Watenbüttel .....  | 263        |
| <b>8.11</b>          | <b>STADTBEZIRK NÖRDLICHE SCHUNTERAUE/ OKERAUE .....</b>   | <b>265</b> |
| 8.11.1               | Zentren- und Standortstruktur .....   | 268        |
| 8.11.1.1             | Stadtteilzentrum Wenden, Hauptstraße .....  | 268        |
| 8.11.1.2             | Nahversorgungsstützpunkt Veltenhof, Sandhofenstraße .....   | 271        |
| 8.11.1.3             | Entwicklungsschwerpunkt Hansestraße (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel) .....              | 272        |
| 8.11.1.4             | Entwicklungsschwerpunkt Wendebrück (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel) .....               | 274        |
| 8.11.1.5             | Ehemaliges Nahversorgungszentrum Rühme, Am Denkmal .....  | 276        |
| 8.11.2               | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....  | 278        |
| 8.11.2.1             | Bisheriger Stadtbezirk Veltenhof-Rühme .....  | 278        |
| 8.11.2.2             | Bisheriger Stadtbezirk Wenden-Thune-Harxbüttel .....  | 280        |
| <b>8.12</b>          | <b>STADTBEZIRK NORDSTADT-SCHUNTERAUE .....</b>  | <b>282</b> |
| 8.12.1               | Zentren- und Standortstruktur .....   | 285        |
| 8.12.1.1             | Nahversorgungszentrum Siegfriedviertel/ Nibelungenplatz .....   | 285        |
| 8.12.1.2             | Nahversorgungsstützpunkt Kralenriede, Bienroder Weg .....   | 288        |
| 8.12.1.3             | Nahversorgungsstützpunkt Nordbahnhof, Hamburger Straße .....  | 289        |
| 8.12.1.4             | Nahversorgungsstützpunkt Schwarzer Berg, Am Schwarzen Berge .....   | 290        |
| 8.12.1.5             | Nahversorgungsstützpunkt Siegfriedviertel, Bienroder Weg .....  | 292        |
| 8.12.1.6             | Ehemaliges Nahversorgungszentrum Nördliches Ringgebiet, Wendenring/ Lampestraße .....                           | 293        |
| 8.12.2               | Nahversorgungssituation auf Bezirksebene .....  | 294        |
| 8.12.2.1             | Bisheriger Stadtbezirk Nordstadt .....  | 294        |
| 8.12.2.2             | Bisheriger Stadtbezirk Schunteraue .....  | 296        |
| <b>GLOSSAR .....</b> |   | <b>299</b> |
| <b>ANHANG .....</b>  |   | <b>303</b> |



## TABELLENVERZEICHNIS:

|          |  |     |
|----------|--|-----|
| Tab. 1:  | Vergleich Einzelhandelsangebot Braunschweig 2020, 2017, 2009, 2003 ....  | 44  |
| Tab. 2:  | Vergleich Anzahl der Leerstände 2017, 2020 und 2021 nach Zentrenkategorie.....   | 46  |
| Tab. 3:  | Einzelhandelsangebot in der Stadt Braunschweig, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....                    | 54  |
| Tab. 4:  | Einwohner- und Kaufkraftentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick .....  | 71  |
| Tab. 5:  | Verkaufsflächenentwicklungsspielräume in m <sup>2</sup> bis 2030 nach Prognoseszenarien .....                                    | 76  |
| Tab. 6:  | Sortimentsliste Braunschweig .....   | 88  |
| Tab. 7:  | Standortkatalog - Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung   | 100 |
| Tab. 8:  | Rechnerisch versorgte Einwohner je 200 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ..... | 104 |
| Tab. 9:  | Einzelhandelsangebot im Bezirk Mitte, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....                              | 121 |
| Tab. 10: | Kennzahlen Innenstadt .....  | 136 |
| Tab. 11: | Kennzahlen Viewegsgarten-Bebelhof .....  | 138 |
| Tab. 12: | Einzelhandelsangebot im Bezirk Wabe-Schunter-Beberbach, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....            | 142 |
| Tab. 13: | Kennzahlen Wabe-Schunter-Beberbach .....   | 150 |
| Tab. 14: | Einzelhandelsangebot im Bezirk Hondelage-Volkmarode, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....               | 154 |
| Tab. 15: | Kennzahlen Hondelage.....  | 158 |
| Tab. 16: | Kennzahlen Volkmarode .....  | 160 |
| Tab. 17: | Einzelhandelsangebot im Bezirk Östliches Ringgebiet, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....               | 164 |
| Tab. 18: | Kennzahlen Östliches Ringgebiet.....   | 174 |
| Tab. 19: | Einzelhandelsangebot im Bezirk Süd, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel .....                               | 178 |
| Tab. 20: | Kennzahlen Heidberg-Melverode .....  | 191 |
| Tab. 21: | Kennzahlen Stöckheim-Leiferde.....   | 193 |
| Tab. 22: | Einzelhandelsangebot im Bezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel .....      | 197 |
| Tab. 23: | Kennzahlen Südstadt-Rautheim-Mascherode .....  | 204 |
| Tab. 24: | Einzelhandelsangebot im Bezirk Weststadt, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel .....                         | 208 |
| Tab. 25: | Kennzahlen Weststadt .....   | 218 |
| Tab. 26: | Einzelhandelsangebot im Bezirk Südwest, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....                            | 222 |
| Tab. 27: | Kennzahlen Broitzem.....   | 229 |
| Tab. 28: | Kennzahlen Rünigen .....   | 231 |
| Tab. 29: | Kennzahlen Timmerlah-Geitelde-Stiddien .....   | 233 |
| Tab. 30: | Einzelhandelsangebot im Bezirk Westliches Ringgebiet, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....              | 237 |
| Tab. 31: | Kennzahlen Westliches Ringgebiet .....   | 248 |



|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| Tab. 32:    | Einzelhandelsangebot im Bezirk Lehdorf-Watenbüttel, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....             | 252 |
| Tab. 33:    | Kennzahlen Lehdorf-Watenbüttel.....   | 263 |
| Tab. 34:    | Einzelhandelsangebot im Bezirk Nördliche Schunteraue/ Okeräue, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....  | 267 |
| Tab. 35:    | Kennzahlen Veltenhof-Rühme .....  | 278 |
| Tab. 36:    | Kennzahlen Wenden-Thune-Harxbüttel.....   | 280 |
| Tab. 37:    | Einzelhandelsangebot im Bezirk Nordstadt-Schunteraue, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel.....           | 284 |
| Tab. 38:    | Kennzahlen Nordstadt .....  | 294 |
| Tab. 39:    | Kennzahlen Schunteraue.....   | 296 |
| Tab. 40:    | Einzelhandelsangebot in der Stadt Braunschweig: Kaufkraft inkl. Online-Handel .....   | 304 |
| Tab. A - 1: | Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Braunschweig.....  | 303 |
| Tab. A - 2: | Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2025 und 2030 in Mio. €.....  | 305 |
| Tab. A - 3: | Verkaufsflächenspielraum bis 2030 bei Status-quo-Prognose - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....  | 306 |
| Tab. A - 4: | Verkaufsflächenspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet ..... | 307 |
| Tab. A - 5: | Verkaufsflächenspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....  | 308 |
| Tab. A - 6: | Zentrenrelevante Randsortimente mit/ ohne Bezug zum Kernsortiment sowie unzulässige Sortimente .....                          | 309 |

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

|          |   |    |
|----------|---|----|
| Abb. 1:  | Bevölkerungsstruktur - nach Altersgruppen .....   | 12 |
| Abb. 2:  | Perspektivische Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen .....  | 13 |
| Abb. 3:  | Umsätze im Online-Handel und im Einzelhandel insgesamt .....  | 22 |
| Abb. 4:  | Entwicklung Online-Umsatz in Mrd. € und jährliche Zuwachsraten in % .....   | 23 |
| Abb. 5:  | Umsatzanteile nach Branchen im Online-Handel 2020 .....   | 23 |
| Abb. 6:  | Betriebsgrößenklassen in Braunschweig.....  | 45 |
| Abb. 7:  | Einzelhandel und Leerstände nach Zentrenkategorie - Anzahl und (Verkaufs-)Fläche .....  | 47 |
| Abb. 8:  | Einzelhandelsangebot nach Standorttypen in Braunschweig .....   | 49 |
| Abb. 9:  | Verkaufsflächen nach Standorttypen .....  | 50 |
| Abb. 10: | Bindungsquoten in der Stadt Braunschweig nach Sortimenten.....  | 51 |
| Abb. 11: | Bindungsquoten in der Stadt Braunschweig nach Sortimenten: Kaufkraft auf stationären Einzelhandel bezogen .....                   | 52 |
| Abb. 12: | Einwohnerentwicklung in der Stadt Braunschweig 2005 bis 2019 (tatsächliche Entwicklung) sowie 2025 und 2030 (Prognosewerte) ..... | 70 |
| Abb. 13: | Aktuelle und maximale perspektivische Bindungsquoten nach Entwicklungs- und Wettbewerbsprognose .....                             | 73 |
| Abb. 14: | Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp .....   | 84 |
| Abb. 15: | Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp .....   | 86 |



## KARTENVERZEICHNIS:

|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| Karte 1:  | Lage Stadt Braunschweig im Raum und schematischer Einzugsbereich .... | 10  |
| Karte 2:  | Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel nach Stadtbezirken .....       | 63  |
| Karte 3:  | Nahversorgungssituation in Braunschweig.....                          | 66  |
| Karte 4:  | Nahversorgungsanteile nach Stadtbezirken.....                         | 67  |
| Karte 5:  | Änderungen Zentrenhierarchie .....                                    | 91  |
| Karte 6:  | Zentrenhierarchie 2021.....   | 92  |
| Karte 7:  | Nahversorgungsstützpunkte 2021 .....                                  | 94  |
| Karte 8:  | Änderungen Entwicklungsschwerpunkte und Solitärstandorte .....        | 96  |
| Karte 9:  | Entwicklungsschwerpunkte 2021 .....                                   | 97  |
| Karte 10: | Zentren- und Standortsystem 2021 .....                                | 99  |
| Karte 11: | Stadtbezirk Mitte .....   | 120 |
| Karte 12: | Hauptgeschäftsbereich City .....                                      | 123 |
| Karte 13: | Hauptgeschäftsbereich City - Stärken.....                             | 126 |
| Karte 14: | Hauptgeschäftsbereich City - Schwächen .....                          | 128 |
| Karte 15: | Hauptgeschäftsbereich City - Empfehlungen.....                        | 131 |
| Karte 16: | Nahversorgungsstützpunkt Bebelhof, Borsigstraße .....                 | 133 |
| Karte 17: | Sonderstandort BraWoPark.....   | 135 |
| Karte 18: | Nahversorgungssituation im Bezirk Innenstadt .....                    | 137 |
| Karte 19: | Nahversorgungssituation im Bezirk Viewegsgarten-Bebelhof .....        | 139 |
| Karte 20: | Stadtbezirk Wabe- Schunter-Beberbach .....                            | 141 |
| Karte 21: | Nahversorgungszentrum Querum, Westfalenplatz.....                     | 144 |
| Karte 22: | Nahversorgungsstützpunkt Bevenrode, Grasseler Straße.....             | 146 |
| Karte 23: | Nahversorgungsstützpunkt Bienrode, Waggumer Straße.....               | 147 |
| Karte 24: | Nahversorgungsstützpunkt Gliesmarode, Bevenroder Straße .....         | 148 |
| Karte 25: | Nahversorgungsstützpunkt Waggum, Bienroder Straße .....               | 149 |
| Karte 26: | Nahversorgungssituation im Bezirk Wabe-Schunter-Beberbach.....        | 151 |
| Karte 27: | Stadtbezirk Hondelage-Volkmarode .....                                | 153 |
| Karte 28: | Nahversorgungsstützpunkt Dibbesdorf, Alte Schulstraße .....           | 155 |
| Karte 29: | Nahversorgungsstützpunkt Hondelage, Troppastraße .....                | 156 |
| Karte 30: | Nahversorgungsstützpunkt Volkmarode, Ziegelwiese.....                 | 157 |
| Karte 31: | Nahversorgungssituation im Bezirk Hondelage .....                     | 159 |
| Karte 32: | Nahversorgungssituation im Bezirk Volkmarode .....                    | 161 |
| Karte 33: | Stadtbezirk Östliches Ringgebiet.....                                 | 163 |
| Karte 34: | Stadtteilzentrum Altewiekring/ Kastanienallee .....                   | 166 |
| Karte 35: | Stadtteilzentrum Wilhelm-Bode-Straße/ Gliesmaroder Straße .....       | 169 |
| Karte 36: | Nahversorgungszentrum Altewiekring/ Jasperallee.....                  | 172 |
| Karte 37: | Nahversorgungssituation im Bezirk Östliches Ringgebiet.....           | 175 |
| Karte 38: | Stadtbezirk Süd.....  | 177 |
| Karte 39: | Stadtteilzentrum Heidberg, Erfurtplatz.....                           | 180 |
| Karte 40: | Nahversorgungszentrum Leipziger Straße, Stöckheimer Markt.....        | 183 |
| Karte 41: | Nahversorgung Melverode, Görnitzstraße.....                           | 186 |
| Karte 42: | Nahversorgungsstützpunkt Stöckheim, Siekgraben.....                   | 188 |
| Karte 43: | Entwicklungsschwerpunkt Stöckheim .....                               | 190 |



|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| Karte 44: | Nahversorgungssituation im Bezirk Heidberg-Melverode .....          | 192 |
| Karte 45: | Nahversorgungssituation im Bezirk Stöckheim-Leiferde.....           | 194 |
| Karte 46: | Stadtbezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode .....                      | 196 |
| Karte 47: | Nahversorgungszentrum Südstadt, Welfenplatz .....                   | 199 |
| Karte 48: | Nahversorgungsstützpunkt Mascherode, Alte Kirchstraße.....          | 201 |
| Karte 49: | Nahversorgungsstützpunkt Rautheim, Margarete-Steiff-Straße .....    | 202 |
| Karte 50: | Nahversorgungsstützpunkt Rautheim, Zum Ackerberg.....               | 203 |
| Karte 51: | Nahversorgungssituation im Bezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode .... | 205 |
| Karte 52: | Stadtbezirk Weststadt .....   | 207 |
| Karte 53: | Stadtteilzentrum Weststadt, Zentrum Elbestraße .....                | 210 |
| Karte 54: | Nahversorgungszentrum Weststadt, Lichtenberger Straße, Isarstraße . | 213 |
| Karte 55: | Nahversorgungszentrum Weststadt, Donaustraße/ Münchenstraße .....   | 216 |
| Karte 56: | Nahversorgungssituation im Bezirk Weststadt .....                   | 219 |
| Karte 57: | Stadtbezirk Südwest.....  | 221 |
| Karte 58: | Nahversorgungszentrum Broitzem, Kruckweg .....                      | 224 |
| Karte 59: | Nahversorgungszentrum Rüningen, Thiedestraße .....                  | 227 |
| Karte 60: | Nahversorgungssituation im Bezirk Broitzem.....                     | 230 |
| Karte 61: | Nahversorgungssituation im Bezirk Rüningen .....                    | 232 |
| Karte 62: | Nahversorgungssituation im Bezirk Timmerlah-Geitelde-Stiddien ..... | 234 |
| Karte 63: | Stadtbezirk Westliches Ringgebiet .....                             | 236 |
| Karte 64: | Stadtteilzentrum Celler Straße/ Weisses Ross .....                  | 239 |
| Karte 65: | Nahversorgungsstützpunkt Westliches Ringgebiet, Juliusstraße .....  | 241 |
| Karte 66: | Entwicklungsschwerpunkt Frankfurter Straße .....                    | 243 |
| Karte 67: | Entwicklungsschwerpunkt Otto-von-Guericke-Straße .....              | 245 |
| Karte 68: | Entwicklungsschwerpunkt Varrentrappstraße.....                      | 247 |
| Karte 69: | Nahversorgungssituation im Bezirk Westliches Ringgebiet .....       | 249 |
| Karte 70: | Stadtbezirk Lehndorf-Watenbüttel .....                              | 251 |
| Karte 71: | Stadtteilzentrum Watenbüttel, Celler Heerstraße.....                | 254 |
| Karte 72: | Nahversorgungszentrum Kanzlerfeld, David-Mansfeld Weg .....         | 257 |
| Karte 73: | Nahversorgungszentrum Lehndorf, Saarplatz .....                     | 260 |
| Karte 74: | Nahversorgungsstützpunkt Lamme, Lammer Heide .....                  | 262 |
| Karte 75: | Nahversorgungssituation im Bezirk Lehndorf-Watenbüttel.....         | 264 |
| Karte 76: | Stadtbezirk Nördliche Schunter-/ Okeraue.....                       | 266 |
| Karte 77: | Stadtteilzentrum Wenden, Hauptstraße .....                          | 269 |
| Karte 78: | Nahversorgungsstützpunkt Veltenhof, Sandhofenstraße .....           | 271 |
| Karte 79: | Entwicklungsschwerpunkt Hansestraße .....                           | 273 |
| Karte 80: | Entwicklungsschwerpunkt Wendebrück.....                             | 275 |
| Karte 81: | ehemaliges Nahversorgungszentrum Rühme, Am Denkmal.....             | 277 |
| Karte 82: | Nahversorgungssituation im Bezirk Veltenhof-Rühme .....             | 279 |
| Karte 83: | Nahversorgungssituation im Bezirk Wenden-Thune-Harxbüttel.....      | 281 |
| Karte 84: | Stadtbezirk Nordstadt-Schunteraue .....                             | 283 |
| Karte 85: | Nahversorgungszentrum Siegfriedviertel/ Nibelungenplatz .....       | 286 |
| Karte 86: | Nahversorgungsstützpunkt Kralenriede, Bienroder Weg.....            | 288 |
| Karte 87: | Nahversorgungsstützpunkt Nordbahnhof, Hamburger Straße .....        | 289 |
| Karte 88: | Nahversorgungsstützpunkt Schwarzer Berg, Am Schwarzen Berge .....   | 291 |



|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| Karte 89: | Nahversorgungsstützpunkt Siegfriedviertel, Bienroder Weg .....                           | 292 |
| Karte 90: | ehemaliges Nahversorgungszentrum Nördliches Ringgebiet,<br>Wendenring/ Lampestraße ..... | 293 |
| Karte 91: | Nahversorgungssituation im Bezirk Nordstadt .....  | 295 |
| Karte 92: | Nahversorgungssituation im Bezirk Schunteraue .....                                      | 297 |

## FOTOVERZEICHNIS:

|          |  |     |
|----------|--|-----|
| Foto 1:  | Einzelhandel Schuhstraße .....             | 124 |
| Foto 2:  | Altstadtmarkt .....                        | 124 |
| Foto 3:  | Bekleidungshaus .....                      | 124 |
| Foto 4:  | Wochenmarkt .....                          | 124 |
| Foto 5:  | Leerstände Welfenhof .....                 | 127 |
| Foto 6:  | Rückseite Galeria Karstadt .....           | 127 |
| Foto 7:  | Lebensmitteldiscounter .....               | 145 |
| Foto 8:  | Westfalenplatz .....                       | 145 |
| Foto 9:  | Lebensmitteldiscounter .....               | 167 |
| Foto 10: | kleinteiliges Angebot Kastanienallee ..... | 167 |
| Foto 11: | Fachgeschäft Gliesmaroder Straße .....     | 170 |
| Foto 12: | Fachgeschäft Wilhelm-Bode-Straße .....     | 170 |
| Foto 13: | Bäckerei/ Fachgeschäfte .....              | 173 |
| Foto 14: | Supermarkt Wiesenstraße .....              | 173 |
| Foto 15: | Drogeriemarkt .....                        | 181 |
| Foto 16: | Lebensmitteldiscounter .....               | 181 |
| Foto 17: | Stöckheimer Markt .....                    | 184 |
| Foto 18: | Ladenzeile Leipziger Straße .....          | 184 |
| Foto 19: | Supermarkt .....                           | 187 |
| Foto 20: | ergänzende Nutzungen .....                 | 187 |
| Foto 21: | Supermarkt .....                           | 200 |
| Foto 22: | historische Bebauung .....                 | 200 |
| Foto 23: | Lebensmittelbetriebe .....                 | 211 |
| Foto 24: | Einkaufszentrum Elbestraße .....           | 211 |
| Foto 25: | Supermarkt Lichtenberger Straße .....      | 214 |
| Foto 26: | kleinteilige Nutzungen Isarstraße .....    | 214 |
| Foto 27: | Lebensmitteldiscounter .....               | 217 |
| Foto 28: | Ladenzeile Donaustraße .....               | 217 |
| Foto 29: | Supermarkt .....                           | 225 |
| Foto 30: | gestalteter Platzbereich .....             | 225 |
| Foto 31: | Lebensmitteldiscounter .....               | 228 |
| Foto 32: | ungestalteter Straßenraum .....            | 228 |
| Foto 33: | Einkaufszentrum Weisses Ross .....         | 240 |
| Foto 34: | Supermarkt Celler Straße .....             | 240 |
| Foto 35: | Fachgeschäfte Celler Heerstraße .....      | 255 |
| Foto 36: | Grasplatz .....                            | 255 |
| Foto 37: | Supermarkt .....                           | 258 |



|          |   |     |
|----------|---|-----|
| Foto 38: | Parkplatz Supermarkt .....                | 258 |
| Foto 39: | Supermarkt .....                          | 261 |
| Foto 40: | Fachgeschäfte Saarplatz.....              | 261 |
| Foto 41: | Supermarkt .....                          | 270 |
| Foto 42: | kleinteilige Nutzung(en) Hauptstraße..... | 270 |
| Foto 43: | kleinteilige Nutzungen.....               | 287 |
| Foto 44: | moderne Platzgestaltung .....             | 287 |







## ZUSAMMENFASSUNG

Zentren sind die Visitenkarten der Städte und Gemeinden. Sie sind Treffpunkte und Orte der Begegnung für Bewohner, Kunden und Besucher und übernehmen dabei wichtige Identifikationsfunktionen. Urbanität, städtebauliche Dichte, vielfältige Funktionen wie Versorgung, Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit, Kultur, Arbeiten und Wohnen sind bestimmende Faktoren. Trotz gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Veränderungsprozesse prägt der Einzelhandel weiterhin maßgeblich das Erscheinungsbild der Zentren und sorgt als Anziehungspunkt für Attraktivität. Zentren- und Einzelhandelskonzepte sind dabei ein wichtiges Instrument zur Erhaltung und Entwicklung eines vielfältigen und attraktiven Einzelhandelsangebotes. Durch klare Ziele und Grundsätze für die Ansiedlung von Betrieben an dafür geeigneten Standorten können städtebauliche Fehlentwicklungen verhindert werden. Die Konzepte treffen Aussagen zum Umgang mit Ansiedlungsanfragen für Politik und Verwaltung. Sie bieten Planungssicherheit für Investitionsentscheidungen des Einzelhandels und weiterer Akteure wie Immobilien- und Grundstückseigentümerinnen und -eigentümer. Durch Einzelhandelskonzepte wird der Bedeutung der innerstädtischen Zentren und der Leitfunktion des Einzelhandels für diese entsprechendes Gewicht beigemessen.

Die Stadt Braunschweig verfolgt mit dem Zentrenkonzept Einzelhandel seit vielen Jahren eine strategische räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Auf Grund zurückliegender, aktueller und perspektivischer Entwicklungen in der Handelslandschaft, vergangener und absehbarer Änderungen im Verbraucherverhalten sowie auch zwischenzeitlicher Neuerungen des planungsrechtlichen Rahmens war eine Aktualisierung des Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2010 erforderlich.

Im Folgenden sind die wesentlichen Untersuchungsergebnisse und konzeptionellen Bausteine zusammenfassend dargestellt.

### Bestandsanalyse

Die Grundlage für das Zentrenkonzept Einzelhandel bildet eine umfassende Bestandsanalyse des Einzelhandelsangebotes im gesamten Stadtgebiet mit einer Erhebung sämtlicher Einzelhandelsbetriebe. Die städtebaulich-funktionale Analyse der Braunschweiger City sowie der Stadtteil- und Nahversorgungszentren mit zusätzlich



einhergehender Erfassung der Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe bildet die Grundlage für die Überprüfung der Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche, die als wichtiger konzeptioneller Baustein die städtebaulich begründete, räumliche Einzelhandelsentwicklung und somit den Ausschluss von Einzelhandel an anderer Stelle ermöglicht.

In die Bestandsanalyse sind auch die Ergebnisse aus **Expertengesprächen** mit Händlerinnen und Händlern und weiteren wichtigen Akteuren aus Braunschweig eingeflossen.

### **Wesentliche Analyseergebnisse**

Im gesamten Stadtgebiet wurden 1.373 **Einzelhandelsbetriebe** mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rd. 521.300 m<sup>2</sup> erfasst. Im Vergleich zu einer Bestandserhebung von 2009 zeigt sich bei einem deutlichen Rückgang der Betriebszahl um rd. 20% und einem Anstieg der Verkaufsfläche um rd. 8% eine dem bundesweiten Trend entsprechende Entwicklung ab. Diese kann auf die Ansiedlung vor allem großer Betriebe zurückgeführt werden.

Fast 60% der Einzelhandelsbetriebe befanden sich zum Zeitpunkt der Erhebung in der City und den Stadtteil- und Nahversorgungszentren. Gemessen an der Verkaufsfläche ist der Anteil in den Zentren jedoch deutlich geringer, da sich insbesondere große Betriebe an Standorten außerhalb der Zentren befinden. Ein erheblicher Teil der Verkaufsflächen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel befindet sich an nicht integrierten Standorten außerhalb der Zentren und ohne unmittelbaren Bezug zur Wohnbebauung. Entsprechende Betriebe tragen nur eingeschränkt zur wohnungsnahen Grundversorgung bei. Auch die Verkaufsflächen- und Umsatzanteile zentrenrelevanter beziehungsweise innenstadtrelevanter Sortimente befinden sich zu einem erheblichen Teil an nicht integrierten Standorten. Die City befindet sich damit - zusätzlich zum Wettbewerb mit dem Online-Handel - in einer Konkurrenzsituation zu diesen Standorten.

In der Braunschweiger City sowie auch in den Stadtteil und Nahversorgungszentren sind vergleichsweise hohe **Leerstandsanteile** zu verzeichnen. Diese sind in den letzten Jahren deutlich gewachsen. Inwieweit die Auswirkungen der Beschränkungen für den Einzelhandel durch die im Rahmen der Bekämpfung der Corona-Pandemie



getroffenen Maßnahmen zu einem weiteren Anstieg der Leerstände führen werden lässt sich noch nicht beantworten.

Bei alleiniger Berücksichtigung der auf den stationären Einzelhandel bezogenen Kaufkraft ist festzustellen, dass sowohl im Bereich der zentrenrelevanten als auch der nicht zentrenrelevanten Sortimente überwiegend erhebliche **Kaufkraftzuflüsse** von außerhalb zu verzeichnen sind. In vielen Sortimenten versorgt der Braunschweiger Einzelhandel neben der eigenen Bevölkerung die gleiche Anzahl an Einwohnern aus dem Umland mit. Braunschweig nimmt damit ihre Versorgungsfunktion als Oberzentrum in deutlichem Maße wahr.

Die Untersuchung der **Nahversorgungssituation** im Rahmen der räumlichen Analyse des Einzelhandelsangebotes zeigt, dass sich ein vergleichsweise großer Teil der Bevölkerung in Braunschweig (mehr als drei Viertel) durch fußläufig erreichbare Lebensmittelangebote in den Zentren sowie im Wohnumfeld und an den Nahversorgungsstützpunkten versorgen kann. Insbesondere in den peripher gelegenen Teilen der Stadt bestehen auf Grund der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten jedoch Versorgungslücken.

### **Prognose des Verkaufsflächenspielraumes**

Im Hinblick auf die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit der Zentren in Braunschweig wurde zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes eine Verkaufsflächenprognose bis 2030 durchgeführt. Neben den aktuellen und absehbaren Trends im Einzelhandel sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung wesentliche Eingangsgrößen. Verschiedene Prognoseszenarien ermöglichen als Ergebnis einen Entwicklungskorridor, der die Prognoseunsicherheiten reduziert.

Unter der Annahme einer möglichen Steigerung der Kaufkraftbindung sind, differenziert nach Sortimentsbereichen, die mit Abstand größten Entwicklungsspielräume in den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen Möbel sowie Bau- und Gartenmarkt zu verzeichnen. Bei Berücksichtigung der in der Regel bei neuen Möbelhäusern und Baumärkten realisierten Verkaufsflächen stellt dieser Spielraum jedoch nur eine begrenzte Entwicklungsmöglichkeit dar. Deutliche Entwicklungsspielräume sind zudem für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und



Genussmittel und Drogerie und Parfümerie festzustellen. In den meisten Sortimenten liegt jedoch nur ein geringer Spielraum vor. Für den Sortimentsbereich Bekleidung und Zubehör, der eine Leitfunktion in den Innenstädten wahrnimmt, wurde unter anderem wegen der stark zunehmenden Bedeutung des Online-Handels ein negativer Entwicklungsspielraum und somit ein Abschmelzen der Verkaufsfläche prognostiziert.

In Anbetracht der im Zuge der Corona-Pandemie in besonderem Maße an den Online-Handel verlorenen Kaufkraft erscheint jedoch für viele Branchen und Sortimente eine Entwicklung unter Annahme einer geringeren Kaufkraftbindung realistischer. Nach diesem Prognoseszenario ergibt sich insgesamt ein negativer Entwicklungsspielraum, der absolut betrachtet besonders im Sortimentsbereich Bekleidung und Zubehör erheblich ausfällt. Signifikante Entwicklungsspielräume sind nur in den Sortimentsbereichen Möbel sowie Bau- und Gartenmarkt zu verzeichnen.

Auf Grund des letztlich in allen Prognoseszenarien insgesamt geringen Verkaufsflächenentwicklungsspielraumes ist es entscheidend, dass Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben nur an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen.

### **Zielkatalog**

Auf Grundlage der Analyseergebnisse und einer Stärken-Schwächenanalyse der City sowie der Stadtteil- und Nahversorgungszentren wurde aufbauend auf den Zielen des bestehenden Zentrenkonzeptes ein **Zielkatalog** entwickelt. Mit dem vorrangigen Ziel der *Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt im zentralen Versorgungsbereich City und auch in den sonstigen Zentren* dient dieser als Grundlage für die künftige Einzelhandelsentwicklung und stellt die Basis für das planungsrechtliche Konzept dar.

### **Konzeptbausteine zur Stärkung des Einzelhandels in Braunschweig**

Als Basis für die räumliche Steuerung von Einzelhandelsvorhaben wurde auf der Grundlage der bestehenden Sortimentsliste, der räumlichen Verteilung des Angebotes in Braunschweig und allgemeiner Kriterien sowie unter Berücksichtigung regionaler und landesweiter Listen eine **Sortimentsliste für Braunschweig** erarbeitet.



Diese unterscheidet nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

In Braunschweig besteht ein Netz aus zahlreichen Versorgungsstandorten mit unterschiedlichen Versorgungsaufgaben. Es handelt sich um ein hierarchisch gegliedertes System zentraler Versorgungsbereiche mit der City sowie den Stadtteil- und Nahversorgungszentren. Diese werden ergänzt durch Nahversorgungsstützpunkte (Lebensmittelbetriebe) und Entwicklungsschwerpunkte für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Die bisherige **Standortstruktur** wurde unter Berücksichtigung der Analyseergebnisse und unter städtebaulich-funktionalen Aspekten überprüft und angepasst. Einzelne Zentren erfüllen auf Grund der aktuellen Rechtsprechung nicht mehr die Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche. Diese werden gegebenenfalls als Nahversorgungsstützpunkte eingestuft oder entfallen. Dies betrifft auch den bisherigen City-Ergänzungsbereich. Im Hinblick auf eine kompakte City mit einer möglichst hohen funktionalen Dichte und einer hohen Passantenfrequenz wird nur der bisherige Hauptgeschäftsbereich City mit einer geringfügig veränderten Abgrenzung als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.

Um die Ziele zu erreichen wurden als Strategie für künftige Einzelhandelsansiedlungen **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** aufgestellt. Diese zeigen auf, welche Vorhaben zukünftig an welchen Standorten ermöglicht werden sollen. Es erfolgt eine Differenzierung nach der Zentrenrelevanz des Kernsortimentes eines Vorhabens und dessen Dimensionierung. Die Steuerungsgrundsätze sind zusammenfassend im Sinne eines Standortkataloges dargestellt, der eine schnelle grundsätzliche Bewertung von Planvorhaben ermöglicht.

### **Zentrale Versorgungsbereiche**

Der Schwerpunkt der künftigen Einzelhandelsentwicklung soll auf dem **zentralen Versorgungsbereich City sowie den Stadtteil- und Nahversorgungszentren** liegen. Entsprechend den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung sollen zentren- beziehungsweise innenstadtrelevante Sortimente vorrangig im zentralen Versorgungsbereich City angesiedelt werden. Zur Sicherstellung einer flächendeckenden Versorgung können zentrenrelevante Sortimente auch in den Stadtteilzen-



tren zugelassen werden. In den Nahversorgungszentren soll das Angebot insbesondere nahversorgungsrelevante Sortimente umfassen.



## 1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Braunschweig mit mehr als 250.000 Einwohnerinnen und Einwohnern beabsichtigt die Neuaufstellung des Flächennutzungsplans. Dabei soll das vorliegende Zentrenkonzept Einzelhandel der Stadt Braunschweig eine wichtige Grundlage bilden. Das Zentrenkonzept aus dem Jahr 2010<sup>1</sup> bedurfte insbesondere auf Grund

- neuer und perspektivischer Entwicklungen in der Handelslandschaft,
  - vergangener und absehbarer zukünftiger Änderungen im Verbraucherverhalten sowie auch
  - zwischenzeitlicher Neuerungen des planungsrechtlichen Rahmens
- einer Aktualisierung, um auch zukünftig die Einzelhandelsentwicklung in Braunschweig gezielt steuern zu können.

Die Hauptziele des bisherigen Zentrenkonzeptes Einzelhandel waren

- die Stärkung der Innenstadt und die Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion;
- die Erhaltung und der Ausbau der Funktionsfähigkeit der örtlichen (Nah-)Versorgungszentren;
- die zielgerichtete Steuerung der Entwicklungsschwerpunkte/ Standorte für den großflächigen zentrenverträglichen, das heißt nicht zentrenrelevanten Einzelhandel.

Auf diesen Zielen basierten die wesentlichen Grundsätze

- Einzelhandel nur innerhalb der Zentren anzusiedeln und
- keinen zentrenrelevanten Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten zuzulassen.

Die oben genannten Ziele und Grundsätze wurden im Hinblick auf die zukünftige erfolgreiche Handelsentwicklung in der Stadt evaluiert. Aktuelle Versorgungsstrategien und die Zukunftsfähigkeit verschiedener Raumkategorien, das heißt Standorttypen und Standortbereiche, wurden überprüft und Handlungsempfehlungen für die strategische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung abgeleitet. **Zentrales Anliegen ist es, die räumlich-funktionale Steuerung des Einzelhandels in der Stadt**

---

<sup>1</sup> Zentrenkonzept Einzelhandel 2009 Stadt Braunschweig mit der Ergänzung Zentrenkonzept Einzelhandel - Standortkonzept Zentrale Versorgungsbereiche 2010.



**Braunschweig für die zukünftigen Herausforderungen nach transparenten städtebaulich begründeten Kriterien zu gewährleisten.**

Ein wesentlicher Aspekt der Aktualisierung des Zentrenkonzeptes Einzelhandel liegt zudem in einer übersichtlichen und einfach zu erfassenden Entwicklungsstrategie für den Einzelhandel in der Stadt Braunschweig. Demzufolge wurden die Einzelbestandteile des bisher gültigen Konzeptes in einem neuen Gesamtkonzept zusammengeführt.

Die Aktualisierung des Zentrenkonzeptes Einzelhandel erfolgte in enger Abstimmung sowohl mit der Stadt Braunschweig als auch mit dem Expertenkreis Einzelhandel, in dem - neben Mitgliedern der Verwaltung - der Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig, der Handelsverband Harz-Heide, die IHK Braunschweig und der Regionalverband Großraum Braunschweig vertreten sind (vgl. dazu Kap. 7).





## **2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN**

Einleitend werden zunächst die Rahmendaten der Stadt Braunschweig dargelegt. Dazu zählen die Beschreibung der Lage im Raum, die Bevölkerungsstruktur sowie die Bevölkerungsentwicklung. Zudem erfolgt eine Beschreibung von vergangenen und in der Tendenz absehbaren allgemeinen Trends der Einzelhandelsentwicklung unter planerischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten.

Die Analyse der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung ist bedeutsam, da an ihr die Folgen einer Genehmigung von Einzelhandel am "falschen Standort" ablesbar sind. Übertragen auf die Stadt Braunschweig bedeutet dies, dass es einen Teil der Handelsentwicklung gibt, der nicht durch planerische Konzepte steuerbar ist und sein soll, zum Beispiel die Betriebstypenentwicklung. Der steuerbare Bereich der Einzelhandelsentwicklung betrifft die Größenentwicklung und Standortbereitstellung. Eine Minimierung der negativen Folgen der Einzelhandelsentwicklung ist möglich, wenn diese nur an den städtebaulich für richtig befundenen Standorten stattfindet. Für diese - städtebaulich begründete - räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung gibt es rechtlich zentrale Voraussetzungen, die in Kapitel 2.3 erörtert werden.

### **2.1 RAHMENINFORMATIONEN ZUM EINZELHANDELSSTANDORT BRAUNSCHWEIG**

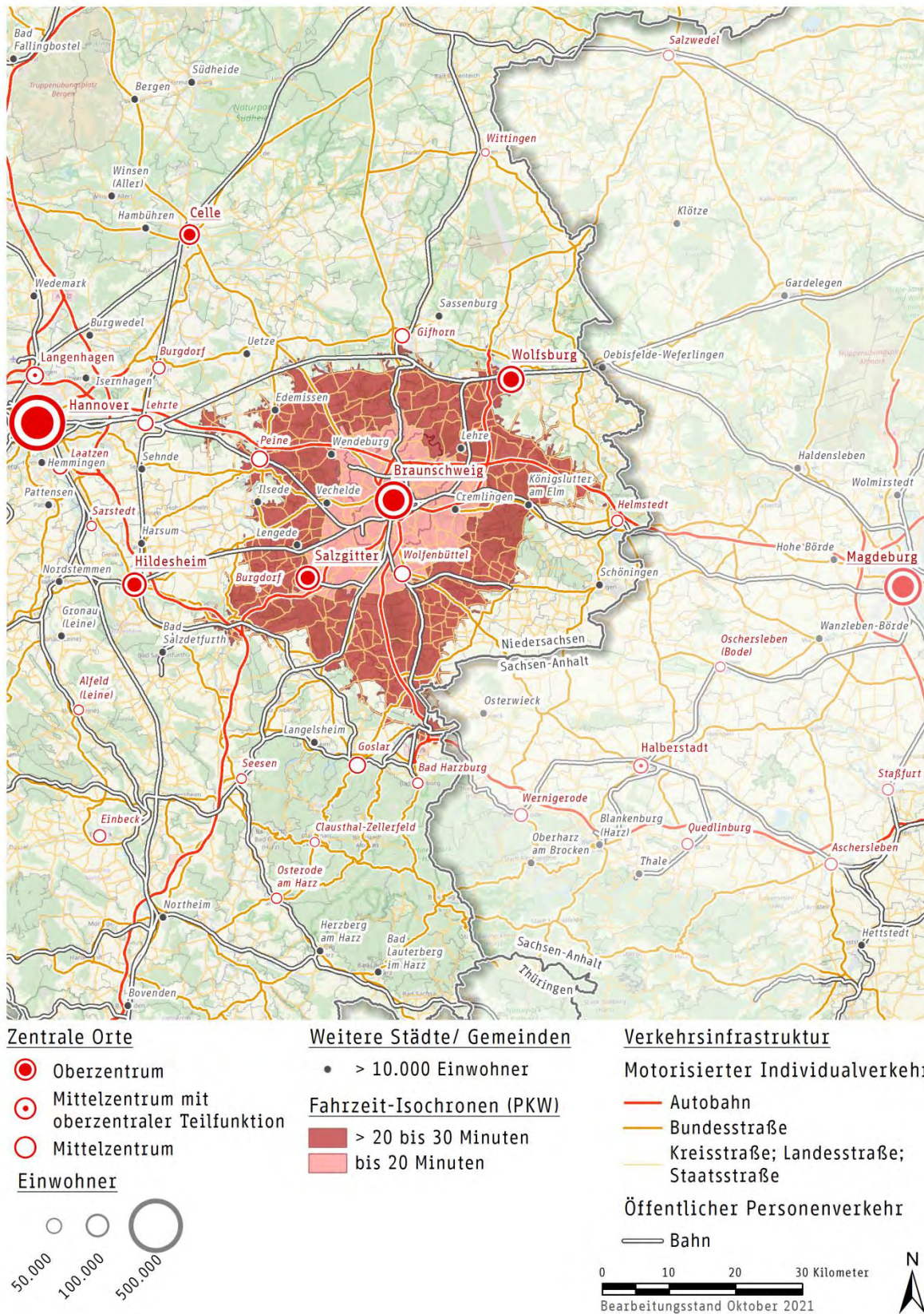
Die kreisfreie Stadt Braunschweig, im Südosten des Landes Niedersachsen gelegen, stellt mit rd. 250.500 Einwohnerinnen und Einwohnern<sup>2</sup> nach der Landeshauptstadt Hannover die zweitgrößte Stadt des Bundeslandes dar und ist Teil der Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen-Wolfsburg. Im Regionalen Raumordnungsprogramm für den Großraum Braunschweig ist die Stadt als Oberzentrum<sup>3</sup> eingestuft. Braunschweig gliedert sich in 12 Stadtbezirke<sup>4</sup> und insgesamt in 74 statistische Bezirke.

---

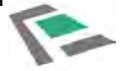
<sup>2</sup> Vgl. Melderegister der Stadt Braunschweig, Stand: 31.12.2020

<sup>3</sup> Vgl. Regionales Raumordnungsprogramm für den Großraum Braunschweig 2008.

<sup>4</sup> Seit November 2021 12 Stadtbezirke. Die Analyse der Nahversorgungssituation ist auf den bisherigen 19 Stadtbezirken erfolgt.

**Karte 1: Lage Stadt Braunschweig im Raum und schematischer Einzugsbereich**


Quelle: eigene Darstellung/ Berechnung; Kartengrundlage © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



In der vorstehender Karte 1 sind das Oberzentrum Braunschweig und weitere Zentrale Orte im Umfeld der Stadt, die verkehrliche Anbindung sowie ein schematischer Einzugsbereich anhand von Pkw-Isochronen dargestellt.

Insbesondere über die Bundesautobahn A 2, welche die Stadt Braunschweig mit den Großstädten Magdeburg und Hannover verbindet, sowie die A 39, A 391 und A 36 ist die Stadt Braunschweig sehr gut an das weitere Umland angeschlossen beziehungsweise ist Braunschweig für das Umland erreichbar. Zudem führen noch drei Bundesstraßen durch das Stadtgebiet. Weiterhin ist Braunschweig an den Regional- und Fernverkehr der Bahn angebunden. Es bestehen insbesondere Fernverkehrsverbindungen nach Berlin, Köln, Frankfurt, Basel oder Leipzig. Verschiedene Fernbuslinien zu diversen Zielen im gesamten Bundesgebiet ergänzen dieses Angebot. Der regionale Bahnverkehr verbindet Braunschweig mit weiteren Städten in der Region wie zum Beispiel Hannover, Bielefeld, Gifhorn, Goslar, Helmstedt, Hildesheim, Salzgitter oder Wolfsburg.

### **Einzugsgebiet**

Innerhalb einer Fahrzeit von 20 Minuten mit dem Pkw (gemessen aus der Braunschweiger Innenstadt) leben im Umfeld von Braunschweig rd. 400.000 Einwohner; innerhalb einer Fahrzeit von 30 Minuten erweitert sich das Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 725.000 Einwohner. Dieses (schematische) Einzugsgebiet umfasst dabei unter anderem die Städte Salzgitter, Wolfenbüttel, Peine, Teile der Stadt Wolfsburg und reicht zum Teil bis Hannover und Sachsen-Anhalt. Dieses Einzugsgebiet wurde im Rahmen von Expertengesprächen mit ausgewählten Händlern großer Einzelhandelsbetriebe und weiteren wichtigen Akteuren, zum Beispiel Vertreter des Arbeitsausschusses Innenstadt, aus Braunschweig bestätigt (vgl. Kap. 3.2.3).

### **Einwohnerstruktur und -entwicklung**

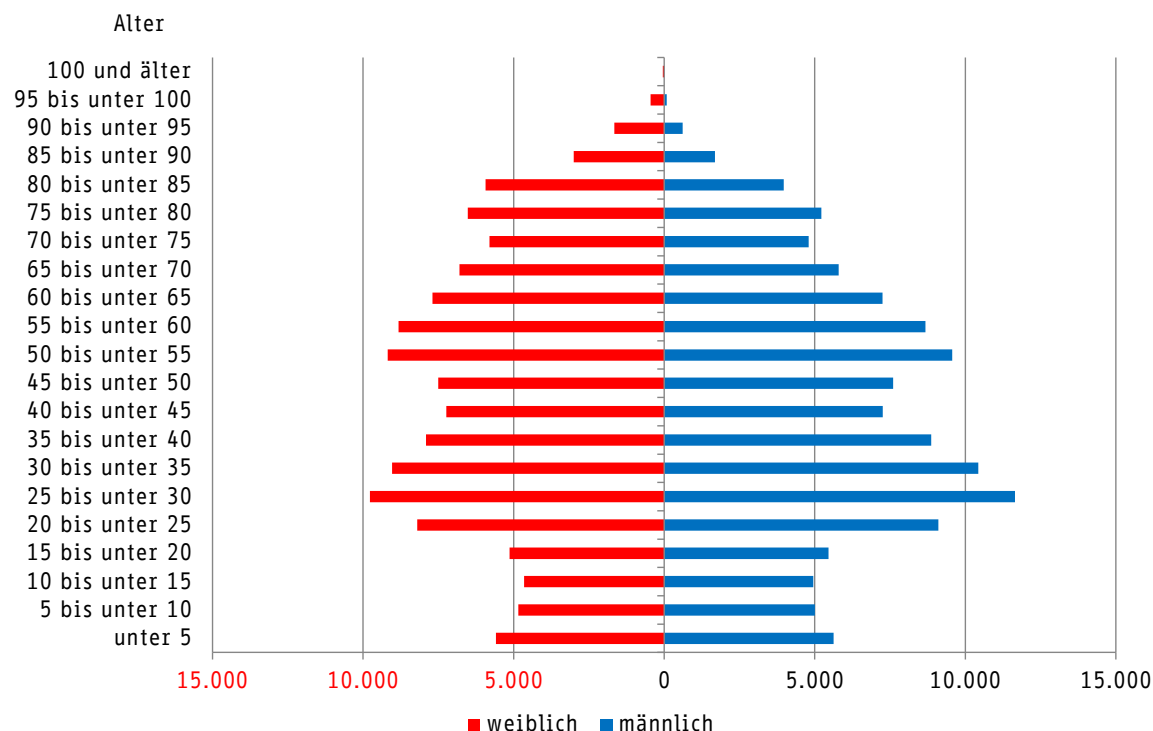
In Abb. 1 ist die Bevölkerungsstruktur in der Stadt Braunschweig nach Altersgruppen und Geschlecht dargestellt. Ein erheblicher Anteil der Bevölkerung entfällt demnach auf die Altersgruppen der 25- bis 35-Jährigen sowie der 50- bis 60-Jährigen. Der große Anteil in den jüngeren Altersgruppen ist verglichen mit dem Bundesdurchschnitt als auffällig zu bezeichnen. Im Bundesdurchschnitt überwiegen seit Jahren die höheren Altersgruppen der über 50- beziehungsweise über 60-Jährigen.





Der relativ hohe Anteil der 20- bis 25-Jährigen verdeutlicht die Bedeutung von Braunschweig als Ausbildungsort und Universitätsstadt.

**Abb. 1: Bevölkerungsstruktur - nach Altersgruppen**

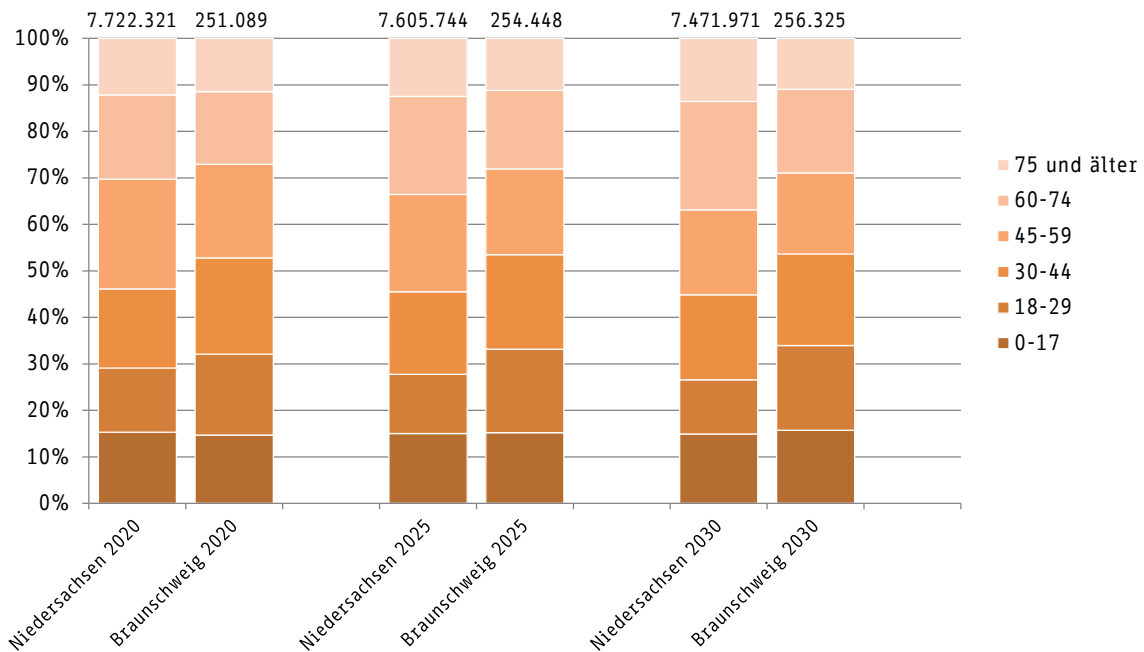


Quelle: Stadt Braunschweig, Referat Stadtentwicklung und Statistik, 2020, Stand: 31.12.2019

Entgegen der Prognosen für das Land Niedersachsen insgesamt wird für die Stadt Braunschweig mit einem Anstieg der Bevölkerungszahlen in den nächsten Jahren gerechnet (vgl. Abb. 2). Dabei bleibt die Altersstruktur in Braunschweig relativ konstant, wohingegen für das Land Niedersachsen ein Anstieg in der Altersgruppe der 60- bis 74-Jährigen erwartet wird.



**Abb. 2: Perspektivische Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen**



Quelle: NBank, Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN), Statistik der Bundesagentur für Arbeit (BA), Oberer Gutachterausschuss für Grundstückswerte in Niedersachsen (OGA), CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH, RegioKontext GmbH, F+B GmbH, GfK GeoMarketing

## 2.2 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt beziehungsweise Gemeinde (unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion) betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung, insbesondere mit Lebensmitteln.

Neben dieser eigentlichen Aufgabe des Einzelhandels erzeugt beziehungsweise fördert dieser städtische Bedingungen wie Dichte, Frequenz und Mischung. Eine lebendige Innenstadt, ein lebendiges Ortszentrum oder auch Stadtteil- und Ortsteilzentren (im Weiteren Zentren) mit einem vielfältigen Angebot sind ohne Einzelhandel kaum vorstellbar<sup>5</sup>. Durch die von den Städten und Gemeinden (als Träger der Planungshoheit) unter dem Druck der Handelskonzerne ermöglichte beziehungsweise nicht verhinderte Entwicklung von Einzelhandelsstandorten außerhalb der Zentren, wurde diesen jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

<sup>5</sup> Das zeigen auch Passantenbefragungen des Büros Dr. Acocella (über 60.000 befragte Passanten in mehr als 60 Städten unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung): Einkaufen und Bummeln werden regelmäßig als häufigste Motive für den Besuch einer Innenstadt/ eines Stadtteilzentrums genannt. Dies hat sich auch bei den in jüngerer Zeit durchgeführten Passantenbefragungen nicht geändert.



Zusätzlich nahm der Druck auf den traditionellen innerstädtischen Einzelhandel durch den Bedeutungszuwachs des Versandhandels (Online-Handel) in den letzten Jahren erheblich zu. Aktuell erzeugen die Auswirkungen der Corona-Pandemie zusätzliche Probleme für den stationären Einzelhandel. Diese Auswirkungen sind bis heute nicht abschließend absehbar.

In der Vergangenheit kam es zu einer Entwertung der in den Zentren vorhandenen infrastrukturellen Einrichtungen. Darüber hinaus entwickelten sich durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen im Außenbereich der Gemeinden und Städte zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung).

**Um die zentrenprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung zu sichern - bedarf es deshalb auch in Braunschweig der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.**

### **2.2.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung**

Die Entwicklung des Einzelhandels wird zum einen durch handelsendogene Faktoren, also durch das Verhalten der Anbieter/ des Handels, zum anderen durch handelsexogene Faktoren, also durch das Verhalten der Kundinnen und Kunden, bestimmt.

#### **Handelsendogene Faktoren**

Veränderungen auf Anbieterseite (handelsendogene Faktoren) betreffen vor allem die Konzeption von Betriebstypen (zum Beispiel Supermarkt, Discounter, SB-Warenhaus, Textildiscounter, Direktvermarkter, Unverpackt-Läden), die Standortdynamik oder die Sortimentspolitik der unterschiedlichen Anbieter:

- **Betriebsformen:** Es kommt zu einer stetigen Veränderung bei den Betriebsformen im Einzelhandel, was insbesondere als Folge des Bestrebens der Handelskonzerne, Kostenstrukturen zu optimieren zu verstehen ist: Dies ist verbunden mit
  - einer Auffächerung des Niedrigpreisbereiches in Markendiscounter, Factory-Outlet-Center (FOC), Fachmärkte, Sonderpostenmärkte und (Lebensmittel-)Discounter,



- einem in der Vergangenheit deutlichen Anstieg der Verkaufsfläche je Betriebseinheit in vielen Branchen, welcher in einzelnen Bereichen bis heute anhält (Lebensmittelbetriebe, Sportfachmärkte oder auch teilweise Baumärkte),
- einer kontinuierlichen Abnahme der (inhabergeführten) Fachgeschäfte.

Negative Auswirkungen für die gewachsenen Zentren haben sich in der Vergangenheit in vielen Städten und Gemeinden vor allem deshalb gezeigt, weil zahlreiche großflächige Einzelhandelsbetriebe - so auch in Braunschweig - außerhalb dieser gewachsenen Strukturen angesiedelt wurden, womit zur Schwächung der vorhandenen Funktionen und der Nutzungsvielfalt in den Zentren beigetragen wurde. Zusätzlich stieg aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen (zum Beispiel durch die Optimierung von logistischen Abläufen oder Einsparung von Personal) die Verkaufsfläche je Betrieb häufig an und erschwerte die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Zentren, wodurch die Multifunktionalität des Handels vielerorts abhandengekommen ist.

Viele Städte und Gemeinden haben diesen Ansiedlungen außerhalb der Zentren, insbesondere im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente, durch Einzelhandels- und Zentrenkonzepte entgegengesteuert. Zudem ist das Wachstum der Betriebsgrößen in vielen Branchen zum Erliegen gekommen oder sogar rückläufig: In Kombination mit Online-Angeboten verkleinern aktuell zunehmend Betriebe, insbesondere Elektronikfachmärkte, aber teilweise auch Möbel- und Baumärkte, wieder ihre Verkaufsflächen. Dies führt in vielen Städten und Gemeinden zu neuen Konflikten, da dadurch mitunter (großflächige) Leerstände, häufig an städtebaulich nicht integrierten Standorten, entstehen. Häufig führt dies zu einem Nachnutzungsdruck für diese Immobilien. Insbesondere Eigentümer streben auf Grund der möglichen hohen Mieteinnahmen eine weitere Nutzung als Einzelhandelsbetrieb an, wodurch neuerliche Verdrängungseffekte in den Zentren ausgelöst werden können.

- **Sortimentspolitik:** Auch die einzelnen Betriebstypen haben sich fortwährend selbst verändert, zum Beispiel im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung ist dadurch "aufgebrochen", sodass mittlerweile nicht mehr nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter anzusehen sind, sondern zum Teil auch discounterorientierte Fach- und Möbelmärkte. Insbesondere Sonderpostenmärkte weisen häufig kaum noch eine (einigermaßen) konstante Sortimentsstruktur auf. Möbel- und Baumärkte sowie Lebensmittelbetriebe führen Randsortimente



oder auf sogenannten Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte oder anderer Zentren.

- **Standortdynamik:** Die Betriebstypenentwicklung führt - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - oftmals dazu, dass autokundenorientierte Standorte und preisgünstige Grundstücke Standorten in zentralen oder integrierten Lagen vorgezogen werden. Die Funktionsmischung großflächiger Einzelhandelsstandorte in der Peripherie führt zu einer Erhöhung ihrer Standortattraktivität: Insbesondere in der Konkurrenz zu Innenstädten kann sich für diese ein Entwicklungshemmnis ergeben. Diesen Entwicklungen wird zwar mittlerweile vielerorts durch Einzelhandels- und Zentrenkonzepte entgegengewirkt, aber die in der Vergangenheit entstandenen Einzelhandelsagglomerationen in peripheren/nicht integrierten Lagen genießen Bestandsschutz und binden große Umsatzanteile an sich.

Weiter hat sich teilweise eine lagebezogene Funktionsteilung der Betriebstypen herausgebildet. Häufig finden sich hochwertige, service-intensive und damit vor allem von Fachgeschäften angebotene Waren vornehmlich in den innerstädtischen Zentren sowie teilweise in weiteren städtischen Zentren. In vielen Zentren haben sich aber auch - teilweise als Nachnutzungen leerstehender Ladenlokale - Betriebe mit sehr preisgünstigen Angeboten angesiedelt (zum Beispiel 1 €-Shops).

### Handelsexogene Faktoren

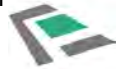
Zu den handelsexogenen Faktoren gehören vor allem nachfrageseitige Faktoren wie Einkommen, PKW-Verfügbarkeit und Einkaufsverhalten, aber auch soziodemografische und rechtliche Rahmenbedingungen, welche die Einzelhandelsentwicklung entscheidend beeinflussen können:

- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Prognosen zur Einwohnerentwicklung in Deutschland zeigen aktuell je nach Szenario, anders als in der Vergangenheit, nur noch einen leichten Bevölkerungsrückgang beziehungsweise teilweise konstante Zahlen<sup>6</sup>. Dies ist auf anhaltende Zuwanderungen sowie aktuell zunehmende Geburtenraten auf Grund von veränderten familienpolitischen Rahmenbedingungen und

---

<sup>6</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt 2019: Bevölkerung im Wandel - Annahmen und Ergebnisse der 14. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, S. 12.





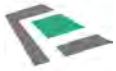
Maßnahmen zurückzuführen<sup>7</sup>. Dabei wird der Anteil der älteren Menschen weiterhin kontinuierlich zunehmen. Diese Entwicklung hat für den Einzelhandel und damit auch für die Zentren eine wichtige Bedeutung: Beispielsweise in Bezug auf den Bedarf an gesundheitsfördernden Artikeln und die Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen. Eng mit dem Wandel der Altersstruktur ist die Veränderung der Haushaltstypen verbunden: Die Anzahl der Haushalte steigt - auch im Verhältnis zur Bevölkerungszahl - in Deutschland weiterhin an<sup>8</sup>, die durchschnittliche Haushaltsgröße nimmt damit ab, was sich an der signifikanten Zunahme von Single-Haushalten insbesondere in den Städten zeigt<sup>9</sup>. Die Pluralisierung und Individualisierung der Lebens- und auch Wohnformen, welche unter anderem zu einem veränderten Kaufverhalten führen, sind weitere Trends, die bei Planungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden müssen. So stellt in Teilen der Bevölkerung insbesondere der Preis das entscheidende Kaufkriterium dar, während in anderen Bevölkerungsschichten Aspekte der Nachhaltigkeit und Regionalität bei der Auswahl der Waren eine wichtige Rolle spielen. Aktuell nimmt das Angebot am "besonderen" Einzelhandelsangebot wie Biomärkten, Unverpackt-Läden, Bauernmärkten und Hofläden zu und gleichzeitig können Lebensmitteldiscounter weiterhin einen hohen Umsatzanteil für sich verbuchen, unter anderem weil auch Discounter ihre Sortimente/ ihre Sortimentsbreite an Kundenansprüche (zum Beispiel Bioartikel/ vegane Produkte) anpassen.

- **Pkw-Nutzung/ Mobilität:** Die Bereitschaft zur Nutzung des Pkws und das Ausmaß der Häufigkeit der Nutzung sind in den einzelnen Regionen und Städten sehr unterschiedlich. Zusätzlich bestehen auch Unterschiede zwischen den einzelnen Altersklassen bei der Pkw-Nutzung und/ oder Verfügbarkeit. Eine hohe Bereitschaft zur Nutzung des Pkws führt dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufig wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen und/ oder zum Wegfall der Nahversorgung insbesondere in ländlichen Regionen oder peripheren Stadtteilen. In dichter besiedelten städtischen Bereichen, insbe-

<sup>7</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt 2019: Bevölkerung im Wandel - Annahmen und Ergebnisse der 14. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, S. 29ff.

<sup>8</sup> Vgl. Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung 2020.

<sup>9</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt 2020: Pressemitteilung Nr. N 073 vom 12. November 2020.



sondere in Teilbereichen der Großstädte mit hoher Einwohnerdichte, kommt dem Pkw eine geringere Rolle bei der Versorgung zu; stattdessen werden in einem überdurchschnittlichen Maße andere Verkehrsformen genutzt. Dies ist jedoch nur möglich, da in diesen städtischen Bereichen häufig (noch) ein dichtes Nahversorgungsangebot besteht.

- **Konsumgewohnheiten:** Ebenso führt die Veränderung von Konsumgewohnheiten, in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile, zu einer Neubewertung verschiedener Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft weiterhin das sogenannte One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Für den Einkauf ausgesuchte zentrenrelevante Sortimente, wie Bekleidung oder Schuhe, werden hingegen häufig die Zentren aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts hoher, voraussichtlich weiter ansteigender Mobilitätskosten und einer alternden Gesellschaft so bleiben wird, kann bezweifelt werden, zumal die Affinität zum Online-Shopping bei den Konsumenten, derzeit insbesondere durch den Einfluss der Corona-Pandemie, stetig ansteigt (vgl. dazu Kap. 2.2.3). Weiterhin ausgelöst durch die Corona-Pandemie, hat die Anzahl der Konsumenten, die im Homeoffice arbeiten, zugenommen. Dies führt dazu, dass Versorgungseinkäufe weniger mit den Arbeitswegen kombiniert werden und die Nachfrage am jeweiligen Wohnort steigt. Es bleibt jedoch abzuwarten, ob es sich dabei um einen langfristigen Trend handelt und ob dieser Auswirkungen auf die Standortpolitik der Handelsbetriebe hat, da nach Beendigung der Homeoffice-Pflicht in einigen Betrieben bereits schnell eine Rückkehr zu Präsenzpflcht erfolgt ist.
- **Einkommen:** Veränderte Kostenbelastungen bei privaten Haushalten<sup>10</sup> (zum Beispiel höhere Wohn- und Energiekosten) führ(t)en zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen.

**Es lässt sich zusammenfassen, dass die Handelsbetriebe nicht vorrangig auf Grund der Kundenbedürfnisse agieren, sondern primär aus Aspekten der Gewinnmaximierung, wenngleich auch die Wünsche/ Anforderungen der Nachfrageseite durch die Handelsunternehmen berücksichtigt/ erforscht werden und entsprechend darauf reagiert wird. Die Aufgabe der Kommunen (als Träger der Planungshoheit) ist in diesem Zusammenhang nicht zu vernachlässigen, um**

---

<sup>10</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt 2019: Statistisches Jahrbuch 2019, S. 178.



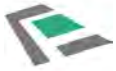
**die entsprechenden Entwicklungen vor dem Hintergrund der Erreichbarkeit der Einzelhandelsangebote für alle Bevölkerungsgruppen, der und dem schonenden Umgang mit Flächenressourcen (räumlich) zu steuern.**

### **2.2.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung**

Bei systematischer Betrachtung städtebaulicher Auswirkungen ist insbesondere auf die nachfolgend dargestellten typischen Probleme von Zentren infolge der Einzelhandelsentwicklung hinzuweisen:

- Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Investitionen der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Zentren.
- Die Zunahme der Betriebsgrößen, die jahrelang aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtet wurde, ist zumindest teilweise zum Erliegen gekommen; in einigen Branchen (zum Beispiel Elektrofachmärkte) kam es sogar zu Verkleinerungen der vorhandenen Verkaufsflächen. In Verbindung mit Geschäftsaufgaben größerer Betriebe (zum Beispiel Praktiker, Max Bahr, Hertie/ Karstadt/ Kaufhof) führt dies vermehrt zu großflächigen Leerständen sowohl in der Peripherie als auch innerhalb der Zentren. Bei der Nachnutzung dieser Flächen entstehen unterschiedliche Probleme: An peripheren Standorten kann Druck entstehen, für (größere) Leerstände (schnell) eine Nachnutzung zu ermöglichen. Wobei Immobilieneigentümer in der Regel dann auf die Wiederbelegung durch Einzelhandelsnutzungen bestehen. Innerhalb von Zentren ist die vollständige Wiederbelegung zum Beispiel auf Grund von baulichen Gegebenheiten und der Konkurrenz durch den Online-Handel häufig problematisch. Geänderte Nutzungsstrukturen werden dann erforderlich.

Dennoch sind in manchen Branchen (zum Beispiel Lebensmittelmärkte) auch weiterhin zunehmende Betriebsgrößen zu verzeichnen. Diese erschweren, in Kombination mit der noch immer häufig eingeschossigen Bauweise, die Integration der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Zentren. Die Multifunktionalität des Handels und die kleinteiligen Strukturen in den Kernbereichen drohen dadurch abhanden zu kommen. In einigen Städten und Regionen sind Handelsbetreiber jedoch mittlerweile bereit beziehungsweise werden durch die kommunalen Träger dazu verpflichtet, mehrgeschossig und multifunktional zu bauen (zum Beispiel Lebensmitteleinzelhandel im Erdgeschoss und Dienstleistungen/ Praxen



sowie Wohnnutzungen in den Obergeschossen).

- Die kommunale Verkehrssituation befindet sich in einem Spannungsfeld. Das zumindest teilweise weiterhin zu verzeichnende Flächenwachstum und die bestehenden baulichen Strukturen der Handelsbetriebe reduzieren die Möglichkeiten, die Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen (auch wenn es wie oben beschrieben erste Ansätze gibt, dies zu durchbrechen) und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die schwindende Attraktivität der Zentren als Einkaufsorte kann in der Folge dazu führen, dass die Bereitschaft, in verbesserte ÖPNV-Konzepte zu investieren abnimmt. Nicht immer werden autokundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Städte und Gemeinden an öffentliche Verkehrsmittel angebunden. Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem großen Aufkommen an Individualverkehr.
- Die wohnungsnahe Grundversorgung ist vielerorts nicht mehr gewährleistet. Unter anderem als Folge des (teilweise durch die Genehmigungspolitik zugelassenen) anhaltenden Suburbanisierungsprozesses ziehen sich der Handel und andere Infrastruktureinrichtungen (zum Beispiel Poststellen, Bankfilialen) aus den Wohngebieten und dem ländlichen Raum zurück. Die hohen Betriebsgrößen im Lebensmitteleinzelhandel haben zur Folge, dass für Anbieter die Notwendigkeit besteht, mit diesen großen Betriebseinheiten auch einen entsprechend hohen Umsatz zu erwirtschaften. Damit besteht für jeden dieser Betriebe die Notwendigkeit eines entsprechend großen Einzugsbereiches. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb hat das Angebot in den vergangenen Jahren vielerorts stark reduziert und beschränkt sich zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige beziehungsweise wohnortsnahe Nahversorgung durch kleinere Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist daher häufig nicht mehr gewährleistet. Die Entwicklung verläuft häufig dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt/ Gemeinde der kurzen Wege" entgegen. Betroffen ist vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.
- Nahezu unabhängig von der Einwohnerzahl einer Kommune sind gerade ältere Menschen in besonders hohem Maße von einer unzureichenden Nahversorgung betroffen. Zurückzuführen ist dies unter anderem auf
  - mangelnde finanzielle Möglichkeiten für den Besitz und die Nutzung eines Pkws für den Einkauf,



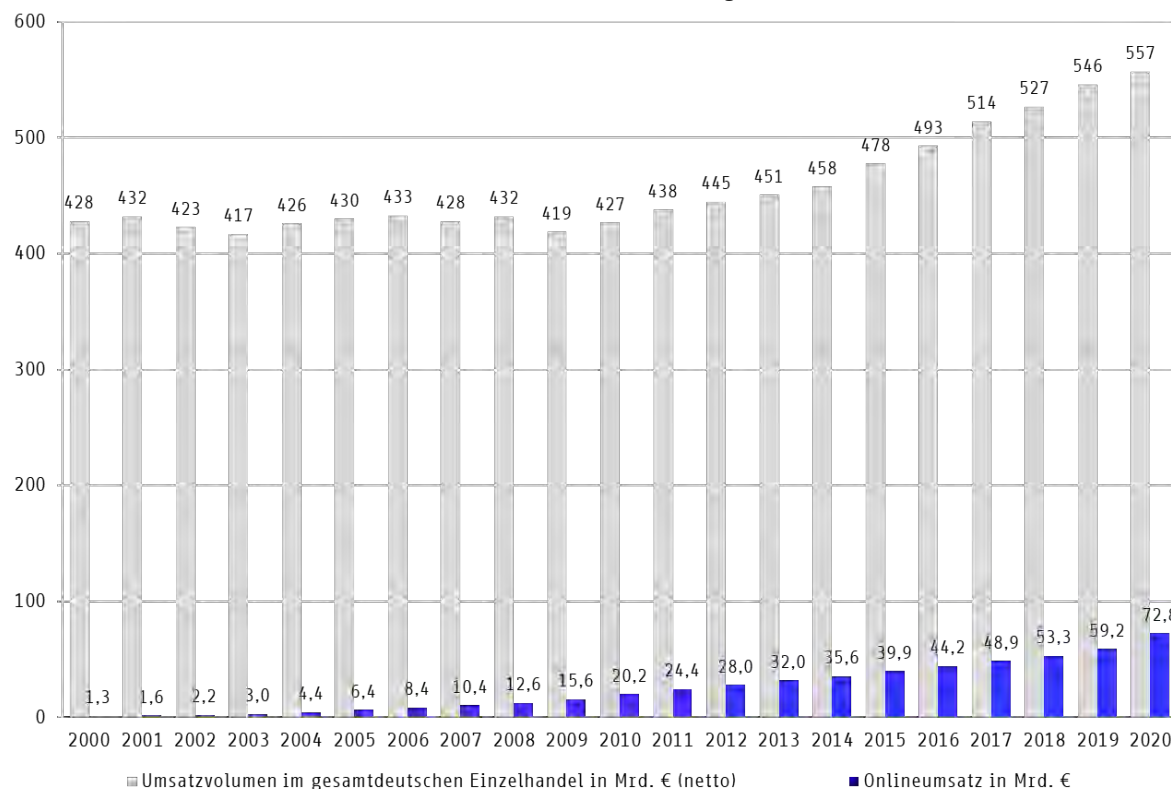
- den noch immer überdurchschnittlich hohen Anteil von Personen, insbesondere Frauen, ohne Führerschein in dieser Altersgruppe<sup>11</sup> sowie
- auf fehlende gesundheitliche/ körperliche Voraussetzungen zum Führen eines Pkws.
- Der Flächenverbrauch für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen Umweltbelastungen.
- Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den innerstädtischen beziehungsweise innerörtlichen Einzelhandel. Dabei weisen die Einzelhändler auf die Abhängigkeit des Standortes Innenstadt beziehungsweise Zentrum von seiner Erreichbarkeit hin. Gleichzeitig muss sich der Handel der Konkurrenz des Online-Handels aber auch geplanter Shopping-Center stellen. Dies erfordert wiederum insbesondere an innerstädtischen Standorten eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes, zum Beispiel durch Fußgängerzonen und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen "Erlebnisraum" zu schaffen beziehungsweise diesen auszubauen.

### 2.2.3 Online-Handel

Der Online-Handel hat in den letzten zwanzig Jahren einen stetigen (Umsatz-)Zuwachs erfahren und stellt mittlerweile eine deutliche Konkurrenz für den stationären Handel dar. Trotz der hohen Zuwächse in den vergangenen Jahren (vgl. Abb. 4) erreicht der Anteil des Online-Handels jedoch nur einen Anteil von etwa 13% am Gesamtumsatz des Einzelhandels (vgl. Abb. 3). Der größte Teil des Einzelhandelsumsatzes wird weiterhin im stationären Handel erwirtschaftet, sodass der räumlichen Steuerung dieses Einzelhandels weiterhin besondere Bedeutung beizumessen ist. Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass im Online-Handel auch die über das Internet erzielten Umsätze des stationären Einzelhandels enthalten sind.

---

<sup>11</sup> Vgl. Kraftfahrt-Bundesamt 2020: Bestand an allgemeinen Fahrerlaubnissen im ZFER am 1. Januar 2020 nach Geschlecht, Lebensalter und Fahrerlaubnisklassen.

**Abb. 3: Umsätze im Online-Handel und im Einzelhandel insgesamt**

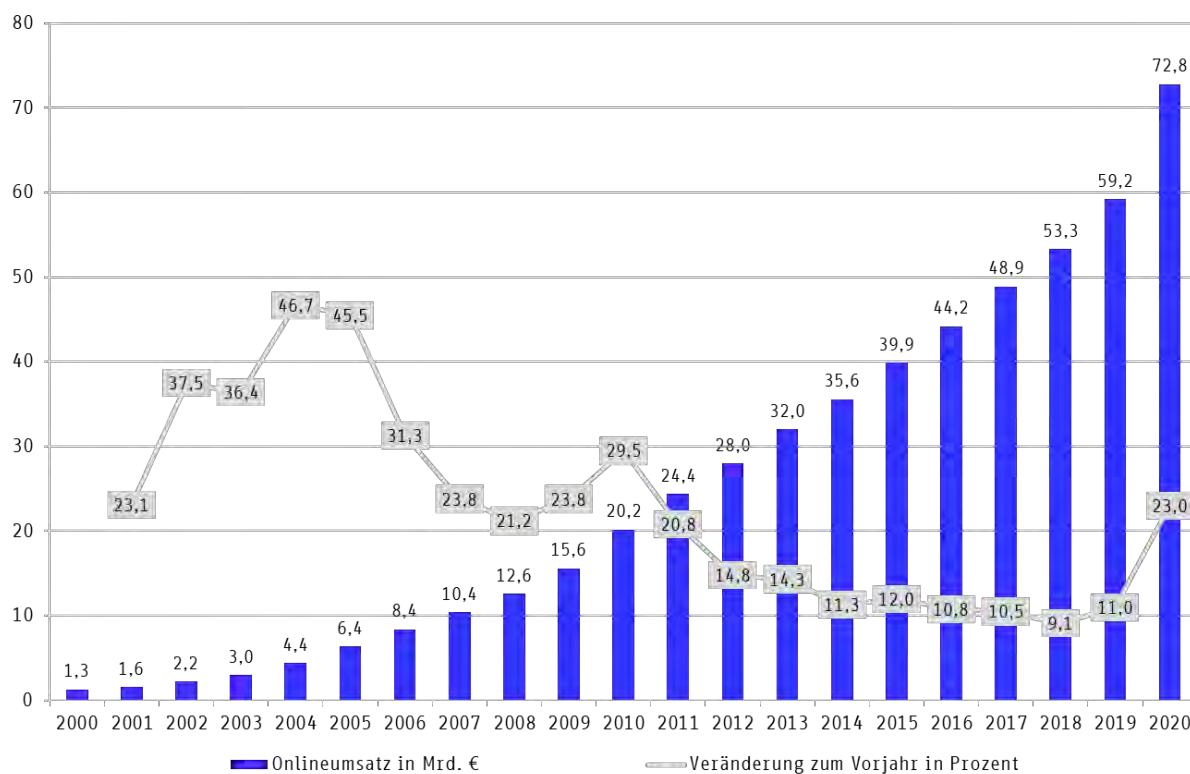
Quelle: Handelsverband Deutschland, HDE Online-Monitor 2021

Abb. 3 zeigt auch, dass in den vergangenen Jahren die relativen Zuwächse der Umsätze im Einzelhandel insgesamt nur zum Teil auf den Online-Handel entfielen, zum Beispiel im Vergleich der Jahre 2018 und 2019. In diesem Zeitraum entfielen auf den Online-Handel gut ein Drittel des gesamten Umsatzzuwachses und knapp zwei Drittel auf den stationären Einzelhandel.

In Abb. 4 wird deutlich, dass der Online-Umsatz absolut betrachtet in der Vergangenheit zwar stetig anstieg, die relative Entwicklung im Zeitraum 2010 bis 2018 jedoch rückläufig war und von 2014 bis 2019 um 10% pendelte. Im Jahr 2020 hat der Umsatzanstieg des Online-Handels - bedingt im Wesentlichen durch den eingeschränkten Zugang zum stationären Handel durch die Corona-Pandemie - jedoch einen neuen Anschub erfahren und stieg sprunghaft auf rd. 23%.

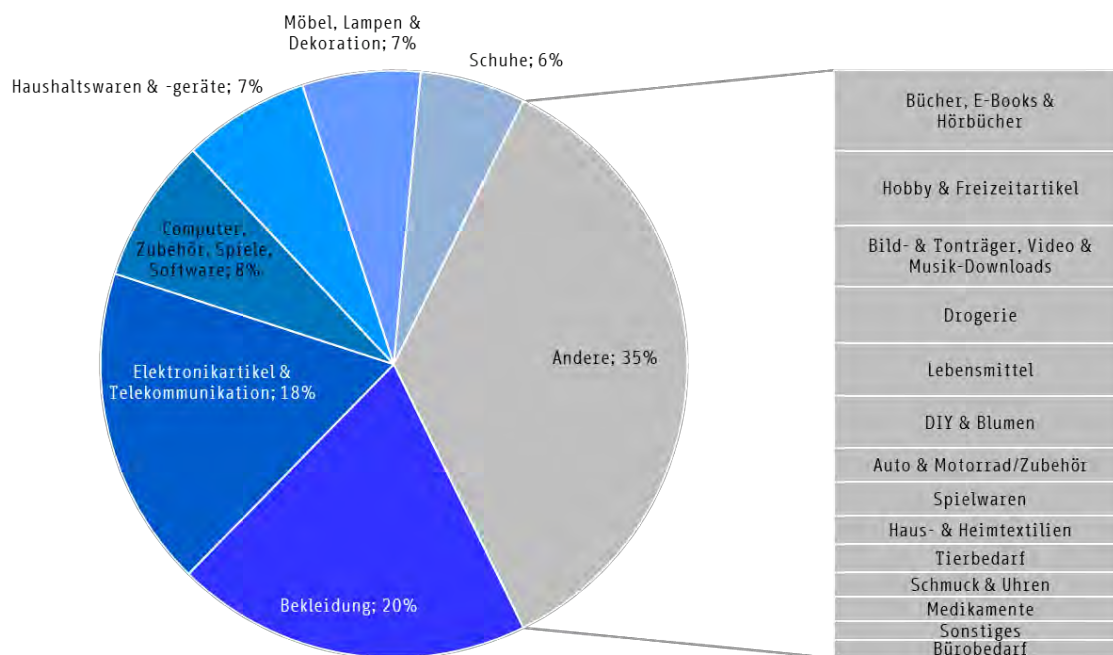


**Abb. 4: Entwicklung Online-Umsatz in Mrd. € und jährliche Zuwachsraten in %**

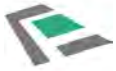


Quelle: Handelsverband Deutschland, HDE Online-Monitor 2021 (Umsatzangaben netto: Ohne Umsatzsteuer; ohne Dienstleistungen; ohne Streaming und ohne Online-Mietservices; ohne Retouren)

**Abb. 5: Umsatzanteile nach Branchen im Online-Handel 2020**



Quelle: EHI Retail Institute 2021, handelsdaten.de



Dabei sind die Umsatzanteile des Online-Handels in den einzelnen Branchen sehr unterschiedlich (vgl. Abb. 5). So vereinten im Jahr 2020 die Warengruppen Bekleidung, Elektronikartikel und Telekommunikation, Computer und Zubehör (inklusive Spiele und Software), Haushaltswaren und -geräte, Möbel, Lampen und Dekoration sowie Schuhe annähernd zwei Drittel des gesamten Online-Umsatzes auf sich. Dabei handelt es sich mit Ausnahme von Möbel und Lampen um üblicherweise zentrenrelevante Sortimente.

Es stellt sich die Frage, welche Auswirkungen der Zuwachs im Online-Handel auf die Entwicklung der Städte und Gemeinden hat:

- In größeren Städten und Großstädten, aber auch in kleineren Städten und Gemeinden ist der Druck auf die Stadtteilzentren beziehungsweise Innenstädte und Ortszentren schon lange als Auswirkung der großen Zentren außerhalb sowie der dezentralen (Fachmarkt-)Standorte zu beobachten. Der Online-Handel verstärkt diesen Prozess - auch auf Grund der teilweisen "Nicht-"Reaktion des Handels - zusätzlich. Der Online-Handel setzt sowohl Standorte in A-Lagen der Innenstädte als auch Standorte in Randlagen unter Druck beziehungsweise "ersetzt" entstandene Netzlücken.
- Zentren mit hohem inhabergeführten, tendenziell kleinteiligen Besatz sind in besonderem Maße gefährdet, da der inhabergeführte Einzelhandel erfahrungsgemäß zum Großteil die Potenziale des Online-Handels weniger stark nutzt beziehungsweise dieser mit hohen Investitions- und laufenden Kosten einher geht; zudem steht der Preis im Vordergrund, während der Service an Bedeutung verliert. Es hat sich auch gezeigt, dass Filialunternehmen - insbesondere in den Branchen Bekleidung, Schuhe und Elektro - der Konkurrenz durch den Online-Handel nicht mehr standhalten konnten.
- Der hohe Investitionsdruck durch zunehmenden Online-Handel (siehe oben) verschärft, insbesondere beim inhabergeführten Einzelhandel, die Nachfolgeregelungen.
- Durch den Online-Handel entsteht ein höherer Bedarf an Logistikflächen an Standorten, die auch für das produzierende Gewerbe attraktiv sind. Dies verschärft die Konkurrenz bei der Nachfrage nach Gewerbeflächen in vielen Städten und Gemeinden. Zudem kommt es durch den zunehmenden Lieferverkehr zu einer deutlich ansteigenden Verkehrsbelastung.





- Insgesamt sind die Auswirkungen des Online-Handels insbesondere als betriebswirtschaftliche Effekte einer allgemeinen Entwicklung zu verstehen, auf die der Handel auch selbst reagieren muss.

Die Städte und Gemeinden haben mit Einzelhandelskonzepten oder anderen Steuerungsinstrumenten jedoch Ansatzmöglichkeiten, um den Auswirkungen des zunehmenden Online-Handels entgegenzutreten. Das beste Instrument, um den negativen Auswirkungen des Online-Handels für die Zentren entgegen zu wirken, ist eine Sicherung und Stärkung der gewachsenen Zentren durch eine Angebotskonzentration insbesondere zentrenrelevanter Sortimente in diesen. Diese gelingt durch die konsequente Umsetzung von Einzelhandelskonzepten.

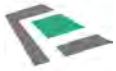
Städte und Gemeinden können die Voraussetzungen für die Digitalisierung im Handel unterstützen. Hauptakteur bei der Digitalisierung ist der Handel jedoch selbst; jeder Einzelhändler muss selbst aktiv werden. Zudem sollten gemeinschaftliche Konzepte der Einzelhändler miteinander, aber auch der Händlerverbände, der Wirtschaftsförderung, sowie der Industrie- und Handelskammern, angestrebt werden.

**Zur Sicherung der Innenstadt und weiteren Zentren sowie der verbraucher-nahen Grundversorgung ist eine konsequente Steuerung der räumlichen Einzelhandelsentwicklung vor dem Hintergrund des zunehmenden Umsatzanteils des Online-Handels in einem noch höheren Maße als bisher erforderlich.**

#### **2.2.4 Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Einzelhandel unter Berücksichtigung des Online-Handels**

Während der Corona-Pandemie wurden zum Teil "Schreckensszenarien" für den stationären Einzelhandel verbreitet. So rechnete der Handelsverband Deutschland (HDE) im Juli 2020 mit der dauerhaften Schließung von bundesweit bis zu 50.000 Geschäften. Im Corona-Monitor des HDE (September 2020) wurde wesentlich zurückhaltender formuliert: Es sei *"nicht ausgeschlossen, dass es ... vermehrt zu Geschäftsschließungen oder sogar Insolvenzen kommen wird"*.

Zwei Presse-Artikel zeigen dabei die Spannweite der "Prognosen" in Bezug auf verschiedene Stadttypen:



- In einem Artikel vom Juli 2020<sup>12</sup> (Mindestens 50.000 Geschäfte vor dem Aus - Wie Deutschlands Innenstädte sterben) hieß es noch: *"Hamburg, München und Stuttgart werden immer Einkaufsstädte bleiben. Auch Münster und Essen. Aber was ist mit Peine und Fulda, mit Wanne-Eickel und Lingen?"*
- In einem Artikel vom Oktober 2020<sup>13</sup> (Coronakrise - Kaufhäuser und Geschäfte in Toplagen besonders hart betroffen) hieß es dann: *"Besonders hart hat die Corona-Pandemie den Einzelhandel in den sonst sehr gut frequentierten Toplagen der Metropolen getroffen."*

Das Problem dieser Prognosen war, dass sie sich vorrangig mit der kurzfristigen *Umsatzentwicklung* befassten. Diese war in der Tat in einzelnen Branchen äußerst negativ, so beispielsweise in den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung und Schuhe.

Im Hinblick auf die *Auswirkungen* der Corona-Pandemie ist aber die Umsatzentwicklung nur ein Parameter. Entscheidender ist, ob Umsatzverluste kompensiert werden können und ob die Pandemie längerfristig die gesamtwirtschaftliche Leistung reduzieren und Verhaltensmuster der Verbraucher verändern wird. Insbesondere stellt sich die Frage, wie die enormen finanziellen Mittel wirken, die der Staat zur Abmilderung der Folgen zur Verfügung stellt.

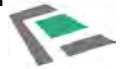
- Sofern die Umsatzverluste durch staatliche Mittel oder durch Mietreduktionen und Ähnliches weitgehend ausgeglichen werden, muss es nicht zu Geschäftsschließungen kommen. Solche dürften sich dann in hohem Maße auf ohnehin aus anderen Gründen (Nachfolgeprobleme, grundsätzlich fehlende Wirtschaftlichkeit und Ähnliches) zu erwartende Schließungen beschränken.
- Die Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose attestiert dem Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2020 einen Rückgang um 4,9%<sup>14</sup>, für die Jahre 2021 und 2022 hingegen wird ein Wachstum von 3,3% beziehungsweise 4,3%<sup>15</sup> erwartet. Laut dem Ifo-Institut ist bereits für das dritte Quartal 2021 zu erwarten, dass die Wirtschaftsleistung des Vorkrisenjahres 2019 wieder erreicht wird. Entsprechend würde 2022 die

<sup>12</sup> Vgl. Spiegel.de: Wie Deutschlands Innenstädte sterben, 27.07.2020.

<sup>13</sup> Vgl. Spiegel.de: Kaufhäuser und Geschäfte in Toplagen besonders hart betroffen, 12.10.2020.

<sup>14</sup> Vgl. Pressemitteilung des DIW vom 15.04.2021: "Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2021: Pandemie verzögert Aufschwung - Demografie bremst Wachstum".

<sup>15</sup> Vgl. Ifo-Institut Juni 2021: Ifo Konjunkturprognose.



Wirtschaftsleistung des Vorkrisenjahres 2019 übertroffen. Gesamtwirtschaftlich hätte die Pandemie demzufolge nur eine "Delle" verursacht.

- Unbestreitbar gehörte der Online-Handel - neben Teilen des stationären Handels, wie Fahrradhandel, Baumärkte, Lebensmittel- und Drogeriehandel - zu den "Gewinnern" der Entwicklung. So stieg dessen Umsatz in den Monaten April bis Juni 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 16,5% an. Im zweiten Quartal 2021 ist der Umsatzanstieg mit 19,4% noch etwas höher ausgefallen<sup>16</sup>. Entscheidend im Hinblick auf die *längerfristigen* Auswirkungen ist aber, ob diese Veränderung im Verbraucherverhalten als dauerhaft anzusehen ist. Es ist auch möglich, dass es von Verbraucherseite zu einer bewussten Unterstützung des örtlichen Einzelhandels kommt ("Solidarisierung" mit den Geschäften vor Ort: "Buy local!") oder dass Nachteile des Online-Einkaufs zur Nutzung des stationären Handel zurückführen.

**Angesichts dieser unklaren Entwicklungen ist es zu früh, um die Folgen der Pandemie auch nur näherungsweise abschätzen zu können.**

Unabhängig von den Auswirkungen der Corona-Pandemie steht der stationäre Einzelhandel aber schon seit Jahren unter Wettbewerbsdruck durch den Online-Handel. Diesem kann der stationäre Handel selbst teilweise dadurch begegnen, dass er am zunehmenden Online-Handel partizipiert (zum Beispiel Online-Shops, Click and Collect). Der stationäre Einzelhandel kann mit einer Erweiterung des Online-Geschäfts einen sogenannten Omnichannel aufbauen, also eine Verzahnung von Online- und stationärem Handel. Zudem werden aktuell Einzelhandelstechnologien wie Scan&Go (Scan und Bezahlung von Waren direkt über das eigene Smartphone), Virtual und Augmented Reality oder eine automatisierte Erhebung von Warenbeständen erprobt und können den stationären Einzelhandel attraktiver machen. Diese Maßnahmen sind jedoch mit hohen Investitionskosten verbunden.

Weiterhin lässt sich in den USA ein neuer Trend erkennen, der zeigt, dass der stationäre Handel relevante Vorteile bringt. Reine Online-Anbieter bauen sich dort mittlerweile ihre eigenen stationären Ladennetze auf<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Vgl. Pressemitteilung bevh vom 02.07.2021.

<sup>17</sup> Ebd.



Letztlich sind der innerstädtische Einzelhandel und der Einzelhandel in weiteren Zentren dabei weiterhin auf den Schutz vor ungerechtfertigten Wettbewerbsvorteilen "der Grünen Wiese" angewiesen.

**War schon der Online-Handel in seiner Entwicklung vor der Corona-Pandemie eine Begründung für eine strikte räumliche Steuerung des Einzelhandels, so wird dieser Aspekt durch die Auswirkungen im Zuge der Corona-Pandemie weiter verstärkt. Das größte Problem für den Einzelhandel in den Innenstädten und sonstigen Zentren wäre eine Öffnung der Entwicklung außerhalb zentraler Lagen.**

Fraglos können ergänzend Maßnahmen von städtischer Seite ergriffen werden, um den Einzelhandel in den Zentren zu unterstützen. **Entscheidend ist jedoch weiterhin die konsequente Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auf Basis des Zentrenkonzeptes der Stadt Braunschweig.**

## 2.3 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES

Die rechtlichen Vorgaben für die Anwendung eines Einzelhandelskonzeptes betreffen unter anderem

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

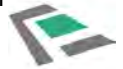
Die Steuerungsmöglichkeiten auf kommunaler Ebene sind zunächst grundlegend bundesweit in der Baunutzungsverordnung (BauNVO) und im Baugesetzbuch (BauGB) geregelt. Zusätzlich bestehen spezifische Regelungen in der jeweiligen Landes- und Regionalplanung (vgl. Kap. 2.3.1.4).

### 2.3.1 Wesentliche Aspekte

#### 2.3.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels ist seit langem möglich<sup>18</sup>, wobei die (Einzelhandels-)Innenstadt beziehungsweise das

<sup>18</sup> Vgl. zu einer aktuelleren Bestätigung z.B. Wahlhäuser, J. in UPR 5/ 18, S. 165ff.: Anmerkung zum Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 in dem Vorabentscheidungsverfahren C-31/16 Raad van State (Visser Vastgoed Beleggingen BV/Raad van de Gemeente Appingedam).



einzelhandelsbezogene Ortszentrum eine besondere Rolle spielt. Durch das EAG Bau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 wurden die "zentralen Versorgungsbereiche" in den Fokus der Begründung für eine städtebaulich motivierte räumliche Lenkung gerückt. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. In § 1 (6) Nr. 4 BauGB wurde die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden, im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebotes gemäß § 2 (2) BauGB, ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 (3) BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche, auch außerhalb der näheren Umgebung, zu beachten.

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist damit die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen<sup>19</sup>. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Gemeinde als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen worden ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Stadt- beziehungsweise Ortszentrums erreichbar ist<sup>20</sup>. Nur auf diese Weise kann der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach einem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichtes aus dem Jahr 2007 in dieser Sache, sind zentrale Versorgungsbereiche "*räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt*"<sup>21</sup>. Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes ist dabei von Bedeutung, dass auch eine

<sup>19</sup> Vgl. dazu auch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 09.06.2011 (Az. 3 S682/09).

<sup>20</sup> Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen. In: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg - Zeitschrift für öffentliches Recht und öffentliche Verwaltung, 9. Jg., Heft 8, 1988, S. 288.

<sup>21</sup> BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7.07.



planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss<sup>22</sup>.

Mit der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche schafft ein Einzelhandelskonzept zugleich die Grundlage für Beurteilungen von Einzelhandelsansiedlungen in unbeplanten Innenbereichen nach § 34 (3) BauGB.

Da zentrale Versorgungsbereiche neben dem Einzelhandel auch weitere zentrale Einrichtungen beinhalten können (zum Beispiel Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen, Parks, kirchliche Einrichtungen), ist es möglich, dass ein zentraler Versorgungsbereich mehr als die Einzelhandelsinnenstadt beziehungsweise das einzelhandelsbezogene Zentrum umfasst.

Dagegen kann die Einzelhandelsinnenstadt beziehungsweise das einzelhandelsbezogene Zentrum in keinem Fall größer sein als der zentrale Versorgungsbereich beziehungsweise das Zentrum.

### 2.3.1.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss beziehungsweise soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein kommunalentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt zu schaffen.

Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste (zum Beispiel aus dem Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) oder dem Regionalen Einzelhandelskonzept Großraum Braunschweig (REHK)) rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist<sup>23</sup>.

<sup>22</sup> BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07: *"Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben"*.

<sup>23</sup> Vgl. dazu bereits VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.



*"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*<sup>24</sup>

Als Grundlage dafür ist die Einzelhandelsstruktur zu analysieren und unter Berücksichtigung allgemeiner Kriterien zur Einstufung von Sortimenten eine örtliche Sortimentsliste zu erstellen beziehungsweise eine bereits bestehende Liste zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen.

Da Einzelhandelskonzepte in der Regel neben der Entwicklung der Zentren auch die Nahversorgung zum Ziel haben, ist es notwendig, bei den zentrenrelevanten Sortimenten weiter nach deren Nahversorgungsrelevanz zu unterscheiden. Für nahversorgungsrelevante Sortimente können auch verbrauchernahe Standorte außerhalb der Zentren stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll sein.

Da die Sonderbehandlung der nahversorgungsrelevanten Sortimente das Ziel eines Schutzes der Zentren in gewisser Weise aufweicht, sollte diese Einstufung mit Vorsicht vorgenommen werden.

Das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP) sowie das Regionale Einzelhandelskonzept (REHK) für den Großraum Braunschweig behandeln ebenfalls das Thema Sortimentsliste (vgl. dazu Kap. 2.3.1.4).

### **2.3.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene**

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

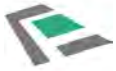
Auf der kommunalen Ebene werden durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplans** (§ 5 BauGB) erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen getroffen, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

---

<sup>24</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.





Die Aufstellung eines **vorhabenbezogenen Bebauungsplans** (Vorhaben- und Erschließungsplan nach § 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung entfalten, insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens. Eine grundsätzliche räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

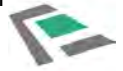
Im **§ 34 BauGB** werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 (1) BauGB vorliegt, aufgeführt.

Die **Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in § 34-Gebieten** richtet sich nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde (und nicht nach regional- und landesplanerischen Vorgaben). Entscheidend ist vielmehr - neben dem Einfügen in die Eigenart der näheren Umgebung gemäß § 34 (1) BauGB und der Beurteilung der Zulässigkeit nach der BauNVO, dass gemäß § 34 (3) BauGB *schädliche Auswirkungen* auf "zentrale Versorgungsbereiche" vermieden werden.

Daher ist der § 34 BauGB ungeeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

Nur mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument der **§ 9 (2a) BauGB** eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan, ohne Ausweisung von Baugebieten im Sinne der BauNVO, die Zulässigkeit nach § 34 (1 und 2) BauGB beschränkende Festsetzungen, namentlich zum Einzelhandel, zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Hierdurch werden planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 (3) BauGB (siehe oben) hinaus-



gehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem **großflächige Einzelhandelsbetriebe** nach § 11 (3) BauNVO im Vordergrund, mit denen sich auch die Landes- und Regionalplanung befasst (**Einzelhandelsgroßprojekte**). Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab<sup>25</sup> die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im Flächennutzungsplan nach § 5 BauGB vornehmen.

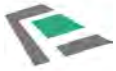
Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 (3) BauNVO zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegenstehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt beziehungsweise des Ortszentrums und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten<sup>26</sup> entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 beziehungsweise 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten (§ 6 BauNVO) oder Urbanen Gebieten (§ 6a BauNVO) können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 (5 und 9) BauNVO** geschaffen:

*"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2 bis 9 sowie 13 und 13a [BauNVO] allgemein zulässig sind,*

<sup>25</sup> BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.

<sup>26</sup> Die BauNVO definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu bereits BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.



*nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebietes gewahrt bleibt."*

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Absätze 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können"*

In Gewerbegebieten (§ 8 BauNVO), Industriegebieten (§ 9 BauNVO) und auch in Mischgebieten (§ 6 BauNVO) sowie Urbanen Gebieten (§ 6a BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt beziehungsweise eine bestimmte Art von Einzelhandel, zum Beispiel zentrenrelevante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden<sup>27</sup>; eine darüber hinausgehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich<sup>28</sup>. Städtebauliche Begründungen können zum Beispiel die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche<sup>29</sup> oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe<sup>30</sup> sein.

Eine wesentliche, neue planungsrechtliche Erkenntnis ergibt sich aus einem Urteil des Europäischen Gerichtshofes aus dem Jahr 2018 zur Steuerung des Einzelhandels vor dem Hintergrund der EU-Dienstleistungsrichtlinie:

*"Zwar ist nicht auszuschließen, dass im Lichte der Entscheidung des EuGH zukünftig in Normenkontrollverfahren die Rechtmäßigkeit von standortsteuernden Einzelhandelsfestsetzungen im Hinblick auf ihre Rechtfertigung vermehrt in Zweifel gezogen werden wird. Insoweit sind die Gemeinden gut beraten, sich der Notwendigkeit bewusst zu sein, Festsetzungen zur Einzelhandelssteuerung auch unter dem Blickwinkel des Unionsrechts nachvollziehbar und aus städtebaulichen Gründen belastbar be-*

<sup>27</sup> Vgl. dazu z.B. BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31/98, BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04 Rn. 6.

<sup>28</sup> Vgl. bereits Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

<sup>29</sup> Vgl. z.B. bereits Müller, M.: Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

<sup>30</sup> Vgl. z.B. bereits Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Loseblattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.



*gründen zu können und dies entsprechend - in der Begründung des Bebauungsplans oder den Aufstellungsvorgängen - zu dokumentieren."*<sup>31</sup>

In diesem Urteil wird auf die - eigentlich selbstverständliche - Grundregel verwiesen, dass diese Steuerungskonzepte vor allem und schwergewichtig städtebaulich motiviert sein müssen. Dabei sind stadtsoziologische und stadtverkehrliche sowie ökologische Aspekte Teil der städtebaulichen Begründung.

Keine hinreichende Begründung sind wettbewerbliche Fragen. Dies bezieht sich sowohl auf den Wettbewerb zwischen Handelsangeboten als auch zwischen Städten.

#### **2.3.1.4 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels**

Jedes kommunale Zentren- und Einzelhandelskonzept unterliegt regional- und landesplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Im Folgenden sind daher die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelsspezifischen Regelungen aus der Regional- und Landesplanung aufgeführt.

Das **Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) 2017** bildet die landesplanerische Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels und definiert den Rahmen für die räumliche Entwicklung in Niedersachsen. Es werden Vorgaben für die Ansiedlung von Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandelsbetrieben (Einzelhandelsgroßprojekte) gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 BauNVO gemacht.

Demnach gelten als Einzelhandelsgroßprojekte auch mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (**Agglomerationen**)<sup>32</sup>.

<sup>31</sup> Wahlhäuser, J. in UPR 5/ 18, S. 165ff.: Anmerkung zum Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 in dem Vorabentscheidungsverfahren C-31/16 Raad van State (Visser Vastgoed Beleggingen BV/Raad van de Gemeente Appingedam).

<sup>32</sup> Vgl. LROP Niedersachsen 2017, Abschnitt 2.3 Ziffer 02.

In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes<sup>33</sup> in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich [...] nicht wesentlich überschreiten (**Kongruenzgebot grundzentral**)<sup>34</sup>.

Weiterhin ist das **Konzentrationsgebot** zu beachten: Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentren Ortes zulässig<sup>35</sup>. Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen<sup>36</sup> zulässig (**Integrationsgebot**). Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise [...] innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig [...] <sup>37</sup>.

Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig, wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m<sup>2</sup> beträgt oder wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt<sup>38</sup>.

---

<sup>33</sup> Auch Erweiterungen und Verlagerungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben sind als neues Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten.

<sup>34</sup> Vgl. LROP Niedersachsen 2017, Abschnitt 2.3 Ziffer 03.

<sup>35</sup> Vgl. LROP Niedersachsen 2017, Abschnitt 2.3 Ziffer 04.

<sup>36</sup> Städtebaulich integrierte Lagen im Sinne des LROP stehen im engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen. Die Regionalplanung kann die räumliche Abgrenzung der städtebaulich integrierten Lagen bestimmen. Zentrale Versorgungsbereiche in Innenstädten oder Ortsmitten Zentraler Orte sind immer auch zugleich städtebaulich integrierte Lagen im Sinne des LROP. Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich genauer abgegrenzt als die städtebaulich integrierte Lage (vgl. Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 "Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels" des LROP).

<sup>37</sup> Vgl. LROP Niedersachsen 2017, Abschnitt 2.3 Ziffer 05; in diesem Zusammenhang sind auch die Ausführungen der Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 "Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels" des LROP zu berücksichtigen.

<sup>38</sup> Vgl. LROP Niedersachsen 2017, Abschnitt 2.3 Ziffer 06.



In einem aktuellen Urteil des OVG Niedersachsen<sup>39</sup> stellt das Gericht die besondere Bedeutung des Integrationsgebotes noch einmal heraus. Dabei wird auch explizit darauf hingewiesen, dass eine ebensolche städtebaulich integrierte Lage immer in einem engen Zusammenhang mit einem zentralen Versorgungsbereich stehen muss, wobei nicht nur auf den *"Ist- sondern auch auf den planerisch gewünschten Soll-Zustand"*, abgestellt werden kann.

Das Gericht geht in seinem Urteil zudem dezidiert darauf ein, dass gemäß LROP Einzelhandelsgroßprojekte, wie oben beschrieben, zwar unter bestimmten Voraussetzungen (siehe oben) ausnahmsweise auch innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig sind, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen nicht möglich ist. Dass dies nicht möglich ist, muss jedoch eingehend geprüft und entsprechend nachgewiesen werden. Ein einfacher Verweis darauf, dass die bauliche Situation innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches dies nicht zulässt oder die Ansiedlung außerhalb desselben einfacher oder günstiger ist, ist nicht ausreichend. Die Arbeitshilfe zum LROP (siehe unten) beschreibt eingehend die dazu notwendigen einzelnen Schritte.

Weiterhin relevant sind das **Abstimmungsgebot** (regionale Einzelhandelskonzepte)<sup>40</sup> und das **Beeinträchtigungsverbot**, nach dem die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht wesentliche beeinträchtigt werden dürfen<sup>41</sup>.

Im LROP ist eine Liste mit Sortimenten enthalten, die üblicherweise als zentrenrelevant gelten. Diese ist jedoch nicht verbindlich. Welche Sortimente in der örtlichen Situation zentrenrelevant sind, bedarf einer Betrachtung im Einzelfall und einer näheren Konkretisierung durch die planende Gemeinde.

Die **Arbeitshilfe Einzelhandel**<sup>42</sup> gibt vertiefende Erläuterungen zur Anwendung der Vorgaben des LROP und ergänzt so die Begründung des LROP.

<sup>39</sup> Vgl. Niedersächsisches OVG, Beschluss vom 29.04.2021 – 1MN 154/20

<sup>40</sup> Vgl. LROP Niedersachsen 2017, Abschnitt 2.3 Ziffer 07.

<sup>41</sup> Vgl. LROP Niedersachsen 2017, Abschnitt 2.3 Ziffer 08.

<sup>42</sup> Vgl. Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 "Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels" des LROP 2017.

Das **Regionale Raumordnungsprogramm (RROP)** für den Großraum Braunschweig greift die Vorgaben des LROP auf und konkretisiert diese für den Großraum - auch hinsichtlich der Entwicklung der Versorgungsstrukturen - und legt regional bedeutende Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte fest<sup>43</sup>.

Das **Regionale Einzelhandelskonzept (REHK)** für den Großraum Braunschweig soll für die Einzelhandelsentwicklung kommunal übergreifend einen einheitlichen und verbindlichen Rahmen vorgeben. Es trifft Aussagen zum überörtlich bedeutsamen großflächigen Einzelhandel<sup>44</sup>.

Im REHK ist eine regionale Sortimentsliste enthalten, die zwischen nahversorgungsrelevanten, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet. Da Sortimentslisten ortsspezifisch sein müssen, ist auch diese Liste nicht verbindlich (vgl. Kap. 2.3.1.2).

### 2.3.2 Konsequenzen für Genehmigungsverfahren

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Gemeinde (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird<sup>45</sup>.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei insbesondere dem § 1 (6) Nr. 4 BauGB Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde Versorgungsbereiche geschützt werden sollen. Außerhalb solcher zentralen Versorgungsbereiche sollen Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 (2a) BauGB ist bei einer Aufstellung von Bebauungsplänen für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB) ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen. Darin müssen Aussagen über

---

<sup>43</sup> Vgl. Regionales Raumordnungsprogramm für den Großraum Braunschweig 2008.

<sup>44</sup> Vgl. Regionales Einzelhandelskonzept für den Großraum Braunschweig, Fortschreibung 2018.

<sup>45</sup> Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.





die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde enthalten sein. Ein solches Konzept hat eine für die Aufstellung des Bebauungsplans unterstützende Funktion; es muss nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten<sup>46</sup>.

Bei Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben ist in der Umsetzung des Zentrenkonzeptes zuerst die Frage nach der **städtebaulichen Zielsetzung** zu beantworten anstatt der Frage was derzeit planungsrechtlich zulässig ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen beziehungsweise möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben können dann die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden und bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden. Ein konkreter Anlass, zum Beispiel ein Bauantrag oder ein konkretes<sup>47</sup> Planvorhaben ist dafür nicht erforderlich.

Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung<sup>48</sup>, die Sicherungsinstrumente wie zum Beispiel Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB zwar zeitlich begrenzt, aber doch wirksam verhindern, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten.

Maßgeblich für die **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- beziehungsweise Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortiments.

Bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten werden in diesem Konzept die entsprechenden Aussagen getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird ein gutachterlicher Vorschlag für die Aktualisierung der bereits bestehenden ortsspezifischen Liste unterbreitet. Diese berücksichtigt einerseits die Gegebenheiten in Braunschweig und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche.

---

<sup>46</sup> Vgl. Söfker (2007), a.a.O.

<sup>47</sup> Vgl. dazu z.B. BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14/99 und OVG NRW: Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

<sup>48</sup> Vgl. dazu z.B. OVG NRW: Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



### 2.3.3 Fazit - planungsrechtlicher Rahmen

Abschließend ist festzuhalten, dass dieses Konzept ermöglicht, systematisch Einzelhandelsvorhaben entsprechend den städtebaulichen Zielsetzungen für die jeweiligen Planstandorte zu bewerten. Es stellt dar, an welchen Standorten grundsätzlich Einzelhandel zulässig sein soll und wo welche planungsrechtlichen Beschränkungen angestrebt werden sollen.

Im Außenverhältnis dient dieses Konzept auch dazu, die zentrenbezogenen Zielsetzungen der Stadt Braunschweig im Rahmen von Beteiligungsverfahren zum Beispiel nach § 2 (2) BauGB, substantiell und umfänglich darzustellen, sodass damit möglichen Planungen außerhalb der Gemeinde, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. **Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Stadt Braunschweig - Politik und Verwaltung - an ihr eigenes Konzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, welche die eigenen Zielsetzungen konterkarieren.** Andernfalls kann die Verfolgung der eigenen Zielsetzungen gegenüber Dritten nicht glaubhaft vertreten werden.



### 3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE

In diesem Kapitel wird die Versorgungssituation in Braunschweig auf Grundlage der Ergebnisse einer Einzelhandelserhebung dargestellt und bewertet. Weiterhin wird auf die Vorgehensweise zur Überprüfung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die räumliche Nahversorgungssituation eingegangen.

#### 3.1 METHODISCHES VORGEHEN - BESTANDSAUFNAHME

##### 3.1.1 Einzelhandels- und Dienstleistungserhebung

Das Einzelhandelsangebot in Braunschweig wurde auf der Basis einer flächendeckenden Erhebung des gesamten Einzelhandelsbesatzes im Zeitraum Oktober und November 2020 erfasst. Dabei wurde nicht nur der Einzelhandel im engeren Sinne berücksichtigt, sondern auch Apotheken und Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger); darüber hinaus wurden auch Tankstellenshops erhoben, soweit diese überwiegend Nahrungs- und Genussmittel führen<sup>49</sup>.

Die Erfassung der Verkaufsflächen in den einzelnen Geschäften erfolgte sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst (zum Beispiel in Supermärkten auch Drogeriewaren).

Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel. Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, werden nicht unterschätzt. Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich aggregiert dargestellt, da einzelbetriebliche Daten dem Datenschutz unterliegen.

Darüber hinaus ist unseres Erachtens die Ableitung einer ortspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich.

Alle wesentlichen Bausteine, auch die Vor-Ort-Arbeiten, wurden durch wissenschaftliche Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella durchgeführt.

---

<sup>49</sup> Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.



### 3.1.2 Abgrenzung der Zentren

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche bildet die rechtlich zentrale Voraussetzung für die räumliche Lenkung des Einzelhandels, sofern diese der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll. Sie ist darüber hinaus eine zentrale Voraussetzung für die Ansiedlungsmöglichkeiten großflächiger Einzelhandelsbetriebe und zur Sicherung der Entwicklung allgemein.

Die Abgrenzung muss mittels definierter Kriterien erfolgen. Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Braunschweig (im Folgenden auch "Zentren") gelten folgende Kriterien:

- integrierte Lage (von Wohnbebauung umgeben, siehe auch Glossar),
- Dichte des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes,
- städtebauliche Qualitäten (zum Beispiel Architektur, Straßenraumgestaltung),
- verkehrliche Barrieren (Straßen, Bahnlinien),
- natürliche Barrieren (zum Beispiel Gewässer),
- bauliche Barrieren (zum Beispiel Wohngebäude, Bürokomplexe),
- städtebauliche Brüche (zum Beispiel Straßenraumgestaltung, Baustruktur),
- gute Erreichbarkeit für den Fuß- und Radverkehr sowie ÖPNV.

Zusätzlich ergeben sich aus der Rechtsprechung weitere Anforderungen zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche. Sie müssen heute **"gleichsam parzellenscharf"**<sup>50</sup> abgegrenzt werden und eine Versorgungsfunktion **über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus erfüllen (vgl. Kap. 2.3.1.1).

Eine wesentliche Grundlage zur Abgrenzung wurde durch die flächendeckende Erhebung des Einzelhandels im Stadtgebiet und die Erhebung der publikumsorientierten Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen in den (potenziellen) zentralen Versorgungsbereichen (Zentren) geschaffen. Im Februar 2021 wurden die städtebaulichen Merkmale im Rahmen von Begehungen erfasst. Grundlage der Begehungen waren die bisherigen Abgrenzungen der Zentren des Zentrenkonzeptes Einzelhandel.

---

<sup>50</sup> Vgl. BVerwG: Urteil vom 11.10.2007 Az. 4 C 7.07.



Für alle Zentren wurde eine städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächenanalyse vorgenommen. Die Stärken-Schwächen-Analyse bildet eine wesentliche Grundlage für die Abgrenzung und die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche. Die Ergebnisse dieser Analyse werden für alle Zentren in Kap. 8 dargestellt.

### 3.1.3 Expertengespräche

Ergänzend zur Erhebung des Einzelhandelsangebotes wurden im März und April 2021 durch Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella insgesamt zehn rd. einstündige **Experteninterviews** anhand eines mit der Stadt Braunschweig abgestimmten Gesprächsleitfadens<sup>51</sup> durchgeführt (vgl. Kap 3.2.3). Zu den Befragten gehörten Vertreter der IHK Braunschweig, des Handelsverbands Harz-Heide, des Arbeitsausschusses Innenstadt Braunschweig (AAI), Immobilienentwickler und verschiedene Einzelhändler.

Der Einzelhandel, Dienstleistungsbetriebe und Gastronomie waren im Frühjahr 2021 weitgehend durch Schließung in Folge von Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung betroffen. Daher lag ein Schwerpunkt der Expertengespräche auf sich abzeichnende und absehbare Auswirkungen der Corona-Pandemie und sich daraus ergebende Handlungsbedarfe. Weiterhin wurden Einschätzungen zum Thema Online-Handel, zu zurückliegenden und zukünftigen Entwicklungen des Einzelhandelsstandortes Braunschweig sowie zu Stärken und Schwächen insbesondere der Innenstadt thematisiert.

## 3.2 EINZELHANDELSITUATION IN DER STADT BRAUNSCHWEIG

### 3.2.1 Bestand und Entwicklung des Einzelhandelsangebotes

Die in Braunschweig ermittelten 1.373 Betrieben (einschließlich Apotheken, Betrieben des Lebensmittelhandwerks und Tankstellen) erzielten auf einer Verkaufsfläche von rd. 521.300 m<sup>2</sup> ein Umsatz von rd. 2.048,5 Mio. €<sup>52</sup>.

<sup>51</sup> Der abgestimmte Gesprächsleitfaden ist im Anhang enthalten.

<sup>52</sup> Gegenüber 2017 (Regionales Einzelhandelskonzept Großraum Braunschweig) ist ein leichter Umsatzrückgang von rd. 2% von 2.095,2 auf 2.048,5 Mio. € festzustellen. Die Flächenproduktivität ist in diesem Zeitraum hingegen um rd. 2% von rd. 3.865 auf rd. 3.930 €/ m<sup>2</sup> Verkaufsfläche leicht angestiegen.



Die Entwicklung weist seit 2017 einen leichten Rückgang der Anzahl der Betriebe von rd. 2% auf. Die Verkaufsfläche ist im selben Zeitraum um rd. 4% zurückgegangen. Der Umsatz ist ebenfalls leicht rückläufig (rd. -2%). Die Flächenproduktivität ist hingegen um rd. 2% leicht gestiegen (vgl. Tab. 1). Im Vergleich zu den Jahren 2009 und 2003 zeigen sich hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der Verkaufsfläche deutliche Veränderungen: Die Betriebszahl weist gegenüber 2009 einen Rückgang von rd. -20% und gegenüber 2003 rd. -22% auf. Die Verkaufsfläche ist hingegen seit 2009 um rd. 8% und gegenüber 2003 um rd. 9% angestiegen. Damit zeichnet sich in Braunschweig eine dem bundesweiten Trend entsprechende Entwicklung ab, bei rückläufiger Anzahl der Betriebe nahmen die Verkaufsflächen zu. Dies kann auf die Ansiedlung vor allem großer Einzelhandelsbetriebe zurückgeführt werden.

**Tab. 1: Vergleich Einzelhandelsangebot Braunschweig 2020, 2017, 2009, 2003**

|  | 2020    | 2017    | 2009    | 2003    | Änderung<br>2017 -<br>2020 | Änderung<br>2009 -<br>2020 | Änderung<br>2003 -<br>2020 |
|--|---------|---------|---------|---------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Betriebe                                       | 1.373   | 1.402   | 1709    | 1.763   | -2%                        | -20%                       | -22%                       |
| Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) <sup>1)</sup> | 521.300 | 542.300 | 551.100 | 480.325 | -4%                        | 8%                         | 9%                         |

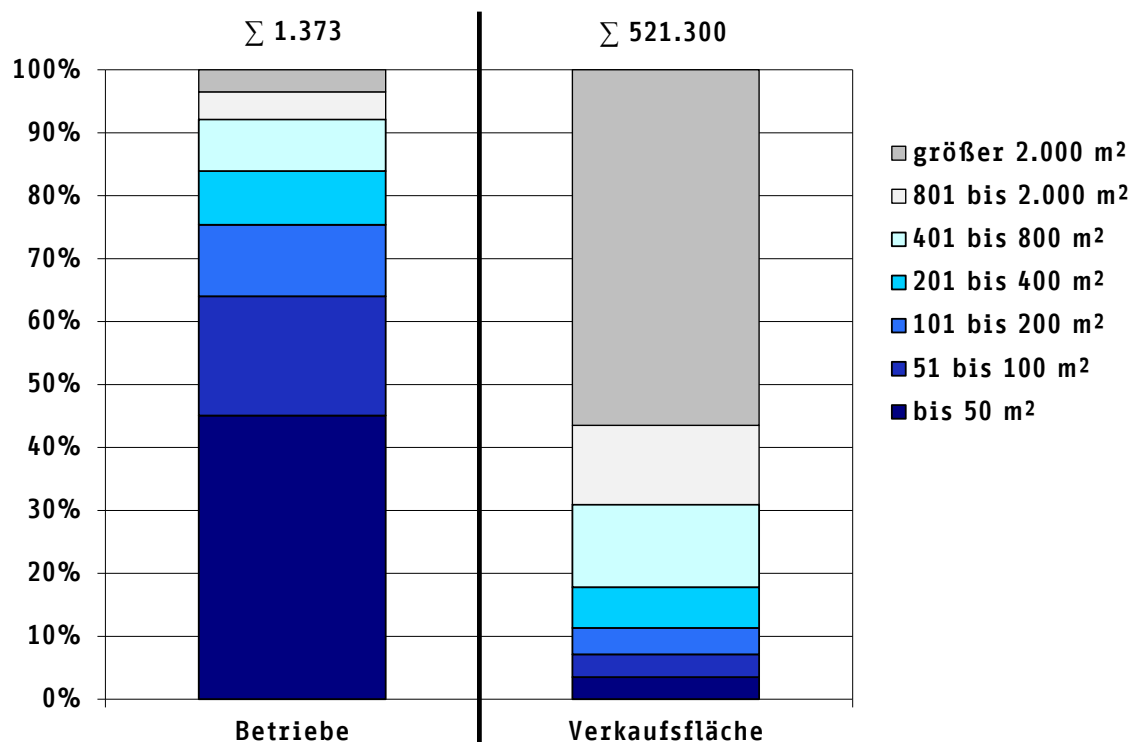
<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; Fortschreibung Regionales Einzelhandelskonzept für den Großraum Braunschweig 2018; Zentrenkonzept Einzelhandel Stadt Braunschweig 2010/ Ergänzung 2003.

Die Darstellung der Betriebe nach Betriebsgrößenklassen zeigt, dass in Braunschweig eine kleinteilige, insgesamt zu anderen Städten vergleichbare Einzelhandelsstruktur besteht (vgl. Abb. 6): Annähernd zwei Drittel der Einzelhandelsbetriebe weisen eine Verkaufsfläche von bis zu 100 m<sup>2</sup> auf. Ihr Anteil an der Gesamtverkaufsfläche beträgt hingegen nur rd. 7%. Demgegenüber sind rd. 8% der Betriebe großflächig (das heißt über 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche); bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche beträgt ihr Anteil rd. 69%.



Abb. 6: Betriebsgrößenklassen in Braunschweig



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung 2020; eigene Berechnungen

### Leerstände in den Zentren

Im Rahmen der Einzelhandelserhebung im Oktober/ November 2020 wurden in der Innenstadt und den sonstigen Zentren (vgl. Kap. 6.2.1, S. 89) ergänzend auch leerstehende Ladenlokale erfasst, die sich grundsätzlich für Einzelhandelsnutzungen eignen. Bei diesen Leerständen handelt es sich in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren vor allem um kleinteilige Ladenlokale mit einer Fläche von bis zu 50 m² (rd. 65 bis 80%). Die Anzahl der Leerstände mit einer Fläche von 51 m² bis 200 m² ist vergleichsweise gering, größere Leerstände existieren an diesen Standorten nicht. In der Innenstadt mit dem Hauptgeschäftsbereich und vereinzelt auch im City-Ergänzungsbereich sind hingegen auch Leerstände mit mehr als 200 m² Fläche vorhanden.

Der Leerstand in den Zentren wurde im Rahmen einer weiteren Begehung im August 2021 erneut untersucht, um zwischenzeitliche Veränderungen unter anderem durch die Corona-Pandemie zu erfassen. In Tab. 2 ist die Zahl der Leerstände nach Zentrenkategorien für die Jahre 2017, 2020 und 2021 dargestellt.



**Tab. 2: Vergleich Anzahl der Leerstände 2017, 2020 und 2021 nach Zentrenkategorie**

|                             | 2017 | 2020                  | 2021              |
|-----------------------------|------|-----------------------|-------------------|
| City/ Hauptgeschäftsbereich | 82   | 87 / 50 <sup>1)</sup> | 47 <sup>1)</sup>  |
| City-Ergänzungsbereich      | 20   | 29                    | --- <sup>2)</sup> |
| Stadtteil-A-Zentren         | 5    | 16                    | 17                |
| Stadtteil-B-Zentren         | 6    | 12                    | 13                |
| Nahversorgungszentren       | 7    | 15                    | 13                |

<sup>1)</sup>: ohne zwischenzeitlich leergezogene Großprojekte Burghaus und Welfenpark

<sup>2)</sup>: 2021 nicht erfasst.

Quelle: Erhebung REHK Großraum Braunschweig 2017; eigene Erhebung Oktober/ November 2020; BSZ September 2021

Es wird deutlich, dass in allen Zentrenstypen die Zahl der Leerstände 2020 gegenüber 2017 zugenommen hat. Innerhalb der Abgrenzung City/ Hauptgeschäftsbereich sowie auch im City-Ergänzungsbereich ist die Zahl der Leerstände gegenüber 2017 nur geringfügig angestiegen. Im Zeitraum zwischen den Erhebungen Oktober/ November 2020 und September 2021 wurden die Burghaus und der Welfenpark nahezu vollständig leergezogen, sodass beide jeweils nur als ein Leerstand erfasst wurden. Gegenüber 2020 ist im September 2021 im Hauptgeschäftsbereich eine nahezu konstante Zahl an Leerständen festzustellen. Geschäftsschließungen konnten entsprechend durch Neuvermietungen in etwa gleichem Maße ausgeglichen werden. Im City-Ergänzungsbereich wurde 2021 keine vollständige Leerstandserhebung durchgeführt.

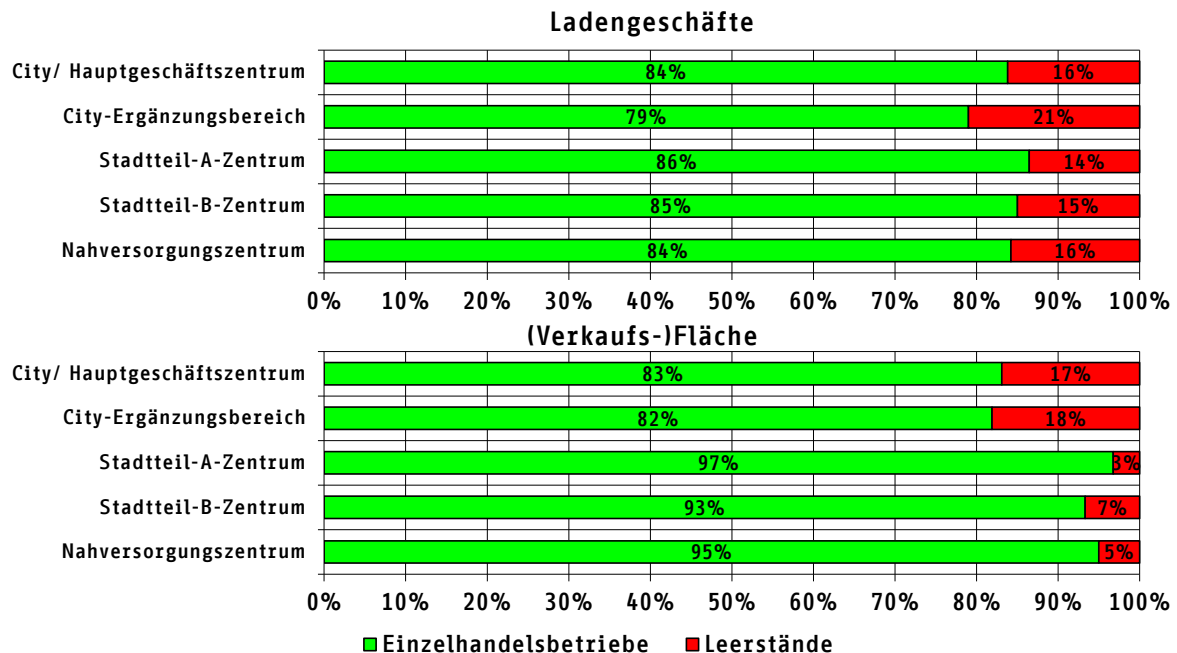
In den Stadtteil- und Nahversorgungszentren hat sich die Zahl der Leerstände 2020 gegenüber 2017 in etwa verdoppelt. Zwischen den Erhebungen 2020 und 2021 sind die Veränderungen in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren per Saldo sehr gering. Zusätzliche Leerstände wurden annähernd im selben Maße durch neue Nutzungen (Einzelhandel und Dienstleistungen) ausgeglichen.

In Abb. 7 sind die Anteile an Einzelhandelsnutzungen und Leerständen dargestellt, wiederum differenziert nach Zentrenkategorien sowie nach Anzahl und (Verkaufs-)Fläche. Die Leerstandsanteile liegen mit rd. 14 und 21% in allen Zentrenkategorien vergleichsweise hoch. Innerhalb der Abgrenzung des ehemaligen City-Ergänzungsbereiches liegt der Leerstandsanteil mit rd. 21% am höchsten. Gewichtet nach der (Verkaufs-)Fläche zeigen sich insbesondere in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren deutlich geringere Anteile an Leerständen. Darin kommt nochmals zum Aus-



druck, dass vor allem die kleineren Ladenlokale leer stehen. Im Hauptgeschäftsbereich City sind hingegen auch einige großflächige Leerstände erfasst worden.

Abb. 7: Einzelhandel und Leerstände nach Zentrenkategorie - Anzahl und (Verkaufs-)Fläche



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung 2020

Es ist festzustellen, dass sowohl in der Braunschweiger City als auch in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren vergleichsweise hohe Leerstandsanteile zu verzeichnen sind. Ein gewisser Leerstandsanteil - in einer Höhe von bis zu 5% - ist im Rahmen von üblichen Veränderungen durchaus erwünscht. Anteile von rd. 15% und zum Teil mehr sind jedoch in der Regel als Hinweise für strukturelle Probleme zu sehen. Der Vergleich der Leerstandszahlen von 2020 und 2021 zeigt, dass die Auswirkungen durch die Einschränkungen im Rahmen der Pandemiebekämpfung - zumindest bisher - nicht zu einem Anstieg der Leerstände geführt haben. Inwieweit Überbrückungshilfen oder die Aussetzung der Insolvenzpflicht bis April 2021 zu einer Stabilisierung der Leerstandssituation beigetragen haben, lässt sich noch nicht beantworten.



### Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttypen

Die Darstellung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttypen<sup>53</sup> (vgl. Abb. 8) zeigt:

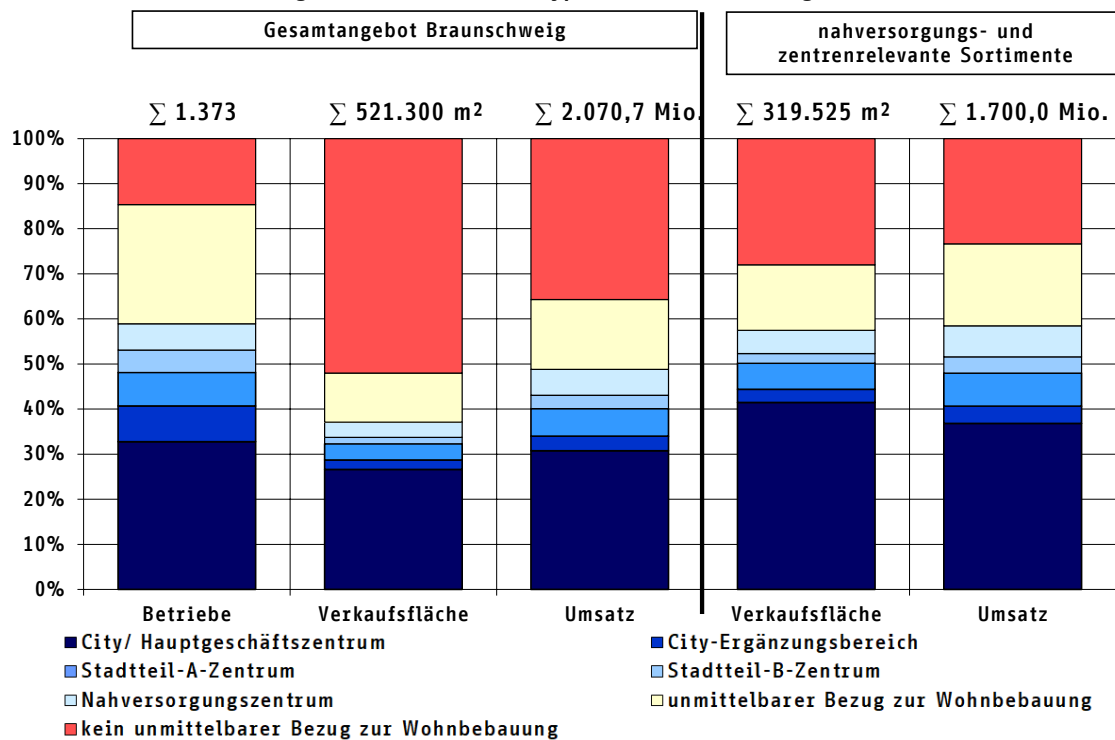
- Gemessen an der Zahl der Betriebe sind rd. 59% des Angebotes in zentralen Versorgungsbereichen zu finden. Im Hauptgeschäftsbereich City liegt der Anteil bei rd. 33% beziehungsweise bei rd. 55% aller Betriebe in zentralen Versorgungsbereichen. Rd. 26% der Betriebe befinden sich an sonstigen integrierten Standorten mit unmittelbarem Bezug zur Wohnbebauung und rd. 15% an nicht integrierten Standorten ohne unmittelbaren Bezug zur Wohnbebauung.
- Gemessen an der Gesamtverkaufsfläche entfallen rd. 52% des Einzelhandelsangebotes auf nicht integrierte Lagen. Rd. 37% entfallen auf die zentralen Versorgungsbereiche, rd. 27% allein auf den Hauptgeschäftsbereich City. Gemessen an der Gesamtverkaufsfläche in allen zentralen Versorgungsbereichen entfallen rd. 80% der Fläche auf die City.
- Die Betriebe erzielen insgesamt rd. 36% des Umsatzes an nicht integrierten Standorten. In den zentralen Versorgungsbereichen liegt der Anteil bei rd. 49%, im Hauptgeschäftsbereich City bei rd. 31%. Rd. 63% des Umsatzes in allen zentralen Versorgungsbereichen werden allein in der City erzielt.
- Bei Betrachtung der Verkaufsfläche und des Umsatzes der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente werden sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch hinsichtlich des Umsatzes etwas höhere Anteile in den zentralen Versorgungsbereichen erzielt. Der Anteil der Verkaufsfläche an nicht integrierten Standorten liegt bei rd. 28%, der an nicht integrierten Standorten erzielte Umsatz liegt bei rd. 23%.

---

<sup>53</sup> Die Darstellung der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes erfolgt auf den Standortkategorien des Zentrenkonzeptes Einzelhandel von 2010.



Abb. 8: Einzelhandelsangebot nach Standorttypen in Braunschweig



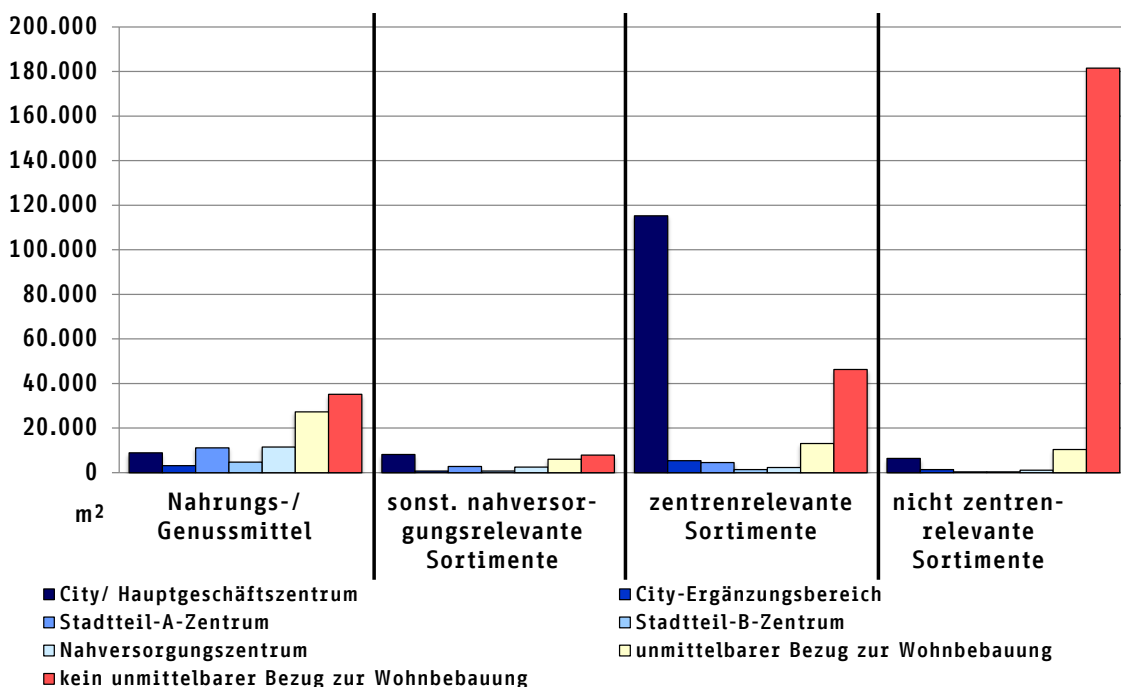
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung 2020; IfH; EHI; eigene Berechnungen

In Abb. 9 sind die absoluten Verkaufsflächen nach Standorttypen dargestellt. Das Angebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel befindet sich überwiegend innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Allerdings sind ebenfalls große Teile an sonstigen integrierten Standorten mit unmittelbarem Bezug zur Wohnbebauung und, nicht der Funktion entsprechend, an nicht integrierten Standorten ohne unmittelbaren Bezug zur Wohnbebauung verortet.

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Sortimente) befindet sich zwar der mit Abstand größte Teil der Verkaufsflächen im Hauptgeschäftsbereich City sowie den sonstigen Zentren, ein erheblicher Teil befindet sich jedoch auch an nicht integrierten Standorten ohne unmittelbaren Bezug zur Wohnbebauung.

Die nicht zentrenrelevanten Sortimente befinden sich ganz überwiegend an nicht integrierten Standorten.

Abb. 9: Verkaufsflächen nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung 2020; eigene Berechnungen

Ein erheblicher Teil des Angebotes des nahversorgungsrelevanten Sortiments Nahrungs- und Genussmitteln, wird an nicht integrierten Standorten angeboten und kann entsprechend nur eingeschränkt zur wohnungsnahen Grundversorgung beitragen. Die Verteilung der zentrenrelevanten Sortimente mit erheblichen Verkaufsflächen- und Umsatzanteilen an nicht integrierten Standorten zeigt, dass sich die City - zusätzlich zum Wettbewerb mit dem Online-Handel - in erheblicher Konkurrenzsituation zu gewerblich geprägten Standorten innerhalb der Stadt Braunschweig befindet.

### 3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten und Zentralitäten

Eine erste Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Braunschweig kann vor dem Hintergrund der Nachfrage vorgenommen werden.

*Das Verhältnis des in Braunschweig erzielten Umsatzes zu der in Braunschweig verfügbaren Kaufkraft<sup>54</sup> ergibt lokale **Bindungsquoten** (zum Teil auch Zentralitäts-*

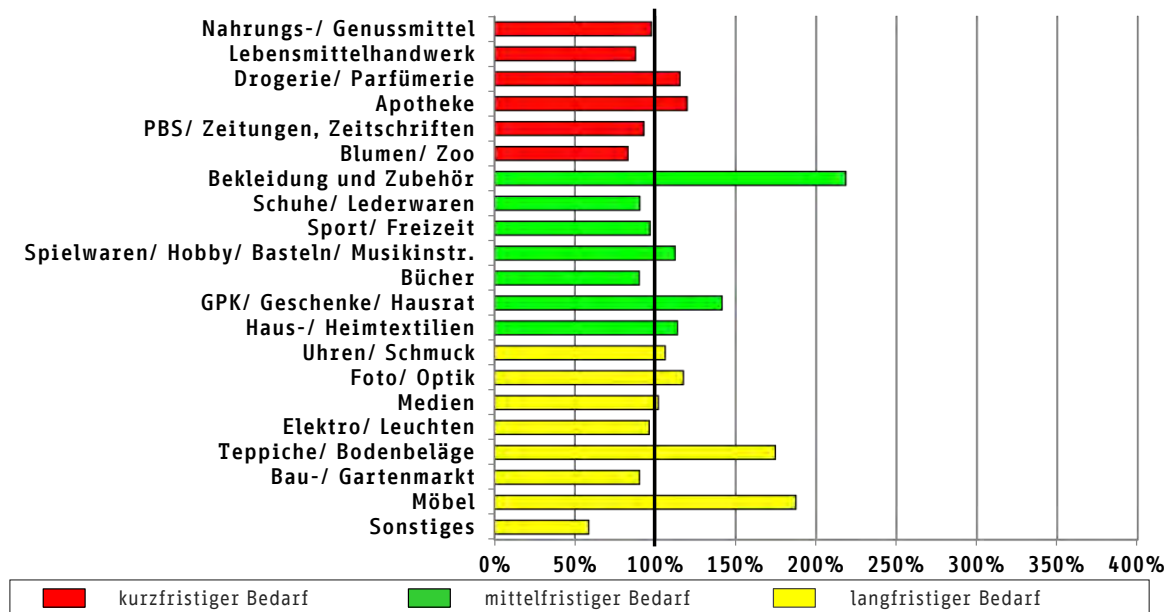
<sup>54</sup> Die gesamtstädtische Kaufkraft ergibt sich aus der Kaufkraft je Einwohner und der Einwohnerzahl, wobei es sich bei der Kaufkraft je Einwohner um einen bundesdeutschen Durchschnittswert handelt, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern auf die gebietsspezifische Situation angepasst wird (vgl. IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2020).



ten genannt<sup>55</sup>): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass insgesamt Kaufkraft zufließt (Zuflüsse nach Braunschweig vermindert um die Abflüsse aus Braunschweig), eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass insgesamt Kaufkraft aus Braunschweig abfließt.

Die Gesamtbindungsquote in der Stadt Braunschweig beträgt bei Berücksichtigung der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft rd. 112%; insgesamt sind folglich Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen (vgl. Abb. 10).

Abb. 10: Bindungsquoten in der Stadt Braunschweig nach Sortimenten



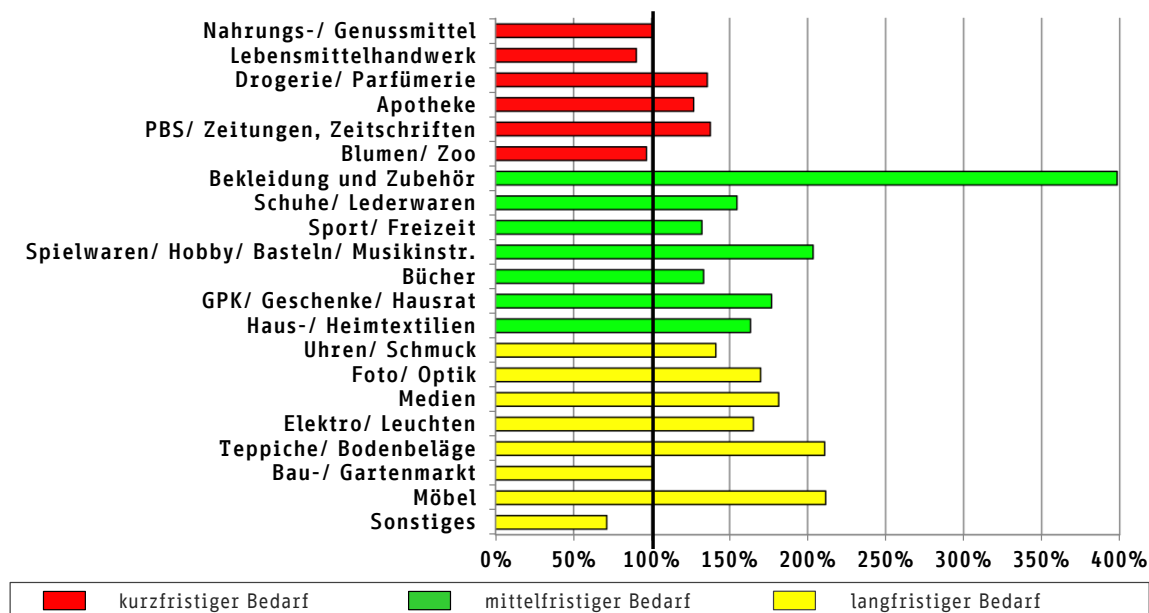
PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Zur Einschätzung der Versorgungsfunktion der Stadt Braunschweig wurden zusätzlich Kaufkraftzahlen zu Grunde gelegt, die sich ausschließlich auf den stationären Einzelhandel beziehen. Bei Berücksichtigung dieser einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, also ohne die Kaufkraftabschöpfung durch den Online-Handel, beträgt die Gesamtbindungsquote rd. 134%; per Saldo sind entsprechend höhere Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen (vgl. Abb. 11).

<sup>55</sup> Die Begriffe *Bindungsquoten* und *Zentralitäten* werden in der Regel synonym verwendet. Aus gutachterlicher Sicht veranschaulicht der Begriff *Bindungsquoten* den Aspekt der Kaufkraft**bindung** besser.

Abb. 11: Bindungsquoten in der Stadt Braunschweig nach Sortimenten: Kaufkraft auf stationären Einzelhandel bezogen



PBS = Papier/ Bürobbedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Für die jeweiligen Bedarfsbereiche (kurz-, mittel- und langfristig) ergibt sich für die Stadt Braunschweig ein differenziertes Bild:

In den Sortimentsgruppen des **kurzfristigen Bedarfsbereiches** (in der Abbildung rot dargestellt) sollte jede Kommune eine möglichst vollständige rechnerische Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Das bedeutet, dass in diesen Sortimentsgruppen Bindungsquoten von etwa 100% erreicht werden sollten. In Braunschweig beträgt die Bindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich insgesamt rd. 108%, sodass rechnerisch ein leichter Kaufkraftzufluss besteht.

Im für die Grund- und Nahversorgung in besonderem Maße bedeutsamen Bereich Nahrungs- und Genussmittel besteht mit einer Bindungsquote von rd. 100% eine rechnerische Vollversorgung. Im Bereich Lebensmittelhandwerk und im Sortimentsbereich Blumen/ Zoo wird bei Bindungsquoten von 90% beziehungsweise 97% nahezu eine Vollversorgung erreicht. In den übrigen Sortimentsgruppen des kurzfristigen Bedarfsbereiches (Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, Papier/ Bürobbedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen, Zeitschriften) liegen die Bindungsquoten deutlich über 100%, sodass entsprechend Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen sind.





Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung grün dargestellt) sind mit einer Bindungsquote von rd. 253% insgesamt betrachtet per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Dabei liegen die Bindungsquoten in allen Sortimentsbereichen deutlich über 100%. Im Bereich Bekleidung und Zubehör wird eine sehr hohe Bindungsquote von rd. 398% erreicht. Auch im Bereich Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente sind bei einer Bindungsquote von rd. 204% deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung gelb dargestellt) wird eine Bindungsquote von insgesamt rd. 134% erreicht. Somit sind auch in diesem Bedarfsbereich, mit Bindungsquoten zum Teil deutlich über 100% per Saldo, erhebliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Im Bereich Bau- und Gartenmarkt liegt die Bindungsquote bei rd. 101%, sodass eine rechnerische Versorgung der Einwohner Braunschweigs gewährleistet ist. Lediglich im Sortimentsbereich Sonstiges sind bei einer Bindungsquote von rd. 71% Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen; dies kann zumindest teilweise darauf zurückgeführt werden, dass einzelne Produkte außerhalb des Einzelhandels im engeren Sinne angeboten werden.

**Insgesamt ist festzustellen, dass bei alleiniger Berücksichtigung der auf den stationären Einzelhandel bezogenen Kaufkraft sowohl im Bereich der zentrenrelevanten als auch der nicht zentrenrelevanten Sortimente in der Regel per Saldo erhebliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb zu verzeichnen sind. In vielen Sortimenten versorgt der Braunschweiger Einzelhandel neben der eigenen Bevölkerung die gleiche Anzahl an Einwohnern aus dem Umland mit. Entsprechend nimmt die Stadt Braunschweig damit ihre oberzentrale Versorgungsfunktion in deutlichem Maße wahr.**

Das gesamte Einzelhandelsangebot in der Stadt Braunschweig ist in Tab. 3 bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt.

**Tab. 3: Einzelhandelsangebot in der Stadt Braunschweig, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 97.800                              | 549,8               | 547,4                  | 100%          |
| Lebensmittelhandwerk                            | 4.200                               | 67,2                | 74,5                   | 90%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 17.900                              | 86,6                | 63,8                   | 136%          |
| Apotheke  | 3.500                               | 220,3               | 173,5                  | 127%          |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 4.625                               | 19,0                | 13,8                   | 138%          |
| Blumen/ Zoo                                     | 9.000                               | 24,4                | 25,2                   | 97%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>137.025</b>                      | <b>967,3</b>        | <b>898,1</b>           | <b>108%</b>   |
| Bekleidung und Zubehör                          | 73.800                              | 310,0               | 77,8                   | 398%          |
| Schuhe/ Lederwaren                              | 11.650                              | 34,6                | 22,4                   | 155%          |
| Sport/ Freizeit                                 | 14.625                              | 41,5                | 31,4                   | 132%          |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 18.775                              | 40,2                | 19,8                   | 204%          |
| Bücher  | 4.525                               | 22,1                | 16,5                   | 133%          |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 18.950                              | 25,9                | 14,7                   | 177%          |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 12.025                              | 22,1                | 13,5                   | 163%          |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>154.350</b>                      | <b>496,4</b>        | <b>196,0</b>           | <b>253%</b>   |
| Uhren/ Schmuck                                  | 2.700                               | 21,7                | 15,4                   | 141%          |
| Foto/ Optik                                     | 4.300                               | 28,5                | 16,8                   | 170%          |
| Medien  | 8.450                               | 94,1                | 51,8                   | 181%          |
| Elektro/ Leuchten                               | 12.700                              | 46,8                | 28,3                   | 165%          |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 9.600                               | 16,6                | 7,9                    | 211%          |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 73.625                              | 145,5               | 144,3                  | 101%          |
| Möbel   | 105.775                             | 180,1               | 85,1                   | 212%          |
| Sonstiges                                       | 12.750                              | 73,7                | 103,3                  | 71%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>229.925</b>                      | <b>607,1</b>        | <b>453,1</b>           | <b>134%</b>   |
| <b>Summe</b>                                    | <b>521.300</b>                      | <b>2.070,7</b>      | <b>1.547,2</b>         | <b>134%</b>   |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

### 3.2.3 Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Sicht von Experten und Akteuren in Braunschweig

Die Interviews sollten Händlerinnen und Händlern und weiteren Akteuren aus Braunschweig die Gelegenheit geben, ihre persönliche Einschätzung zum Einzelhandels-



standort Braunschweig in die Analyse einzubringen. Zudem sollten ortsspezifische Kenntnisse und aktuelle Informationen zum Einzelhandel, dessen Rahmenbedingungen sowie zum Einzugsbereich des Handels, allgemeiner und stadtspezifischer Entwicklungstrends direkt bei den Fachleuten abgefragt werden. Die Aussagen aus den Gesprächen sind von großer Bedeutung für eine umfassende Darstellung der Einzelhandelssituation.

### **Corona-Pandemie**

Ein wichtiges Thema waren die mittel- bis langfristigen **Auswirkungen der Corona-Pandemie** für die Innenstadt und die sonstigen Zentren und sich daraus ergebende Handlungsbedarfe sowie gegebenenfalls Chancen und Potenziale auf Grund von Veränderungen.

Insgesamt werden erhebliche Auswirkungen durch die Corona-Pandemie für die **Innenstadt** erwartet. Die Konkurrenzsituation durch den Online-Handel war bereits vor der Pandemie für viele problematisch und habe sich durch Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung mit Geschäftsschließungen weiter verstärkt.

- In der Innenstadt zeigen sich bereits zahlreiche voraussichtlich dauerhafte Geschäftsschließungen.
- Es sind sowohl inhabergeführte Betriebe als auch Filialbetriebe betroffen.
- Es zeigen sich deutliche Frequenzverluste auch in Phasen, in denen der Einzelhandel geöffnet war.
- Größere Filialisten hätten zwar bessere Chancen die Pandemie zu überstehen, es sei jedoch eine Marktbereinigung zu erwarten, sodass unrentierliche Filialen zukünftig wegfallen könnten.
- Die Zunahme an Leerständen wirft die Frage nach Folge- und Umnutzungen auf.
- Vor allem die großen (Kaufhaus-)Leerstände werden problematisch gesehen, aber auch die große Zahl kleinerer Leerstände fällt ins Gewicht.
- Während der Geschäftsschließungen konnte vielfach ein Entgegenkommen der Eigentümer festgestellt werden. Allerdings habe es sich dabei vor allem um Stundungen gehandelt, erforderliche Anpassungen der Miethöhe seien nicht erfolgt.



- Eine wichtige Frage wird sein, durch welche Nutzungen ehemalige Einzelhandelsflächen zukünftig belegt werden können - insbesondere hinsichtlich Erdgeschossnutzungen sowie unter dem Aspekt der Funktion als Frequenzbringer.
- Es wird davon ausgegangen, dass die Leitfunktion des Einzelhandels in der Innenstadt auch zukünftig bestehen bleibt, wenn auch gegebenenfalls in geringerem Umfang.
- Eine ausgeprägtere Nutzungsmischung mit mehr Wohnen, Gastronomie, Dienstleistungen, öffentlichen Nutzungen, Bildungseinrichtungen könnte zukünftig zu einer Belebung der Innenstadt beitragen.
- Inwieweit Büronutzungen eine Rolle spielen werden, ist hinsichtlich der Nachfrage nach Büroflächen, auch unter dem Aspekt Homeoffice, noch nicht absehbar.
- Die mittel- bis langfristigen Auswirkungen für die ebenfalls stark betroffene **Gastronomie** werden geringer eingeschätzt, da sich die Nachfrage nach der Aufhebung von Kontakt- und Zugangsbeschränkungen wieder erholen wird.
- Es wird davon ausgegangen, dass für weggefallene Gastronomiebetriebe andere nachrücken. Dabei wird jedoch die Gefahr gesehen, dass der Anteil an Franchise- und Filialbetrieben weiter zunehmen und damit die Individualität des Angebotes eingeschränkt werden könnte.

Wenn auch insgesamt **erhebliche Auswirkungen für die Innenstadt** und für den Einzelhandelsstandort Braunschweig befürchtet werden, so wurde vielfach auch Zuversicht geäußert, dass es zukünftig wieder zu einer **positiven Entwicklung** kommen wird - wenn auch gegebenenfalls unter veränderten Rahmenbedingungen oder mit neuen Konzepten. Dabei sei die Entwicklung der Mieten von großer Bedeutung. Es wird erwartet, dass das Mietniveau zukünftig sinkt. Während einige Gesprächspartner bereits erste Tendenzen sehen, erscheint es anderen noch zu früh für eine Einschätzung, da Mietverträge in der Regel längere Laufzeiten hätten.

In den Stadtteilen beziehungsweise **Stadtteil- und Nahversorgungszentren** seien die Auswirkungen deutlich geringer, da dort nahversorgungsrelevante Sortimente eine größere Rolle spielen, die in der Regel von Geschäftsschließungen ausgenommen waren.



Neben den befürchteten Einschnitten und Veränderungen für den Einzelhandel und die Braunschweiger Innenstadt insgesamt, wird die **Pandemie auch als Chance** betrachtet. So würden bestehende Probleme jetzt stärker in den Fokus rücken und ohnehin erforderliche Veränderungen jetzt in Angriff genommen. Dazu gehören:

- Thematisierung großflächiger Kaufhausleerstände (nur zum Teil im Zusammenhang mit der Pandemie zu sehen).
- Die Digitalisierung im Handel hat auf Grund der Geschäftsschließungen einen Schub erhalten.
- Es ist ein Handlungsdruck entstanden, attraktive und zukunftsfähige Geschäftsmodelle zu entwickeln.
- Die verstärkte Vernetzung verschiedener Akteure ist zu beobachten (zum Beispiel durch den AAI waren aber bereits gute Strukturen vorhanden).
- Die Zusammenarbeit und der Austausch innerhalb der Händlerschaft hat sich verbessert sowie auch die Zusammenarbeit mit der Stadt.
- Immobilieneigentümer werden stärker einbezogen.
- Die Initiierung des Innenstadtdialogs durch die Stadt Braunschweig wird positiv gesehen.
- Das **Mietpreisniveau** in der Innenstadt hat sich in der Vergangenheit nicht entsprechend der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung entwickelt.
- Es wird eine Absenkung des Mietpreisniveaus erwartet, wodurch wiederum Potenzial beziehungsweise räumliche Möglichkeiten für Veränderungen entstehen, so dass zukünftig auch Nutzungen in die Innenstadt rücken könnten, die bislang dort nicht rentabel waren. Das können zum Beispiel unkonventionelle und besondere/individuelle Konzepte sein,
- Der Anteil weiterer zentrenprägender Nutzungen neben Einzelhandel könne sich erhöhen.
- Neben Fachgeschäften könnten auch Baumarkt- und Möbelkonzepte zu einem vielfältigen Angebot in der Innenstadt beitragen.

### **Online-Handel/ Digitalisierung**

Das Thema **Online-Handel und Digitalisierung** beziehungsweise welche Chancen und Risiken durch den Online-Handel für den stationären Einzelhandel gesehen werden, wurde in einem deutlichen Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie gesehen.



- Viele Händler haben auf Grund der Beschränkungen einen Handlungsbedarf für längst überfällige Maßnahmen erkannt und ihre Onlinepräsenz sowie weitere digitale Vertriebs- und Vermarktungskanäle durch Nutzung von Verkaufsplattformen oder Diensten wie WhatsApp oder Instagram ausgebaut.
- Es wird davon ausgegangen, dass ergänzende digitale Vertriebswege zukünftig noch an Bedeutung gewinnen.
- Ergänzender Online-Handel mit zum Beispiel Click&Collect oder Click&Meet etc. kann jedoch die hohen Umsatzeinbußen durch die Verlagerung von Umsätzen des stationären Handels hin zum Online-Handel nicht ausgleichen.
- Es ist nicht für jeden Händler beziehungsweise jede Branche sinnvoll und machbar einen Online-Shop zu betreiben.
- Die Digitalisierung im Handel wird zukünftig aber einen großen Stellenwert einnehmen.
- Es wird befürchtet, dass ein Gewöhnungseffekt eintritt und auch die Kundinnen und Kunden, die nur mangels Alternativen online eingekauft haben, zukünftig verstärkt den Online-Handel nutzen.
- Es wird ein enormer Bedeutungsgewinn des Online-Handels sowie eine grundsätzliche Benachteiligung des stationären Handels gegenüber dem Online-Handel auf Grund von Ungleichbehandlung beklagt.
- Es werden politisch Maßnahmen gefordert um Chancengleichheit beziehungsweise faire Rahmenbedingungen zum Beispiel hinsichtlich der Besteuerung zu gewährleisten.
- Gleichzeitig werden auch Versäumnisse des Handels in der Vergangenheit hinsichtlich Digitalisierung und Onlinepräsenz gesehen.
- Übermäßiger Personalabbau in der Vergangenheit habe zu Verlusten bei der Beratungsqualität geführt und damit Vorteile gegenüber dem Online-Handel verringert.

Auch wenn der stationäre Einzelhandel durch die Corona-Pandemie einen "Digitalisierungsschub" erfahren habe, wird dennoch insgesamt ein großer Handlungsbedarf gesehen. Durch eine bessere Onlinepräsenz und die Verbindung verschiedener Vertriebskanäle könnten zukünftig Entwicklungspotenziale erschlossen werden. Die Händler müssten jedoch selbst aktiv werden, aber auch für die Notwendigkeit zur Digitalisierung im Handel sensibilisiert werden.



Zusätzlich sei es wichtig, für den stationären Einzelhandel ein attraktiveres Umfeld zu schaffen. Durch beispielsweise eine **attraktive Innenstadtgestaltung** mit hoher **Aufenthaltsqualität** könne ein Gegengewicht zum Online-Einkauf geschaffen werden. Gleichzeitig müsse der Handel sich auf seine eigenen Stärken besinnen und diese weiter ausbauen. Dazu gehören eine hohe Service- und Beratungsqualität oder auch besondere und individuelle Angebote, mit denen man sich profilieren kann. Es wird davon ausgegangen, dass auch bei einem weiteren zukünftigen Bedeutungsgewinn des Online-Handels dennoch ein **Bedürfnis nach realen Einkaufserlebnissen** und Begegnungen bestehen wird und der Online-Handel den Bummel durch die Innenstadt nicht ersetzen wird.

### Einzelhandelssituation

Im Hinblick auf den Einzelhandelsstandort Braunschweig und die Entwicklung insbesondere in der Braunschweiger Innenstadt wird durch die Gesprächspartner insgesamt eine überwiegend positive Entwicklung in den vergangenen Jahren beschrieben.

Durch die Ansiedlung zum Beispiel der Schloss-Arkaden und die Entwicklung des Konrad-Koch-Quartiers sei eine maßgebliche Stärkung der Innenstadt durch wichtige Magnetbetriebe erreicht worden. Hinsichtlich der Schloss-Arkaden werden zwar teilweise mangelnde Synergieeffekte mit den sonstigen Lagen in der Innenstadt gesehen und auch die dadurch erfolgte erhebliche Erweiterung der Gesamtverkaufsfläche erscheint einigen Gesprächspartnern kritisch, insgesamt erfolgt jedoch eine positive Einschätzung, da unter anderem auch neue Laufwege entstanden seien.

Kritisch wird angemerkt, dass verschiedene andere Projekte, wie zum Beispiel der Welfenhof oder die Burgpassage bislang nicht umgesetzt beziehungsweise abgeschlossen werden konnten. Auch die Entwicklung beziehungsweise die Zunahme von zum Teil auch großflächigen Leerständen bereits vor Beginn der Corona-Pandemie wird kritisch betrachtet.

Obwohl insgesamt eine positive Entwicklung der Innenstadt in den vergangenen Jahren festzustellen sei, wird beklagt, dass auch Konkurrenzstandorte zur Innenstadt ermöglicht wurden (zum Beispiel BraWoPark).





Bei der Frage nach den **Stärken** des Einzelhandelsstandortes Braunschweig wird vor allem, auf die Innenstadt Bezug genommen. Im Wesentlichen werden die folgenden Aspekte genannt:

- Attraktives und vielfältiges Einzelhandelsangebot
- gute Nutzungsmischung
- guter Angebotsmix mit Filialbetrieben und inhabergeführten Fachgeschäften
- gutes Gastronomieangebot
- hohe Ausstrahlungskraft ins Umland, großes Einzugsgebiet und hohe Kaufkraftbindung
- hohe Passantenfrequenzen in der Vor-Corona-Zeit
- attraktives Stadtbild, gute Atmosphäre und Aufenthaltsqualität
- gute Erreichbarkeit/ Anbindung der Innenstadt mit MIV, ÖPNV, Fahrrad, zu Fuß
- zahlreiche Parkmöglichkeiten (insb. Parkhäuser)
- engagierte Akteure, gute Zusammenarbeit innerhalb der Händlerschaft und mit der Stadt
- viele attraktive Veranstaltungen und kulturelle Angebote

Hinsichtlich der **Schwächen** des Einzelhandelsstandortes Braunschweig wurden vor allem die folgenden Punkte genannt:

- Ausbaufähige Angebotsvielfalt
- fehlende Sortimente (zum Beispiel Herren-/ Kinderbekleidung, Sport/ Freizeit)
- viele Billigangebote
- Filialbetriebe mit Doppelstandorten
- hohe Leerstandsquote
- Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Innenstadt
- uneinheitliche Öffnungszeiten
- mangelnde Sauberkeit in Teilbereichen
- hohe Mieten und durch diese beschränkte Möglichkeiten für individuelle Angebote
- Aufenthaltsqualität in Teilbereichen verbesserungswürdig (zum Beispiel Bohlweg)
- fehlende/ unzureichende Begrünung
- Sitzgelegenheiten zum Teil unattraktiv/ unbequem
- es fehlen öffentliche Toiletten
- es fehlt ein Innenstadtmanager/ Kümmerer



- mangelnde Attraktivität für Radfahrer
- ideologisch geprägte Debatte zur Verbesserung des Fuß- und Radverkehrs (MIV ebenfalls wichtig für gute Erreichbarkeit)
- Überregulierung/ hohe Gebühren für Außensitzflächen

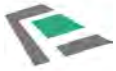
Bei der Einschätzung der **zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten** des Einzelhandelsstandortes Braunschweig besteht vor dem Hintergrund der zum Zeitpunkt der Befragung bestehenden Einschränkungen durch Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung Unsicherheit.

Insgesamt erfolgt jedoch eine überwiegend positive Einschätzung bezüglich der Entwicklungspotenziale, da große Potenziale und gute Ausgangsbedingungen unter anderem auf Grund der attraktiven Innenstadt und des großen Einzugsgebietes gegeben seien. Mehrheitlich wird davon ausgegangen, dass Braunschweig auch zukünftig, nach Aufhebung der pandemiebedingten Einschränkungen, ein starker Einzelhandelsstandort sein wird und sich die aktuellen Frequenzverluste wieder stabilisieren.

Eine solche positive Entwicklung würde aber nicht ohne Anstrengungen erfolgen. Es müssten Rahmenbedingungen geschaffen werden, die Chancengleichheit mit dem Online-Handel ermöglichen und den Folgen der Pandemie begegnen. Dazu müsse ein Fokus auf die Entwicklung der Innenstadt gelegt werden mit Stärkung der verschiedenen Quartiere, Förderung von Neugründungen oder Qualitätssteigerung bei der Gestaltung öffentlicher Räume. Die bestehende Leerstandsproblematik müsse gezielt angegangen werden. Neben Einzelhandel sollten dabei auch weitere Nutzungen im Hinblick auf eine stärkere Nutzungsmischung etabliert werden. Eine entscheidende Rolle spiele auch die Einbeziehung von Immobilieneigentümern, die für "sinnvolle" Innenstadtnutzungen sensibilisiert werden sollten und durch eine Anpassung des Mietpreinsniveaus neue Nutzungen ermöglichen könnten.

Weiterhin müssten Händler und sonstige Akteure in Braunschweig selber aktiv werden und durch neue Konzepte mit besonderen und individuellen Angeboten Akzente setzen.

Zur Abgrenzung des **Einzugsgebietes der Stadt Braunschweig** wurden die Befragten um eine Einschätzung gebeten. Dabei wurde deutlich, dass das Einzugsgebiet branchenbedingt unterschiedlich eingeschätzt wird. Im Wesentlichen wurde ein



Bereich genannt, der sich zwischen Wolfsburg und Gifhorn im Norden und Goslar im Süden sowie zwischen Peine im Westen und Helmstedt im Osten erstreckt. Dies entspricht Pkw-Fahrzeiten von rd. 30 Minuten. Zum Teil ginge der Einzugsbereich auch deutlich darüber hinaus (zum Beispiel Hannover, Magdeburg).

### 3.2.4 Quantitative und räumliche Nahversorgungssituation

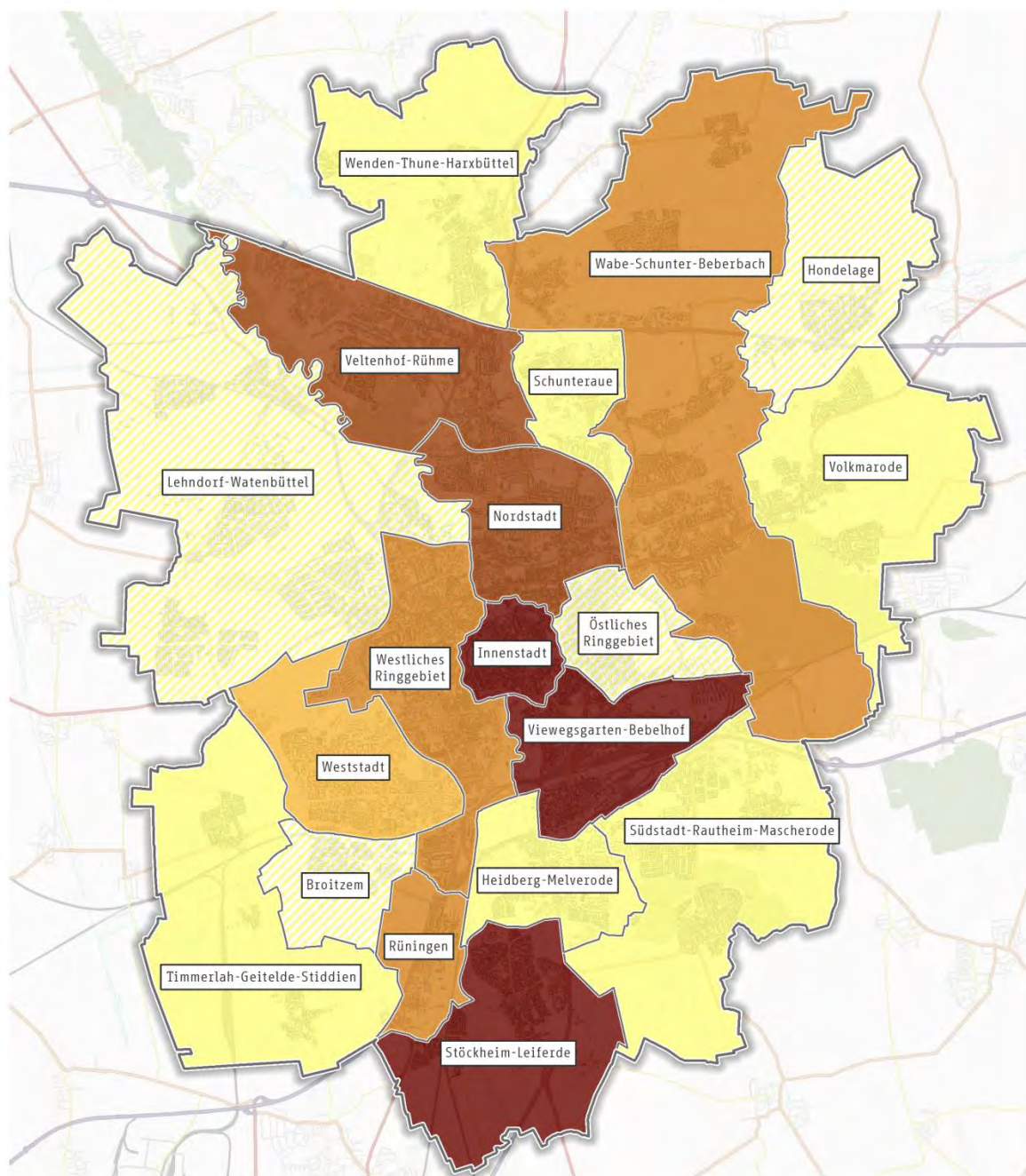
Das Ziel einer möglichst flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung gehört zu den übergeordneten Entwicklungszielen des Zentrenkonzeptes Einzelhandel (vgl. Kap. 5). Es wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs- und Genussmittel der Einzelhandel in Braunschweig bei einer Bindungsquote von rd. 100% eine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung erreicht (vgl. Kap. 3.2.2).

Auf die Ebene der bisherigen 19 Stadtbezirke<sup>56</sup> heruntergebrochen, stellt sich die rein rechnerische Nahversorgungssituation innerhalb der Stadt sehr unterschiedlich dar (vgl. Karte 2). Im Bezirk Innenstadt wird im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine sehr hohe Bindungsquote von rd. 189% erreicht. Diese ist vor allem auf das umfangreiche Lebensmittelangebot im Bereich der Innenstadt mit großflächigen Lebensmittelbetrieben und zahlreichen Lebensmittelfachgeschäften zurückzuführen. Auch in den Bezirken Nordstadt, Stöckheim-Leiferde, Veltenhof-Rühme und Viewegsgarten-Bebelhof sind bei Bindungsquoten von rd. 130% bis 190% per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Dabei übernehmen einzelne SB-Warenhäuser sowie weitere Lebensmittelbetriebe an nicht integrierten Standorten eine Versorgungsfunktion, die über den fußläufigen Einzugsbereich und zum Teil auch über den jeweiligen Bezirk hinausgeht. Auch in den Bezirken Rünigen, Wabe-Schunter-Berberbach und Westliches Ringgebiet liegen bei Bindungsquoten zwischen 110 und 130% per Saldo noch signifikante Kaufkraftzuflüsse vor. Im Bezirk Weststadt wird bei einer Bindungsquote von rd. 99% nahezu eine rechnerische Vollversorgung erreicht. In allen übrigen Bezirken liegen die Bindungsquoten unter 70%, in mehreren Bezirken sogar bei weniger als 50%; hier bestehen erhebliche Kaufkraftabflüsse.

<sup>56</sup> Zum Zeitpunkt der Konzepterstellung bestand eine Gliederung des Stadtgebietes in 19 Bezirke. Die Bildung von 12 Stadtbezirken (entsprechend der Gliederung von Kap. 8) erfolgte erst später. Eine Anpassung der auf Bezirksebene vorgenommenen Auswertungen auf die neuen Bezirksgrenzen ist jedoch nicht erforderlich, da sich die betrachteten Parameter überwiegend nicht an administrativen Grenzen, sondern an räumlich-funktionalen Gegebenheiten orientieren. Der Bezug auf die bisherigen 19 Bezirke erlaubt hingegen eine detailliertere räumliche Betrachtung.



Karte 2: Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel nach Stadtbezirken



Bindungsquoten (in %)

Nahrungs-/ Genussmittel



0 1 2 3 4 Kilometer

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Auf die Nahversorgungssituation auf der bezirklichen Ebene wird in Kap. 8 vertiefend eingegangen.

Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten beziehungsweise Zentralitätskennziffern zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebotes jedoch, insbesondere in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel, dessen räumliche Verteilung von wesentlicher Bedeutung. Zur Verdeutlichung der Nahversorgungssituation im räumlichen Sinne sind daher in Karte 3 die in Braunschweig ansässigen Lebensmittelbetriebe mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und einer Verkaufsfläche von über 200 m<sup>2</sup><sup>57</sup> dargestellt.

Um diese Lebensmittelbetriebe wurde jeweils ein Bereich von 700 Metern Realdistanz gezogen (grün eingefärbt). Darüber hinaus wurden um die Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 200 m<sup>2</sup> ebenfalls jeweils solche Bereiche gezogen, da diese Betriebe auch einen Beitrag zur Versorgung der Bevölkerung - insbesondere immobiler Bevölkerungsgruppen - leisten (gelb eingefärbt).

Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 700 Metern (Realdistanz) - entsprechend bis zu rd. zehn Gehminuten - zu einem solchen Einzelhandelsbetrieb wohnt, sich durch diesen zu Fuß mit Lebensmitteln versorgen kann. Im konkreten Fall beeinflussen topographische, infrastrukturelle und andere räumliche Aspekte die tatsächliche Zugänglichkeit.

Karte 3 verdeutlicht, dass ein Großteil der Einwohner von Braunschweig (rd. 77%) in einer Entfernung von bis zu 700 Metern (Realdistanz) zu mindestens einem Lebensmittelbetrieb wohnt. Werden nur die Lebensmittelbetriebe mit mehr als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche betrachtet, reduziert sich dieser Anteil geringfügig auf rd. 76%. Im Vergleich zu anderen Kommunen weist Braunschweig damit eine relativ gute räumliche Nahversorgung auf. Ursache hierfür sind im Wesentlichen die Lebensmittelbetriebe in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren, an den Nahversorgungsstütz-

---

<sup>57</sup> I.d.R. kann erst bei Lebensmittelbetrieben ab einer Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> davon ausgegangen werden, dass das vorhandene Angebot die nahversorgungsspezifischen Bedarfe ausreichend abdeckt. Es ist jedoch nicht generell auszuschließen, dass auch kleinere Lebensmittelbetriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion insbesondere für (zumindest temporär) eingeschränkt mobile Menschen haben.





punkten sowie an sonstigen integrierten Standorten, die in den umliegenden Wohngebieten eine wohnortnahe, fußläufige Grundversorgung ermöglichen.

In der Karte 3 in roter Schrift dargestellt ist jeweils die Anzahl der räumlich nicht versorgten Einwohner innerhalb zusammenhängender Siedlungsbereiche<sup>58</sup>. Die jeweilige Einwohnerzahl in diesen Bereichen ist angesichts der Standortanforderungen der Betreiber von Lebensmittelbetrieben - insbesondere hinsichtlich der Mantelbevölkerung im Standortumfeld und der Mindestverkaufsfläche - in der Regel zu gering, um dort konventionelle Nahversorgungsangebote anzusiedeln. Ausnahmen bilden zum Beispiel die Siedlungsbereiche Völkenrode mit rd. 2.425 Einwohnern oder Querumer Forst mit rd. 2.050 Einwohnern. Auf diese nicht fußläufig versorgten Bereiche wird auf der Ebene der Stadtbezirke in Kap. 8 eingegangen.

Ergänzend sind ebenfalls geplante Wohnbaugebiete dargestellt mit jeweils mehr als 1.000 Einwohnern, die in diesem Zusammenhang ebenfalls zu berücksichtigen sind.

Für die einzelnen Stadtbezirke in Braunschweig ergibt sich, auch im Vergleich zu den in Karte 2 dargestellten Bindungsquoten, hinsichtlich der Nahversorgungsanteile (Anteil der Einwohner im fußläufigen Einzugsbereich von Lebensmittelbetrieben) ein differenziertes Bild (vgl. Karte 4). Es wird deutlich, dass insbesondere im Bezirk Innenstadt und den angrenzenden Bezirken sowie Rünigen und Weststadt sehr hohe Nahversorgungsanteile im Bereich zwischen 87,5% und 100% erreicht werden und somit eine sehr gute fußläufige Nahversorgung besteht. In den südlichen Bezirken Stöckheim-Leiferde und Südstadt-Rautheim-Mascherode werden noch Anteile im Bereich zwischen 62,5% und 75% erreicht. In den Bezirken Broitzem, Lehndorf-Watenbüttel, Volkmarode, Wabe-Schunter-Beberbach und Wenden West liegen die Nahversorgungsanteile im Bereich zwischen 50% und 62,5% und sind damit bezogen auf den gesamtstädtischen Nahversorgungsanteil bereits deutlich unterdurchschnittlich. In den Bezirken Hondelage, Schunteraue, Timmerlah-Geitelde-Stiddien und Veltenhof-Rühme sind sogar weniger als 50% der Einwohner fußläufig nahversorgt.

---

<sup>58</sup> Dargestellt sind lediglich zusammenhängende Siedlungsbereiche mit Einwohnerzahlen im Bereich von ungefähr 1.000 Einwohnern.

**LM-Nahversorgungsbetriebe**

- SB-Warenhaus
- großer Supermarkt
- Supermarkt
- Supermarkt - Nachtrag\*
- Discounter
- LM-SB-Markt
- LM-SB-Geschäft
- Biomarkt
- Bioladen/ Reformhaus

**Versorgte Bereiche**  
- zu Fuß // 10 Minuten

- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$
- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$  - Nachtrag\*
- Betrieb  $< 200 \text{ m}^2$

**(Wohn-)Siedlungsbereiche**

- Einwohner außerhalb fußläufig versorgter Bereiche
- Siedlungsentwicklung, Wohnbaugebiet  $> 1.000$  Einwohner

\* Betrieb zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht eröffnet

0 1 2 3 Kilometer

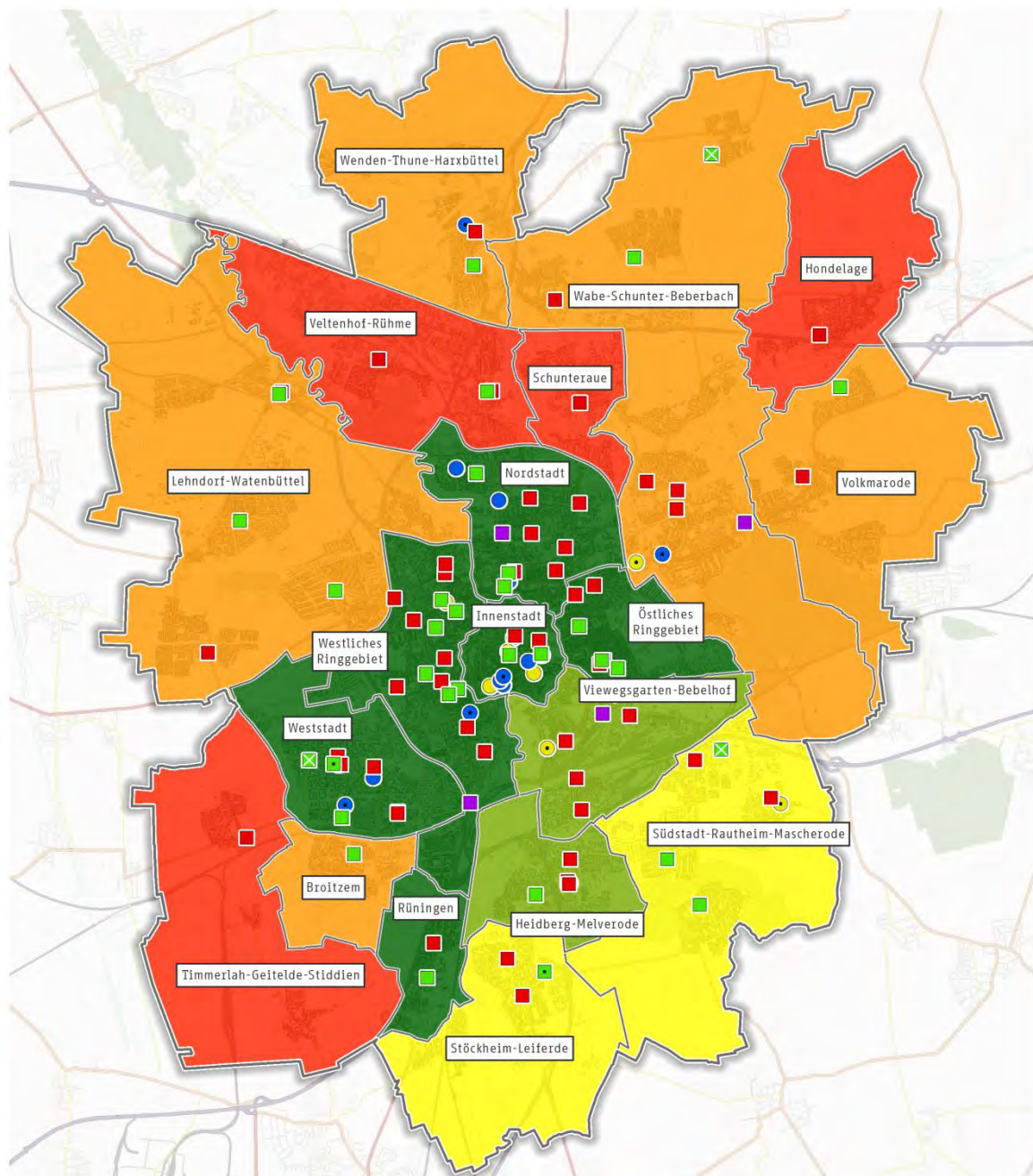
Bearbeitungsstand Oktober 2021

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



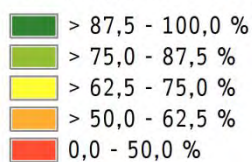


Karte 4: Nahversorgungsanteile nach Stadtbezirken



#### Nahversorgungsanteile LM-Nahversorgungsbetriebe

- zu Fuß // 10 Minuten



- SB-Warenhaus
- großer Supermarkt
- Supermarkt
- Supermarkt - Nachtrag\*
- Discounter
- LM-SB-Markt
- LM-SB-Geschäft
- Biomarkt
- Bioladen/ Reformhaus

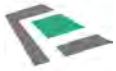
\* Betrieb zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht eröffnet

0 1 2 3 4 Kilometer

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Diese unterschiedlichen Nahversorgungsanteile lassen sich unter anderem durch unterschiedliche siedlungsstrukturelle Gegebenheiten begründen. Im Bezirk Innenstadt und angrenzenden Bezirken mit hohen Nahversorgungsanteilen besteht ein vergleichsweise dichtes Netz an Lebensmittelbetrieben. In den Bezirken mit geringen Nahversorgungsanteilen sind zum Teil nur wenige Lebensmittelbetriebe vorhanden und/ oder größere Teile der (Wohn-)Siedlungsbereiche liegen außerhalb der fußläufig versorgten Gebiete. Hinzukommt, dass einzelne Ortsteile eine zu geringe Einwohnerzahl für einen Lebensmittelbetrieb aufweisen. Zum Teil befinden sich Lebensmittelbetriebe an Standorten in nicht integrierter Lage, sodass diese nicht oder nur eingeschränkt zur fußläufigen Nahversorgung beitragen.

**Bei einem Nahversorgungsanteil von rd. 77% ist die räumliche Nahversorgungssituation insgesamt als gut zu bezeichnen. Der Großteil der Einwohner kann sich wohnungsnah mit Lebensmitteln versorgen. Insbesondere vor dem Hintergrund der Standortanforderungen der Betreiber von Lebensmittelbetrieben hinsichtlich Verkaufsfläche und entsprechender Mantelbevölkerung im Umfeld ist eine deutliche Verbesserung der bestehenden Nahversorgung nur schwer möglich. Die Einwohnerpotenziale in nicht fußläufig versorgten Bereichen sind überwiegend zu gering um Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben zu ermöglichen.**

Auf die Nahversorgungssituation auf der Ebene der Stadtbezirke wird in Kap. 8 näher eingegangen.



## 4. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES IN BRAUNSCHWEIG

Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit der Zentren in Braunschweig hängt unter anderem davon ab, wo und in welchem Umfang weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich mögliche quantitative Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes wurde deshalb eine Verkaufsflächenprognose durchgeführt.

### 4.1 METHODISCHES VORGEHEN

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung.

Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale waren angebotsbezogen die aktuellen und absehbaren Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Nachfragebezogen wurden die Veränderung in der Bevölkerungsstruktur und -zahl sowie der Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern einbezogen.

Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung des abgeleiteten Entwicklungsspielraumes hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes (vgl. Kap. 5 und Kap. 6.3) und andererseits von den verfügbaren Flächen (vgl. Kap. 8) ) ab.

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine tendenziell kurzfristige Perspektive bis zum Jahr 2025 sowie eine langfristige Prognose bis zum Jahr 2030.

Verschiedene Szenarien ermöglichen als Prognoseergebnis einen Entwicklungskorridor, der die Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 4.2).

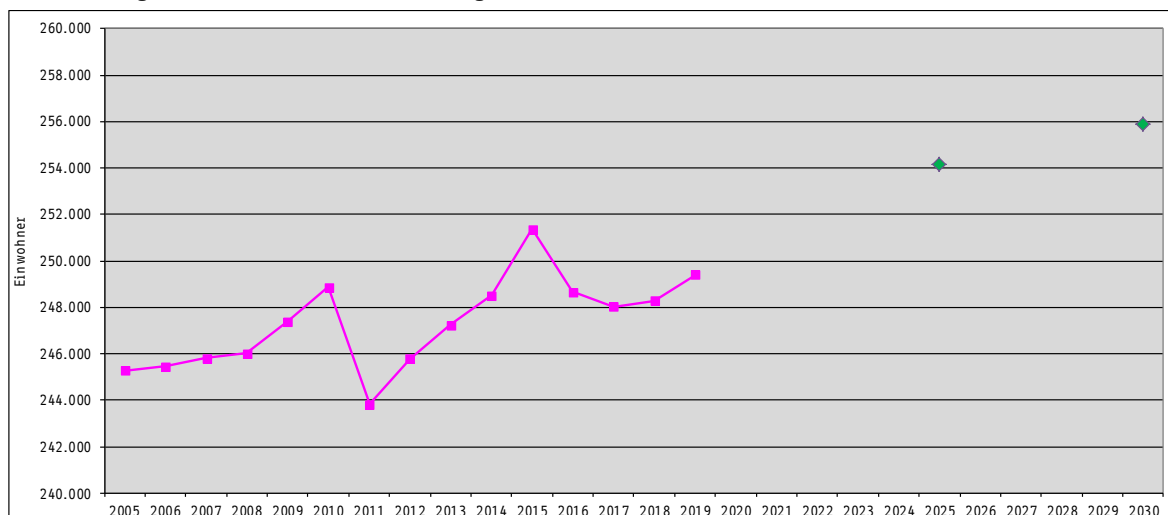
Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel im engeren Sinne<sup>59</sup>.

---

<sup>59</sup> Das heißt ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite sind die bisherige und insbesondere die perspektivische Einwohnerentwicklung von Bedeutung, die im Folgenden anhand von Daten der Stadt Braunschweig dargestellt wird (vgl. Abb. 12). Hinsichtlich der zurückliegenden Entwicklung in den Jahren 2005 bis 2019 ist per Saldo ein deutlicher Anstieg der Einwohnerzahl um mehr als 4.000 Einwohner auf rd. 249.400 Einwohner festzustellen; der sehr deutliche Rückgang im Jahr 2011 ist im Wesentlichen auf den Zensus zurückzuführen. Für das Jahr 2025 wird ein Wert von rd. 254.150 Einwohnern und somit ein weiterer deutlicher Anstieg um rd. 4.750 Einwohner erwartet. Bis zum Jahr 2030 wird mit einem weiteren wenngleich geringeren Zuwachs um rd. 1.750 Einwohner auf rd. 255.900 Einwohner gerechnet.

**Abb. 12: Einwohnerentwicklung in der Stadt Braunschweig 2005 bis 2019 (tatsächliche Entwicklung) sowie 2025 und 2030 (Prognosewerte)**



Quelle: NBank, Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN), Statistik der Bundesagentur für Arbeit (BA), Oberer Gutachterausschuss für Grundstückswerte in Niedersachsen (OGA), CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH, RegioKontext GmbH, F+B GmbH, GfK GeoMarketing

Im Hinblick auf die Corona-Pandemie und deren noch nicht abzuschätzende Auswirkungen ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung besonders des stationären Einzelhandel abzugeben. Zu berücksichtigen ist dabei, dass in den vergangenen Jahren der Einzelhandel von gesamtwirtschaftlichen Zuwächsen nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass auch bei Zunahme der privaten Konsumausgaben der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben zurückgehen kann, zum Beispiel auf Grund (weiter) steigender Energie- und Mobilitätskosten. Jedoch muss zugleich berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unter-



schiedlich betroffen waren: In einigen Branchen waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

Für die Kaufkraftentwicklung wurde vor diesem Hintergrund Folgendes unterstellt:

- Bis 2022 ein Kaufkraftrückgang von jährlich -0,75% und
- im weiteren Zeitraum bis 2030 ein Kaufkraftzuwachs von jährlich +0,5%.

Explizit ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Werten um die Entwicklung des stationären Einzelhandels handelt.

Die Annahmen zur Einwohner- und Kaufkraftentwicklung und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial sind in Tab. 4 dargestellt. Der Prognoserahmen wurde mit dem projektbegleitenden Expertenkreis diskutiert und abgestimmt.

**Tab. 4: Einwohner- und Kaufkraftentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick**

| <b>Einwohner-/ Kaufkraftentwicklung</b>          |                |
|--|----------------|
| <b>Einwohner 2025</b>                            | 254.150        |
| <b>Einwohner 2030</b>                            | 255.900        |
| <b>Kaufkraftzuwachs 2020 - 2022 (p.a.)</b>       | -0,75%         |
| <b>Kaufkraftzuwachs 2022 - 2030 (p.a.)</b>       | 0,50%          |
| <b>Kaufkraftzuwachs 2020 - 2030 insgesamt</b>    | 2,5%           |
| <b>Kaufkraft/ Einwohner (Braunschweig) 2020</b>  | 5.233 €        |
| <b>Kaufkraft / Einwohner (Braunschweig) 2025</b> | 5.232 €        |
| <b>Kaufkraft / Einwohner (Braunschweig) 2030</b> | 5.364 €        |
| <b>Kaufkraftpotenzial Braunschweig 2020</b>      | 1.299,2 Mio. € |
| <b>Kaufkraftpotenzial Braunschweig 2025</b>      | 1.329,8 Mio. € |
| <b>Änderung gegenüber 2020</b>                   | 2,3%           |
| <b>Kaufkraftpotenzial Braunschweig 2030</b>      | 1.373 Mio. €   |
| <b>Änderung gegenüber 2020</b>                   | 6%             |

Quelle: NBank, Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN), Statistik der Bundesagentur für Arbeit (BA), Oberer Gutachterausschuss für Grundstückswerte in Niedersachsen (OGA), CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH, RegioKontext GmbH, F+B GmbH, GfK GeoMarketing; IFH; eigene Berechnungen

Oben genannte Kaufkraftveränderungen führen zu veränderten Einzelhandelsumsätzen, die wiederum Auswirkungen auf die Verkaufsflächenentwicklung haben<sup>60</sup>. Die

<sup>60</sup> Dies bedeutet, dass die ermittelte Entwicklung aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann - z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches - sei hier lediglich angemerkt.



Entwicklung ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial beziehungsweise aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung der aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenentwicklung wurden drei Prognoseszenarien berechnet: Status-Quo-Prognose, Entwicklungsprognose und Wettbewerbsprognose. Für alle Prognoseszenarien wurden dieselben demografischen und wirtschaftlichen Faktoren zu Grunde gelegt.

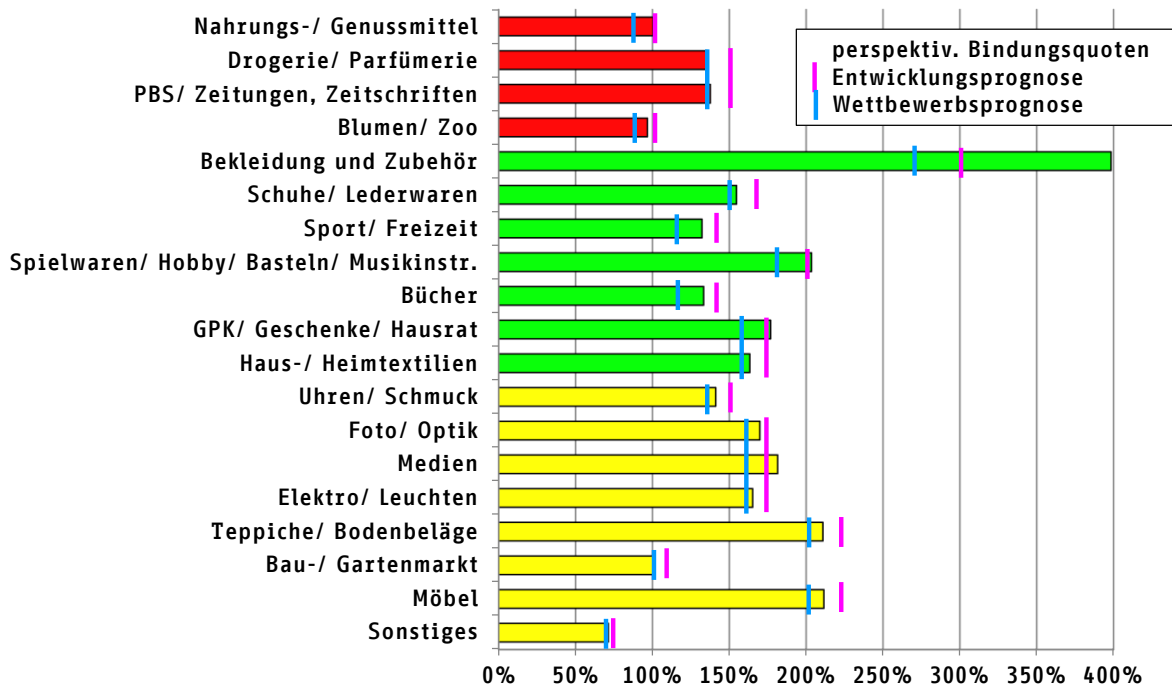
- Die **Status-Quo-Prognose** beschreibt eine Entwicklung unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, das heißt die derzeit erreichten Bindungsquoten können gehalten werden. Dabei ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung "automatisch", ohne Anstrengungen und gezielte Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Braunschweig erreicht werden könnte.
- Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Verbindung mit einer geringen Steigerung der Bindungsquoten (Kaufkraftbindung) in den meisten Sortimentsbereichen.
- Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt eine Entwicklung bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (stärkerer Bedeutungszuwachs des Online-Handels als unterstellt, politische/ pandemische Ereignisse, erhöhter Wettbewerb mit benachbarten Städten und Gemeinden oder ähnliches). Dabei wurde von einem Umsatzrückgang um 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

Es wird bei allen Prognoseszenarien angenommen, dass die entsprechenden Steigerungen - beziehungsweise bei der Wettbewerbsprognose auch Rückgänge - sich bis zum Jahr 2030 vollziehen werden; mithin erfolgen die Steigerungen beziehungsweise Rückgänge in einem längerfristigen Prozess.





Abb. 13: Aktuelle und maximale perspektivische Bindungsquoten nach Entwicklungs- und Wettbewerbsprognose



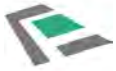
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es nicht ausschließliches Ziel sein, eine bestimmte Steigerung der Kaufkraftbindung zu erreichen. Vor dem Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Stärkung der Zentren sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung ist vielmehr die Leitfrage entscheidend, wo nahversorgungsrelevanter und zentrenrelevanter Einzelhandel zukünftig angesiedelt werden sollte.

## 4.2 PROGNOSEERGEBNIS

Der bis zum Jahr 2030 ermittelte Verkaufsflächenentwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung von zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist vorrangig auf **nachfrage-seitige** Änderungen zurückzuführen. Der Entwicklungsspielraum ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe. In der Zwischenzeit, das heißt nach der Erhebung im Oktober und November 2020 auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind





oder werden (zum Beispiel Karstadt Gewandhaus), ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Entwicklungsspielraum.

Der Entwicklungsspielraum unterscheidet sich in den drei Prognoseszenarien sowohl insgesamt als auch auf Ebene der Sortimentsbereiche voneinander:

- In der **Status-Quo-Prognose** (Fortschreibung der aktuellen Bindungsquoten) beträgt der Verkaufsflächenentwicklungsspielraum insgesamt rd. 19.900 m<sup>2</sup>; dies entspricht gegenüber der Bestandsverkaufsfläche von rd. 513.600 m<sup>2</sup> (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) einer Steigerung von rd. 4%.

Differenziert nach Sortimentsbereichen ist der mit Abstand größte Spielraum - rd. 9.025 m<sup>2</sup> - im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich Möbel zu verzeichnen; diesbezüglich sei jedoch angemerkt, dass neue Möbelhäuser in der Regel ein Vielfaches dieser Verkaufsfläche aufweisen. Deutliche Entwicklungsspielräume sind zudem für den in besonderem Maße nahversorgungsrelevante Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel sowie für die nicht zentrenrelevanten baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimente insgesamt festzustellen.

Für den Sortimentsbereich Bekleidung und Zubehör, der in der Regel eine Leitfunktion in Innenstädten wahrnimmt, wurde insbesondere wegen der stark zunehmenden Bedeutung des Online-Handels ein Abschmelzen der Verkaufsfläche um rd. 2.725 m<sup>2</sup> prognostiziert.

- In der **Entwicklungsprognose** (Steigerung der aktuellen Bindungsquoten in den meisten Sortimentsbereichen) beträgt der Verkaufsflächenentwicklungsspielraum insgesamt rd. 42.175 m<sup>2</sup>; dies entspricht einer Steigerung im Vergleich zur Bestandsverkaufsfläche von rd. 8%. Dieses Prognoseszenario ist vor dem Hintergrund der Entwicklung des Online-Handels am Gesamteinzelhandel als optimistische Variante für den stationären Einzelhandel zu sehen.

Differenziert nach Sortimentsbereichen sind die mit Abstand größten Spielräume - rd. 16.325 m<sup>2</sup> beziehungsweise 10.225 m<sup>2</sup> - in den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen Möbel und baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimente zu verzeichnen. Bei Berücksichtigung der in der Regel bei neuen Möbelhäusern und Baumärkten realisierten Verkaufsflächen relativiert sich jedoch dieser Spielraum. Deutliche Entwicklungsspielräume sind zudem für die in besonderem Maße nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel (rd. 3.400 m<sup>2</sup>) und Drogerie und Parfümerie (rd. 2.950 m<sup>2</sup>) festzustellen. In den meisten Sortimentsbereichen liegt jedoch nur ein geringer Entwicklungsspielraum vor.



Für den Sortimentsbereich Bekleidung und Zubehör wurde - analog zur Status-Quo-Prognose - ein Abschmelzen der Verkaufsfläche um rd. 2.725 m<sup>2</sup> errechnet. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Bindungsquote im Bereich Bekleidung ohnehin sehr hoch ist. Vor dem Hintergrund der Entwicklung des Online-Handels wird diese nicht zu halten sein.

- In der **Wettbewerbsprognose** (Annahme von um 10% geringeren perspektivischen Bindungsquoten gegenüber der Entwicklungsprognose) ist insgesamt betrachtet ein negativer Entwicklungsspielraum, das heißt ein Abschmelzen der Verkaufsfläche um -4.300 m<sup>2</sup> zu verzeichnen; dies entspricht gegenüber der Bestandsverkaufsfläche einem Rückgang von rd. -1%. Dieses Prognoseszenario ist in vielen Branchen und Sortimentsbereichen derzeit als realistisch zu betrachten, sofern dem stationären Einzelhandel nicht kurz- bis mittelfristig eine weitgehende Wiedergewinnung der im Zuge der Corona-Pandemie in besonderem Maße an den Online-Handel verlorenen Kunden und Kaufkraft gelingt.

Ein nennenswerter Spielraum ist fast nur noch im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich Möbel zu verzeichnen; dabei fällt der Spielraum in diesem Sortiment mit rd. 4.125 m<sup>2</sup> jedoch erheblich geringer aus als in der Entwicklungsprognose und auch gegenüber der Status-Quo-Prognose. Signifikante absolute Entwicklungsspielräume sind darüber hinaus nur in den Sortimentsbereichen Drogerie und Parfümerie und baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimente festzustellen.

Für die meisten Sortimentsbereiche wird ein Abschmelzen der Verkaufsfläche prognostiziert, wobei der errechnete Rückgang in den Sortimentsbereichen Bekleidung und Zubehör (-6.150 m<sup>2</sup>) und Nahrungs- und Genussmittel (-3.350 m<sup>2</sup>) besonders deutlich ausfällt.

Es wird deutlich, dass selbst bei eher positiven Prognoseannahmen (Entwicklungsprognose) nur ein vergleichsweise geringer Entwicklungsspielraum zu verzeichnen ist. Bei einer Entwicklung entsprechend der Wettbewerbsprognose ist sogar ein Abschmelzen der Verkaufsfläche zu erwarten.



Tab. 5: Verkaufsflächenentwicklungsspielräume in m² bis 2030 nach Prognoseszenarien

| Sortiment                                | Verkaufsfläche Bestand | Status-Quo-Prognose | Entwicklungsprognose | Wettbewerbsprognose |
|--|------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                  | 97.800                 | 3.400               | 3.400                | -3.350              |
| Drogerie/ Parfümerie                     | 17.900                 | 975                 | 2.950                | 875                 |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften            | 4.625                  | 200                 | 625                  | 100                 |
| Blumen/ Zoo                              | 9.000                  | 300                 | 600                  | -175                |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>              | <b>129.325</b>         | <b>4.875</b>        | <b>7.575</b>         | <b>-2.550</b>       |
| Bekleidung und Zubehör                   | 73.800                 | -2.725              | -2.725               | -6.150              |
| Schuhe/ Lederwaren                       | 11.650                 | 375                 | 1.175                | -50                 |
| Sport/ Freizeit                          | 14.625                 | 950                 | 1.850                | 200                 |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musik        | 18.775                 | 1.200               | 1.200                | -400                |
| Bücher                                   | 4.525                  | 200                 | 425                  | -25                 |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                  | 18.950                 | 425                 | 425                  | -750                |
| Haus-/ Heimtextilien                     | 12.025                 | 400                 | 1.275                | -25                 |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>            | <b>154.350</b>         | <b>825</b>          | <b>3.625</b>         | <b>-7.200</b>       |
| Uhren/ Schmuck                           | 2.700                  | 150                 | 325                  | 25                  |
| Foto/ Optik und Zubehör                  | 4.300                  | 225                 | 375                  | -50                 |
| Medien                                   | 8.450                  | 275                 | 275                  | -300                |
| Elektro/ Leuchten                        | 12.700                 | 550                 | 1.325                | -25                 |
| Teppiche/ Bodenbeläge                    | 9.600                  | 225                 | 875                  | -75                 |
| bau-/ gartencenterspezifische Sortimente | 73.625                 | 3.200               | 10.225               | 1.825               |
| Möbel                                    | 105.775                | 9.025               | 16.325               | 4.125               |
| Sonstiges                                | 12.750                 | 550                 | 1.250                | -75                 |
| <b>langfristiger Bedarf</b>              | <b>229.925</b>         | <b>14.200</b>       | <b>30.975</b>        | <b>5.450</b>        |
| <b>Summe</b>                             | <b>513.600</b>         | <b>19.900</b>       | <b>42.175</b>        | <b>-4.300</b>       |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Bezüglich des Prognoseergebnisses sind folgend Punkte zu berücksichtigen:

- Das Prognoseergebnis bildet die wettbewerbsneutralen Entwicklungsspielräume bis zum Jahr 2030 ab. Eine kurzfristige Realisierung dieser ist zu vermeiden, da das Kaufkraftpotenzial in den 10 Jahren stetig steigt. Bei der Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche sind Umsatzumverteilungen und gegebenenfalls wesentliche Auswirkungen zu erwarten.
- Die Prognoseergebnisse in den einzelnen Sortimentsbereichen dienen der Orientierung. Sobald ein Vorhaben eine Verkaufsfläche aufweist, die in einem



oder mehreren Sortimenten diese Werte übersteigt, sollten Auswirkungen auf den Bestand geprüft werden.

- Die Entwicklungsperspektiven einzelner Branchen/ Sortimentsbereiche sind unterschiedlich. Daher ist ein fortlaufendes Monitoring der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung, auch hinsichtlich einzelner Branchen, wie beispielsweise die Entwicklung des Online-Handels im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, erforderlich.
  - Insbesondere in den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie und Parfümerie ist tendenziell das Potenzial der Entwicklungsprognose zu berücksichtigen: Der Anteil des Online-Handels am Gesamteinzelhandelsumsatz ist aktuell vergleichsweise gering; der stationäre Einzelhandel wird sich mit hoher Wahrscheinlichkeit mittelfristig seinen Stellenwert gegenüber dem Online-Handel verteidigen.
  - In den innenstadtprägenden Sortimentsbereichen Bekleidung und Zubehör, Schuhe und Lederwaren, Sport und Freizeit sowie Medien ist tendenziell mit einer weiteren überproportionalen Zunahme des Online-Handels zu rechnen. Demzufolge ist hier vorrangig das Ergebnis der Wettbewerbsprognose heranzuziehen.
- **Auf Grund des selbst bei der Entwicklungsprognose insgesamt geringen Verkaufsflächenpotenzials sollen Neuansiedlungen und über den Bestandsschutz hinausreichende Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben nur an städtebaulich "richtigen" Standorten ermöglicht werden.**



## 5. ZIELKATALOG DES ZENTRENKONZEPTEES EINZELHANDEL

Das vorhandene Baurecht ermöglicht, die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Braunschweig auf der Basis der Baunutzungsverordnung mit städtebaulichen Zielsetzungen räumlich zu steuern<sup>61</sup>. Auch wenn § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, können die Kommunen dabei nur reaktiv handeln. Für eine aktive Steuerung sind Bebauungspläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Voraussetzung für die räumliche Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Stadt Braunschweig insgesamt und der zentralen Versorgungsbereiche. Im bisher gültigen Zentrenkonzept Einzelhandel der Stadt Braunschweig ist bereits ein entsprechender Zielkatalog enthalten, welcher im Rahmen der aktuellen Fortschreibung stärker ausdifferenziert wurde.

Der im Folgenden dargestellte Zielkatalog wurde im Rahmen des Expertenkreises vorgestellt, diskutiert und abgestimmt. Er dient als Grundlage für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Braunschweig und stellt die Basis für das planungsrechtliche Konzept dar.

**Als vorrangiges Ziel wird aus gutachterlicher Sicht die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt im zentralen Versorgungsbereich City und auch in den sonstigen Zentren gesehen.**

### **Erhaltung und Stärkung der Oberzentralen Versorgungsfunktion**

Ein wichtiges Ziel liegt in der Erhaltung und Stärkung der, durch die Regionalplanung zugewiesenen, oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Braunschweig. Mit einer Bindungsquote von rd. 253%<sup>62</sup> im mittelfristigen Bedarfsbereich (mit den typischen innenstadtrelevanten Sortimenten wie Bekleidung und Schuhe) erfüllt die Stadt Braunschweig ihre überörtliche Versorgungsfunktion und damit die zentral-

<sup>61</sup> Vgl. dazu zusammenfassend Acocella, 2004, a.a.O., S. 56ff.

<sup>62</sup> Die zu Grunde gelegte Kaufkraft bezieht sich ausschließlich auf den stationären Einzelhandel, also ohne Kaufkraftabschöpfung durch den Online-Handel.



örtliche Funktion als Oberzentrum. Dies gilt bei einer Bindungsquote von rd. 134%<sup>63</sup> auch für den langfristigen Bedarfsbereich. Ziel ist es, die quantitative und die qualitative Versorgungsfunktion der Stadt Braunschweig zu erhalten und zu stärken, sofern dies vor dem Hintergrund der Entwicklung des Online-Handels möglich ist.

### **Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt des zentralen Versorgungsbereiches City sowie der Stadtteil- und Nahversorgungszentren**

Die im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich City sowie auch in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren bestehende Vielfalt an Funktionen - das heißt die Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur, öffentlichen und sozialen Einrichtungen sowie Wohnen - soll erhalten und gestärkt werden.

Zudem ist die Vielfalt des Einzelhandels, sowohl bezüglich unterschiedlicher Branchen als auch hinsichtlich Betriebstypen und -größen, im zentralen Versorgungsbereich City sowie in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren zu erhalten und zu stärken. Hierfür ist das Hauptaugenmerk bei der künftigen Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Schwerpunkt auf die Zentren zu legen.

### **Erhaltung und Stärkung der Identität des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich City und der sonstigen Zentren**

Die unverwechselbare Identität eines Zentrums wird durch verschiedene Faktoren (Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, Architektur, Freiraumgestaltung etc.) geprägt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden Online-Handel ist die Entwicklung beziehungsweise Stärkung eines klaren Profils eines Zentrums von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild (Städtebau und Architektur) gewinnt angesichts der weiterhin zunehmenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen Uniformität der Waren- beziehungsweise Geschäftspräsentation an Gewicht.

Die Braunschweiger City bietet in dieser Hinsicht gute Voraussetzungen. Neben einem vielfältigen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot mit großen Filialbetrieben und kleinen Fachgeschäften existieren weitere wichtige Alleinstellungsmerkmale. Dazu zählen unter anderem die historische Stadtstruktur und historische Gebäude sowie attraktive Plätze mit hoher Aufenthaltsqualität. In der City und auch in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren, die eine wichtige Grundversorgungs-

---

<sup>63</sup> Die zu Grunde gelegte Kaufkraft bezieht sich ausschließlich auf den stationären Einzelhandel, also ohne Kaufkraftabschöpfung durch den Online-Handel.



funktion übernehmen, sollten die städtebaulichen und architektonischen Qualitäten weiter ausgebaut werden, um ihre Funktion als Identifikations- und Kommunikationssorte zu steigern.

### **Erhaltung und Stärkung der "kompakten Stadt" ("Stadt der kurzen Wege")**

Gemäß dem integrierten Stadtentwicklungskonzept soll Braunschweig kompakt weitergebaut werden. Kompakte Zentren mit kurzen Wegen sind eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz - und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger Räume.

Eine Stadt der kurzen Wege dient der Vermeidung überflüssigen Verkehrs und der Reduzierung von Umweltbelastungen. Voraussetzung hierfür ist die Erhaltung und Stärkung des Zentrennetzes und der ergänzenden Versorgungsstandorte Entwicklungsschwerpunkte und Nahversorgungsstützpunkte. Dabei sind Konkurrenzsituationen zu Lasten der Zentren zu vermeiden.

### **Erhaltung und Stärkung der flächendeckenden Nahversorgungsfunktion im gesamten Stadtgebiet**

Während die wohnungsnahe Versorgung insbesondere in den dichter besiedelten Bezirken - vor allem Innenstadt und angrenzende Bezirke - als gut bis sehr gut zu bezeichnen ist, bestehen in den äußeren Stadtbezirken teilweise deutliche Nahversorgungsdefizite. Insgesamt betrachtet ist jedoch eine vergleichsweise gute Nahversorgung festzustellen. Eine vollständige flächendeckende Nahversorgung ist auf Grund der Anforderungen der Betreiber von filialisierten Lebensmittelbetrieben hinsichtlich Verkaufsfläche oder Einwohnerzahl im Umfeld und der Siedlungsstrukturen nicht realisierbar. Der Schwerpunkt sollte daher auf der Erhaltung der bestehenden Strukturen mit Fokus auf den Zentren liegen. Nahversorgungsstützpunkte sowie sonstige Lebensmittelbetriebe innerhalb der Wohnsiedlungsbereiche übernehmen eine wichtige ergänzende Funktion. Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben zur Reduzierung von Versorgungslücken sollen angestrebt werden. Dabei dürfen aber die bestehenden Nahversorgungsstrukturen nicht gefährdet werden.

### **Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe**

Vor dem Hintergrund von Flächenknappheit sollen die mit Hilfe des Baurechtes geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk





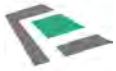
und dem produzierenden Gewerbe, zur Verfügung gestellt werden. Diese können häufig nicht mit den Bodenpreisangeboten des Einzelhandels mithalten. Neuansiedlungen von nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben sollten vor allem an den bestehenden Entwicklungsschwerpunkten erfolgen.

### **Schaffung von Investitions- und Planungssicherheit**

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von Rahmenbedingungen abhängig, die zum Teil von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit dem Einzelhandelskonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbe-  
reiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass dieser vor "unfairem Wettbewerb"  
geschützt werden soll. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.  
Eng damit verbunden ist die Planungssicherheit für städtebaulich erwünschte In-  
vestitionen (zum Beispiel Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen  
ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

Einen wesentlichen Beitrag zur Erzeugung der Investitions- und Planungssicherheit  
für Einzelhändlerinnen und Einzelhändler, für Investitionen und Projektentwicklun-  
gen stellen das stringente Festhalten am und die konsequente Umsetzung des Zen-  
trenkonzeptes Einzelhandel für die Stadt Braunschweig dar.



## 6. KONZEPTBAUSTEINE ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS IN BRAUNSCHWEIG

In diesem Abschnitt werden die konzeptionellen Bausteine des Zentrenkonzeptes Einzelhandel für die Stadt Braunschweig beschrieben. Diese wurden dem Expertenkreis im Entwurf vorgestellt und mit diesem diskutiert und abgestimmt. Die einzelnen Bausteine ergeben ein planerisches Konzept, durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels ermöglicht und damit die Zentrenentwicklung langfristig gesichert werden kann.

### 6.1 SORTIMENTSLISTE

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach **zentrenrelevanten** und **nicht zentrenrelevanten** Sortimenten unterscheidet. Im Hinblick auf die wohnungsnah Grundversorgung ist eine weitere Differenzierung der zentrenrelevanten Sortimente in **nahversorgungsrelevante**<sup>64</sup> und **zentrenrelevante** Sortimente erforderlich. Auch wenn nahversorgungsrelevante Sortimente immer auch zentrenrelevant sind, sollen im Folgenden die Begriffe ***nahversorgungsrelevante Sortimente***, ***zentrenrelevante Sortimente*** und ***nicht zentrenrelevante Sortimente*** verwendet werden.

#### 6.1.1 Kriterien

Der folgende Kriterienkatalog, der sich auf Grund zahlreicher Erfahrungen herausgebildet hat, wurde für die Zuordnung der Sortimente herangezogen.

**Zentrenrelevant** sind Sortimente, die

- eine bestimmte Funktion am Standort beziehungsweise im Zentrum erfüllen - zum Beispiel als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- im zentralen Versorgungsbereich am stärksten vertreten sind.

---

<sup>64</sup> Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dabei immer auch zentrenrelevant.



### **Nahversorgungsrelevante Sortimente**

- werden in der Regel täglich oder mehrmals wöchentlich nachgefragt;
- dienen der fußläufigen, wohnungsnahen Grundversorgung; eine Ansiedlung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche - aber innerhalb von Wohnlagen - kann daher sinnvoll sein.

**Nicht zentrenrelevant** dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
  - auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit beziehungsweise wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transportes überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (zum Beispiel Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfs in der Regel nicht für zentrale Lagen geeignet sind (zum Beispiel Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

### **6.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Braunschweig**

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird *auch* die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Braunschweig zur Einstufung der Sortimente herangezogen. Dabei dürfen, städtebaulich begründet, auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die heute nicht mehr oder noch nicht im zentralen Versorgungsbereich City sowie den sonstigen Zentren zu finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität den zentralen Versorgungsbereichen zuzuführen<sup>65</sup>.

### **Verteilung zentrenrelevanter Sortimente**

In Abb. 14 ist die Verteilung zentrenrelevanter Sortimente<sup>66</sup> nach Standorttypen in Braunschweig dargestellt. Dabei zeigt sich, dass der Großteil dieser Sortimente funktionsadäquat überwiegend an städtebaulich integrierten Standorten angesiedelt ist. Nachstehend wird auf diejenigen zentrenrelevanten Sortimente eingegan-

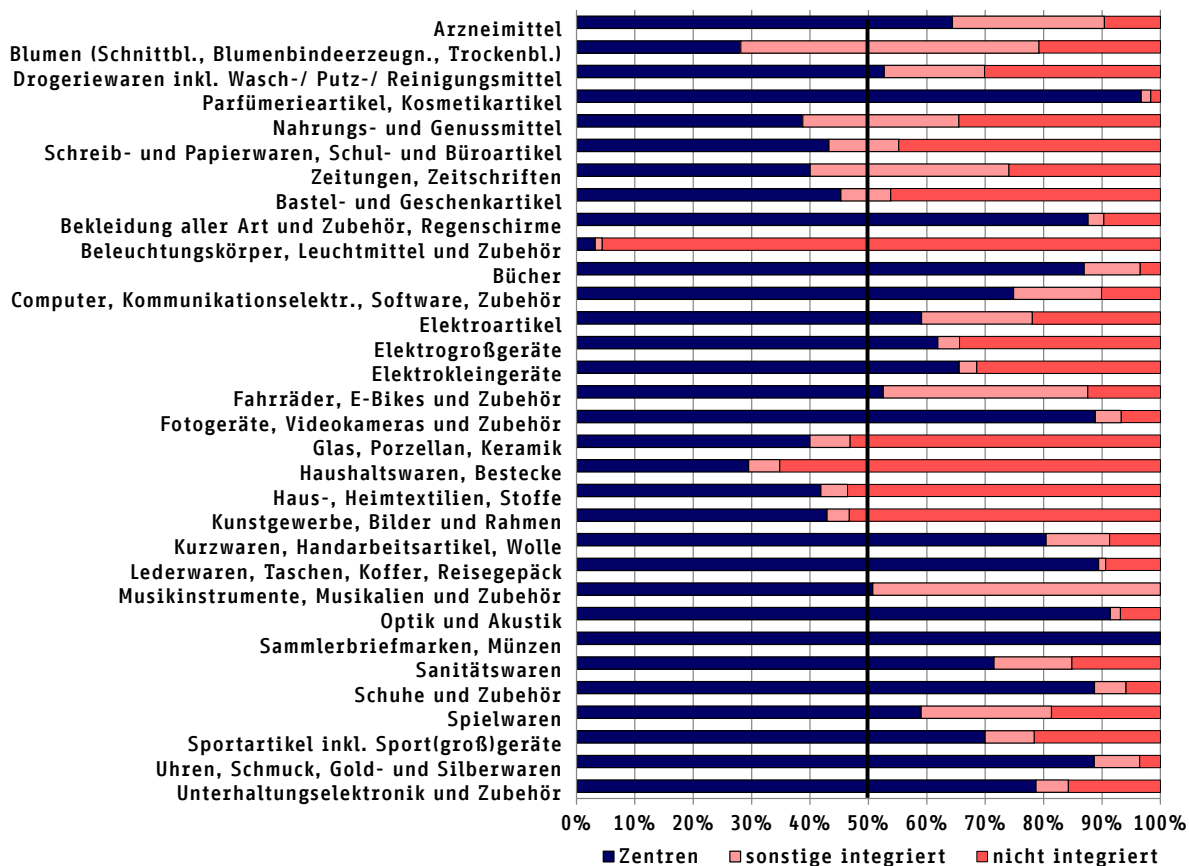
<sup>65</sup> Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.

<sup>66</sup> Zentrenrelevante Sortimente entsprechend der Braunschweiger Sortimentsliste von 2010.



gen, die überwiegend an städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt sind.

Abb. 14: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung 2020

- Das Sortiment **Beleuchtungskörper, Leuchtmittel und Lampen** wird zu einem sehr hohen Anteil an nicht integrierten Standorten angeboten. Da es inzwischen nahezu ausschließlich in Möbel- und Baumärkten angeboten wird, wird es als nicht zentrenrelevant eingestuft.
- Die Sortimente **Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Bestecke, Haus- und Heimtextilien, Stoffe** und **Kunstgewerbe/ Bilder und Bilderrahmen** werden überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten. Da es sich aber um klassische zentrenprägende Sortimente handelt, die für einen attraktiven Branchenmix wichtig sind, und sie in der Regel keinen Transport per Pkw erfordern, werden sie weiterhin als zentrenrelevant eingestuft.
- Bei dem Sortiment **Sportartikel** waren bislang **Sport(groß)geräte** von den zentrenrelevanten Sortimenten ausgenommen. Bei Sportartikeln - Sportgeräte,



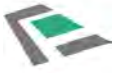
Sportbekleidung - handelt es sich aber um ein wichtiges innenstadtrelevantes Sortiment. Auf Grund der Problematik bei der Definition beziehungsweise Abgrenzung von Sport(groß)geräten gegenüber Sportgeräten werden **Sportartikel einschließlich Sport(groß)geräte** nun als zentrenrelevant eingestuft.

- Unter das Sortiment **Sanitätswaren** fallen unter anderem auch Rollstühle und Rollatoren. Pflegebetten werden hingegen Möbeln zugeordnet. Eine weitere Differenzierung im Hinblick auf *große* Sanitätswaren ist jedoch nicht erforderlich, da Rollatoren in der Regel gut transportierbar sind und Rollstühle, sofern dies nicht gilt, üblicherweise nicht vom Kunden transportiert werden und auch keinen besonderen Flächenbedarf aufweisen. Auch um eine Problematik bei der Abgrenzung *großer* Artikel gegenüber anderen zu vermeiden, sollen Sanitätswaren insgesamt weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden.

### **Verteilung der nicht zentrenrelevanten Sortimente**

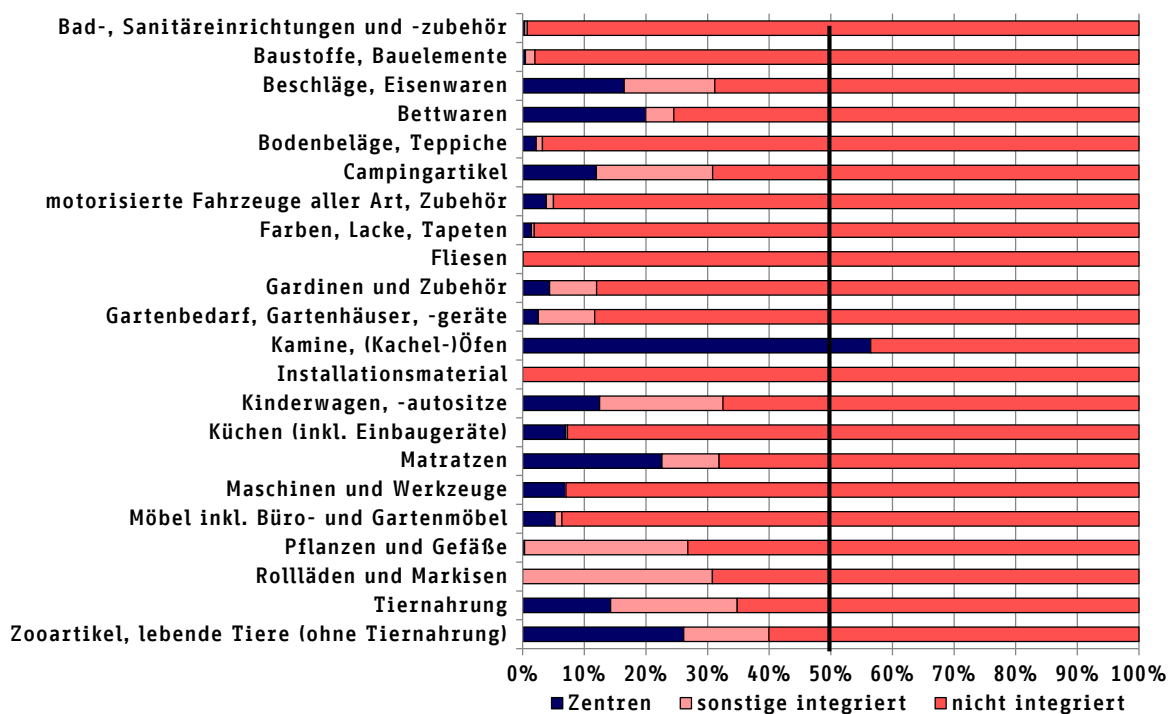
Die nicht zentrenrelevanten Sortimente sind in Braunschweig überwiegend an städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt (vgl. Abb. 15). Lediglich das Sortiment **Kamine, (Kachel-)Öfen** konnte im Rahmen der Erhebung überwiegend in den Zentren festgestellt werden. Auf Grund von Größe und Gewicht beziehungsweise Transportfähigkeit wird dieses Sortiment auch weiterhin den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Nachstehend wird dargelegt, weshalb einige wenige Sortimente, die überwiegend an nicht integrierten Standorten angesiedelt sind, als nahversorgungsrelevante beziehungsweise zentrenrelevante Sortimente eingestuft werden:

- Campingartikel werden häufig zusammen mit Sportartikeln angeboten, die eindeutig als zentrenrelevantes Sortiment einzustufen sind. Auch die Sortimentslisten des LROP und des REHK bewertet Campingartikel als in der Regel zentrenrelevant. Demzufolge wird das Sortiment in der Braunschweiger Liste als zentrenrelevant eingestuft.
- Bei **Gardinen und Zubehör**, die nach der räumlichen Verteilung ebenfalls nicht zentrenrelevant sind, handelt es sich aber um ein Sortiment, das oftmals in Fachgeschäften angeboten wird und zu einem attraktiven Branchenmix in Zentren beitragen kann. Zudem ist in der Regel kein Transport per Pkw erforderlich. Vor diesem Hintergrund wird das Sortiment als zentrenrelevant eingestuft.



- Hinsichtlich des Sortiments **Zooartikel und lebende Tiere (ohne Tiernahrung)** ist zu berücksichtigen, dass der Trend zu größeren Zoofachmärkten an nicht integrierten Standorten deutlich rückläufig ist. Zudem wird das Sortiment in den Listen des LROP und des REHK ebenfalls als zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Demzufolge wird das Sortiment in der Braunschweiger Liste als zentrenrelevant eingestuft.
- Das Sortiment **Tiernahrung**, das (unter anderem) zum festen Bestandteil des Angebotes von Lebensmittelmärkten gehört, und oftmals ein- oder mehrmals wöchentlich nachgefragt wird, wird den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Abb. 15: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung 2020

### 6.1.3 Braunschweiger Sortimentsliste

Nachfolgend wird die Braunschweiger Sortimentsliste dargestellt (vgl. Tab. 6). Diese wurde auf Basis allgemeiner Kriterien sowie der räumlichen Verteilung des Angebotes in Braunschweig erstellt und ist somit ortsspezifisch. Zudem wurden bei



der Einstufung einzelner Sortimente die in den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung<sup>67</sup> enthaltenen unverbindlichen Sortimentslisten mit betrachtet.

Neben den in Kap. 6.1.2 beschriebenen Veränderungen wurden weitere Änderungen zur Sortimentsliste von 2010 vorgenommen:

- Das Sortiment **Waffen, Jagdbedarf (ohne Bekleidung)** war bislang nicht aufgeführt. Auf Grund der geringen Anzahl von Betrieben mit entsprechendem Angebot ist es nicht zentrenstärkend und wird daher den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.
- Das (Teil-)Sortiment Matratzen war in der Braunschweiger Sortimentsliste ebenfalls bisher nicht enthalten. Das erweiterte Sortiment **Matratzen, Bettwaren (inklusive Stepp- und Bettdecken, ohne Betten- und Kissenbezüge) und Zubehör** wird auf Grund Größe und/ oder Gewicht zahlreicher Produkte als nicht zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Dies entspricht der Einstufung in der Sortimentsliste des REHK.

Weiterhin wurden die Bezeichnungen einzelner Sortimente aktualisiert beziehungsweise deutlicher formuliert:

- Das Sortiment Fahrräder und Zubehör wurde in "**Fahrräder, E-Bikes/ Pedelecs und Zubehör**" geändert.
- Da der Begriff Geschenkartikel unbestimmt ist und sich die meisten Geschenkartikel anderen Sortimenten zuordnen lassen, wird nun die Bezeichnung **Bastel-, saisonale Dekorationsartikel (soweit nicht anderen Sortimenten zuordenbar)** verwendet. Damit wird dem Aspekt Rechnung getragen, dass sich saisonale, zum Beispiel weihnachtliche und österliche Dekorationsartikel, in der Regel nicht einem anderen Sortiment zuordnen lassen.
- Die Sortimente **Computer, Kommunikationselektronik und Zubehör** sowie **Unterhaltungselektronik** werden zusammengefasst, da auf Grund von zum Teil starken Überschneidungen bei der Verwendung entsprechender Produkte eine plausible Abgrenzung nicht mehr möglich ist.

---

<sup>67</sup> Vgl. LROP Niedersachsen und Regionales Einzelhandelskonzept für den Großraum Braunschweig.





Tab. 6: Sortimentsliste Braunschweig

| Zentrenrelevante Sortimente   | Nicht zentrenrelevante Sortimente   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Bastel-, saisonale Dekorationsartikel (soweit nicht anderen Sort. zuordenbar)</li><li>• Bekleidung aller Art und Zubehör, Regenschirme</li><li>• Bücher</li><li>• Campingartikel</li><li>• Elektroartikel</li><li>• Elektrogroßgeräte (Wasch-, Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränke, -truhen)</li><li>• Elektrokleingeräte einschl. Nähmaschinen</li><li>• Fahrräder, E-Bikes/ Pedelecs und Zubehör</li><li>• Fotogeräte, Videokameras und Zubehör, optische Geräte (ohne Augenoptik)</li><li>• Gardinen, Innenjalousien, -beschattung und Zubehör</li><li>• Glas, Porzellan, Keramik</li><li>• Haushaltswaren, Bestecke</li><li>• Haus-, Heimtextilien, Stoffe</li><li>• Kunstgewerbe/ Bilder und Rahmen</li><li>• Kurzwaren, Handarbeitsartikel, Wolle</li><li>• Lederwaren, Taschen, Koffer, Reisegepäck</li><li>• Musikinstrumente, Musikalien und Zubehör</li><li>• Optik, Akustik, Sanitäts- und Orthopädiwaren</li><li>• Sammlerbriefmarken, Münzen</li><li>• Schuhe und Zubehör</li><li>• Spielwaren</li><li>• Sportartikel einschl. Sport(groß)geräte</li><li>• Uhren, Schmuck, Gold- und Silberwaren</li><li>• Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikationselektronik, Software, Bild- und Tonträger und Zubehör</li><li>• Zooartikel und lebende Tiere (ohne Tiernahrung)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bad-, Sanitäreinrichtungen und Zubehör (ohne Handtücher, Frottierwaren und Badvorleger)</li><li>• Baustoffe, Bauelemente, Holz</li><li>• Beleuchtungskörper, Leuchtmittel und Zubehör</li><li>• Beschläge, Eisenwaren inkl. Sicherheitssysteme</li><li>• Bodenbeläge, Teppiche</li><li>• Boote und Zubehör</li><li>• Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse</li><li>• Büromaschinen (ohne Computer)</li><li>• motorisierte Fahrzeuge aller Art und Zubehör (ohne Pedelecs, E-Bikes)</li><li>• Farben, Lacke, Tapeten und Zubehör</li><li>• Fliesen</li><li>• Gartenbedarf, Garten-/ Gerätehäuser, Gartengeräte</li><li>• Kamine, (Kachel-)Öfen</li><li>• Installationsmaterial (Sanitär und Elektro inkl. Satellitenschüsseln, PV-Anlagen)</li><li>• Kinderwagen</li><li>• Küchen (inkl. Einbaugeräte)</li><li>• Maschinen und Werkzeuge</li><li>• Matratzen, Bettwaren (inkl. Stepp-/ Bettdecken, ohne Betten- und Kissen-bezüge) und Zubehör</li><li>• Möbel (inkl. Büro- und Gartenmöbel)</li><li>• Pflanzen, Samen, Dünge-/ Pflanzenschutzmittel und Pflanzbehälter, -gefäße</li><li>• Rollläden, Außenjalousien und Markisen</li><li>• Waffen, Jagdbedarf (ohne Bekleidung)</li></ul> |
| Nahversorgungsrelevante Sortimente  |   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Arzneimittel</li><li>• Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen)</li><li>• Drogeriewaren inkl. Wasch-/ Putz-/ Reinigungsmittel</li><li>• Parfümerieartikel/ Kosmetika</li><li>• Nahrungs- und Genussmittel</li><li>• Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel</li><li>• Tiernahrung</li><li>• Zeitungen/ Zeitschriften</li></ul>  |   |

Quelle eigene Darstellung

Diese Sortimentsliste muss zukünftig Teil der Bebauungspläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.



## 6.2 STANDORTSTRUKTUR

In Braunschweig besteht ein Netz aus zahlreichen Versorgungsstandorten mit unterschiedlichen Versorgungsaufgaben. Es handelt sich um ein hierarchisch gegliedertes System zentraler Versorgungsbereiche mit der City sowie den Stadtteil- und Nahversorgungszentren (vgl. Kap. 6.2.1). Diese werden ergänzt durch Nahversorgungsstützpunkte (vgl. Kap. 6.2.2) und Entwicklungsschwerpunkte für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (vgl. Kap. 6.2.3).

### 6.2.1 Zentrenstruktur

Die bisherige Zentrenhierarchie der Stadt Braunschweig nach dem Zentrenkonzept Einzelhandel von 2010 gliederte sich in fünf Kategorien. Dabei handelte es sich um den Hauptgeschäftsbereich City, den City-Ergänzungsbereich, fünf Stadtteil-A-Zentren, sechs Stadtteil-B-Zentren und elf Nahversorgungszentren.

Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Braunschweig wurde die bestehende Zentrenhierarchie überprüft und weiterentwickelt. Die einzelnen Zentren wurden auch dahingehend überprüft, ob die Kriterien für einen zentralen Versorgungsbereich (vgl. Kap. 3.1.2) erfüllt sind. Die Einstufung der Zentren, auch im Hinblick auf zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten, wurde auf Grundlage der im Rahmen der städtebaulich-funktionalen Stärken-Schwächen-Analyse erfolgten Zentrenabgrenzungen (vgl. Kap. 8) und der folgenden Kriterien auf Basis der Bestandserhebung vorgenommen:

- Anzahl Einzelhandelsbetriebe insgesamt, Anzahl großflächiger Betriebe sowie Anzahl Lebensmittelbetriebe,
- Gesamtverkaufsfläche und Verkaufsfläche nahversorgungsrelevanter Sortimente beziehungsweise zentrenrelevanter Sortimente.

In die Bewertung sind weitere Merkmale mit eingeflossen wie

- Angebot zentrenergänzender Funktionen wie Dienstleistungs- und Gastronomieangebot
- städtebauliche Situation, Aufenthaltsqualität,
- Erreichbarkeit.

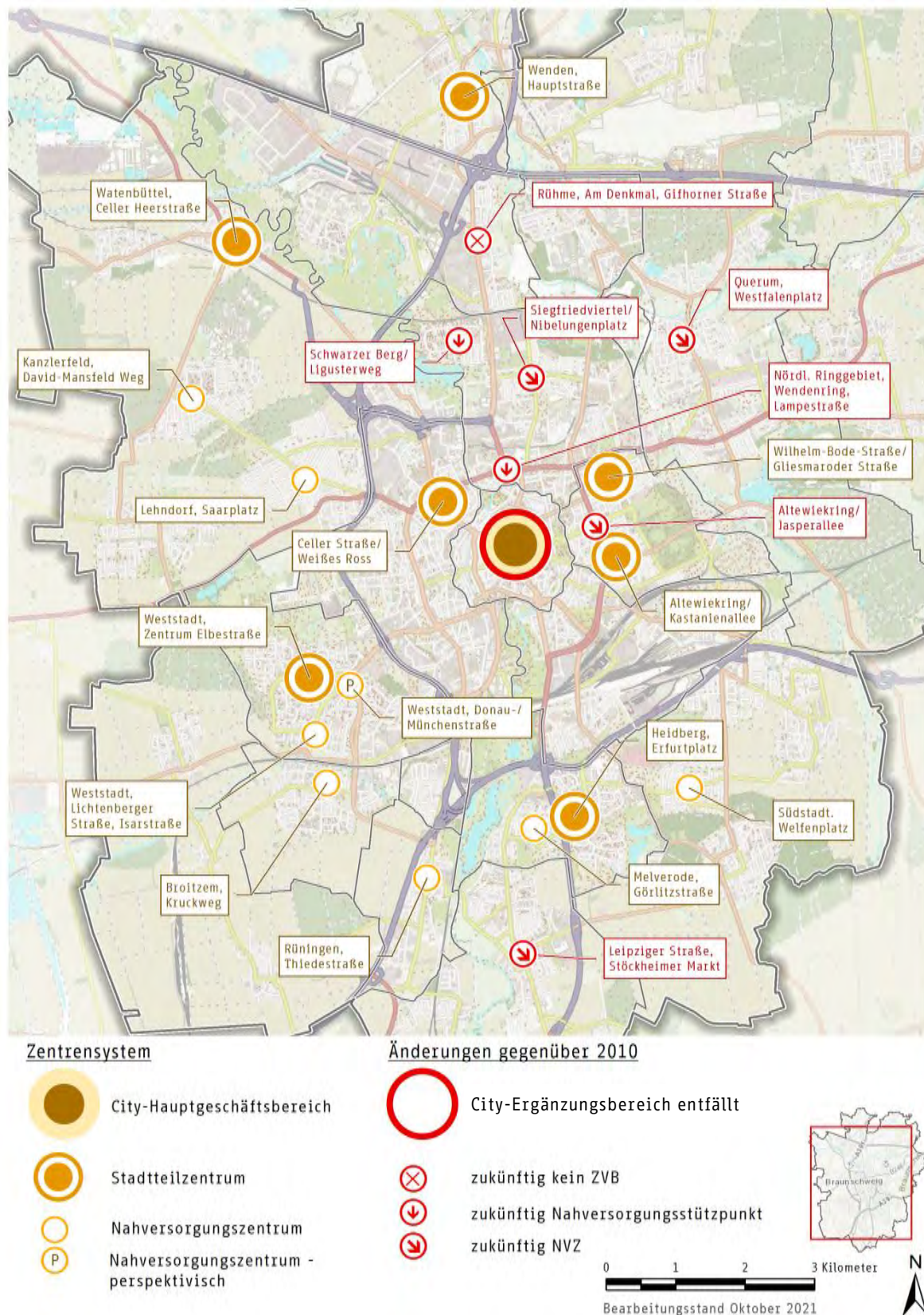
Auf dieser Basis ergeben sich gegenüber der bisherigen Zentrenhierarchie die folgenden Änderungen (vgl. auch Karte 5).



- Der City-Ergänzungsbereich, der den Hauptgeschäftsbereich City umschloss, erfüllt nicht mehr die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich. In diesem Bereich ist zwar ein umfangreiches Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot vorhanden, jedoch ist die funktionale Dichte der Nutzungen nicht ausreichend beziehungsweise es überwiegen Wohnnutzungen. Im Hinblick auf eine kompakte Innenstadt mit einer hohen funktionalen Dichte, einer Konzentration der Angebote und einer hohen Passantenfrequenz ist eine Konzentration der Einzelhandelsentwicklung auf den Hauptgeschäftsbereich City erforderlich. Entsprechend wird der City-Ergänzungsbereich nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.
- Weiterhin wird nicht mehr zwischen Stadtteil-A-/ B-Zentren unterschieden. Es sind zwar bei den Stadtteilzentren Unterschiede hinsichtlich Anzahl der Betriebe oder Gesamtverkaufsfläche zu verzeichnen. Im Hinblick auf die Steuerungsgrundsätze (vgl. Kap. 6.3) sind jedoch keine unterschiedlichen Regelungen erforderlich beziehungsweise sinnvoll.
- Einzelne Zentren erfüllen nicht mehr die Anforderungen eines zentralen Versorgungsbereiches und entfallen dementsprechend oder werden auf Grund ihres Einzelhandelsbesatzes abgestuft (eine Begründung hierzu erfolgt in Kap. 8). Dies gilt für:
  - Stadtteil-B-Zentren Querum, Westfalenplatz/ Bevenroder Straße: Abstufung Teilbereich Westfalenplatz zum Nahversorgungszentrum,
  - Stadtteil-B-Zentrum Altewiekring/ Jasperallee: Abstufung zum Nahversorgungszentrum,
  - Stadtteil-B-Zentrum Stöckheim, Leipziger Straße/ Stöckheimer Markt: Abstufung zum Nahversorgungszentrum,
  - Stadtteil-B-Zentrum Siegfriedviertel/ Nibelungenplatz: Abstufung zum Nahversorgungszentrum,
  - Nahversorgungszentrum Rühme am Denkmal: Entfällt
  - Nahversorgungszentrum Schwarzer Berg/ Ligusterweg: Bereich Schwarzer Berg zukünftig Nahversorgungsstützpunkt,
  - Nahversorgungszentrum Nördliches Ringgebiet, Wendenring/ Lampestraße (zukünftig Nahversorgungsstützpunkt Nordbahnhof, Hamburger Straße)



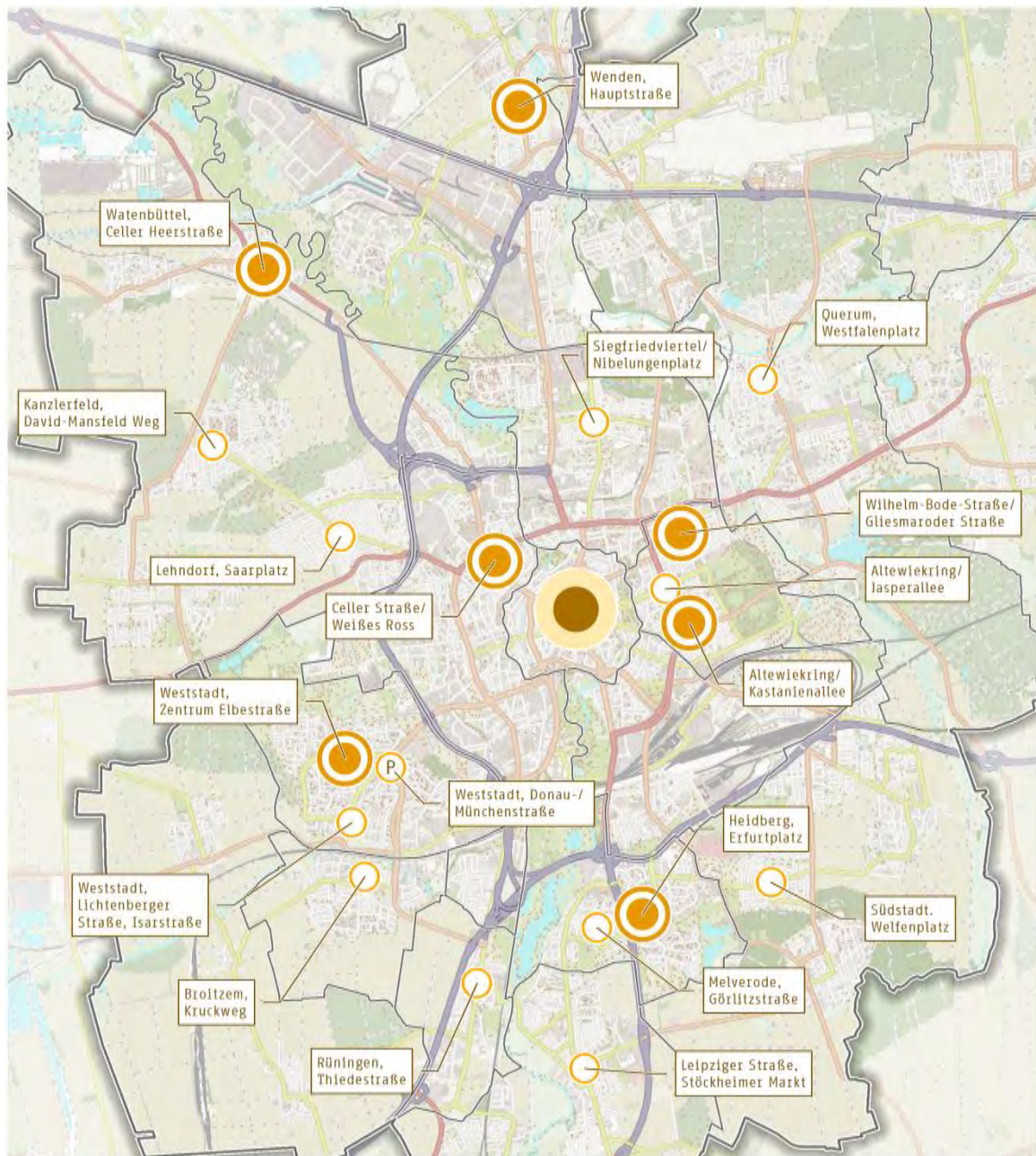
Karte 5: Änderungen Zentrenhierarchie



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Karte 6: Zentrenhierarchie 2021



### Zentersystem

-  City-Hauptgeschäftsbereich
-  Stadtteilzentrum
-  Nahversorgungszentrum
-  Nahversorgungszentrum - perspektivisch

0 1 2 3 Kilometer

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Die zukünftige Zentrenhierarchie mit dem Hauptgeschäftsbereich City, den Stadtteil- und Nahversorgungszentren ist in Karte 6 (S. 92) dargestellt. Das Nahversorgungszentrum Weststadt, Donau- und Münchenstraße erfüllt aktuell auf Grund der städtebaulichen Situation nicht die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich, soll aber als perspektivisches Nahversorgungszentrum ausgewiesen werden (vgl. 8.7.1.2).

### **6.2.2 Nahversorgungsstützpunkte**

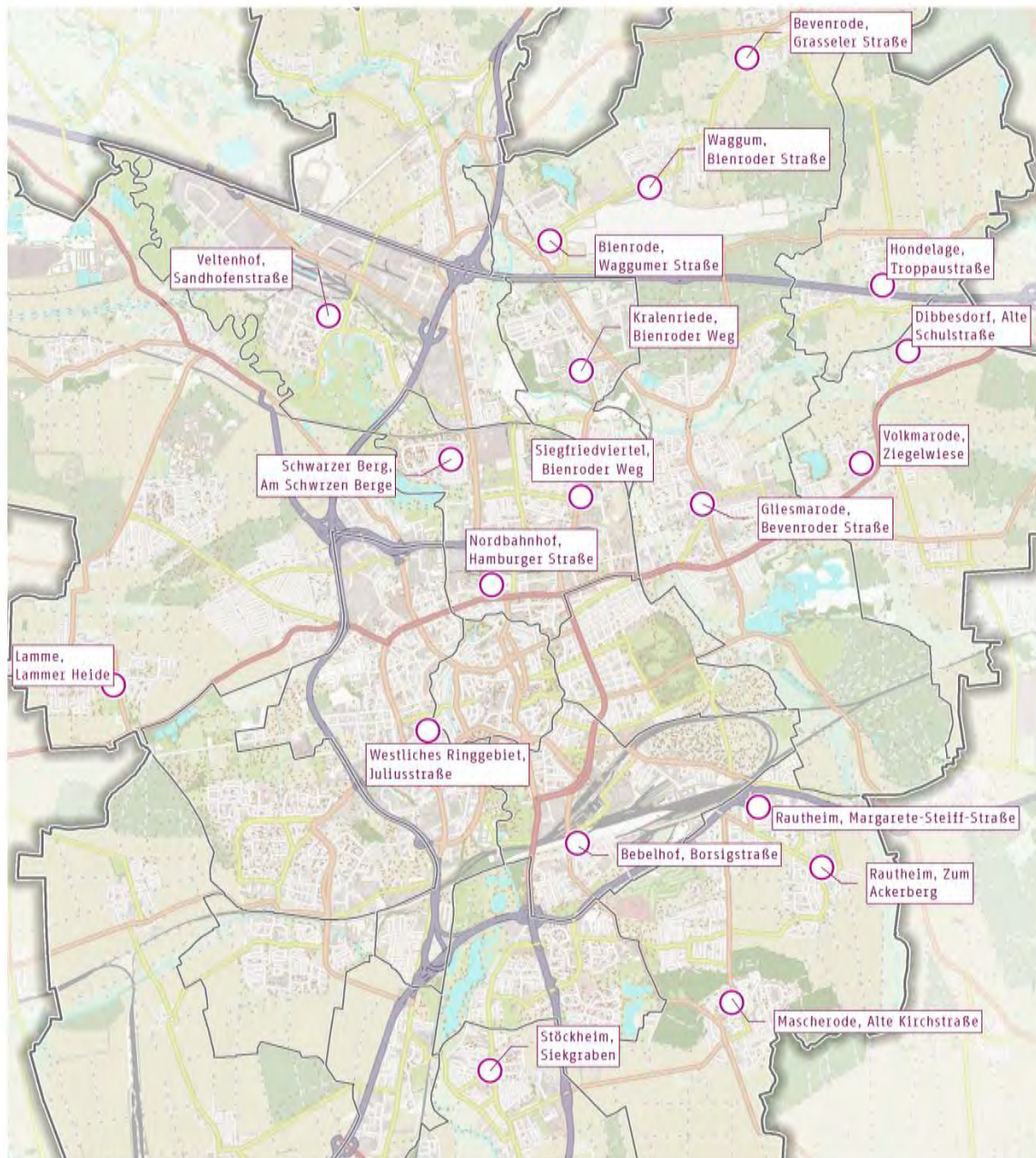
Neben dem Zentrensystem übernehmen im Hinblick auf die Grund- und Nahversorgung auch die Nahversorgungsstützpunkte eine wichtige Versorgungsfunktion. Bei diesen handelt es sich überwiegend um Standorte von Lebensmittelbetrieben, die zum Teil durch einzelne weitere Nutzungen ergänzt werden und insbesondere in peripheren Stadtteilen ohne Zentren für eine flächendeckende Grund- und Nahversorgung wichtig sind.

Im Hinblick auf die Ausweisung der Nahversorgungsstützpunkte wurde nicht auf die bisherigen Standorte abgestellt. Es wurden einheitliche Kriterien entwickelt:

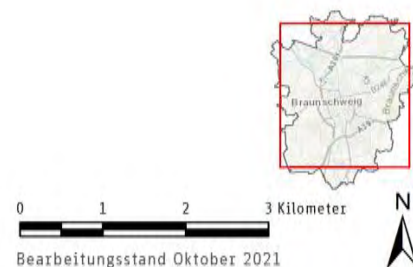
- Lebensmittelbetriebe der Betriebstypen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter in integrierter Lage, also im Zusammenhang mit Wohnbebauung; vergleichsweise große Distanz zu nächstgelegenen Lebensmittelbetrieb in einem Zentrum.
- Zusätzlich Standorte innerhalb eines für sich abgeschlossenen Siedlungsbereiches ohne Zentrum.

Die Nahversorgungsstützpunkte sind in Karte 7 dargestellt.



**Karte 7: Nahversorgungsstützpunkte 2021**

**Standortsystem**

Nahversorgungsstützpunkt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



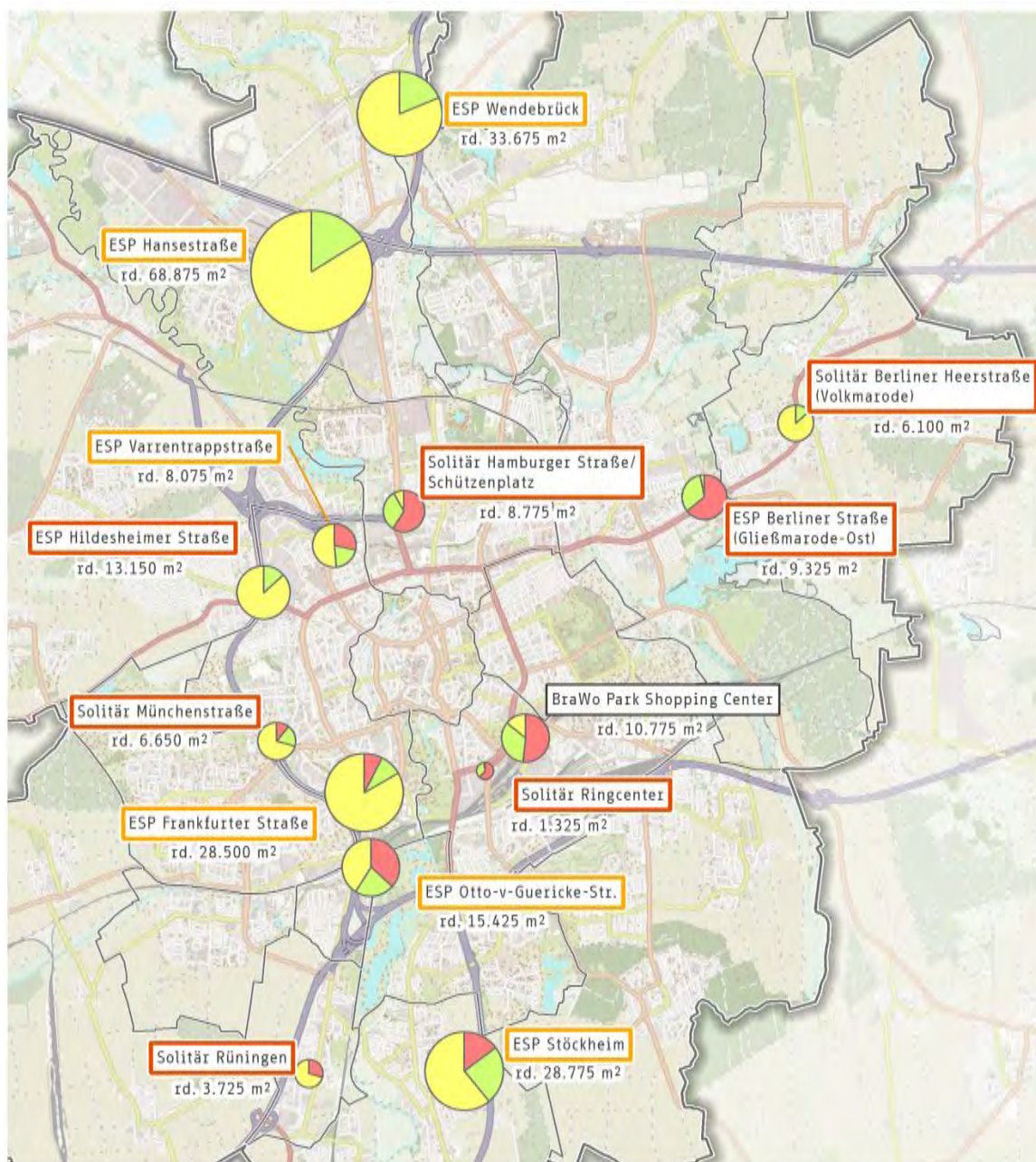


### **6.2.3 Entwicklungsschwerpunkte für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel**

Als weitere Standortkategorie neben den Zentren und Nahversorgungsstützpunkten prägen Entwicklungsschwerpunkte und Sonderstandorte für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel das Einzelhandelsangebot in Braunschweig (vgl. Karte 8). Dabei handelt es sich vor allem um Standorte in nicht integrierter Lage ohne unmittelbaren Bezug zur Wohnbebauung. Die Standorte wurden hinsichtlich Angebotsstruktur, räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten und der Nutzungsstruktur im Umfeld betrachtet (vgl. Kap. 8). Auf Grund der begrenzten Verkaufsflächenentwicklungsspielräume (vgl. Kap. 4.2) sowie auch des Mangels an Flächen für produzierendes Gewerbe und Handwerk soll sich die zukünftige Einzelhandelsentwicklung vor allem auf die größeren Standorte konzentrieren. Die in der Karte 8 rot gekennzeichneten Standorte sollen entsprechend nicht für Einzelhandel weiterentwickelt werden. Dabei handelt es sich um Entwicklungsschwerpunkte und ehemalige Solitärstandorte, die durch einzelne großflächige Betriebe, zum Beispiel durch ein SB-Warenhaus, geprägt werden. Die vorhandenen Betriebe sind im Bestand zu sichern; perspektivisch soll gegebenenfalls eine Nutzungsänderung zu Gunsten anderer Nutzungen mit produzierendem Gewerbe, Handwerk oder Dienstleistungen erfolgen.

Der Sonderstandort BraWoPark Shopping Center stellt auf Grund seiner Prägung mit überwiegend nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten einen Sonderfall dar. Der vorhandene Bestand ist zu sichern, es soll keine weitere Entwicklung im Bereich der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente erfolgen.

Die zukünftigen Entwicklungsschwerpunkte für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sowie der Sonderstandort BraWoPark sind in Karte 9 dargestellt.

**Karte 8: Änderungen Entwicklungsschwerpunkte und Solitärstandorte**

**Verkaufsflächen nach Zentrenrelevanz**


15.000 m²



nahversorgungsrelevant



zentrenrelevant



nicht zentrenrelevant

Schwerpunkt großflächiger Einzelhandel für nicht zentrenrelevante Sortimente



im Bestand zu sichern, keine weitere Einzelhandelsentwicklung; ggf. Nutzungsänderung



0 1 2 3 Kilometer

Bearbeitungsstand Oktober 2021

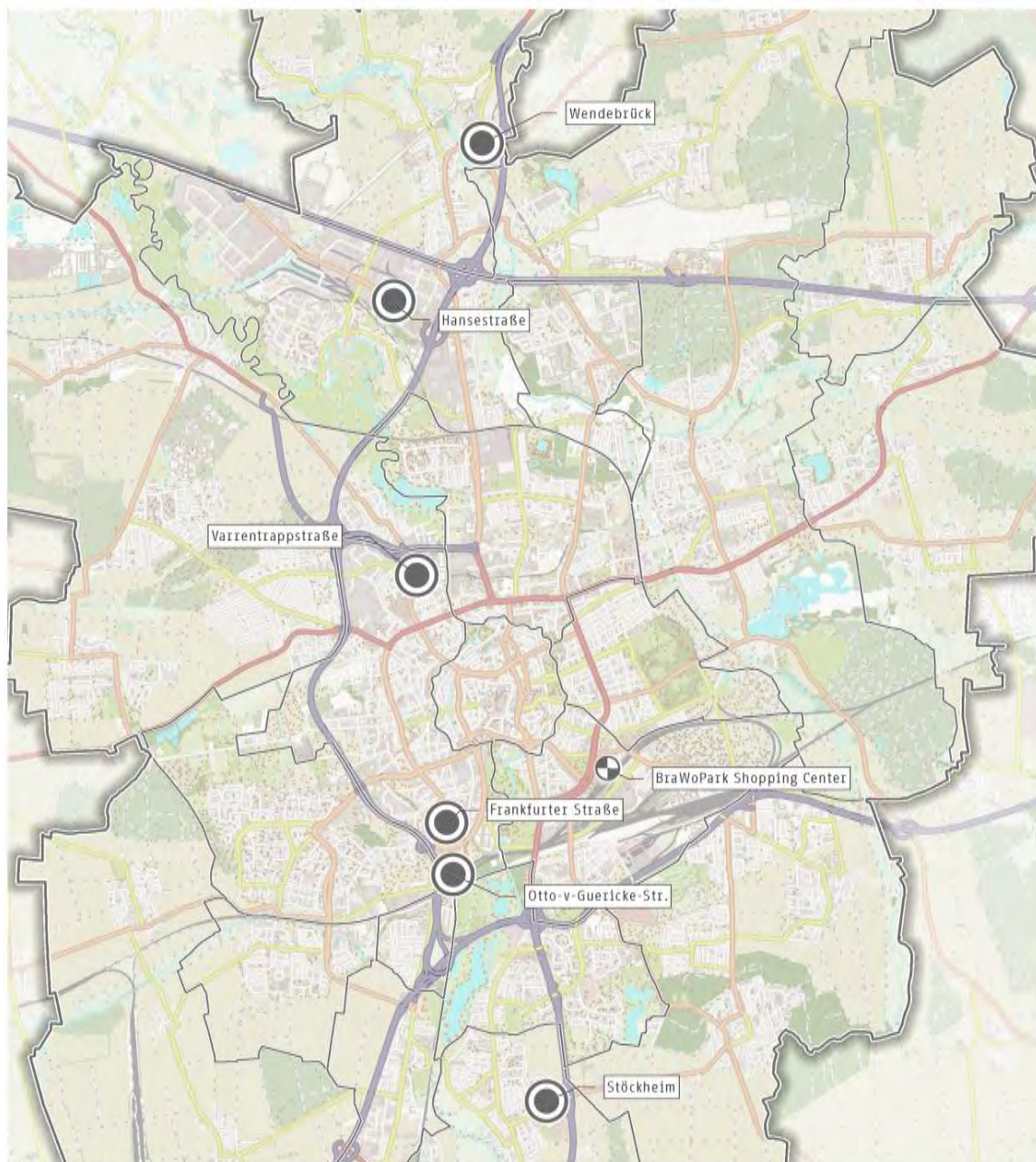




Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





Karte 9: Entwicklungsschwerpunkte 2021

Standortsystem

-  Entwicklungsschwerpunkt
-  Sonderstandort BraWoPark  
(keine Entwicklung mit zentrenrelevanten Sortimenten)



0 1 2 3 Kilometer

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



#### 6.2.4 Zentren- und Standortsystem

In Karte 10 ist das zukünftige Zentren- und Standortsystem in der Übersicht dargestellt. Dabei handelt es sich um ein dichtes Netz aus verschiedenen Zentren- und Standortkategorien mit jeweils unterschiedlichen Versorgungsfunktionen. Im Hinblick auf die Grund- und Nahversorgung wird deutlich, dass diese in den westlichen und südlichen Stadtbezirken vor allem durch ein Netz aus Stadtteil- und Nahversorgungszentren sichergestellt wird. In den nördlichen und östlichen Stadtbezirken sind hingegen weniger Zentren vorhanden. Hier kommt den Nahversorgungsstützpunkten eine wichtige Funktion zu. Die Entwicklungsschwerpunkte dienen der Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, die zum Beispiel auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes in der Regel nicht in der City oder den sonstigen Zentren angesiedelt beziehungsweise städtebaulich integriert werden können.



City-Hauptgeschäftsbereich  
 Stadtteilzentrum  
 Nahversorgungszentrum  
 Nahversorgungszentrum - perspektivisch  
 Nahversorgungsstützpunkt  
 Entwicklungsschwerpunkt  
 Sonderstandort BraWoPark (keine Entwicklung mit zentrenrelevanten Sortimenten)

0 1



0 1 2 3 k

Bearbeitungsstand Oktober 2021

### 6.3 STEUERUNGSGRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Für die Stadt Braunschweig ergibt sich bis zum Jahr 2030 entsprechend der Entwicklungsprognose ein rechnerischer Verkaufsflächenentwicklungsspielraum von insgesamt rd. 42.175 m<sup>2</sup> (vgl. - auch im Folgenden - Kap. 4.2). Nach der Wettbewerbsprognose reduziert sich der Entwicklungsspielraum bis zu diesem Zeitpunkt um rd. 4.300 m<sup>2</sup>. Die räumliche Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen ist vor diesem Hintergrund als auch hinsichtlich der in Kap. 5 formulierten Ziele von zentraler Bedeutung.

In Tab. 7 ist zusammenfassend dargestellt, welche Vorhaben - Neunsiedlungen und Erweiterungen - an welchen Standorten ermöglicht werden sollen. Die Differenzierung erfolgt nach der Zentrenrelevanz und der Dimensionierung der ansiedlungsbeziehungsweise erweiterungswilligen Betriebe. Die Tabelle ermöglicht somit eine rasche grundsätzliche Bewertung für Planvorhaben im Sinne eines Standortkataloges. Die Inhalte der Matrix werden in den folgenden Kapiteln in Form von Grundsätzen inklusive textlichen Ausführungen näher erläutert.

Tab. 7: Standortkatalog - Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung

| Zentrenrelevanz                                | nahversorgungsrelevanter Einzelhandel |   | zentrenrelevanter Einzelhandel |                             | nicht zentrenrelevanter Einzelhandel |  |
|--|---------------------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|--|
|  | nicht großflächig                     | großflächig                                 | nicht großflächig              | großflächig                 | nicht großflächig                    | großflächig                            |
| City (Haupt-Geschäftsbe-reich)                 |                                       |   |                                |                             |                                      | städtebauliche Integration             |
| Stadtteil-zentrum                              |                                       | Standort-gerechte Dimension                 |                                | Standort-gerechte Dimension |                                      | vorrangig an Entwicklungsschwerpunkten |
| Nahversor-gungszentrum                         |                                       | LM-Betrieb bei standort-gerechter Dimension | Standort-gerechte Dimension    |                             |                                      |  |
| Nahversor-gungsstützpunkt                      | Standort-gerechte Dimension           | LM-Betrieb bei standort-gerechter Dimension | Standort-gerechte Dimension    |                             |                                      |  |
| sonst. inte-grierter Standort                  | Standort-gerechte Dimension           | LM-Betrieb bei standort-gerechter Dimension | Standort-gerechte Dimension    |                             |                                      |  |
| Entwicklungs-schwerpunkt                       | Bestandssicherung                     |   | Bestandssicherung              |                             | vorrangig an integrierten Standorten |  |
| ehem. Entwicklungs-schwerpunkt Solitärstandort | Bestandssicherung                     |   | Bestandssicherung              |                             | Bestandssicherung                    |  |
| sonst. nicht integrierter Standort             | Bestandssicherung                     |   | Bestandssicherung              |                             | vorrangig an integrierten Standorten | vorrangig an Entwicklungsschwerpunkten |

- entspricht grundsätzlich dem Konzept
- ggf. konzeptkonform nach Prüfung
- vorrangig an Entwicklungsschwerpunkten/ integrierten Standorten
- widerspricht dem Konzept grundsätzlich



### 6.3.1 Umgang mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel

#### Grundsätze:

#### 1. Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen

- a) City Hauptgeschäftsbereich: Großflächige Einzelhandelsbetriebe regelmäßig zulässig
- b) Stadtteilzentren:
  - nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe regelmäßig zulässig
  - großflächige Betriebe bei standortgerechter Dimensionierung nach Einzelfallprüfung zulässig
- c) Nahversorgungszentren:
  - nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment regelmäßig zulässig
  - Läden zur Gebietsversorgung mit sonstigem zentrenrelevanten Kernsortiment bei standortgerechter Dimensionierung nach Einzelfallprüfung zulässig (in der Regel bis 200 m<sup>2</sup>)
  - Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung nach Einzelfallprüfung auch großflächig zulässig
- d) Ausnahme Nahversorgungsstützpunkte:
  - Erweiterungen von Lebensmittelbetrieben bei standortgerechter Dimensionierung nach Einzelfallprüfung zulässig
  - Läden, die überwiegend der Gebietsversorgung dienen, bei standortgerechter Dimensionierung in baulicher Einheit nach Einzelfallprüfung zulässig (in der Regel bis 200 m<sup>2</sup>)
- e) Ausnahme sonstige integrierte Lagen:
  - Läden zur Gebietsversorgung bei standortgerechter Dimensionierung nach Einzelfallprüfung zulässig (in der Regel bis 200 m<sup>2</sup>)
  - Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung nach Einzelfallprüfung auch großflächig zulässig
- f) Ausnahme für nicht integrierte Lagen: Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis maximal 8% der Verkaufsfläche ausnahmsweise zulässig, maximal 800 m<sup>2</sup> (Bezug zum Kernsortiment, Freisortimente maximal 25 m<sup>2</sup> innerhalb Anteil 8%), nur flächenneutrale Modernisierung im Bestand





g) Verkaufsstätten von Handwerks-, produzierenden oder verarbeitenden Gewerbebetrieben sind ausnahmsweise auch an anderen Standorten möglich, wenn sie dem Hauptbetrieb flächen- und umsatzmäßig deutlich untergeordnet sind

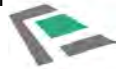
Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente (vgl. Tab. 6, S. 88) sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben künftig vorrangig im abgegrenzten **zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich City** angesiedelt werden<sup>68</sup>. Dies wird sowohl für Betriebe unterhalb der Großflächigkeit<sup>69</sup> als auch für großflächige Betriebe vorgeschlagen. Damit soll die besondere überörtliche beziehungsweise oberzentrale Versorgungsfunktion dieses zentralen Versorgungsbereiches erhalten und gestärkt werden.

In den **Stadtteilzentren** sind nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment regelmäßig zulässig, großflächige Betriebe nur bei standortgerechter Dimensionierung nach Einzelfallprüfung (Prüfung entsprechen der Regelungen des LROP).

In den **Nahversorgungszentren** sind nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten regelmäßig zulässig. Läden zur Gebietsversorgung mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind bei standortgerechter Dimensionierung (in der Regel bedeutet dies in Braunschweig bis 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bei entsprechender Einwohnerdichte auch mehr; siehe unten) nach Einzelfallprüfung zulässig. Lebensmittelbetriebe sind bei standortgerechter Dimensionierung nach Einzelfallprüfung auch großflächig zulässig (Prüfung der Regelungen des LROP). An den **Nahversorgungsstützpunkten**, die ergänzend zu den Zentren eine flächendeckende Nahversorgung sicherstellen sollen, sind nach Einzelfallprüfung bei standortgerechter Dimensionierung (siehe unten) Erweiterungen von Lebensmittelbetrieben ausnahmsweise zulässig. Läden zur Gebietsversorgung sind wiederum auch in baulicher Einheit mit vorhandenen Lebensmittelbetrieben zulässig.

<sup>68</sup> An dieser Stelle und im Folgenden ist unter *Ansiedlungen* auch die Erweiterung bestehender Betriebe mit dem jeweils entsprechenden Kernsortiment zu verstehen.

<sup>69</sup> Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. Vgl. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.2005.



An **sonstigen integrierten Standorten**, zu denen auch die oben genannten Nahversorgungsstützpunkte gehören, sollen mit Ausnahme von Läden zu Gebietsversorgung keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden<sup>70</sup>. Ausnahmsweise können - im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung - an sonstigen integrierten Standorten großflächige Lebensmittelbetriebe angesiedelt werden, sofern sie standortgerecht dimensioniert sind und zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation beitragen. Zu prüfen ist dabei auch die Vereinbarkeit eines Vorhabens mit den in Kap. 5 formulierten Zielen sowie den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung (vgl. Kap. 2.3.1.4).

In Braunschweig sind außerhalb der Zentren zur **Gebietsversorgung** Läden mit in der Regel rd. 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche möglich. Ausnahmen davon betreffen die Sortimente Papier, Bürobedarf, Schreibwaren/ Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Medien (in der Regel rd. 100 m<sup>2</sup>), Foto/ Optik (in der Regel rd. 50 m<sup>2</sup>), Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel (in der Regel rd. 400 m<sup>2</sup>). Läden, die der Gebietsversorgung dienen, sind gleichzeitig **standortgerecht dimensioniert**: Standortgerecht dimensioniert bedeutet, dass eine Gefährdung bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, zu vermeiden ist (Schutz der verbrauchernahen Versorgung). Für die standortgerechte Dimensionierung ist auf eine ausreichende Mantelbevölkerung im Umfeld (zum Beispiel Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsbereich) zu achten. Es ist eine Einzelfallprüfung erforderlich.

Mit Hilfe der in Tab. 8 dargestellte Werte können Anfragen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten hinsichtlich ihrer standortgerechten Dimensionierung und Gebietsversorgung dem Grunde nach beantwortet werden<sup>71</sup>. Bei den angegebenen Werten handelt es sich um Orientierungswerte, die eine Prüfung der Verträglichkeit im Einzelfall nicht ersetzen können.

<sup>70</sup> Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt - in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.

<sup>71</sup> Beispielsweise zeigt Tab. 8, dass ein Sportgeschäft mit 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche rechnerisch 5.000 Einwohner und ein ebenso großes Uhren- und Schmuckgeschäft rechnerisch 25.000 Einwohner versorgt.



**Tab. 8: Rechnerisch versorgte Einwohner je 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten**

| Sortimente                         | je 200 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche<br>rechnerisch versorgte Einwohner (gerundete Werte) |
|------------------------------------|---|
| Nahrungs-/ Genussmittel            | 500   |
| Lebensmittelhandwerk <sup>1)</sup> | 1.500   |
| Drogerie/ Parfümerie               | 4.000   |
| Apotheke <sup>1)</sup>             | 5.000   |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften      | 15.000  |
| Blumen/ Zoo                        | 5.000   |
| Bekleidung und Zubehör             | 2.500   |
| Schuhe, Lederwaren                 | 6.500   |
| Sport/ Freizeit                    | 5.000   |
| Spielwaren                         | 5.000   |
| Bücher                             | 15.000  |
| GPK, Geschenke, Hausrat            | 4.500   |
| Haus-/ Heimtextilien               | 7.000   |
| Uhren/ Schmuck                     | 25.000  |
| Foto/ Optik                        | 20.000  |
| Medien                             | 10.000  |
| Elektro/ Leuchten                  | 6.500   |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

<sup>1)</sup>: rechnerisch versorgte Einwohner je Betrieb

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung 2020; www.handelsdaten.de; EHI; IFH verschiedene Jahrgänge; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Ausnahmeregelung für großflächige Lebensmittelbetriebe an Nahversorgungspunkten und sonstigen integrierten Standorten erfordert ebenfalls eine **standortgerechte Dimensionierung**. Dabei wird auf die entsprechende Regelung des LROP für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit periodischen Kernsortimenten - in der Praxis meist Lebensmittelbetriebe - abgestellt. Derartige Betriebe sind nach LROP auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen<sup>72</sup> und damit außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, sofern sie nicht raumbedeutsam sind. Dafür sind folgende Kriterien zu erfüllen:

- Verkaufsflächenanteil nahversorgungsrelevanter Sortimente mindestens 90%,
- mehr als 50% Umsatzanteil aus einem fußläufigen Einzugsbereich (Bereich mit einer maximalen Gehzeit von 10 Minuten).

<sup>72</sup> Städtebaulich integrierte Lage im Sinne des LROP innerhalb zentraler Siedlungsgebiete.



An nicht integrierten Standorten sollen nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als **Randsortimente** in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden<sup>73</sup>. Ein vollständiger Ausschluss von zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimenten in Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment erscheint nicht möglich: Bei einigen Branchen gehört ein derartiges Angebot in gewissem Umfang mittlerweile zum Betriebskonzept (zum Beispiel Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Die zentrenrelevanten Randsortimente sind in der Summe auf **8% der Verkaufsfläche** bei insgesamt **maximal 800 m<sup>2</sup>** zu beschränken. Dabei muss jedoch in jedem Fall eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen. Sortimente ohne Bezug zum Kernsortiment, die üblicherweise angeboten werden (beispielsweise Lebensmittel im Baumarkt) können als sogenannte Freisortimente innerhalb des Anteils von 8% Randsortimenten mit jeweils maximal 25 m<sup>2</sup> zugelassen werden. Im Anhang ist eine Liste enthalten, die differenziert nach Betriebstypen eine Übersicht über jeweils zulässige Rand- und Freisortimente beziehungsweise unzulässige Sortimente gibt (vgl. Tab. A - 6).

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente eines Betriebes mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sollte sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Das heißt, dass zusätzlich eine maximale Verkaufsflächenobergrenze für jedes zentrenrelevante Randsortiment festzusetzen ist. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

### 6.3.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

#### Grundsätze:

**Nicht zentrenrelevante Sortimente an Entwicklungsschwerpunkten (großflächig) und im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich City zulässig**

a) Entwicklungsschwerpunkte:

<sup>73</sup> Dem Grunde nach gelten die folgenden Regelungen zu Randsortimenten auch für entsprechende Betriebe an sonstigen integrierten Standorten.



- maximal 8% beziehungsweise 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nahversorgungs- und zentrenrelevante Randsortimente (Bezug zum Kernsortiment, Freisortimente maximal 25 m<sup>2</sup> innerhalb Anteil 8%)
  - sensibler Umgang mit Ansiedlungswünschen: "Leerstandsdomino" vermeiden
- b) Hauptgeschäftsbereich City:
- bei großflächigen Vorhaben städtebauliche Integration beachten
- c) sonstige zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungsstützpunkte und sonstige integrierte Standorte:
- großflächige Vorhaben vorrangig an den Entwicklungsschwerpunkten (gegebenenfalls städtebauliche Integration beachten)
  - nicht großflächig grundsätzlich möglich
- d) ehemalige Entwicklungsschwerpunkte/ Solitärstandorte :
- Bestandssicherung, keine weitere Einzelhandelsentwicklung, gegebenenfalls Nutzungsänderung zu produzierendes Gewerbe/ Handwerk/ Dienstleistung
- e) sonstige nicht integrierte Standorte:
- großflächige Vorhaben vorrangig an Entwicklungsschwerpunkten
  - nicht großflächig vorrangig an sonstigen integrierten Standorten
  - maximal 8% beziehungsweise 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nahversorgungs- und zentrenrelevante Randsortimente (Bezug zum Kernsortiment, Freisortimente maximal 25 m<sup>2</sup> innerhalb Anteil 8%)

Nicht zentrenrelevanter großflächiger Einzelhandel ist an den Entwicklungsschwerpunkten (und somit an bereits durch Einzelhandel geprägten Standorten) sowie im Hauptgeschäftsbereich City grundsätzlich zulässig und dort vorrangig anzusiedeln. Dabei sind auch an den Entwicklungsschwerpunkten die Regelungen zu zentrenrelevanten Randsortimenten (vgl. Kap. 6.3.1) zu beachten. Weiterhin ist bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines **"Leerstandsdominos"**: Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen auch in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort mit einer sich daran orientierenden Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hochwertigen) Gewerbestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen üblicher-



weise ein Nachnutzungsdruck durch zentrenrelevante Sortimente, dem zwar planerisch begegnet werden kann, der aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslösen kann.

Im Hauptgeschäftsbereich City ist im Hinblick auf den Flächenbedarf und großformatige Baukörper auf die **städtebauliche Integrationsfähigkeit** zu achten.

Nicht großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (zum Beispiel ein Matratzenfachgeschäft) ist in den zentralen Versorgungsbereichen sowie an sonstigen integrierten Standorten grundsätzlich zulässig.

An den ehemaligen Entwicklungsschwerpunkten und Solitärstandorten (vgl. Karte 8, S. 96) sind vorhandene Einzelhandelsnutzungen im Bestand zu sichern; es soll keine weitere Einzelhandelsentwicklung erfolgen.

## **6.4 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN**

Auf Grund der beschriebenen eingeschränkten Verkaufsflächenentwicklungsspielräume in Braunschweig (vgl. Kap. 4.2), kommt der richtigen Standortwahl für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen eine hohe Bedeutung zu. Die dennoch vorhandenen Potenziale sollten zur Stärkung der Zentren und der möglichst flächendeckenden Nahversorgung genutzt werden. Im Folgenden sollen grundsätzliche und übertragbare Empfehlungen zur Entwicklung der Zentren und sonstigen Standorte gegeben werden. Konkrete Handlungsempfehlungen erfolgen in Kap. 8.

### **6.4.1 Allgemeine Entwicklungsoptionen für die Zentren**

#### **Zentrale Versorgungsbereiche**

Zur Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt im Hauptgeschäftsbereich City (vgl. Kap. 8.1.1.1) sollte eine weitere räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches vermieden werden. Vielmehr sollte eine Nachverdichtung im Bestand angestrebt werden. Zahlreiche vorhandene und zum Teil auch großflächige Leerstände sollen genutzt werden, um ein kompaktes Zentrum mit hoher funktionaler Dichte und hohen Passantenfrequenzen in einem zusammenhängenden Einkaufsbereich zu erhalten und zu stärken.



Grundsätzlich sollen auch in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren kompakte Strukturen für eine räumliche Konzentration der Nutzungen geschaffen werden und damit die langfristige Erhaltung der Zentren ermöglicht werden. Erfahrungsgemäß ist jedoch die Flächennachfrage in den untergeordneten Zentren geringer als in der City und damit die Entwicklung beziehungsweise Folgenutzung von Leerständen und gegebenenfalls sonstigen Flächenpotenzialen schwieriger. Hinzu kommen oftmals ungünstige Strukturen wie eine lineare Ausdehnung entlang stark befahrener Straßen oder funktionale Brüche zum Beispiel durch Wohnnutzungen in den Erdgeschossen sowie sonstige Brüche und Barrieren.

Die nachfolgend beispielhaft dargestellten räumlichen Entwicklungsoptionen können einerseits zu mehr Dichte und Kompaktheit beitragen und andererseits Investitionen auf gegebenenfalls bestehende Flächenpotenziale beziehungsweise Leerstände innerhalb der Zentren lenken.

### **Nachverdichtung im Bestand**

Bei einer städtebaulichen Nachverdichtung handelt es sich neben der Nutzung von Brachflächen und Baulücken um eine allgemeine Erhöhung der bestehenden städtebaulichen Dichte. An manchen Stellen fallen bestimmte Bereiche oder Grundstücke durch eine wesentlich niedrigere Dichte, bauliche Höhe oder auf Grund ihres hohen Sanierungsbedarfs aus dem städtebaulichen Kontext. Aus baulichen Gründen kann dies im Einzelfall auch mit einem Abriss vorhandener Bausubstanz verbunden sein. In funktionaler Hinsicht sollte eine vertikale Nutzungsmischung, bestehend aus Einzelhandel sowie eventuell Gastronomie und publikumsorientierten Dienstleistungen im Erdgeschoss sowie Dienstleistungen (zum Beispiel Praxen) und/ oder Wohnen in den Obergeschossen, angestrebt werden. Durch die Realisierung entsprechender Vorhaben soll neben einer rein funktionalen Aufwertung auch eine hohe städtebaulich-gestalterische Qualität erreicht werden, die nicht zuletzt auch für die Attraktivität als Einkaufsstandort wichtig ist. Ein Neubau sollte ein homogenes, geschlossenes Stadtbild unter Einhaltung von Baufluchten und Bauhöhen unterstützen. Dabei sind zum Beispiel vorgelagerte Stellplätze zu vermeiden. Die Flächen sollten so bebaut und gestaltet/ begrünt werden, dass sie tatsächlich als Teil des jeweiligen Zentrums mit Aufenthaltsbereichen und Treffpunktfunktion erlebbar sind und zu dessen fußläufiger Vernetzung und Kompaktheit beitragen.





### **Schließen von Baulücken**

Baulücken sind mindergenutzte oder temporär zwischengenutzte Flächen, die zum Beispiel geprägt sind durch provisorische Parkplätze, Abstandsgrün etc. oder nur notdürftig bebaut sind und somit städtebauliche Defizite darstellen. Beim Schließen derartiger Baulücken können neben der funktionalen Verdichtung (Einzelhandel, Dienstleistungen) auch bauliche Brüche behoben und ein stärkerer städtebaulicher Zusammenhang hergestellt werden. Auch hier ist auf das sensible Einfügen in das bestehende bauliche Umfeld zu achten.

### **(Um-)Nutzung von Leerständen**

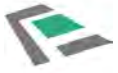
Insbesondere in den Zentren stellt die (Um-)Nutzung leerstehender Ladenlokale eine Möglichkeit zur Umsetzung von Entwicklungspotenzialen dar. Häufig entfalteten Leerstände - wenn sie weder kaschiert noch zwischengenutzt sind - eine abträgliche Wirkung auf das Erscheinungsbild des jeweiligen Zentrums und haben negative Ausstrahlungseffekte auf die Umgebungsbebauung und -nutzung, sodass durch den Umgang mit Leerständen auch städtebauliche Ziele verfolgt werden können.

Leerstände sollten möglichst zeitnah hochwertigen, standortspezifischen Nutzungen zugeführt werden, um negative Folgen für den Gebäudezustand oder auf die benachbarten Geschäfte zu vermeiden. Bei dauerhaften Leerständen können jedoch auch Büro-, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen eine Alternative sein. Auch temporäre (Zwischen-)Nutzungen können negative Wirkungen auf das Umfeld reduzieren.

Um Folgenutzungen zu ermöglichen, kann es gegebenenfalls notwendig sein, die räumlichen Gegebenheiten an moderne Ansprüche anzupassen (zum Beispiel barrierefreier Zugang). Hierbei ist auch die Möglichkeit der Zusammenlegung mit benachbarten Geschäften zu prüfen, um die Realisierung moderner, wirtschaftlich stabilerer Geschäftseinheiten zu ermöglichen.

### **Verkaufsflächenzusammenlegung**

Besonders in den zentralen Versorgungsbereichen mit kleinteiligen Baustrukturen sind Verkaufsflächen abhängig vom Sortiment oft zu klein und von ihrem Zuschnitt her ungeeignet sind, um den modernen Anforderungen des Einzelhandels gerecht zu werden.



Durch Zusammenlegung von Verkaufsflächen, zum Teil auch über mehrere Gebäude, können bei einer geschlossenen Bebauung möglicherweise größere zusammenhängende Verkaufsflächen geschaffen werden. Dadurch können vielfach zeitgemäße und wirtschaftlich stabilere Geschäftseinheiten geschaffen werden. Zudem weisen durch Zusammenlegung entstandene Geschäfte oftmals einen individuellen Charakter auf, die das Stadtbild positiv beeinflussen können.

#### **6.4.2 Allgemeine Entwicklungsoptionen für Nahversorgungsstützpunkte und Entwicklungsschwerpunkte**

##### **Nahversorgungsstützpunkte**

Die ausgewiesenen Nahversorgungsstützpunkte (vgl. Kap. 6.2.2) sollen insbesondere in den peripher gelegenen Stadtteilen und Siedlungsbereichen das Netz der Stadtteil- und Nahversorgungszentren im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende Nahversorgung ergänzen. Es handelt sich dabei überwiegend um einzelne Lebensmittelbetriebe innerhalb von Wohnsiedlungsbereichen. Trotz der umgebenden/ angrenzenden Wohnbebauung bestehen zum Teil Defizite bei der fußläufigen Erreichbarkeit, da zum Beispiel vorgelagerte Stellplätze oder Pkw-Zufahrten die Zugänglichkeit einschränken. Bei Modernisierungen beziehungsweise Neubau von Lebensmittelbetrieben sollten städtebauliche und architektonische Anforderungen gestellt werden, die die baulichen Strukturen der Umgebung aufgreifen. Stellplätze sollten als Parkdeck oder Tiefgarage für ein flächensparendes Bauen und eine hohe städtebauliche Qualität in das Gebäude integriert werden. In ohnehin verdichteten Stadtbereichen kann dadurch eine höhere Dichte erzielt werden. In dörflich geprägten Bereichen können Barrieren für Fußgänger reduziert werden. Eine gute Erreichbarkeit für Fuß- und Radverkehr ist sicherzustellen.

##### **Entwicklungsschwerpunkte und gewerblich geprägte Bereiche**

Neben den bestehenden, bereits als Einzelhandelsstandort profilierten Entwicklungsschwerpunkten für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel (vgl. Kap. 6.2.3), sollten kurzfristig für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht werden.

Auch wenn Gewerbegebiete entsprechend der BauNVO mögliche Standorte für den Einzelhandel sind, ist angesichts der eventuell auftretenden planungsrechtlichen Probleme, die bei der Neuausweisung von Gewerbegebieten überwunden werden müssen, zu fragen, ob im Grundsatz tatsächlich jedes Gewerbegebiet der Einzelhan-



delsnutzung offenstehen sollte, zumal die Verfügbarkeit von qualifizierten Gewerbeflächen für die wirtschaftliche Entwicklung in Braunschweig von hoher Bedeutung ist.

Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden gewerblichen Standorten sind die branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente entsprechend den Steuerungsgrundsätzen (vgl. Kap. 6.3.1) zu begrenzen. Es sollte auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche, zum Beispiel mehrgeschossige Bebauung, geachtet werden.

Hinsichtlich bestehender nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente sollten diese weitgehend auf ihren Bestand festgeschrieben werden. Neuansiedlungen von derartigen Betrieben in gewerblich geprägten Gebieten und Gewerbegebieten außerhalb der ausgewiesenen Entwicklungsschwerpunkte sind in jedem Fall zu vermeiden.

An den ehemaligen Entwicklungsschwerpunkten und Solitärstandorten, an denen bisher Einzelbetriebe oder Einzelhandelsnutzungen nur in einem sehr geringen Umfang vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort zukünftig kein (weiterer) Einzelhandel zulässig ist. Generell sollten die Gewerbeflächen den eigentlich dort vorgesehenen gewerblichen Nutzungen (Handwerk und produzierendes Gewerbe sowie ergänzend Dienstleistungen) vorbehalten werden.

Es sollte eine Prüfung des erweiterten Bestandsschutzes in Sondergebieten beziehungsweise Festsetzungen nach § 1 (10) BauNVO in Gewerbegebieten erfolgen (vgl. Kap. 7).

## 6.5 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Wie in Kap. 3.2.4 beschrieben, besteht in Braunschweig bei einer Bindungsquote im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von rd. 100% eine rechnerische Vollversorgung. Die räumliche Nahversorgungssituation ist bei einem gesamtstädtischen Nahversorgungsanteil von rd. 77% insgesamt als gut zu bezeichnen - der Großteil der Einwohner wohnt in fußläufiger Entfernung zu mindestens einem Lebensmittelbetrieb<sup>74</sup>.

---

<sup>74</sup> Bei Berücksichtigung aller Lebensmittelbetriebe mit einem hinreichenden Lebensmittelangebot.



Ziel ist es, durch das Zentren- und Standortsystem mit Stadtteil- und Nahversorgungszentren, Nahversorgungsstützpunkten sowie ergänzenden Lebensmittelbetrieben innerhalb der Wohnsiedlungsbereiche eine möglichst flächendeckende fußläufige Nahversorgung zu gewährleisten (vgl. Kap. 5).

Vor dem Hintergrund aktueller Standortanforderungen der Betreiber von filialisierten Lebensmittelbetrieben und auch der entsprechenden quantitativen und räumlichen Bestandsstrukturen ist eine deutliche Verbesserung der bestehenden Nahversorgung problematisch:

- Ein umfangreiches Lebensmittelangebot an autokundenorientierten, nicht integrierten Standorten bindet einen hohen Teil der Kaufkraft im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, trägt jedoch nicht oder nur in geringem Umfang zu einer fußläufigen Nahversorgung bei.
- In den nicht nahversorgten Bereichen (vgl. Karte 3, S. 66) sind die Einwohner- und Kaufkraftpotenziale für eine Neuansiedlung eines Lebensmittelbetriebs entsprechend den Betreiberanforderungen überwiegend zu gering.
- Das rechnerische Entwicklungspotenzial im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel von bis zu rd. 3.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bis zum Jahr 2030 (vgl. Kap. 4.2) ermöglicht rein rechnerisch die Ansiedlung von drei bis vier weiteren Lebensmittelmärkten. Dieser Spielraum sollte jedoch auch für Erweiterungen bestehen und teilweise für Betriebe, welche die Anforderungen der Betreiber nicht erfüllen, genutzt werden.

Im Fokus zukünftiger Entwicklungen steht demzufolge der Erhalt der derzeitigen Nahversorgungssituation. Hierzu können Erweiterungen im Bestand beitragen, primär in den zentralen Versorgungsbereichen und an den Nahversorgungsstützpunkten.

Bei der Ansiedlung (oder auch Erweiterung) von Lebensmittelbetrieben insbesondere an sonstigen integrierten Standorten ist auf die entsprechenden Regelungen der Steuerungsgrundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung zu achten. Von wesentlicher Bedeutung sind die Kriterien einer standortgerechten Dimensionierung und der Erhaltung beziehungsweise Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation (vgl. hierzu Kap. 6.3). Letztlich ist zum Schutz der verbrauchernahen



Versorgung eine Gefährdung bestehender Nahversorgungsstrukturen zu vermeiden und Neuansiedlungen sollen an Standorten erfolgen, die zu einer Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation (Schließung von Nahversorgungslücken) beitragen.

Bei der Betrachtung der einzelnen Stadtbezirke (vgl. Kap. 8) werden (unter anderem) Empfehlungen zur Sicherung beziehungsweise Stärkung der Nahversorgungssituation gegeben.



## 7. VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG

Im Folgenden wird ein **Verfahrensweg** aufgezeigt, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzeptes ermöglicht. Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in Bebauungsplänen vorgeschlagen.

### Öffentliche Information

Vor dem bindenden Ratsbeschluss des Zentrenkonzeptes werden die Stadtbezirksräte beteiligt. Es wird empfohlen, parallel dazu auch die Öffentlichkeit über die Inhalte des Zentrenkonzeptes zu informieren und ihr - ähnlich wie bei Bebauungsverfahren - Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. Die eingehenden Anregungen werden anschließend gewürdigt und abgewogen. Gegebenenfalls wird das Konzept auch angepasst oder geändert.

Das *endgültige Zentrenkonzept Einzelhandel* bedarf zu einer vollständigen Wirkungsentfaltung des Beschlusses durch den Rat der Stadt Braunschweig. Die für das Konzept wesentlichen Bausteine sind der Zielkatalog des Zentrenkonzeptes Einzelhandel (vgl. Kap. 5), die Sortimentsliste (vgl. Kap. 6.1.3), die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 8) und deren Hierarchisierung (vgl. Kap. 6.2.1) und die Steuerungsgrundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 6.3).

Die Umsetzung des Zentrenkonzeptes Einzelhandel sollte unseren Erachtens wie im Weiteren dargestellt erfolgen.

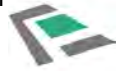
### Festlegen von Gebieten zur Zulässigkeit von Einzelhandel

In Verbindung mit der oben genannten Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel auch künftig noch zulässig sein wird. Dafür wird im Konzept die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche vorgenommen; diese entspricht den zentralen Versorgungsbereichen gemäß BauGB und ist seitens der Stadt nach Beschluss gleichsam parzellenscharf darzustellen<sup>75</sup>.

---

<sup>75</sup> BVerwG: Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07. Die getroffenen Abgrenzungsvorschläge entsprechen bereits dieser Anforderung.





Darüber hinaus bietet es sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln (vgl. Vorschläge für gewerblich geprägte Standorte unten).

Mit Hilfe der zentralen Versorgungsbereiche und des Standortkatalogs (vgl. Tab. 7, S. 100) können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell dem Grunde nach bewertet werden: Grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden, sodass dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung beziehungsweise zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln dient.

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 6.3) beziehen sich auf die zentralen Versorgungsbereiche, Nahversorgungsstützpunkte, sonstige integrierte und nicht integrierte Standorte und auf die Entwicklungsschwerpunkte beziehungsweise auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB beziehungsweise §§ 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

1. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.*
2. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist gemäß § 1 (9) BauNVO der Handel mit Kraftfahrzeugen (Lkw, Pkw, Motorräder), Kraftfahrzeugzubehör sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)*
3. **Festsetzungstyp** *Gemäß §§ 1 (5) und (9) BauNVO ist ausschließlich nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Rand- und Freisortimente<sup>76</sup> bis maximal 8% der Verkaufsfläche zulässig.*

Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 m<sup>2</sup>, der als Ergänzungs- beziehungsweise Randsortiment Haus- und Heimtextilien oder Gardinen anbietet.

---

<sup>76</sup> Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.



- 4. Festsetzungstyp** *Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerkes der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx m<sup>2</sup> zulässig (Handwerkerprivileg)<sup>77</sup>. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (zum Beispiel Bäcker, Metzger, Konditor).*
- 5. Festsetzungstyp** *Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (zum Beispiel Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.*

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten im Bestand sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

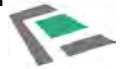
Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und gegebenenfalls überplant. Außer Acht gelassen werden häufig die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die unter Umständen im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso eine bedeutende Rolle spielen können. Für Mischgebiete wird eine Überprüfung empfohlen, ob auch in diesen zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

Für Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO), allgemeine sowie besondere Wohngebiete (§§ 4 beziehungsweise 4a BauNVO), Dorfgebiete (§ 5 BauNVO) und urbane Gebiete (§ 6a BauNVO) gilt dies ebenfalls.

Mit dem Beschluss des Rates wird das Zentrenkonzept Einzelhandel zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die Mög-

---

<sup>77</sup> Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die m<sup>2</sup>-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



lichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

### **Handlungsleitfaden zur Bauleitplanerischen Umsetzung der Zielvorstellungen**

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in Braunschweig durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, § 30/ 31 BauGB) oder auch durch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes gefährdet sind. Die entsprechenden Regelungen sind dann anzupassen. Bei bestehenden Bebauungsplänen reicht unter Umständen eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO beziehungsweise ein vereinfachtes Bebauungsplanverfahren nach § 13 BauGB aus. Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO ist allerdings zu beachten, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines Bebauungsplans oder die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfs stehen nach einem Aufstellungs- oder Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) beziehungsweise "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

Die Begründung in den Bebauungsplänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Zentrenkonzept Einzelhandel und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung der Zentren Bezug nehmen.

Bei einem konkreten Baugesuch ist zunächst die bauplanungsrechtliche Festsetzung des jeweiligen Planstandortes hinsichtlich der einzelhandelsbezogenen Nutzungen zu prüfen. Anschließend muss das Vorhaben hinsichtlich des Zentrenkonzeptes ge-



prüft werden: Mit der Abgrenzung der Zentren, den Steuerungsgrundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Sortimentsliste kann in Braunschweig somit flächendeckend jede Anfrage zur Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel unmittelbar bewertet werden: Es ist sofort feststellbar, an welchen Standorten zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft zulässig und an welchen Standorten er unzulässig sein wird. Jede Standortbewertung - zumindest im Hinblick auf (großflächige) zentrenrelevante Angebote - stellt nichts anderes dar, als eine Anwendung der in Kap. 6.3 aufgezeigten Steuerungsgrundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung. Über dies ist der prognostizierte Entwicklungsspielraum für die Stadt Braunschweig zu berücksichtigen.

### **Beteiligungsprozess im Rahmen der Erarbeitung des Zentrenkonzeptes**

#### **Einzelhandel**

Die Erarbeitung des Zentrenkonzeptes Einzelhandel ist im Rahmen eines umfangreichen Abstimmungs- und Beteiligungsprozess erfolgt.

Zur Beteiligung wichtiger Akteure wurden die Vorgehensweise, Analyseergebnisse sowie die konzeptionellen Bausteine im Expertenkreis Einzelhandel, der sich - neben Mitgliedern der Verwaltung - aus Trägern öffentlicher Belange und Händlern beziehungsweise wichtigen Akteuren zusammensetzte, in insgesamt vier Sitzungen vorgestellt und diskutiert.

Zusätzlich wurde ein Arbeitskreis, bestehend aus Mitgliedern der Verwaltung und Mitarbeitern des Büros Dr. Donato Acocella eingerichtet. Im Rahmen der Arbeitskreissitzungen wurden ebenfalls sämtliche Analyseergebnisse, Konzeptbausteine und die weitere Vorgehensweise vorgestellt und abgestimmt sowie die Sitzungen des Expertenkreises Einzelhandel inhaltlich vorbereitet. Zur Abstimmung der Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche, der Stärken-Schwächen-Analyse und der Handlungsempfehlungen für die Zentren wurden zusätzlich insgesamt sechs Sitzungen mit den Bezirksplanerinnen und -planern durchgeführt.



## **8. STECKBRIEFE ANGEBOTSSITUATION UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE UND SONSTIGE STANDORTE NACH STADTBEZIRKEN**

Im Folgenden wird auf die einzelnen Zentren und die sonstigen Standorte näher eingegangen, gegliedert nach den seit November 2021 geltenden zwölf Stadtbezirken. Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, die sich vor allem am Bestand vorhandener Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen orientiert, wurden einige Abgrenzungen im Hinblick auf möglichst kompakte Strukturen mit hoher Nutzungsichte in ihrer Ausdehnung reduziert. Weiterhin wurden die Abgrenzungen parzellenscharf vorgenommen.

Für eine möglichst aktuelle Darstellung der Nutzungen und im Hinblick auf mögliche Veränderungen durch die Corona-Pandemie wurde im August 2021 eine Überprüfung des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren durchgeführt. Die Veränderungen gegenüber der Erhebung von Oktober/ November 2021 sind in den Karten dargestellt.

Bei der Untersuchung der Nahversorgungssituation wurde für eine differenzierte Darstellung auf die bisherigen 19 Stadtbezirke abgestellt.

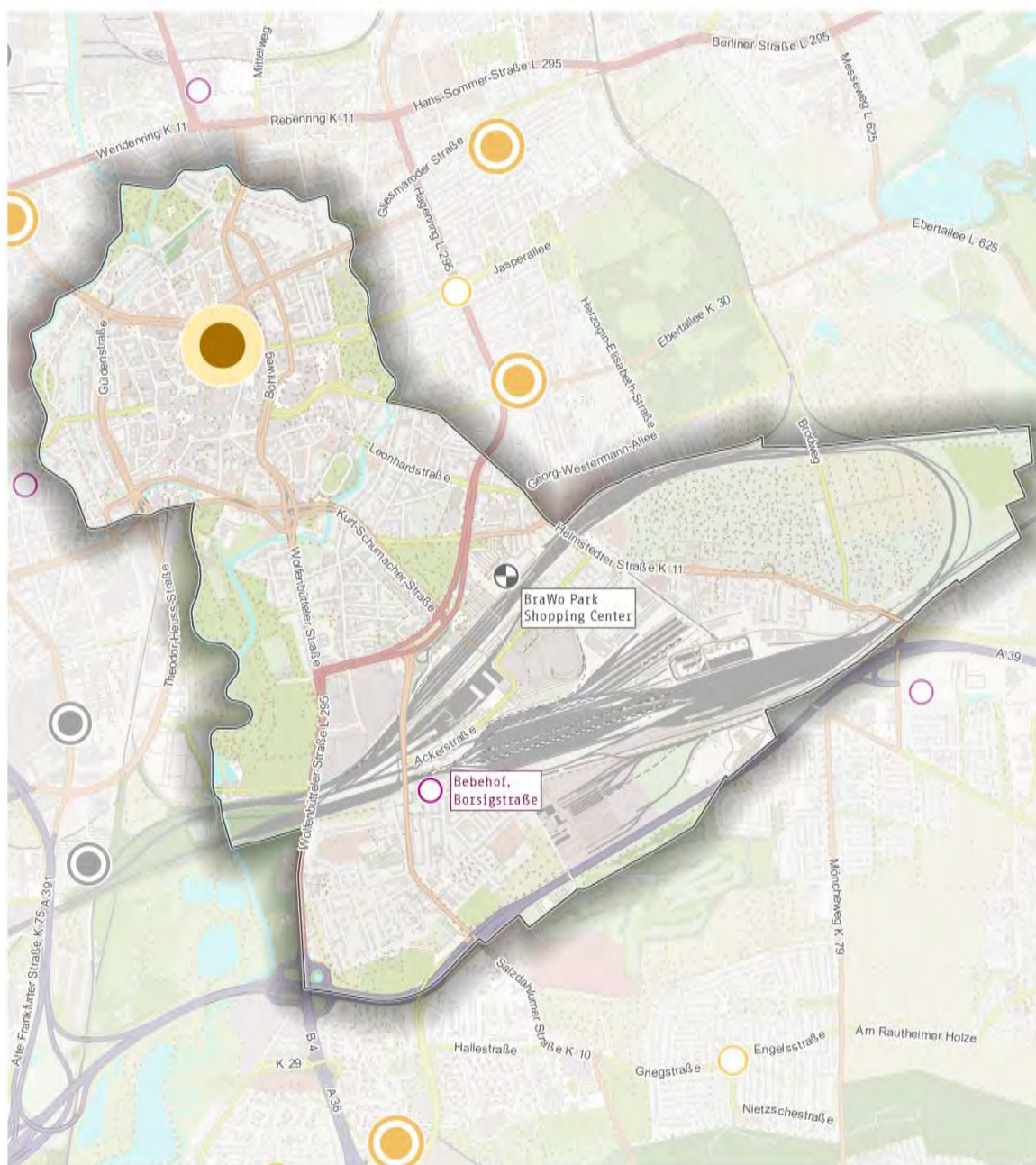
### **8.1 STADTBEZIRK MITTE**

Im Stadtbezirk Mitte befinden sich neben dem Hauptgeschäftsbereich City der Nahversorgungstützpunkt Bebelhof/ Borsigstraße und der Sonderstandort BraWoPark (vgl. Karte 11). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 649 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 171.550 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 9 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Mitte bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Auffällig sind vor allem die hohen Bindungsquoten im mittelfristigen Bedarfsbereich, die im Wesentlichen auf das Angebot im Hauptgeschäftsbereich City zurückzuführen sind.



Karte 11: Stadtbezirk Mitte



### Zentren- und Standortsystem

-  City-Hauptgeschäftsbereich
-  Stadtteilzentrum
-  Nahversorgungszentrum
-  Nahversorgungszentrum - perspektivisch
-  Nahversorgungsstützpunkt
-  Entwicklungsschwerpunkt
-  Sonderstandort BraWoPark



0 500 1.000 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





**Tab. 9: Einzelhandelsangebot im Bezirk Mitte, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 20.225                              | 116,1               | 59,7                   | 194%          |
| Lebensmittelhandwerk                            | 1.100                               | 15,5                | 8,1                    | 190%          |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 7.500                               | 43,1                | 7,0                    | 619%          |
| Apotheke  | 1.475                               | 71,1                | 18,9                   | 375%          |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 1.325                               | 5,1                 | 1,5                    | 337%          |
| Blumen/ Zoo                                     | 1.750                               | 4,5                 | 2,7                    | 164%          |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>33.375</b>                       | <b>255,3</b>        | <b>98,0</b>            | <b>260%</b>   |
| Bekleidung und Zubehör                          | 62.800                              | 272,1               | 8,5                    | 3204%         |
| Schuhe/ Lederwaren                              | 10.200                              | 30,0                | 2,4                    | 1229%         |
| Sport/ Freizeit                                 | 9.150                               | 25,9                | 3,4                    | 757%          |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 9.050                               | 18,1                | 2,2                    | 838%          |
| Bücher  | 4.225                               | 20,6                | 1,8                    | 1142%         |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 8.775                               | 9,7                 | 1,6                    | 604%          |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 3.575                               | 5,8                 | 1,5                    | 391%          |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>107.800</b>                      | <b>382,1</b>        | <b>21,4</b>            | <b>1786%</b>  |
| Uhren/ Schmuck                                  | 2.375                               | 19,2                | 1,7                    | 1140%         |
| Foto/ Optik                                     | 2.950                               | 20,3                | 1,8                    | 1105%         |
| Medien  | 6.525                               | 75,3                | 5,7                    | 1331%         |
| Elektro/ Leuchten                               | 3.725                               | 17,3                | 3,1                    | 560%          |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 225                                 | 0,3                 | 0,9                    | 39%           |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 2.125                               | 4,7                 | 15,8                   | 30%           |
| Möbel   | 7.850                               | 11,7                | 9,3                    | 126%          |
| Sonstiges                                       | 4.600                               | 28,5                | 11,3                   | 253%          |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>30.400</b>                       | <b>177,4</b>        | <b>49,5</b>            | <b>359%</b>   |
| <b>Summe</b>                                    | <b>171.550</b>                      | <b>814,9</b>        | <b>168,9</b>           | <b>483%</b>   |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



## 8.1.1 Zentren- und Standortstruktur

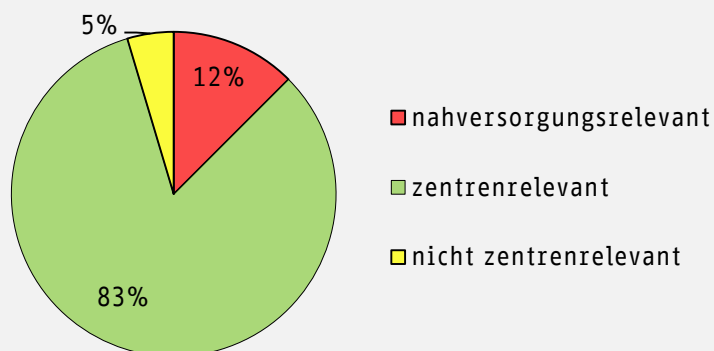
### 8.1.1.1 Hauptgeschäftsbereich City

|                      |  |
|----------------------|--|
| Stadtbezirk          | Mitte  |
| Räumliche Ausdehnung | Der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich City umfasst den Bereich innerhalb der Braunschweiger Innenstadt mit der höchsten Dichte an Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen. Der Bereich erstreckt sich im Wesentlichen zwischen der Langen Straße beziehungsweise Hagenmarkt im Norden und dem Waisenhausdamm beziehungsweise Ölschlägern im Süden. Im Westen schließt die Abgrenzung die St. Martini-Kirche mit ein, im Osten stellen die Schloss Arkaden beziehungsweise Theaterwall und Magnitorwall die Begrenzung dar. |
| ÖPNV-Anbindung       | <input checked="" type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |

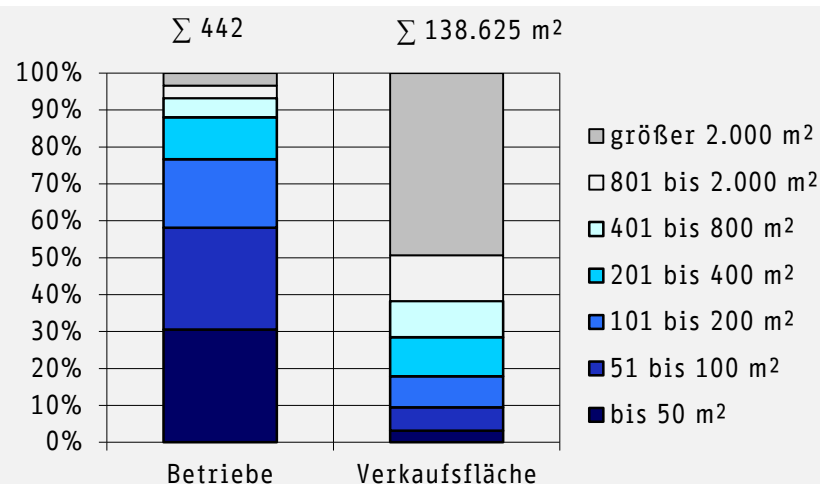
## Einzelhandelsstruktur

### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 138.625 m<sup>2</sup>

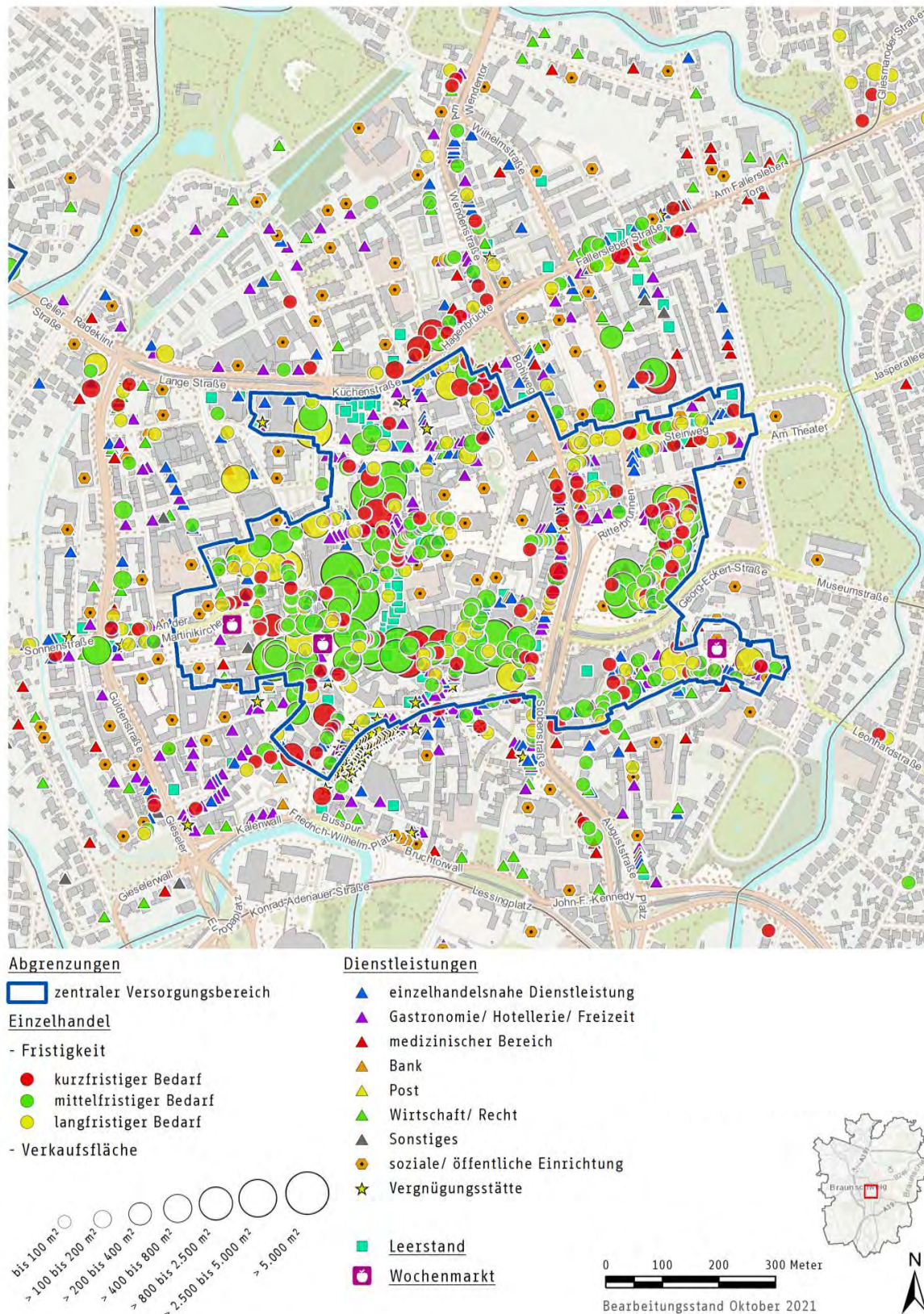


### Anzahl Betriebe nach Größenklassen





Karte 12: Hauptgeschäftsbereich City



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



**Foto 1: Einzelhandel Schuhstraße**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

**Foto 2: Altstadtmarkt**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

### Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Neben der räumlichen Verteilung des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes bildet die Stärken-Schwächenanalyse eine wesentliche Grundlage für die Abgrenzung und die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich City.

#### Stärken

Prägend für die Braunschweiger City ist ihre historische Struktur mit ausgedehnten Fußgängerbereichen, zahlreichen gestalteten Plätzen mit guter Aufenthaltsqualität und historischen und modernen Gebäuden mit überwiegend attraktiv gestalteten Fassaden. Es besteht ein dichter Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz mit individuellen Fachgeschäften großflächigen Filialbetrieben.

**Foto 3: Bekleidungshaus**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

**Foto 4: Wochenmarkt**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021



### *Funktional*

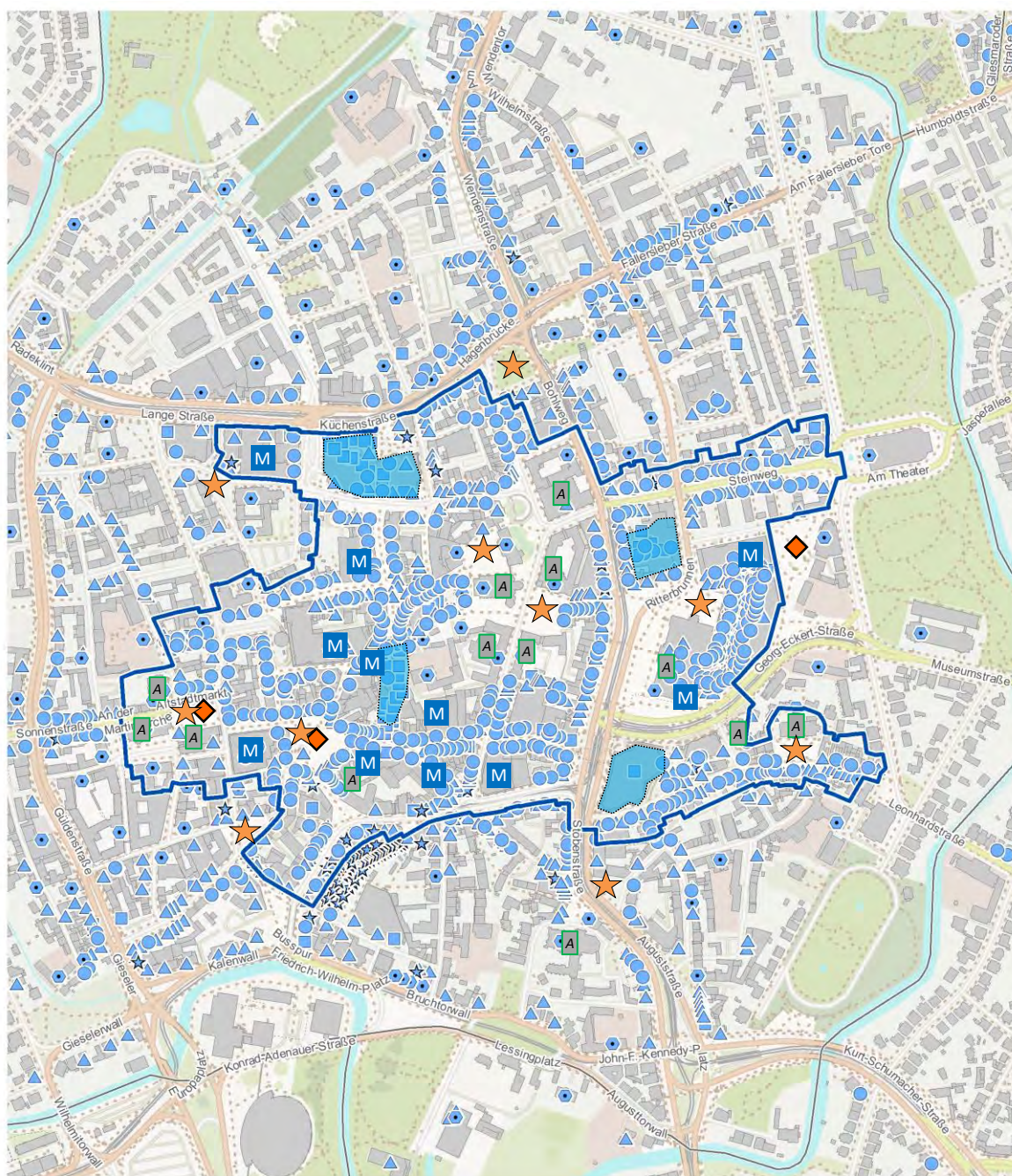
- vielfältiges Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen, mit deutlichem Schwerpunkt im mittelfristigen Bedarfsbereich
- dichter Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im Hauptgeschäftsbereich
- kleinteilige individuelle Fachgeschäfte (zum Beispiel Magniviertel, Friedrich-Wilhelm-Viertel) und großflächige Filialisten, Shoppingcenter
- wichtige Magnetbetriebe, unter anderem Kaufhäuser, Bekleidungshäuser, Fachmärkte, Supermärkte, Drogeriemärkte
- gutes Nahversorgungsangebot durch Supermärkte, Bioläden, Reformhäuser, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk
- Wochenmärkte als Treffpunkte/ Frequenzbringer ergänzen das Angebot
- guter Funktionsmix durch vielfältiges Dienstleistungsangebot (einzelhandelsnahe Dienstleistungen, Hotels, Banken, Ärzte)
- Gastronomie mit attraktiven Außenbereichen
- kulturelle und öffentliche Einrichtungen (unter anderem Theater, Kino, Museen, Verwaltung, Bildung)
- zahlreiche Parkmöglichkeiten in Parkhäusern und im Straßenraum
- gutes ÖPNV-Angebot/ gute Erreichbarkeit

### *Städtebaulich*

- Prägung durch historische Stadtstruktur
- historische Gebäude mit zahlreichen attraktiv gestalteten Fassaden
- moderne Gebäude fügen sich in das Stadtbild
- zahlreiche gestaltete historische und moderne Plätze mit guter Aufenthaltsqualität
- überwiegend attraktiv gestaltete öffentliche Räume
- teilweise moderne Stadtmöblierung und Sitzgelegenheiten
- Begrünung durch Bäume/ Bepflanzung
- zahlreiche identitätsstiftende Gebäude (unter anderem Burg Dankwarderode, Dom St. Blasii, St. Martini, Altstadtrathaus, Gewandhaus, Residenzschloss, Rathaus)
- vernetzte Struktur mit Querbeziehungen und Rundläufen
- Kunst im öffentlichen Raum
- insgesamt gute Aufenthaltsqualität mit Ambiente/ Flair durch historische Gebäude, Fassaden und Plätze



Karte 13: Hauptgeschäftsbereich City - Stärken



#### Abgrenzungen

  zentraler Versorgungsbereich

#### Nutzungen

- Einzelhandel
- ▲ Dienstleistung
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte
- Leerstand

- Entwicklungspotenzial
- ★ Platz/ Aufenthaltsbereich
- A prägende Architektur
- M Magnetbetrieb
- ◆ Wochenmarkt

0 100 200 300 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Erhebung/ Begehung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





## Schwächen

In verschiedenen Bereichen der City zeigen sich auch Schwächen. Dabei handelt es sich neben baulichen Defiziten oder Mängeln im öffentlichen Raum vor allem um Leerstände und Konzentrationen von Leerständen (vgl. Karte 14).

Foto 5: Leerstände Welfenhof



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 6: Rückseite Galeria Karstadt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

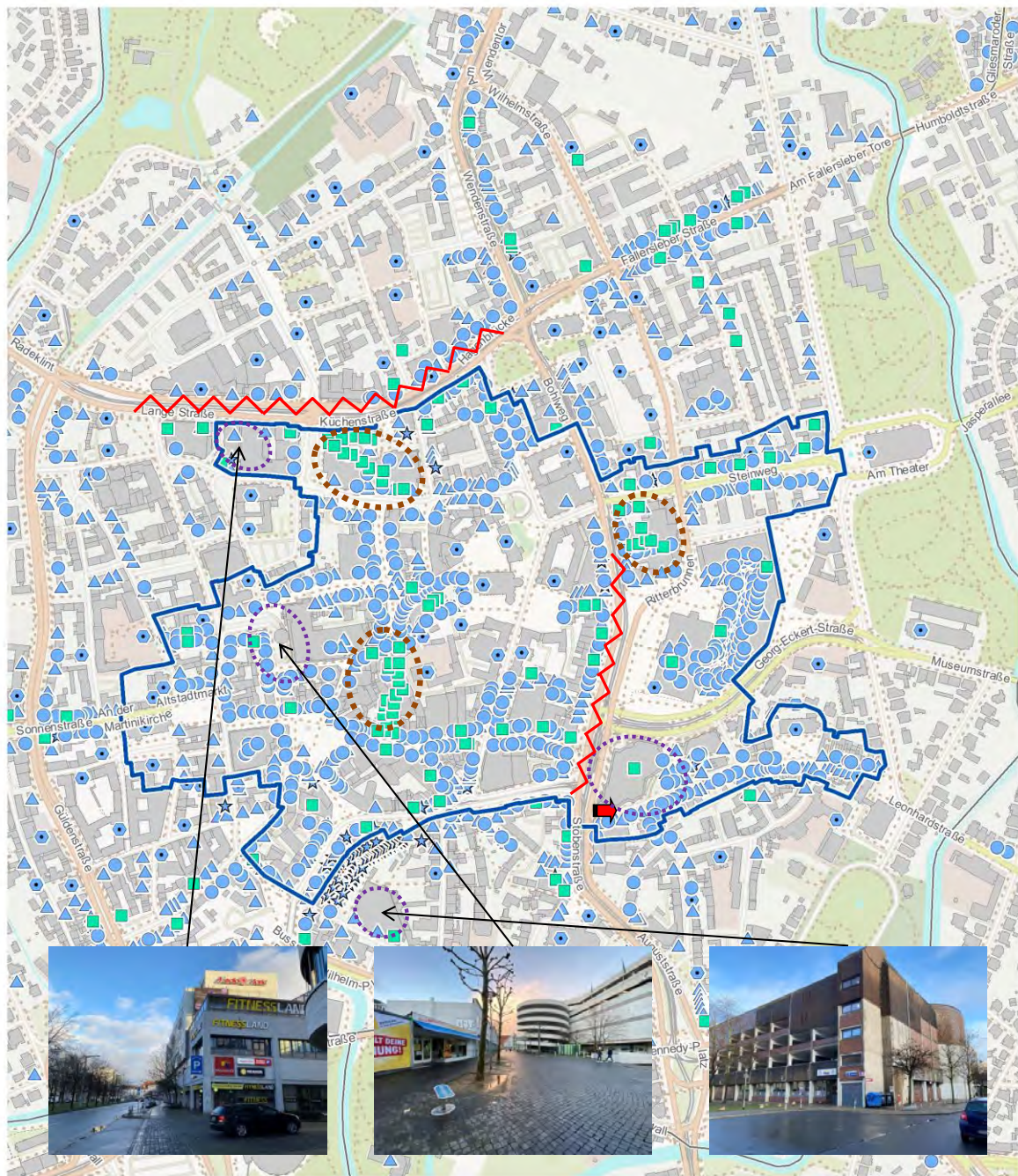
## Funktional

- neben individuellen Angeboten zeigt sich insgesamt auch ein hoher Filialisierungsgrad
- als introvertiertes Shoppingcenter grenzen sich die Schloss Arkaden von umgebenden Nutzungen ab
- es sind zahlreiche Leerstände verschiedener Größenklassen festzustellen
- zum Teil bestehen Häufungen von Leerständen (zum Beispiel Burgpassage, Welfenhof, Schlosscarree)
- großflächiger Kaufhausleerstand ehemaliger Kaufhof
- Bereich Damm/ Hutfiltern ebenfalls einige (zum Teil größere) Leerstände

## Städtebaulich

- in Teilbereichen zeigt sich eine heterogene Baustruktur
- zahlreiche Gebäude der Nachkriegszeit
- modernisierungsbedürftige Fassaden
- Barriere- und Trennwirkung im Bereich Bohlweg durch breiten Straßenraum und Verkehrsbelastung (Durchgangsverkehr)
- eingeschränkte Querungsmöglichkeiten auf Grund von hohem Verkehrsaufkommen

Karte 14: Hauptgeschäftsbereich City - Schwächen



#### Abgrenzungen

  zentraler Versorgungsbereich

#### Nutzungen

- Einzelhandel
- ▲ Dienstleistung
- ◼ soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte
- Leerstand

➡ Defizit Lesbarkeit Eingangsbereich

⚡ Trennwirkung/ Verkehrsbelastung

⬭ bauliches Defizit

⬭ Häufung Leerstände

0 100 200 300 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Erhebung/ Begehung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





- mangelnde Lesbarkeit der Anbindung Magniviertel und unklare Gestaltung der Eingangssituation
- gestalterische Defizite im öffentlichen Raum (zum Beispiel Umfeld ehemaliger Kaufhof, Ölschlägern/ Ackerhof, Schild, Schützenstraße)
- teilweise überfrachteter öffentlicher Raum (Straßen- und Hinweisschilder, Werbung und so weiter), unterschiedliche Bodenbeläge
- uneinheitliche Möblierung (Straßenbeleuchtung, Müllbehälter)

### **Handlungsempfehlungen**

Neben der räumlichen Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit den konzeptionellen Bausteinen sollten darüber hinaus auch weitere Maßnahmen umgesetzt werden, um die City als Einzelhandelsstandort sowie als attraktiven Aufenthaltsbereich, Treffpunkt und Identifikationsort weiter zu stärken. Dazu gehören sowohl funktionale als auch städtebauliche Handlungsempfehlungen, die auf der Grundlage der Stärken-Schwächen-Analyse erarbeitet wurden. Dabei wurden zum Teil auch Maßnahmen aufgegriffen, die sich zum Beispiel aus dem durch die Stadt Braunschweig initiierten Innensstadtdialog und weiteren konzeptionellen Überlegungen ergeben haben.

### **Funktionale Stärkung - individuelles Profil**

- vorhandene Stärken mit unter anderem Fachgeschäften und Magnetbetrieben weiter ausbauen
  - Entwicklung/ Stärkung durch individuelle/ besondere Angebote (zum Beispiel mit regionalem Bezug, Nischen-Angebote)
  - Förderung innovativer Konzepte und Neugründungen für einzigartige Identität der City
  - herausarbeiten/ stärken individueller Profile auch auf Quartiersebene (zum Beispiel Kult- und Friedrich-Wilhelm-Viertel, Magniviertel, Steinweg/ Theater-viertel) als besondere Qualität neben dem Angebot an Filialbetrieben
  - Nahversorgungsfunktion stärken im Hinblick auf möglichen Bedeutungsgewinn als Wohnstandort
  - auch Entwicklung nicht zentrenrelevanter Sortimente prüfen (zum Beispiel Möbel, Baumarkt, Zoofachmarkt)



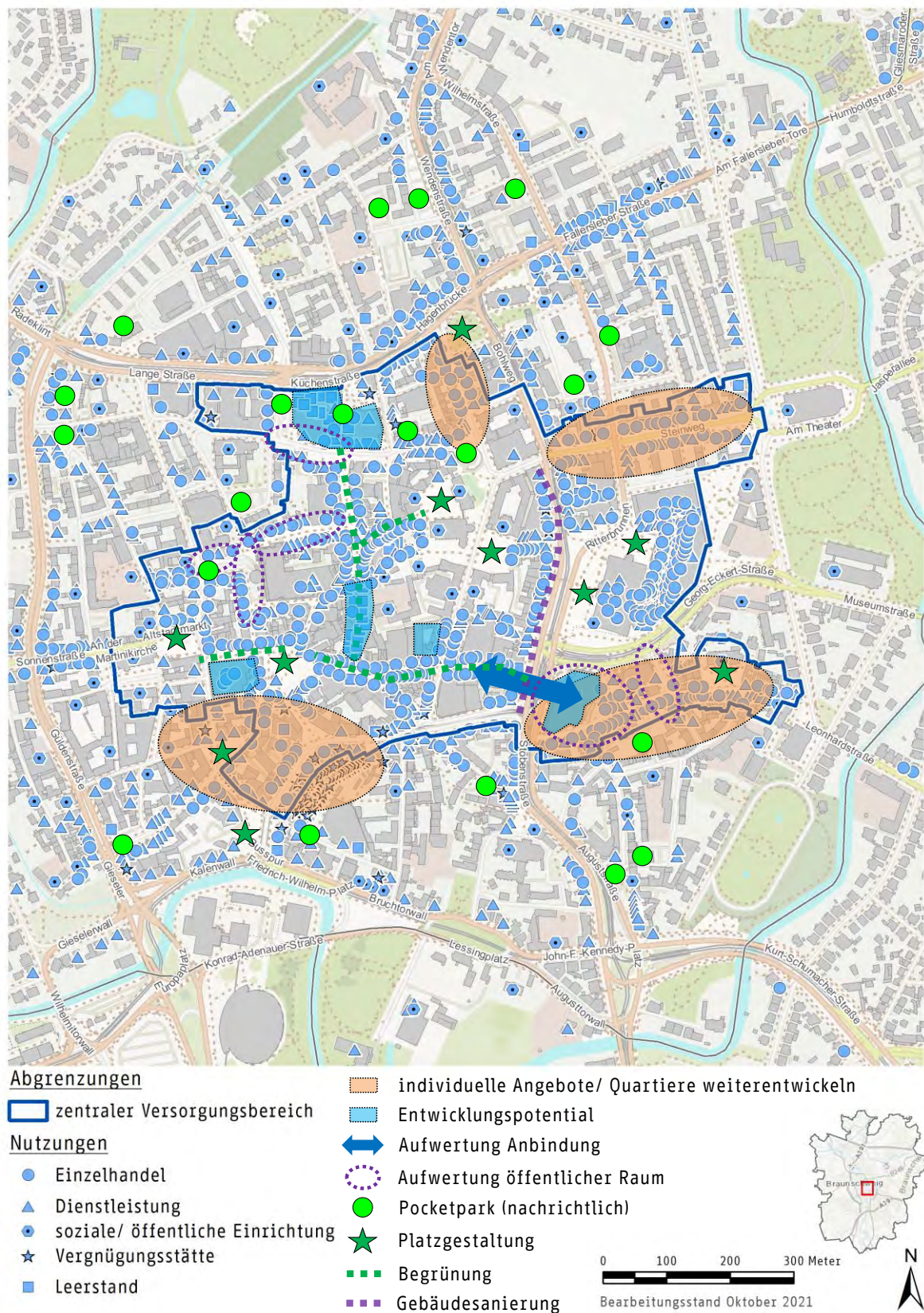
- Nutzungsmischung/ Stärkung weiterer Funktionen für hohe Frequenz zum Beispiel mit Freizeitangeboten, Gastronomie, Kultur, Bildung, öffentliche Einrichtungen, Wohnen, Dienstleistungen, Handwerk
- Leerstände als Entwicklungspotenzial
  - Folge- und Umnutzung großflächiger Kaufhausleerstände klären
  - Entwicklung Burgpassage und Welfenhof umsetzen
  - aktives Flächenmanagement: Leerstandsdatenbank zur Vermittlung zwischen Leerstandsimmobilien und Anfragen, Schnittstelle zwischen Eigentümern/ Mietern/ Stadt
  - Organisation Zwischennutzungen
  - (Zwischen-)Erwerb von Immobilien durch Stadt
- Nutzung/ Ausbau bestehender Strukturen gut vernetzter und engagierter Akteure
- Digitalisierung im Handel unterstützen

### **Städtebauliche Stärkung**

- Alleinstellungsmerkmale wie historische Struktur/ Gebäude, gute Vernetzung als Potenzial weiter ausbauen und in Szene setzen
- Aufenthaltsqualität weiter steigern
- gute Gestaltung der Plätze erhalten und gegebenenfalls weiter ausbauen als Aushängeschilder, Identifikationsorte/ Treffpunkte
  - Verweilzonen mit Sitzgelegenheiten schaffen
  - Begrünung durch Bäume/ Bepflanzung, Grünflächen
  - Highlights mit zum Beispiel Wasser/ Brunnen, Kunst, Spielgeräten
- Begrünungsmaßnahmen
  - in Fußgängerzonen (zum Beispiel Damm/ Hutfiltern, Sack)
  - Pocketparks als grüne Inseln
  - Fassaden- und Dachbegrünung
- Aufwertung/ Modernisierung öffentlicher Raum in Teilbereichen
  - Schild/ Meinhardshof
  - Schützenstraße/ Rückseite Galeria-Karstadt
  - Umfeld ehemaliger Kaufhof
  - Ölschlägern/ Ackerhof



Karte 15: Hauptgeschäftsbereich City - Empfehlungen





- städtebauliche Aufwertung, Lesbarkeit Anbindung Magniviertel
  - Wegebeziehung Damm/ Ölschlägern
  - Gestaltung der Eingangssituation
  - Umbau/ Neubau Leerstand Kaufhof?
  - architektonischer Akzent
- Gebäudesanierung/ Aufwertung Fassadengestaltung
  - zum Beispiel Fassadenprogramm Bohlweg
- Erreichbarkeit: gute Erreichbarkeit zentraler Parkhäuser/ Stellplätze sicherstellen und Qualität für Fuß- und Radverkehr verbessern
  - Radwegenetz/ Fahrradstellplätze ausbauen
  - Reduzierung ruhender Verkehr zum Beispiel Bereich Ölschlägern/ Ackerhof (breite(re) Gehwege, gemischt genutzte Verkehrsfläche?)
- Belebung durch Aktionen/ Veranstaltungen

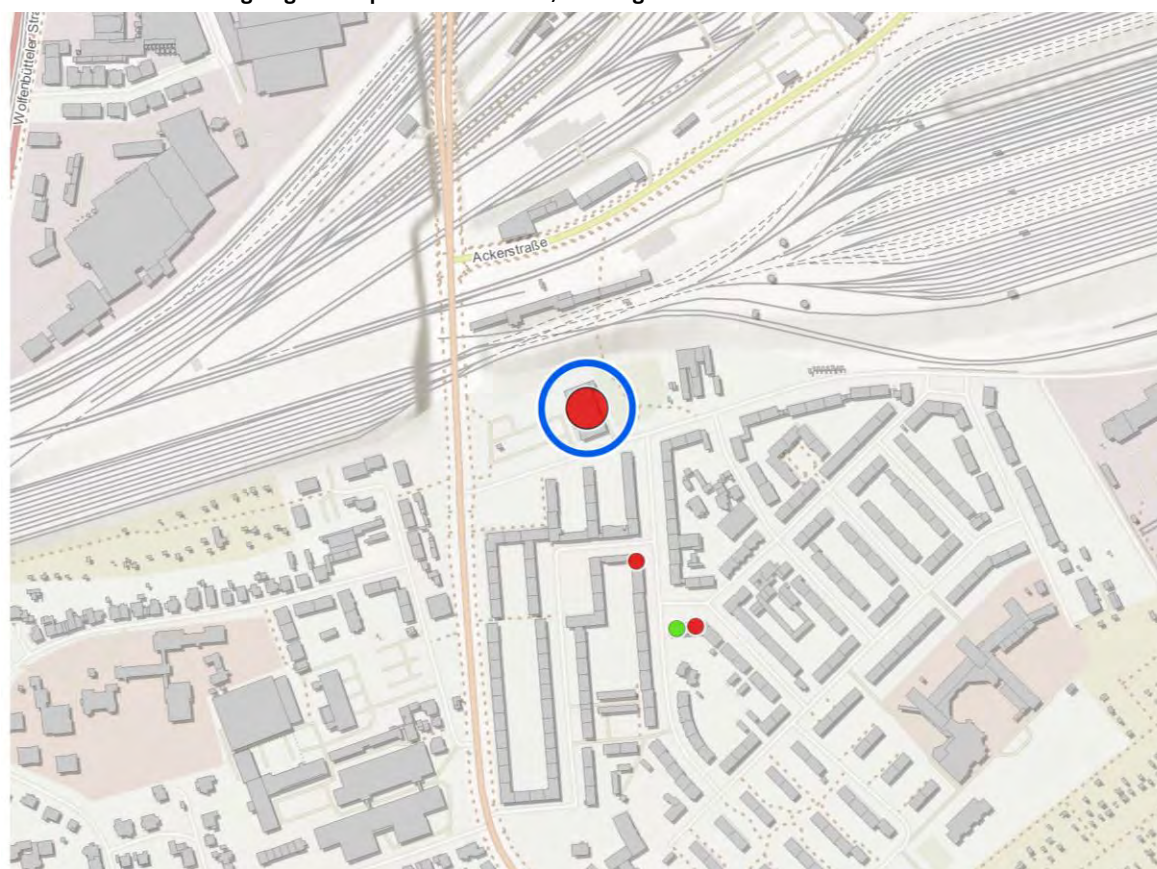




### 8.1.1.2 Nahversorgungsstützpunkt Bebelhof, Borsigstraße

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Mitte                                 |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter                |
| Verkaufsfläche                             | rd. 900 m <sup>2</sup>                |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 3.555/ 26.410 Einwohner               |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | rd. 2,1 km, STZ Heidberg, Erfurtplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                   |

Karte 16: Nahversorgungsstützpunkt Bebelhof, Borsigstraße



Nahversorgungsstützpunkt

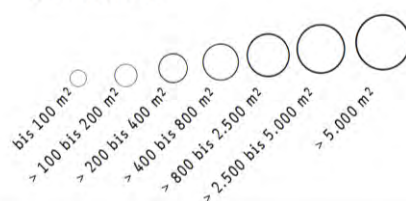
○ Standort

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

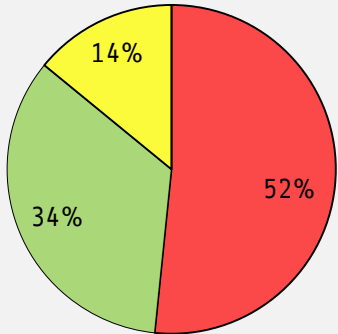
Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

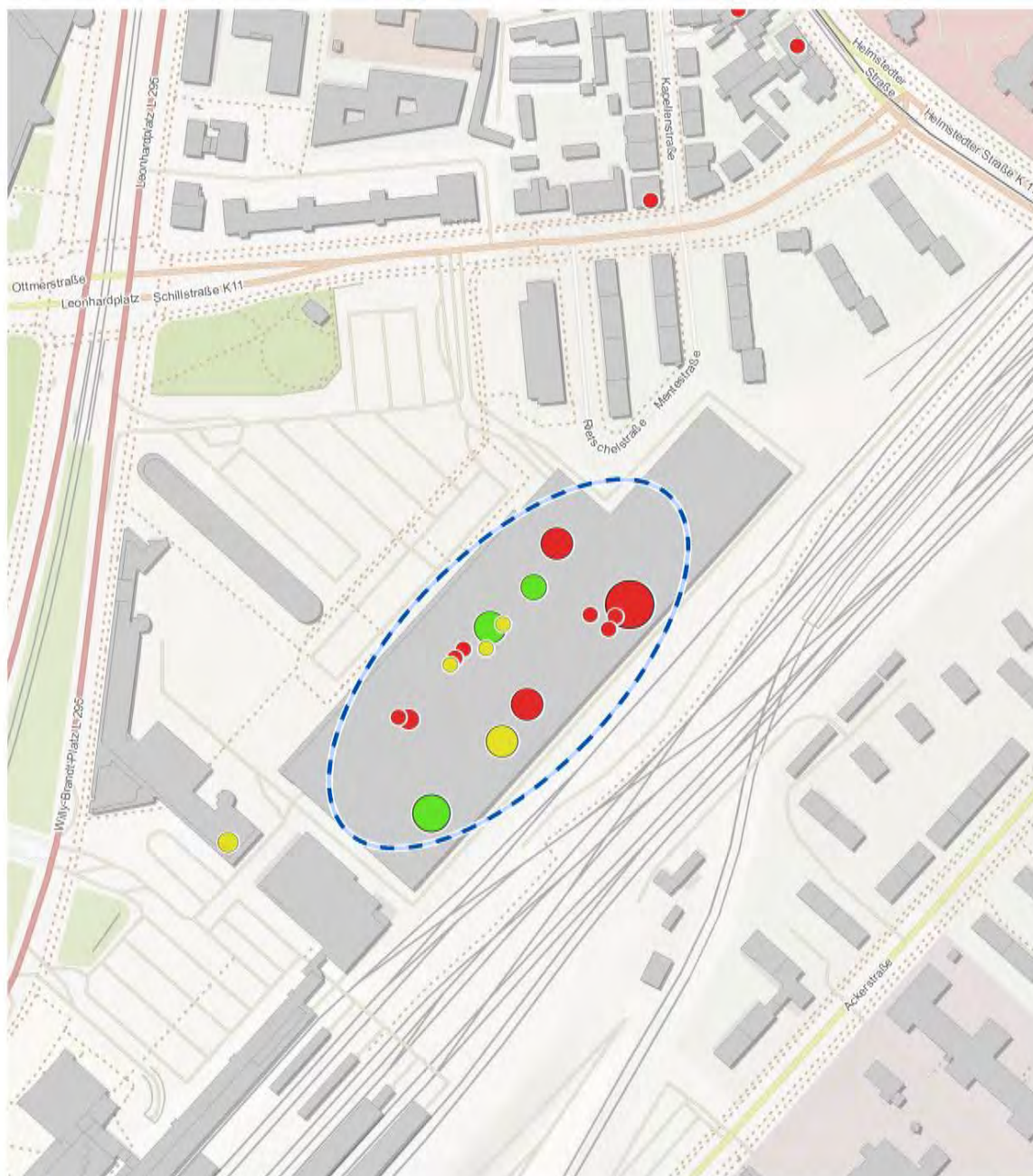


### 8.1.1.3 Sonderstandort BraWoPark

| Stadtbezirk            | Mitte  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
|------------------------|--|-----------|--------|------------------------|-----|-----------------|-----|-----------------------|-----|
| Anzahl Betriebe        | 17   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| Magnetbetriebe         | SB-Warenhaus, Spielwaren-Fachmarkt, Schuh-Fachmarkt, Zoo-Fachmarkt   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| Sortimentsstruktur     | <p>Gesamtverkaufsfläche: 10.775 m<sup>2</sup></p>  <p>■ nahversorgungsrelevant<br/>■ zentrenrelevant<br/>■ nicht zentrenrelevant</p> <table border="1"><thead><tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr></thead><tbody><tr><td>nahversorgungsrelevant</td><td>52%</td></tr><tr><td>zentrenrelevant</td><td>34%</td></tr><tr><td>nicht zentrenrelevant</td><td>14%</td></tr></tbody></table> | Kategorie | Anteil | nahversorgungsrelevant | 52% | zentrenrelevant | 34% | nicht zentrenrelevant | 14% |
| Kategorie              | Anteil   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| nahversorgungsrelevant | 52%  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| zentrenrelevant        | 34%  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| nicht zentrenrelevant  | 14%  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| ÖPNV-Anbindung         | <input checked="" type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| Erreichbarkeit MIV     | Schillstraße/ Willy-Brandt-Platz   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |



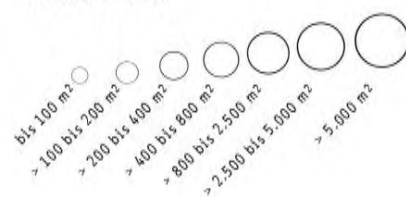
Karte 17: Sonderstandort BraWoPark

Abgrenzungen (schematisch)

Sonderstandort (keine Entwicklung mit zentrenrelevanten Sortimenten)

Einzelhandel- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche

0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





## 8.1.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.1.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Innenstadt

Der bisherige Stadtbezirk Innenstadt liegt zentral im Stadtgebiet von Braunschweig und umfasst die statistischen Bezirke Altewiek, Hagen, Hohetor, Neustadt und Stadtkern.

**Tab. 10: Kennzahlen Innenstadt**

|   |                       |
|---|-----------------------|
| Einwohner                                 | 14.150                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 13                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 11.250 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 194%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 100%                  |

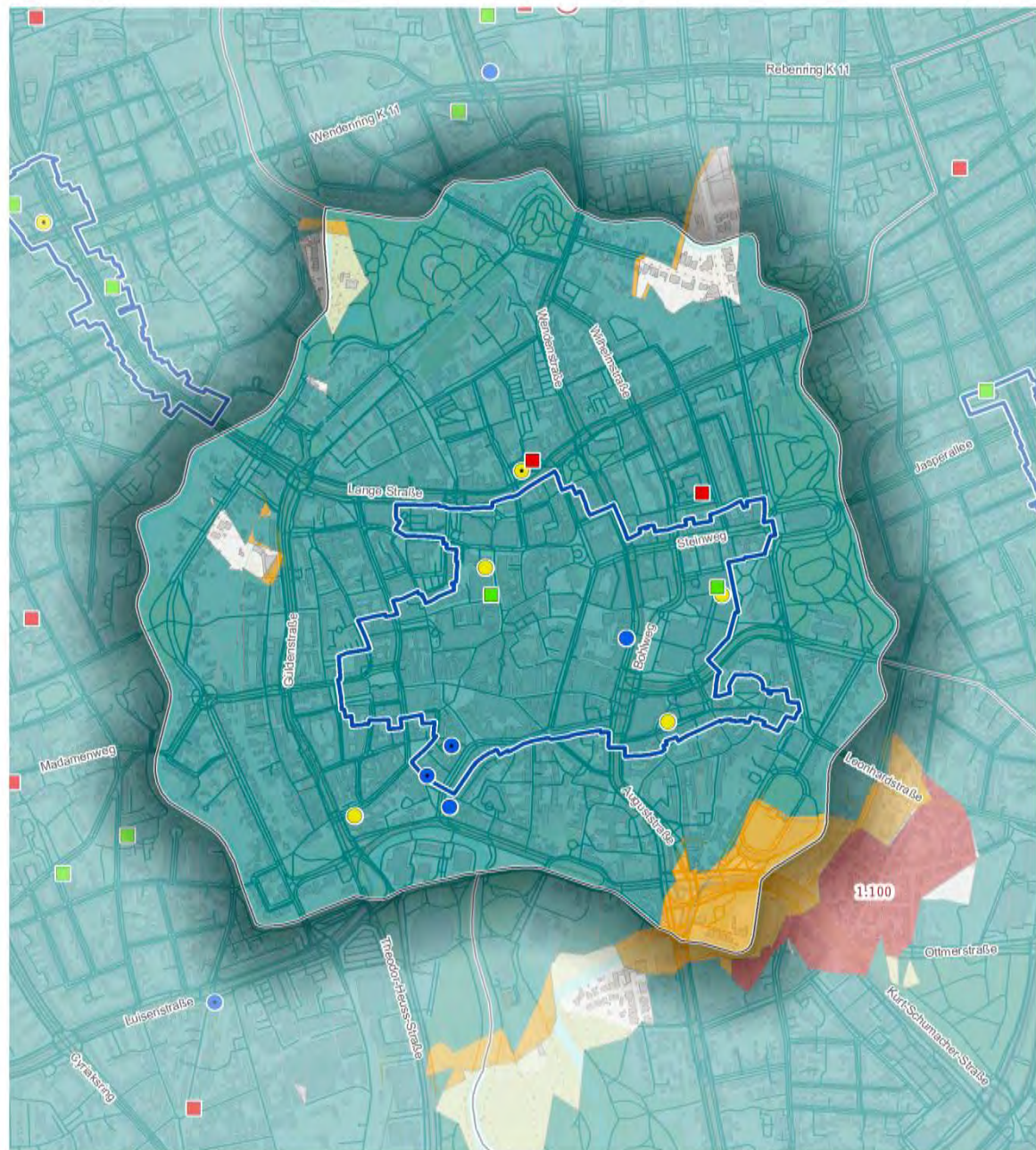
<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Vor dem Hintergrund der hohen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sind per Saldo erhebliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.
- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um zwei Supermärkte, zwei Lebensmitteldiscounter, vier Bioläden beziehungsweise Reformhäuser sowie um fünf weitere Lebensmittel-SB-Märkte/ -Geschäfte.
- Sieben dieser Betriebe befinden sich im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich City. Sechs Betriebe sind an sonstigen integrierten Standorten angesiedelt.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk beträgt rd. 100% - für alle Einwohner besteht somit die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 18).
- Es besteht kein Potenzial beziehungsweise ein Erfordernis zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation auf Grund nicht fußläufig nahversorgter Einwohner.
- Die bestehenden Betriebe gilt es zu erhalten, um die Nahversorgung auch zukünftig zu gewährleisten. Verkaufsflächenerweiterungen zur Bestandssicherung erscheinen auf Grund der hohen Einwohnerzahl in den 10-Minuten-Isochronen der Betriebe grundsätzlich möglich.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht.



Karte 18: Nahversorgungssituation im Bezirk Innenstadt

**LM-Nahversorgungsbetriebe**

- SB-Warenhaus
- großer Supermarkt
- Supermarkt
- Supermarkt - Nachtrag\*
- Discounter
- LM-SB-Markt
- LM-SB-Geschäft
- Biomarkt
- Bioladen/ Reformhaus

**Versorgte Bereiche**

- zu Fuß // 10 Minuten

- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$
- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$  - Nachtrag\*
- Betrieb  $< 200 \text{ m}^2$

**(Wohn-)Siedlungsbereiche**

- Einwohner außerhalb fußläufig versorgter Bereiche
- Siedlungsentwicklung, Wohnbaugelände  $> 1.000$  Einwohner

**Abgrenzungen**

- zentraler Versorgungsbereich

\* Betrieb zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht eröffnet

0 100 200 300 400 500 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



### 8.1.2.2 Bisheriger Stadtbezirk Viewegsgarten-Bebelhof

Der bisherige Stadtbezirk Viewegsgarten-Bebelhof grenzt südöstlich an den Bezirk Innenstadt und umfasst die statistischen Bezirke Bebelhof, Bürgerpark, Hauptbahnhof, Hauptfriedhof, Mastbruch, Viewegsgarten und Zuckerberg.

**Tab. 11: Kennzahlen Viewegsgarten-Bebelhof**

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 12.950               |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 6                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 8.975 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 195%                 |
| Nahversorgungsanteil                      | 85%                  |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

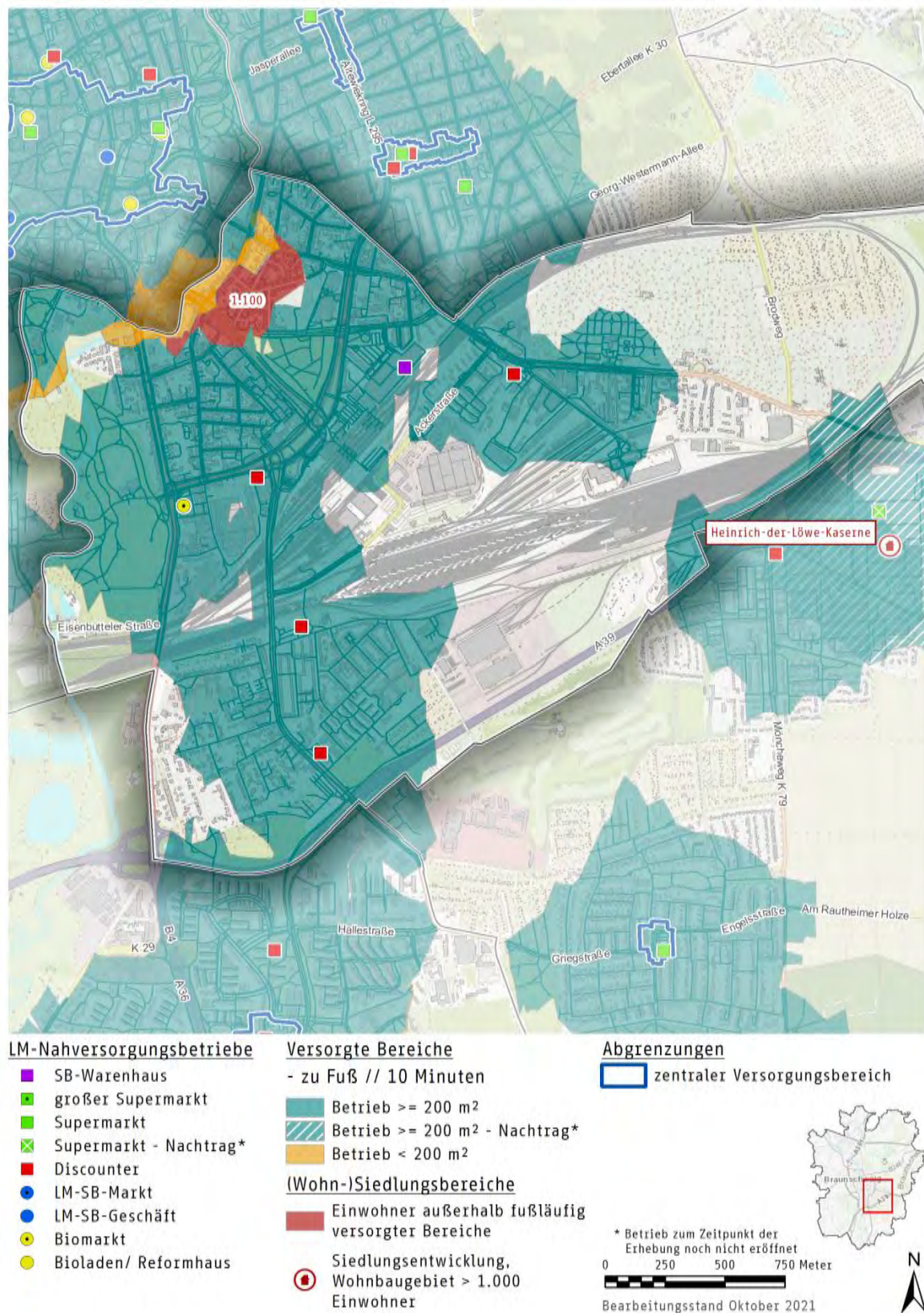
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Vor dem Hintergrund der hohen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sind per Saldo erhebliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Diese sind unter anderem auf ein SB-Warenhaus am Sonderstandort BraWoPark zurückzuführen.
- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um das oben genannte SB-Warenhaus sowie um vier Lebensmittel-discounter und einen Biomarkt.
- Ein Lebensmitteldiscounter befindet sich am Nahversorgungsstützpunkt Bebelhof, Borsigstraße. Das SB-Warenhaus und ein weiterer Lebensmitteldiscounter befinden sich an sonstigen integrierten Standorten. Der Biomarkt und zwei weitere Lebensmitteldiscounter sind an nicht integrierten Standorten angesiedelt.
- Mit Ausnahme eines Lebensmitteldiscounters liegen die Verkaufsflächen der Betriebe im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und zum Teil deutlich darüber.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk liegt mit rd. 85% vergleichsweise hoch - für den Großteil der Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 19). Lediglich im nördlichen Bereich des Bezirks besteht keine fußläufige Nahversorgung.





Karte 19: Nahversorgungssituation im Bezirk Vieweggarten-Bebelhof



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Aktuell besteht kein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation auf Grund der geringen Zahl an nicht fußläufig nahversorgten Einwohnern.
- Die bestehenden Betriebe gilt es zu erhalten, insbesondere an den sonstigen integrierten Standorten.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; im Rahmen der Entwicklung des Bahnhofsquartiers ist in diesem Bereich auch eine weitere Wohnbauentwicklung geplant. Unter Berücksichtigung dieses zusätzlichen Einwohnerpotenzials sollte gegebenenfalls geprüft werden, ob dort zukünftig eine Verbesserung der räumlichen Nahversorgungsfunktion möglich ist.

## 8.2 STADTBZIRK WABE-SCHUNTER-BEBERBACH

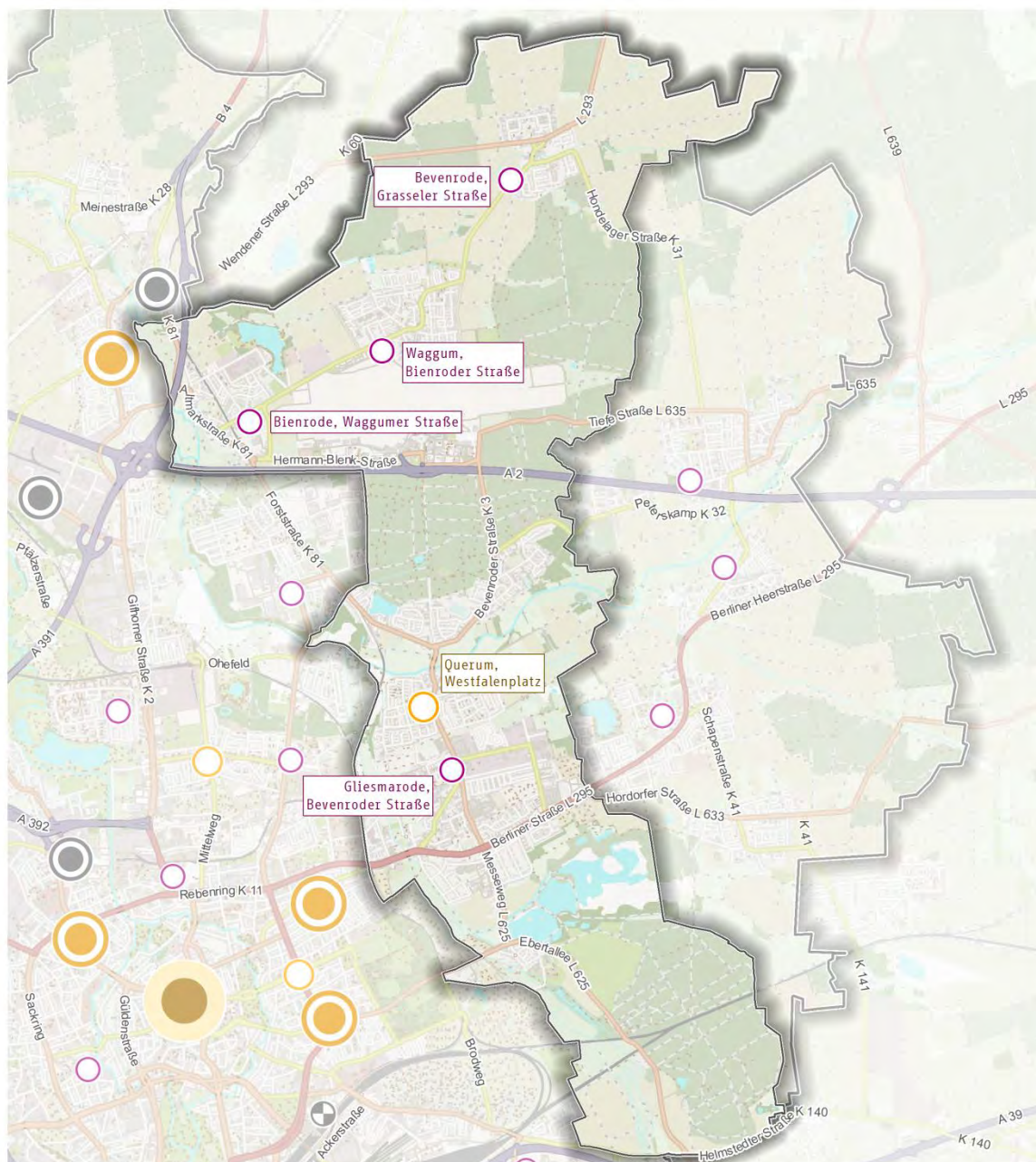
Im Stadtbezirk Wabe-Schunter-Beberbach befinden sich neben dem Stadtteilzentrum Querum/ Westfalenplatz die Nahversorgungstützpunkte Bevenrode/ Grasseler Straße, Bienrode/ Waggumer Straße, Gliesmarode/ Bevenroder Straße und Waggum/ Bienroder Straße (vgl. Karte 20). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 78 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 19.900 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 12 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Wabe-Schunter-Beberbach bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Auf Grund des großen Lebensmittelangebotes mit unter anderem einem SB-Warenhaus sind im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel eine entsprechend hohe Bindungsquote und demzufolge ein per Saldo deutlicher Kaufkraftzufluss zu verzeichnen.





Karte 20: Stadtbezirk Wabe- Schunter-Beberbach

Zentren- und Standortsystem

- |  |   |  |                          |
|--|---|--|--------------------------|
|  | City-Hauptgeschäftsbereich                |  | Nahversorgungsstützpunkt |
|  | Stadtteilzentrum                          |  | Entwicklungsschwerpunkt  |
|  | Nahversorgungszentrum                     |  | Sonderstandort BraWoPark |
|  | Nahversorgungszentrum -<br>perspektivisch |  |                          |



0 1.000 2.000 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Tab. 12: Einzelhandelsangebot im Bezirk Wabe-Schunter-Beberbach, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 10.375                              | 57,6                | 44,1                   | 131%          |
| Lebensmittelhandwerk                            | 325                                 | 6,2                 | 6,0                    | 104%          |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 1.250                               | 4,3                 | 5,1                    | 84%           |
| Apotheke  | 125                                 | 14,2                | 14,0                   | 102%          |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 150                                 | 0,8                 | 1,1                    | 69%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 550                                 | 1,5                 | 2,0                    | 72%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>12.800</b>                       | <b>84,6</b>         | <b>72,4</b>            | <b>117%</b>   |
| Bekleidung und Zubehör                          | 775                                 | 3,5                 | 6,3                    | 56%           |
| Schuhe/ Lederwaren                              | 275                                 | 0,8                 | 1,8                    | 46%           |
| Sport/ Freizeit                                 | 800                                 | 2,3                 | 2,5                    | 91%           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 500                                 | 1,0                 | 1,6                    | 61%           |
| Bücher  | 75                                  | 0,3                 | 1,3                    | 24%           |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 475                                 | 0,7                 | 1,2                    | 58%           |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 150                                 | 0,2                 | 1,1                    | 22%           |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>3.025</b>                        | <b>8,8</b>          | <b>15,8</b>            | <b>56%</b>    |
| Uhren/ Schmuck                                  | 25                                  | 0,2                 | 1,2                    | 13%           |
| Foto/ Optik                                     | 50                                  | 0,3                 | 1,4                    | 25%           |
| Medien  | 400                                 | 3,7                 | 4,2                    | 89%           |
| Elektro/ Leuchten                               | 325                                 | 1,3                 | 2,3                    | 55%           |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 200                                 | 0,3                 | 0,6                    | 44%           |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 1.350                               | 4,3                 | 11,6                   | 37%           |
| Möbel   | 400                                 | 0,6                 | 6,9                    | 9%            |
| Sonstiges                                       | 1.325                               | 4,8                 | 8,3                    | 58%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>4.075</b>                        | <b>15,5</b>         | <b>36,5</b>            | <b>43%</b>    |
| <b>Summe</b>                                    | <b>19.900</b>                       | <b>108,9</b>        | <b>124,7</b>           | <b>87%</b>    |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



## 8.2.1 Zentren- und Standortstruktur

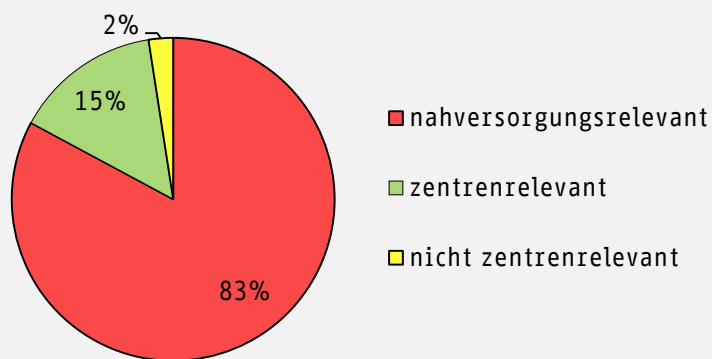
### 8.2.1.1 Nahversorgungszentrum Querum, Westfalenplatz

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Wabe-Schunter-Beberbach   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | <p>Das Nahversorgungszentrum umfasst den Westfalenplatz mit den angrenzenden Nutzungen. Mit einem Lebensmitteldiscounter als Magnetbetrieb liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist ansonsten kleinteilig strukturiert.</p> <p>Der bislang ebenfalls zum Zentrum gehörende Bereich an der Bevenroder Straße erfüllt auf Grund des geringfügigen Angebotes sowie auf Grund eines fehlenden städtebaulich-funktionalen Zusammenhangs zwischen den Teilbereichen nicht die aktuellen Anforderungen zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches.</p> |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |

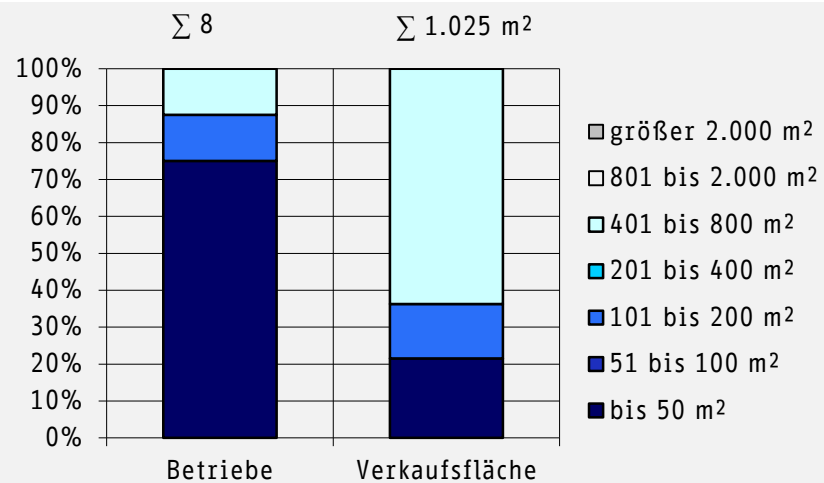
## Einzelhandelsstruktur

### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 1.025 m<sup>2</sup>



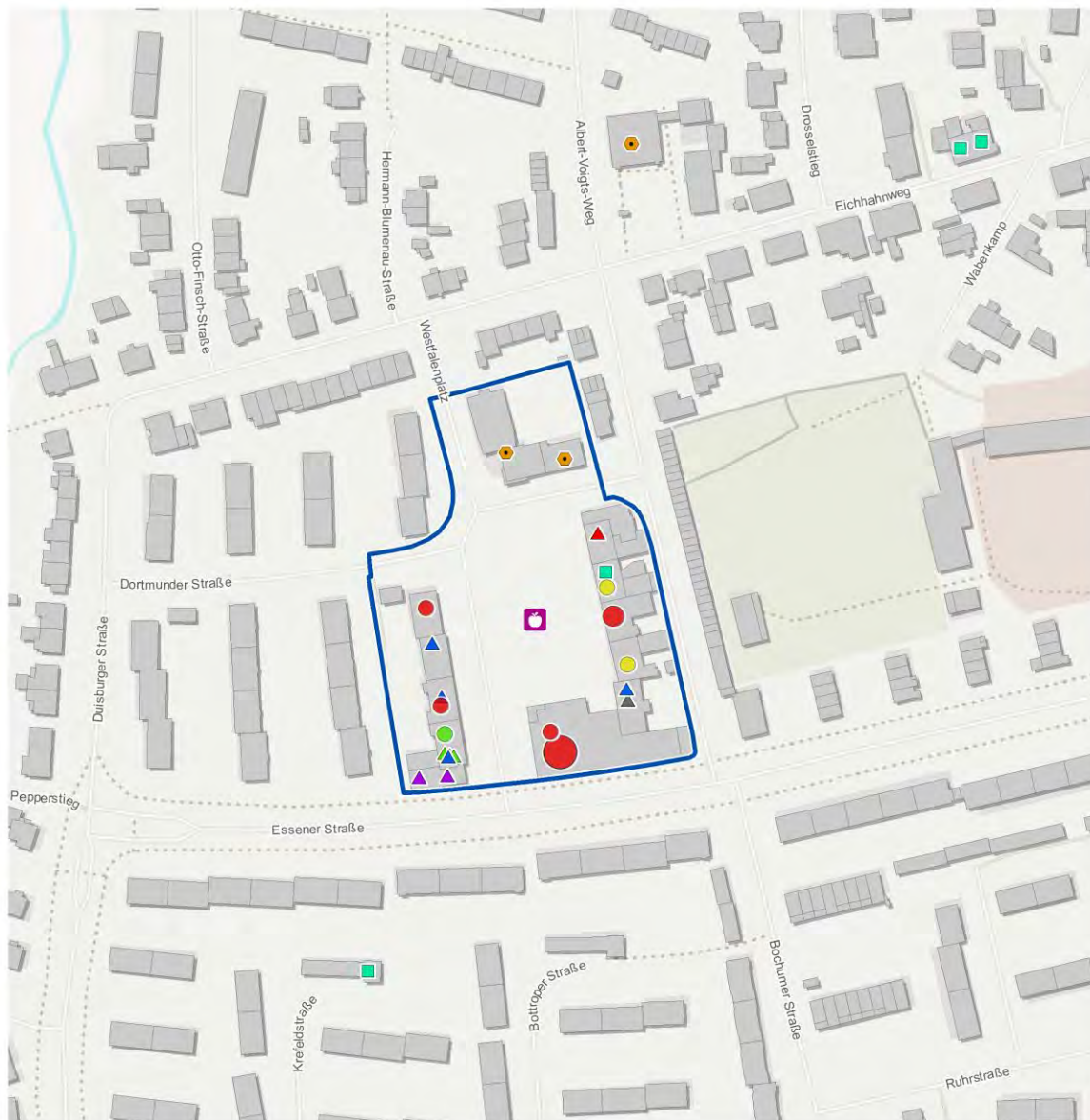
### Anzahl Betriebe nach Größenklassen







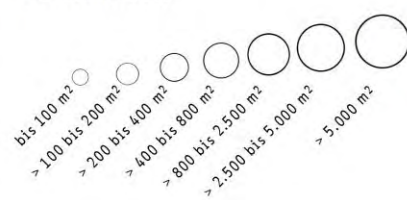
Karte 21: Nahversorgungszentrum Querum, Westfalenplatz

**Abgrenzungen**

  zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

- Leerstand
- Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





Foto 7: Lebensmitteldiscounter



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 8: Westfalenplatz



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen mit Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- gutes Nahversorgungsangebot mit Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelhandwerk
- Wochenmarkt
- Lebensmittelbetrieb als Magnetbetrieb
- einzelne Fachgeschäfte vorhanden
- ergänzendes Dienstleistungsangebot mit Gastronomie und einzelhandelsnahen Dienstleistungen
- Platzbereich teilweise gestaltet und durch Bäume begrünt und dort mit Aufenthaltsqualität

### Schwächen

- insgesamt nur geringfügiges Einzelhandelsangebot hinsichtlich Anzahl der Betriebe und Gesamtverkaufsfläche
- Westfalenplatz überwiegend als Parkplatz genutzt
- nördlicher Bereich des Platzes vor allem Wohnnutzungen
- teilweise modernisierungsbedürftige Fassaden

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen

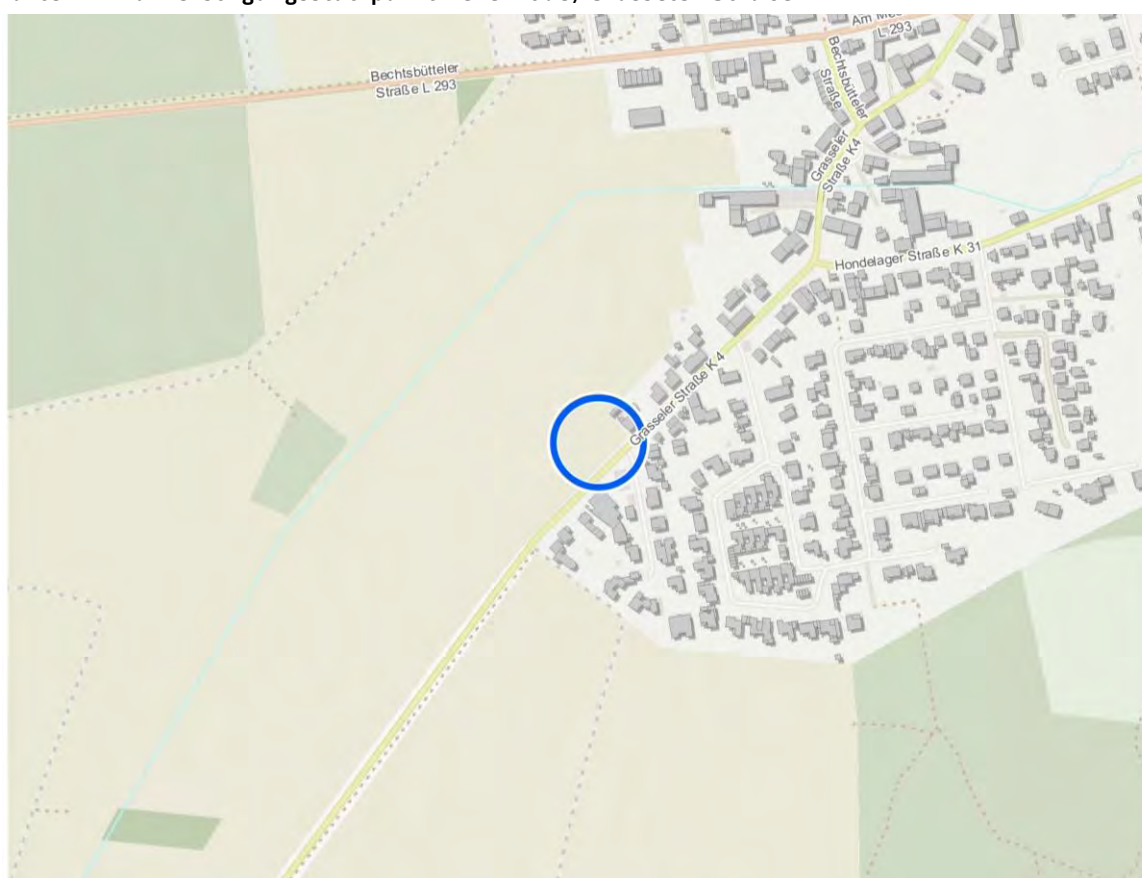
## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion (auch hinsichtlich Wohnbauentwicklung südlich des Zentrums)
- Erhaltung des Wochenmarktes
- Nahversorgungsfunktion erhalten und gegebenenfalls ausbauen
- Ausbau weiterer Zentrenfunktionen, insbesondere Gastronomie mit attraktiven Außenbereichen
- Modernisierung und Aufwertung des überwiegend als Parkplatz genutzten Platzbereiches zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität
- Gestaltung durch Begrünung und gegebenenfalls Gliederung des Platzes bei Erhaltung der Marktpläche

### 8.2.1.2 Nahversorgungsstützpunkt Bevenrode, Grasseler Straße (perspektivisch)

|  |                                  |
|--|----------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Wabe-Schunter-Beberbach          |
| Betriebstyp(en)                            | zukünftig Lebensmitteldiscounter |
| Verkaufsfläche                             | -                                |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 700/ 4.575 Einwohner             |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 5,8 km, STZ Wenden, Hauptstraße  |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                              |

Karte 22: Nahversorgungsstützpunkt Bevenrode, Grasseler Straße



#### Nahversorgungsstützpunkt

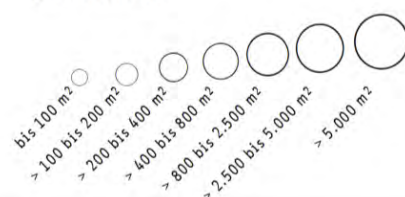
Standort

#### Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



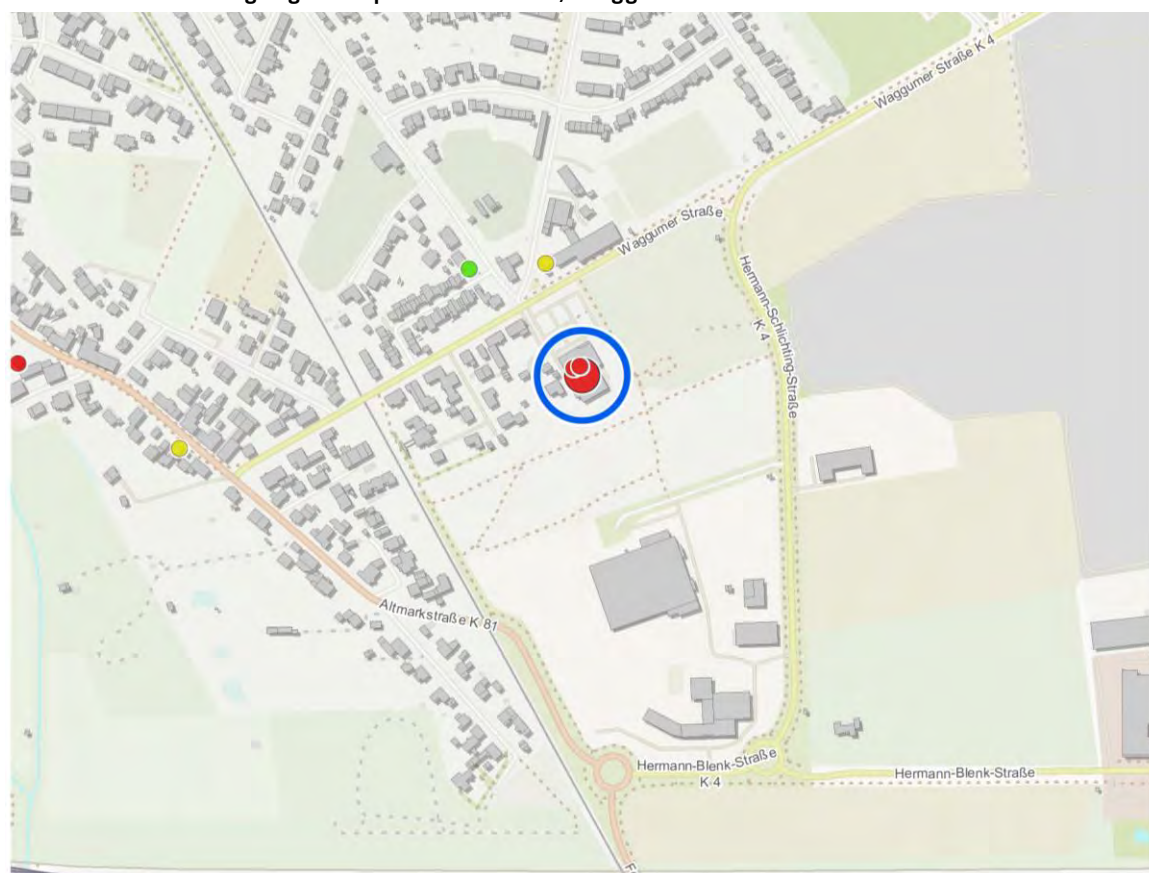
Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



### 8.2.1.3 Nahversorgungsstützpunkt Bienrode, Waggumer Straße

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Wabe-Schunter-Beberbach             |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter              |
| Verkaufsfläche                             | rd. 700 m <sup>2</sup>              |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 1.065/ 9.165 Einwohner              |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | rd. 2,2 km, STZ Wenden, Hauptstraße |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                 |

Karte 23: Nahversorgungsstützpunkt Bienrode, Waggumer Straße



#### Nahversorgungsstützpunkt

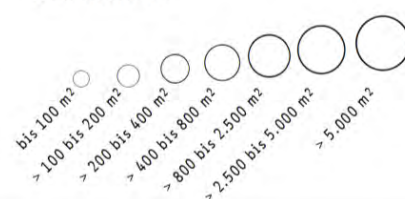
○ Standort

#### Einzelhandel

##### - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

##### - Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



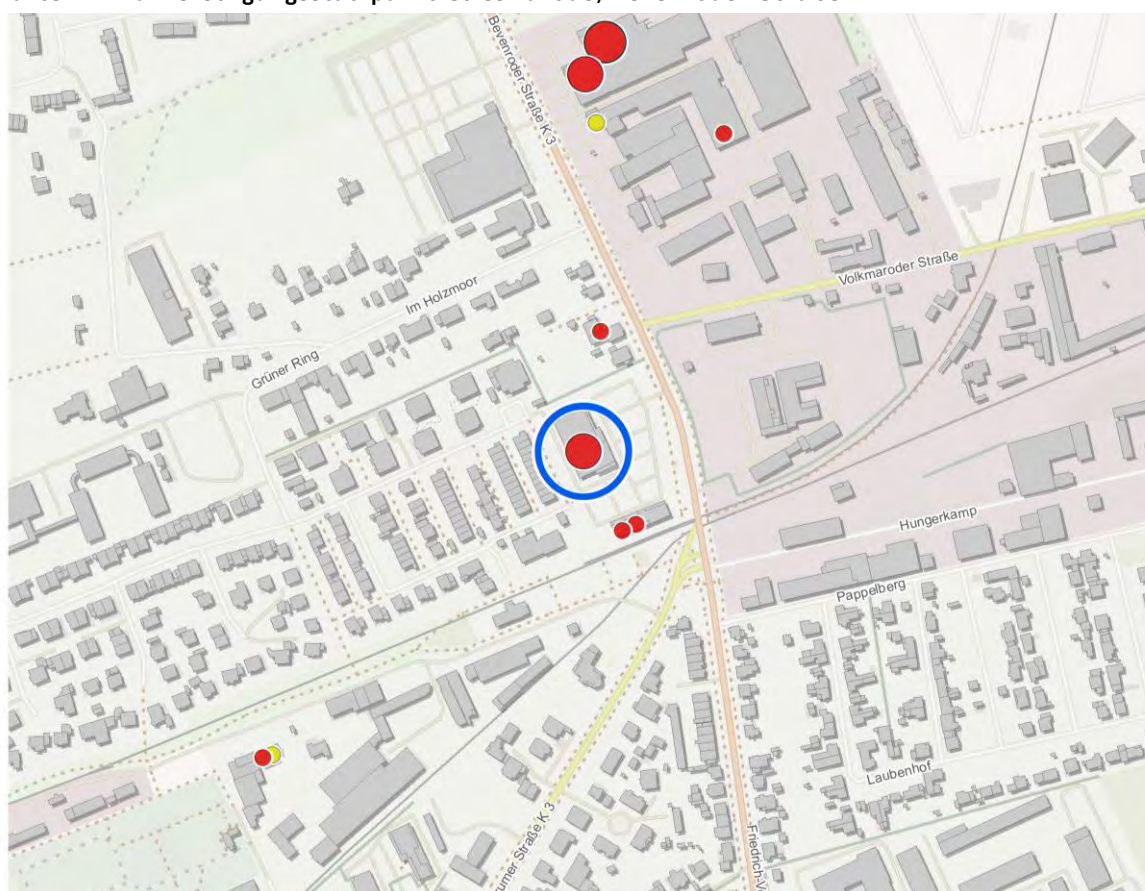
Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



#### 8.2.1.4 Nahversorgungsstützpunkt Glesmarode, Bevenroder Straße

|  |                                  |
|--|----------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Wabe-Schunter-Beberbach          |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter           |
| Verkaufsfläche                             | rd. 800 m <sup>2</sup>           |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 2.625/ 20.495 Einwohner          |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 1 km, NVZ Querum, Westfalenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                              |

Karte 24: Nahversorgungsstützpunkt Glesmarode, Bevenroder Straße



Nahversorgungsstützpunkt

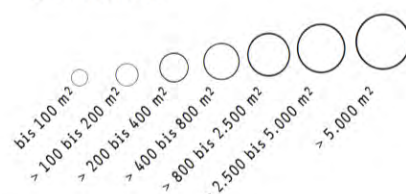
Standort

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



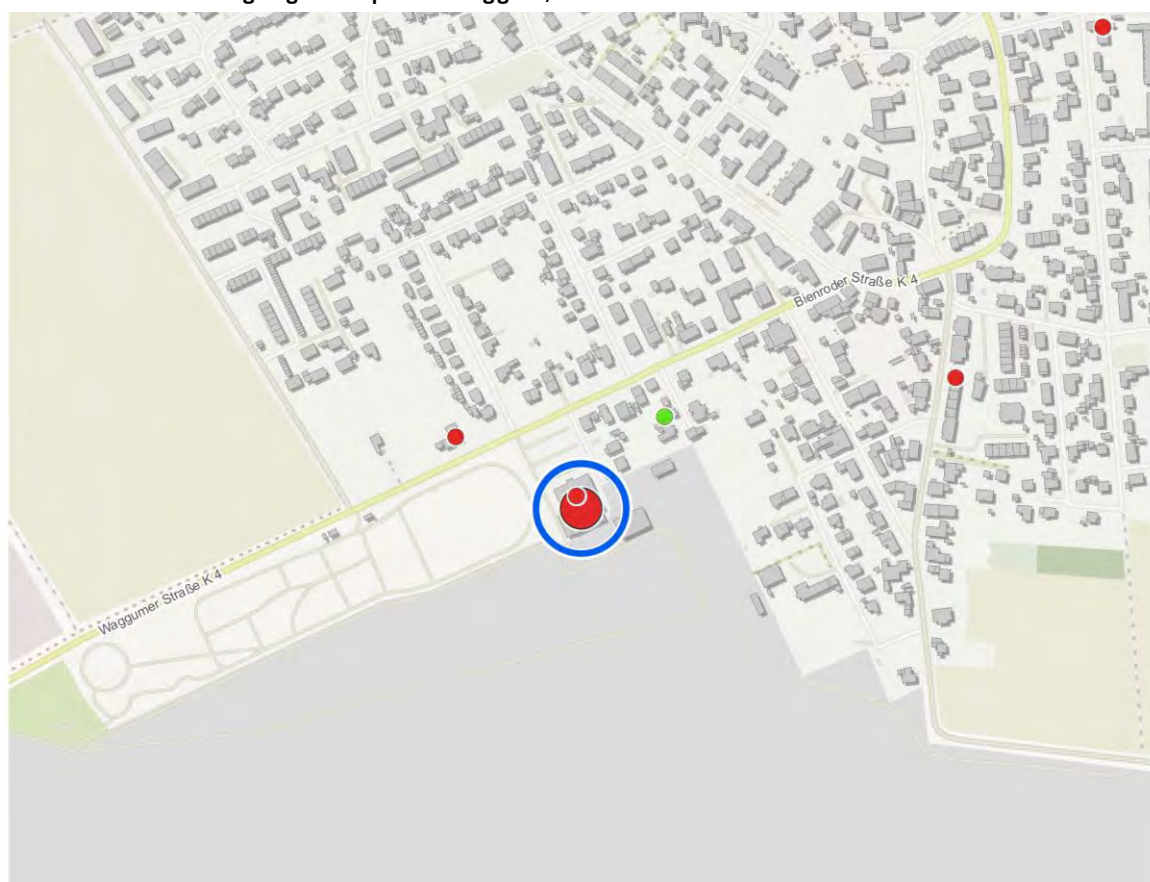
Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



### 8.2.1.5 Nahversorgungsstützpunkt Waggum, Bienroder Straße

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Wabe-Schunter-Beberbach             |
| Betriebstyp(en)                            | Supermarkt                          |
| Verkaufsfläche                             | rd. 1.100 m <sup>2</sup>            |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 1.455/ 4.995 Einwohner              |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | rd. 3,6 km, STZ Wenden, Hauptstraße |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                 |

Karte 25: Nahversorgungsstützpunkt Waggum, Bienroder Straße



#### Nahversorgungsstützpunkt

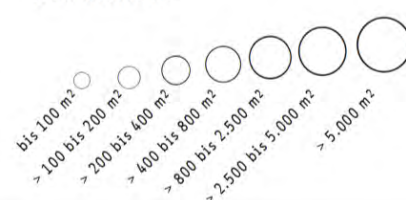
○ Standort

#### Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





## 8.2.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.2.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Wabe-Schunter-Beberbach

Der bisherige Stadtbezirk Wabe-Schunter-Beberbach erstreckt sich im Nordosten des Braunschweiger Stadtgebietes über die statistischen Bezirke Bienrode, Gliesmarode, Pappelberg, Querum - Wabenkamp, Querumer Forst, Riddagshausen und Wagum.

Tab. 13: Kennzahlen Wabe-Schunter-Beberbach

|   |                       |
|---|-----------------------|
| Einwohner                                 | 20.000                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 8                     |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 10.375 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 131%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 55%                   |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

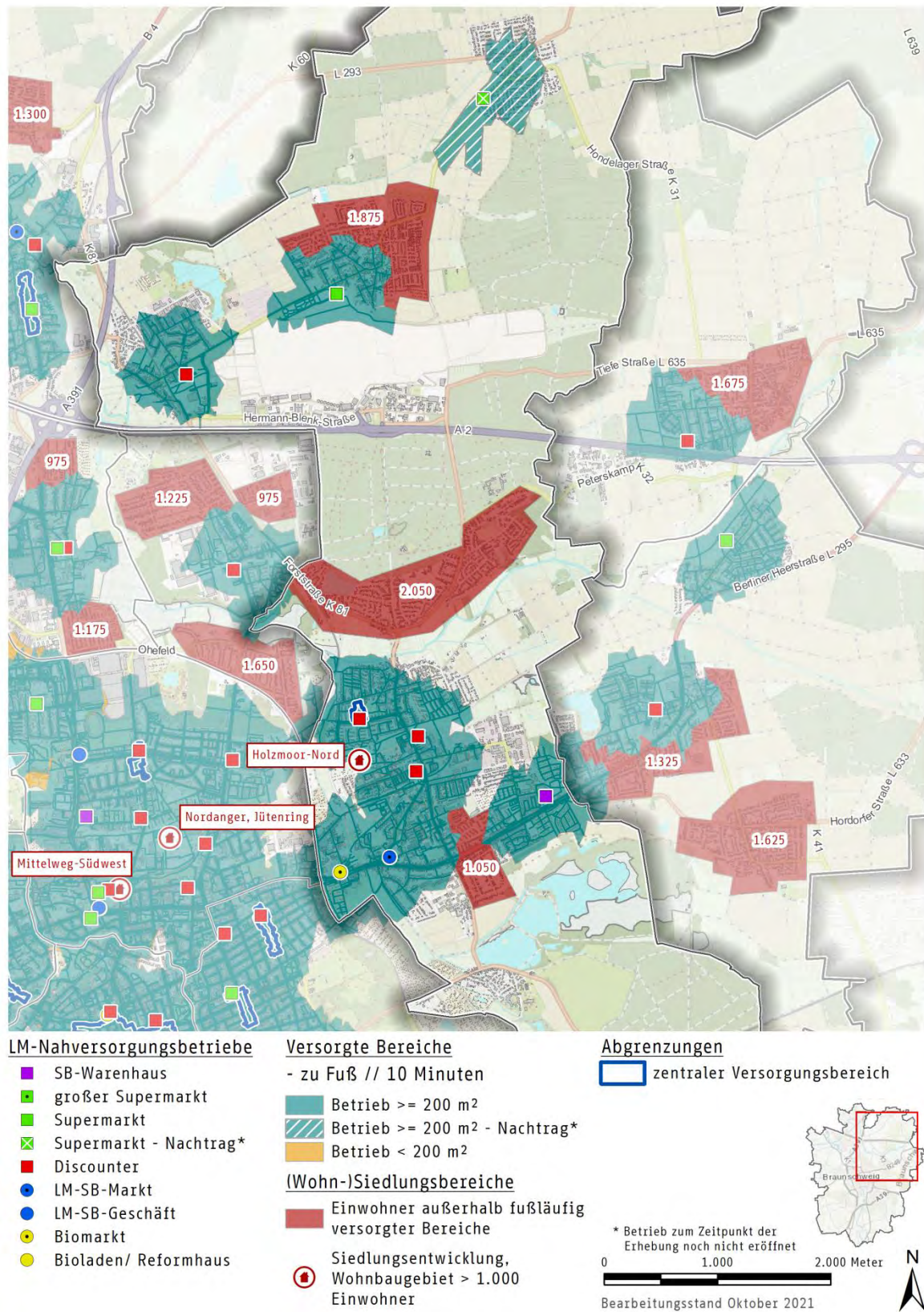
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei einer Bindungsquote von rd. 131% sind im Bereich Nahrungs- und Genussmittel per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.
- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um ein SB-Warenhaus, einen Supermarkt, vier Lebensmitteldiscounter, ein Lebensmittel-SB-Geschäft und einen Biomarkt.
- Ein Lebensmitteldiscounter befindet sich im Nahversorgungszentrum Querum/ Westfalenplatz. Fünf Betriebe befinden sich an Standorten in sonstiger integrierter Lage, zwei Betriebe - darunter auch das SB-Warenhaus - sind an nicht integrierten Standorten angesiedelt. In Bevenrode ist zudem ein weiterer Supermarkt geplant; dabei handelt es sich um den perspektivischen Nahversorgungsstützpunkt Bevenrode/ Grasseler Straße<sup>78</sup>.
- Die Verkaufsflächen der Lebensmittelbetriebe sind zum Teil sehr klein; vier der Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von deutlich weniger als 800 m<sup>2</sup> auf. Die Verkaufsflächen der übrigen vier Betriebe liegen im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und darüber.

<sup>78</sup> Der bestehende Kaufkraftzufluss wird sich durch die Eröffnung des Supermarktes geringfügig erhöhen.



Karte 26: Nahversorgungssituation im Bezirk Wabe-Schunter-Beberbach



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk ist mit rd. 54% sehr gering - nur für rd. die Hälfte der Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 26). In Waggum sind rd. 1.875 Einwohner sowie in Gliesmarode rd. 1.050 Einwohner nicht fußläufig nahversorgt. Im Bereich Querumer Forst leben rd. 2.050 nicht versorgte Einwohner.
- Ein hinreichendes Potenzial beziehungsweise ein Erfordernis zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation besteht im Bereich Querumer Forst auf Grund der Zahl nicht fußläufig nahversorgter Einwohner.
- Die bestehenden Betriebe an den integrierten Standorten gilt es zu erhalten; Verkaufsflächenerweiterungen zur Bestandssicherung insbesondere der kleineren Betriebe sind auf Grund der zum Teil geringen Einwohnerzahlen in den 10-Minuten-Isochronen der Betriebe gegebenenfalls im Detail zu prüfen.
- ❖ Bei Ansiedlungen von neuen Lebensmittelbetrieben zur Erhöhung des Nahversorgungsanteils sollte darauf geachtet werden, dass diese zur signifikanten Verbesserung der räumlichen Nahversorgung beitragen.

### 8.3 STADTBEZIRK HONDELAGE-VOLKMARODE

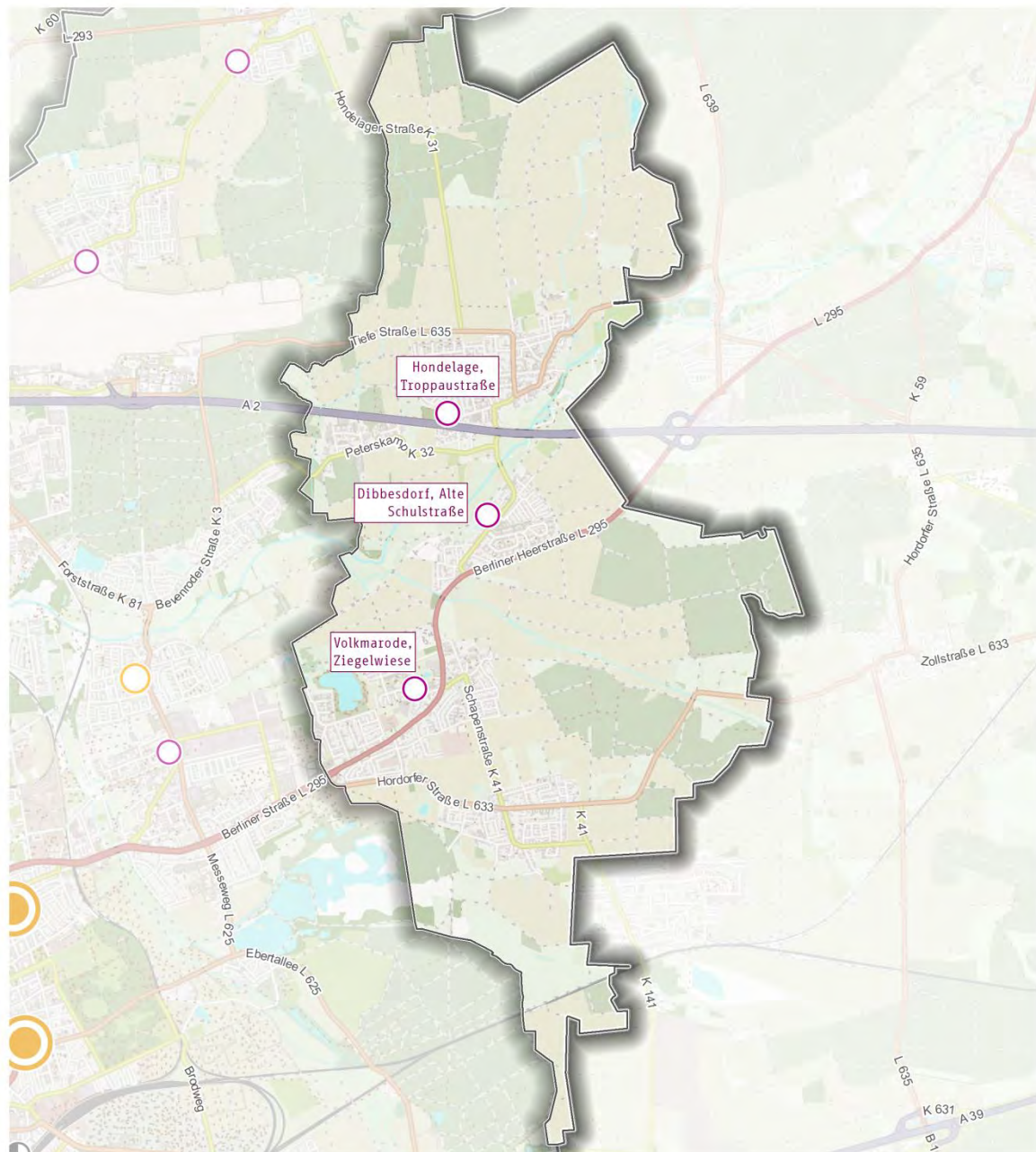
Im Stadtbezirk Hondelage-Volkmarode befinden sich die Nahversorgungstützpunkte Dibbesdorf/ Alte Schulstraße, Hondelage/ Troppaustraße und Volkmarode/ Ziegelwiese (vgl. Karte 27). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 23 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 10.975 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 14 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Hondelage-Volkmarode bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im langfristigen Bedarfsbereich mit einem großen Anteil im Sortiment Möbel.





Karte 27: Stadtbezirk Hondelage-Volkmarode

Zentren- und Standortsystem

- |   |   |   |                          |
|---|---|---|--------------------------|
|  | City-Hauptgeschäftsbereich                |  | Nahversorgungsstützpunkt |
|  | Stadtteilzentrum                          |  | Entwicklungsschwerpunkt  |
|  | Nahversorgungszentrum                     |  | Sonderstandort BraWoPark |
|  | Nahversorgungszentrum -<br>perspektivisch |   |                          |



0 1.000 2.000 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Tab. 14: Einzelhandelsangebot im Bezirk Hondelage-Volkmarode, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 2.375                               | 14,4                | 23,6                   | 61%           |
| Lebensmittelhandwerk                            | 50                                  | 1,1                 | 3,2                    | 36%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 200                                 | 0,7                 | 2,8                    | 26%           |
| Apotheke  | 100                                 | 7,1                 | 7,5                    | 95%           |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 100                                 | 0,4                 | 0,6                    | 73%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 75                                  | 0,2                 | 1,1                    | 19%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>2.900</b>                        | <b>24,0</b>         | <b>38,7</b>            | <b>62%</b>    |
| Bekleidung und Zubehör                          | -                                   | 0,0                 | 3,4                    | 0%            |
| Schuhe/ Lederwaren                              | -                                   | 0,0                 | 1,0                    | 0%            |
| Sport/ Freizeit                                 | 400                                 | 1,1                 | 1,4                    | 84%           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 125                                 | 0,2                 | 0,9                    | 27%           |
| Bücher  | -                                   | 0,0                 | 0,7                    | 3%            |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 200                                 | 0,2                 | 0,6                    | 37%           |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 400                                 | 0,6                 | 0,6                    | 110%          |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>1.125</b>                        | <b>2,3</b>          | <b>8,5</b>             | <b>27%</b>    |
| Uhren/ Schmuck                                  | -                                   | 0,0                 | 0,7                    | 0%            |
| Foto/ Optik                                     | 25                                  | 0,1                 | 0,7                    | 10%           |
| Medien  | -                                   | 0,0                 | 2,2                    | 0%            |
| Elektro/ Leuchten                               | 225                                 | 0,5                 | 1,2                    | 40%           |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 400                                 | 0,6                 | 0,3                    | 177%          |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 1.350                               | 1,1                 | 6,2                    | 18%           |
| Möbel   | 4.650                               | 7,0                 | 3,7                    | 190%          |
| Sonstiges                                       | 325                                 | 2,7                 | 4,5                    | 59%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>6.950</b>                        | <b>11,9</b>         | <b>19,5</b>            | <b>61%</b>    |
| <b>Summe</b>                                    | <b>10.975</b>                       | <b>38,2</b>         | <b>66,7</b>            | <b>57%</b>    |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



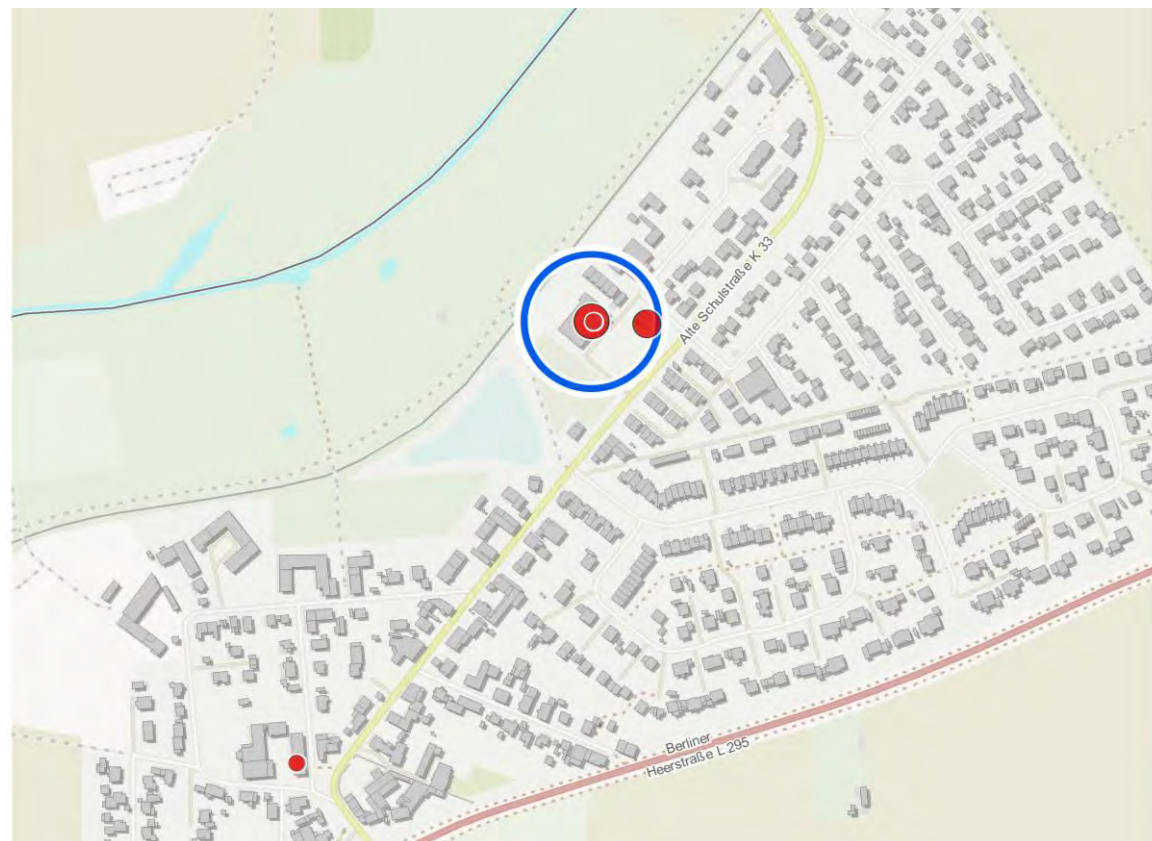


### 8.3.1 Zentren- und Standortstruktur

#### 8.3.1.1 Nahversorgungsstützpunkt Dibbesdorf, Alte Schulstraße

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Hondelage-Volkmarode               |
| Betriebstyp(en)                            | Supermarkt                         |
| Verkaufsfläche                             | rd. 700 m <sup>2</sup>             |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 1.315/ 8.150 Einwohner             |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 4,1 km, NVZ Querum, Westfalenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                |

Karte 28: Nahversorgungsstützpunkt Dibbesdorf, Alte Schulstraße



Nahversorgungsstützpunkt

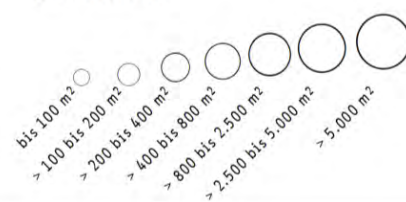
○ Standort

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter  
Bearbeitungsstand Oktober 2021

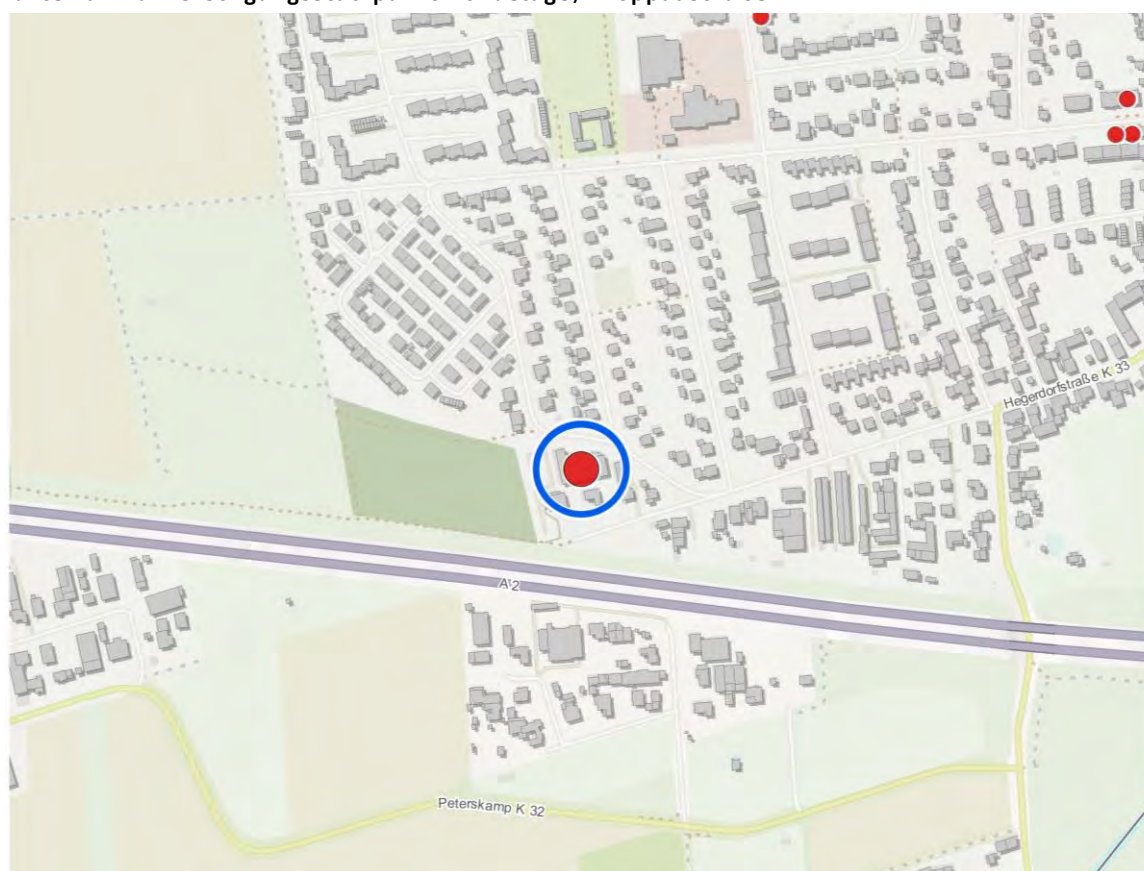


Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

### 8.3.1.2 Nahversorgungsstützpunkt Hondelage, Troppastraße

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Hondelage-Volkmarode               |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter             |
| Verkaufsfläche                             | rd. 700 m <sup>2</sup>             |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 1.750/ 5.115 Einwohner             |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 4,9 km, NVZ Querum, Westfalenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                |

Karte 29: Nahversorgungsstützpunkt Hondelage, Troppastraße



#### Nahversorgungsstützpunkt

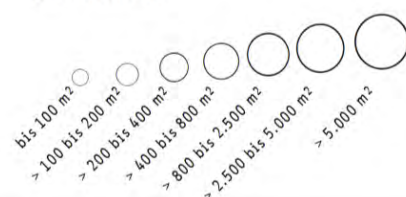
○ Standort

#### Einzelhandel

##### - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

##### - Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

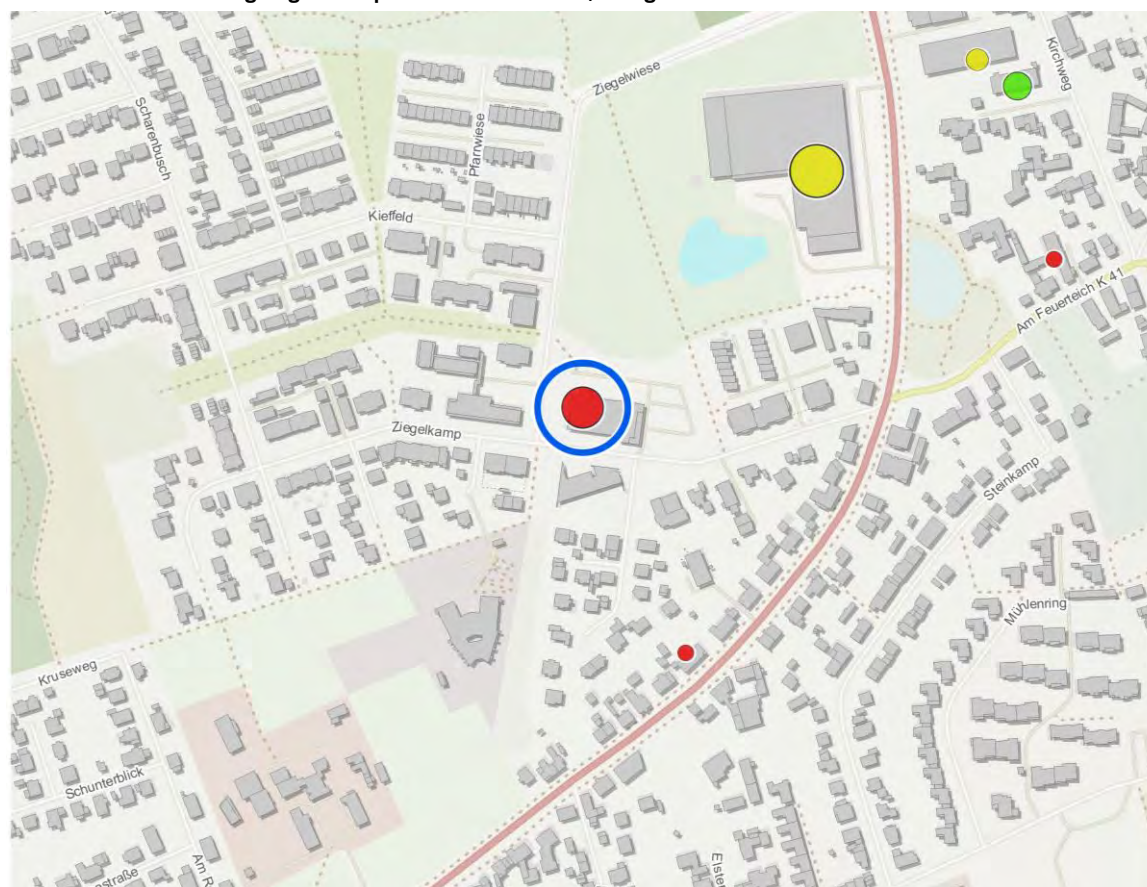




### 8.3.1.3 Nahversorgungsstützpunkt Volkmarode, Ziegelwiese

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Hondelage-Volkmarode               |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter             |
| Verkaufsfläche                             | rd. 1.000 m <sup>2</sup>           |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 1.985/ 8.980 Einwohner             |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 3,2 km, NVZ Querum, Westfalenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                |

Karte 30: Nahversorgungsstützpunkt Volkmarode, Ziegelwiese



Nahversorgungsstützpunkt

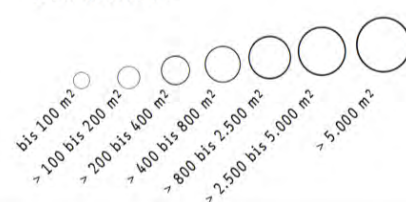
○ Standort

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



### 8.3.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

#### 8.3.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Hondelage

Der bisherige Stadtbezirk Hondelage befindet sich im Nordosten des Stadtgebietes von Braunschweig.

**Tab. 15: Kennzahlen Hondelage**

|   |                    |
|---|--------------------|
| Einwohner                                 | 3.700              |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 1                  |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 575 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 41%                |
| Nahversorgungsanteil                      | 47%                |

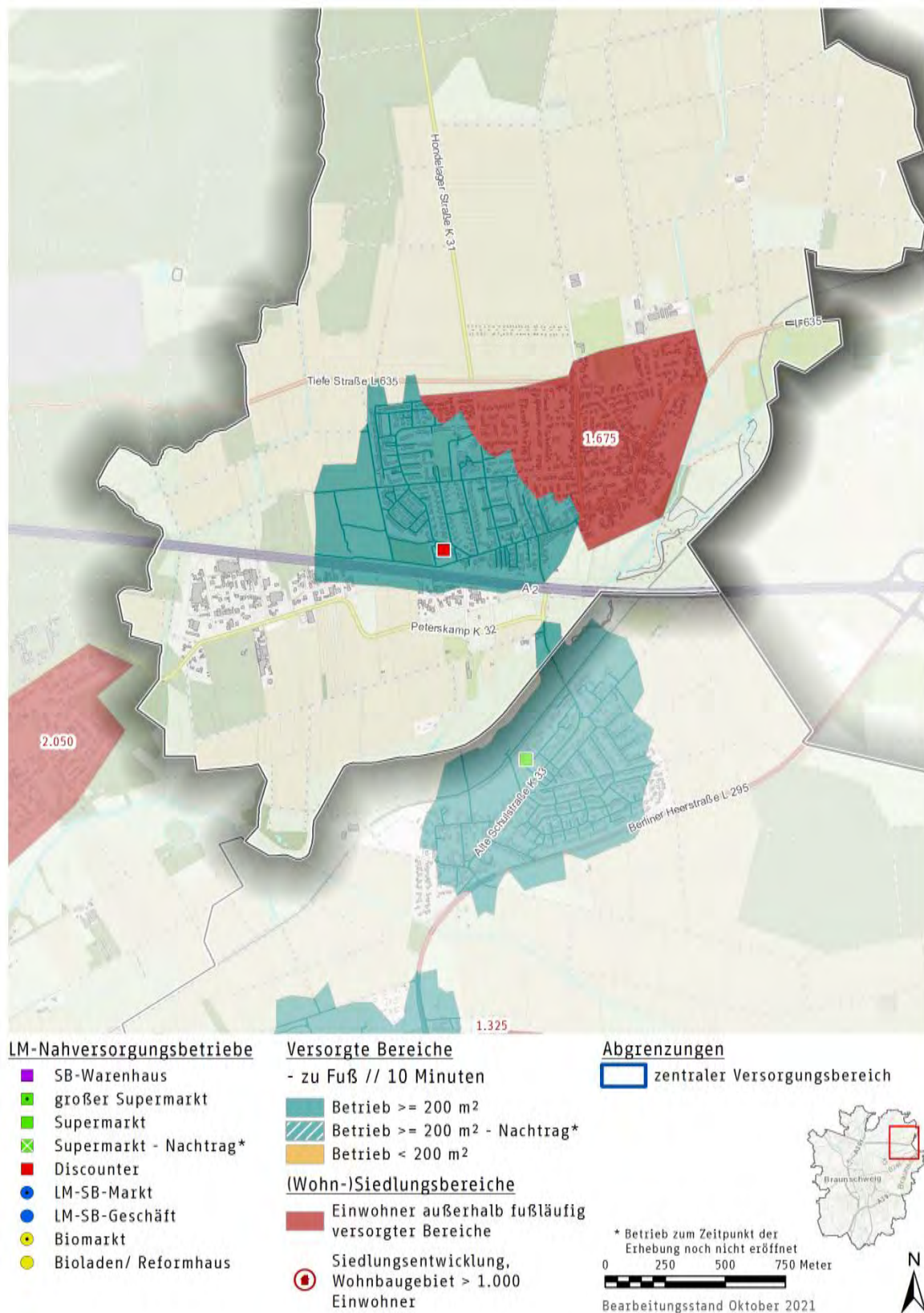
<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei einer geringen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 41% sind per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.
- Mit einem Lebensmitteldiscounter ist lediglich ein Lebensmittelbetrieb mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot vorhanden.
- Dieser Lebensmittelbetrieb ist am Nahversorgungsstützpunkt Hondelage/ Troppaustraße an einem sonstigen integrierten Standort angesiedelt.
- Die Verkaufsfläche dieses Betriebes ist mit signifikant weniger als 800 m<sup>2</sup> vergleichsweise klein.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk liegt bei lediglich rd. 47% - demzufolge besteht für weniger als die Hälfte der Einwohner die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 26).
- Ein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation besteht nicht, da das Einwohnerpotenzial der fußläufig nicht nahversorgten Einwohner im westlichen Teil des Siedlungsgebietes mit rd. 1.675 Einwohnern für einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb hinsichtlich der Anforderungen der Betreiber filialisierter Lebensmittelbetriebe zu gering ist.
- Der bestehende Betrieb sollte erhalten werden; eine Verkaufsflächenerweiterung zur Bestandssicherung ist auf Grund der geringen Einwohnerzahl in der 10-Minuten-Isochrone des Betriebes im Detail zu prüfen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; es gilt das bestehende Lebensmittelangebot zu erhalten.



Karte 31: Nahversorgungssituation im Bezirk Hondelage



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





### 8.3.2.2 Bisheriger Stadtbezirk Volkmarode

Der bisherige Stadtbezirk Volkmarode liegt im Osten des Braunschweiger Stadtgebietes und erstreckt sich über die statistischen Bezirke Schapen und Volkmarode.

**Tab. 16: Kennzahlen Volkmarode**

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 7.000                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 7                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 1.800 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 72%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 54%                  |

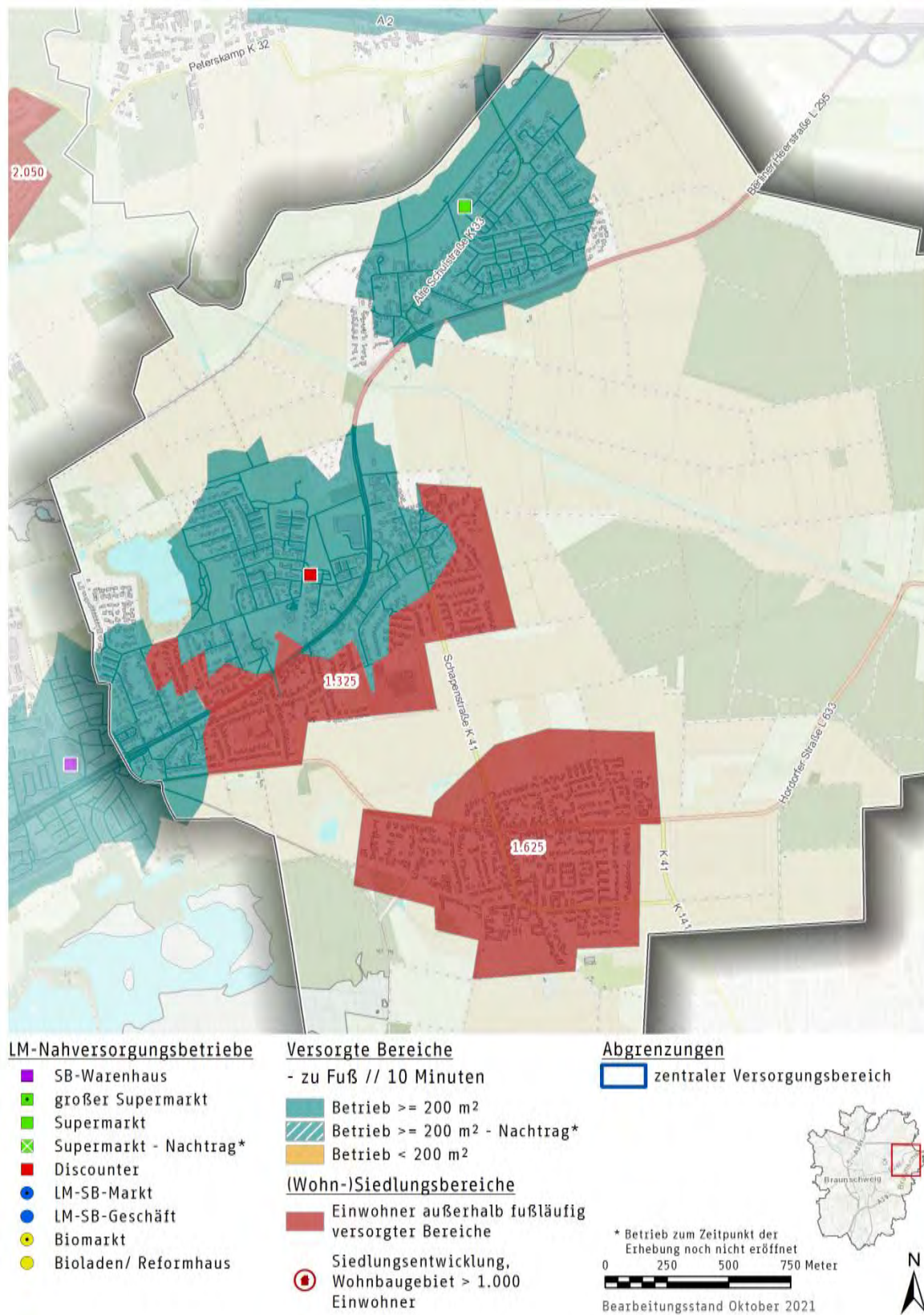
<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei einer vergleichsweise geringen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 72% sind per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.
  - Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um einen Supermarkt und um einen Lebensmitteldiscounter.
  - Die beiden Betriebe sind an je einem sonstigen integrierten Standort angesiedelt. Dabei handelt es sich um die Nahversorgungsstützpunkte Dibbesdorf/ Alte Schulstraße und Volkmarode/ Ziegelwiese.
  - Der Nahversorgungsanteil im Bezirk ist mit rd. 54% gering - nur für etwas mehr als die Hälfte der Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 32). In Schapen sind rd. 1.625 Einwohner sowie in Volkmarode rd. 1.325 Einwohner am südlichen Rand des Siedlungsbereiches nicht fußläufig nahversorgt.
- Ein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation besteht auf Grund der geringen Zahl fußläufig nicht nahversorgter Einwohner sowie im Hinblick auf die Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber filialisierter Lebensmittelbetriebe nicht.
- Die beiden bestehenden Betriebe gilt es zu erhalten; Verkaufsflächenerweiterungen zur Bestandssicherung sind gegebenenfalls im Hinblick auf eine standortgerechte Dimensionierung zu prüfen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; es gilt die bestehenden Lebensmittelbetriebe zu erhalten.



Karte 32: Nahversorgungssituation im Bezirk Volkmarode



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



## 8.4 STADTBEZIRK ÖSTLICHES RINGGEBIET

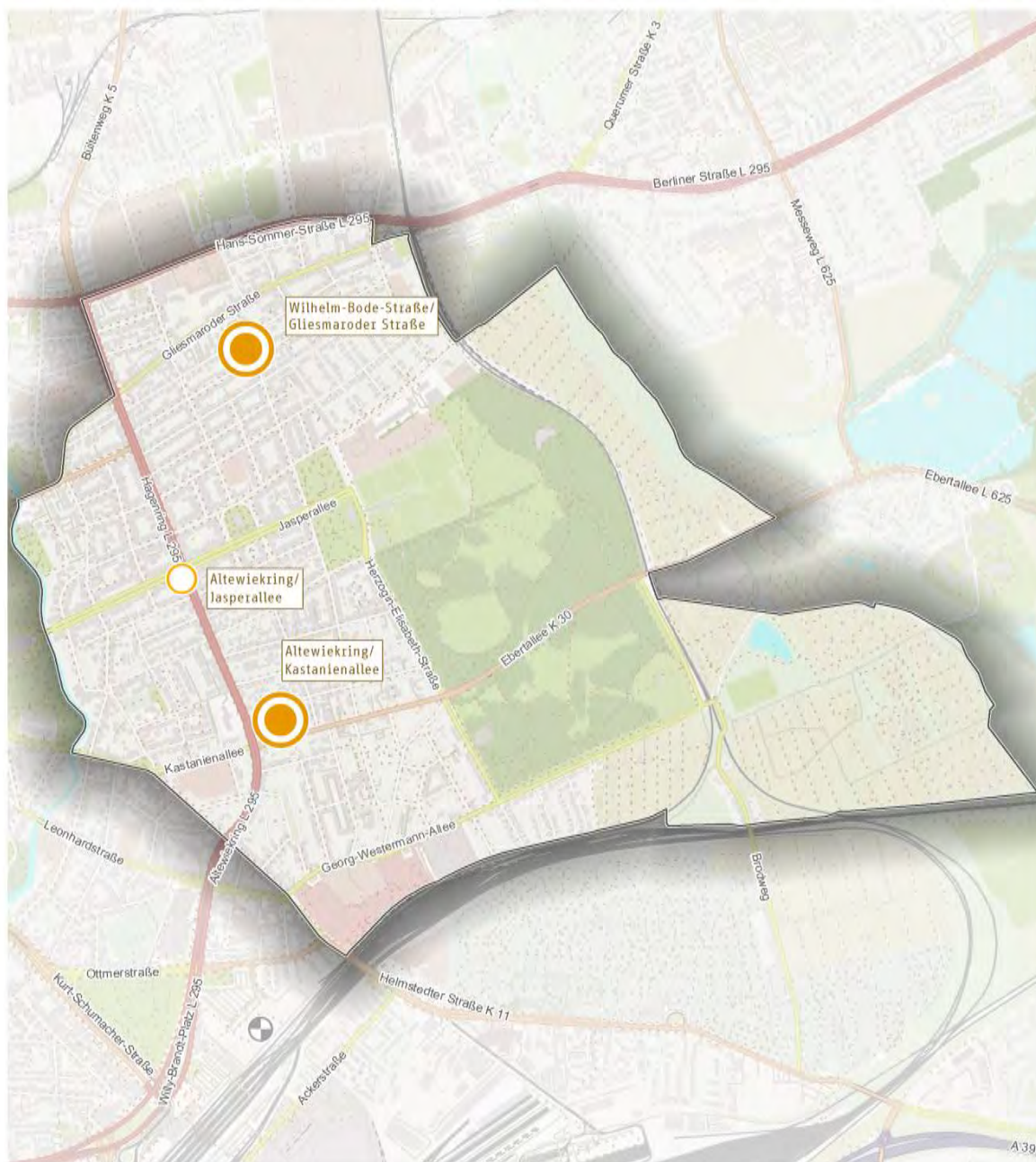
Im Stadtbezirk Östliches Ringgebiet befinden sich neben dem Stadtteilzentren Altwiekring/ Kastanienallee und Wilhelm-Bode-Straße/ Gliesmaroder Straße das Nahversorgungszentrum Altwiekring/ Jasperallee (vgl. Karte 33). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 96 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 7.225 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 17 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Östliches Ringgebiet bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich mit überwiegend Nahrungs- und Genussmitteln. Insgesamt betrachtet sind in allen Sortimentsbereichen per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.





Karte 33: Stadtbezirk Östliches Ringgebiet



## Zentren- und Standortsystem



0 250 500 750 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Tab. 17: Einzelhandelsangebot im Bezirk Östliches Ringgebiet, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 3.550                               | 19,4                | 57,9                   | 34%           |
| Lebensmittelhandwerk                            | 350                                 | 7,0                 | 7,9                    | 89%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 175                                 | 0,6                 | 6,8                    | 9%            |
| Apotheke  | 175                                 | 14,2                | 18,4                   | 77%           |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 100                                 | 0,5                 | 1,5                    | 31%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 325                                 | 1,1                 | 2,7                    | 40%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>4.675</b>                        | <b>42,8</b>         | <b>95,0</b>            | <b>45%</b>    |
| Bekleidung und Zubehör                          | 675                                 | 2,8                 | 8,2                    | 34%           |
| Schuhe/ Lederwaren                              | -                                   | 0,0                 | 2,4                    | 1%            |
| Sport/ Freizeit                                 | 425                                 | 1,3                 | 3,3                    | 41%           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 75                                  | 0,1                 | 2,1                    | 7%            |
| Bücher  | 50                                  | 0,3                 | 1,8                    | 16%           |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 150                                 | 0,1                 | 1,6                    | 9%            |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 25                                  | 0,1                 | 1,4                    | 4%            |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>1.425</b>                        | <b>4,8</b>          | <b>20,7</b>            | <b>23%</b>    |
| Uhren/ Schmuck                                  | 150                                 | 1,0                 | 1,6                    | 64%           |
| Foto/ Optik                                     | -                                   | 0,0                 | 1,8                    | 0%            |
| Medien  | 125                                 | 0,9                 | 5,5                    | 16%           |
| Elektro/ Leuchten                               | 75                                  | 0,2                 | 3,0                    | 5%            |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | -                                   | 0,0                 | 0,8                    | 0%            |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 275                                 | 0,7                 | 15,3                   | 5%            |
| Möbel   | -                                   | 0,0                 | 9,0                    | 0%            |
| Sonstiges                                       | 475                                 | 1,4                 | 10,9                   | 13%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>1.100</b>                        | <b>4,3</b>          | <b>47,9</b>            | <b>9%</b>     |
| <b>Summe</b>                                    | <b>7.225</b>                        | <b>51,9</b>         | <b>163,7</b>           | <b>32%</b>    |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen





## 8.4.1 Zentren- und Standortstruktur

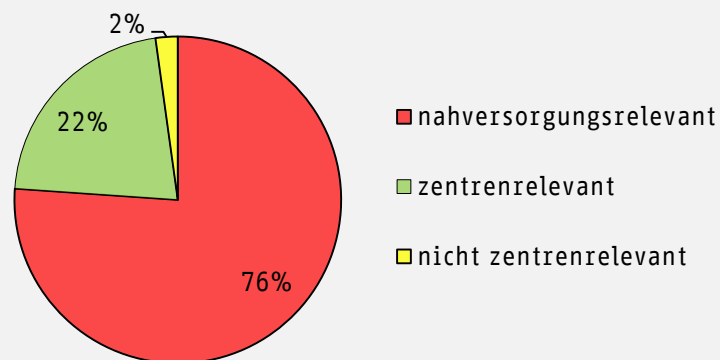
### 8.4.1.1 Stadtteilzentrum Altwiekring/ Kastanienallee

|   |  |
|---|--|
| Stadtbezirk                                 | Östliches Ringgebiet   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | <p>Das Stadtteilzentrum Kastanienallee/ Altwiekring erstreckt sich linear entlang der Kastanienallee im Bereich zwischen Altwiekring und bis westlich der Einmündung Korfesstraße. Mit einem Supermarkt und einem Lebensmitteldiscounter als Magnetbetriebe liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt kleinteilig strukturiert.</p> <p>Gegenüber der bisherigen Abgrenzung ist der Teilbereich Altwiekring auf Grund des geringfügigen Angebotes nicht mehr Teil des Zentrums.</p> |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

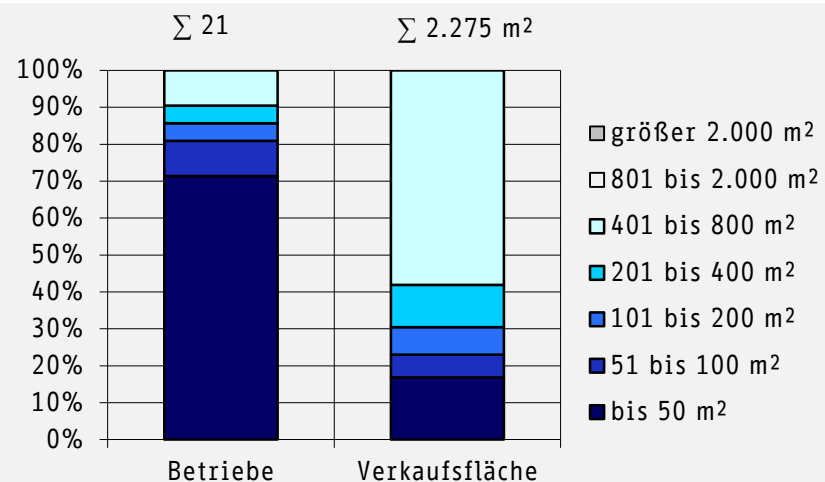
## Einzelhandelsstruktur

### Sortimentsstruktur

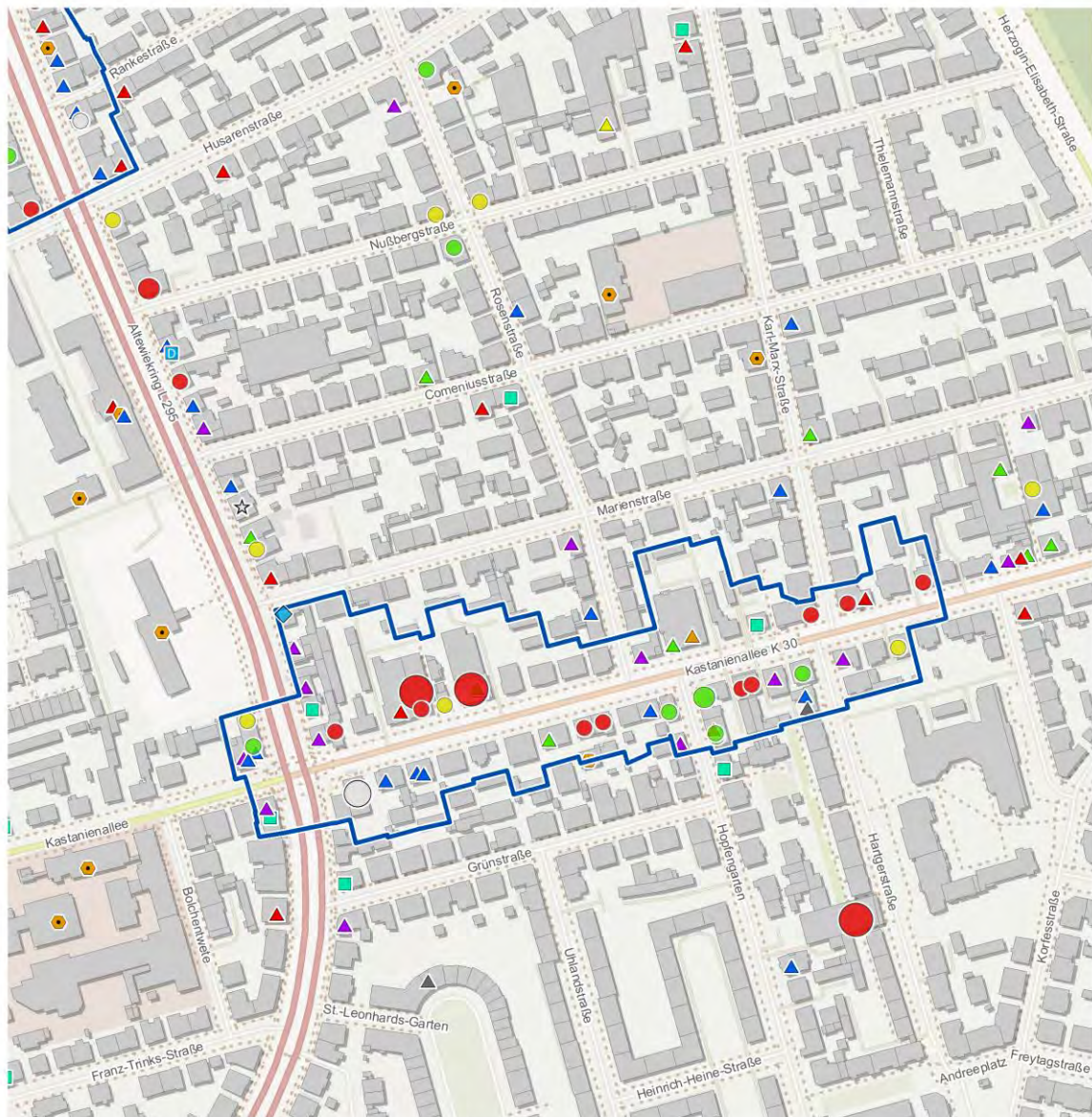
Gesamtverkaufsfläche: 2.275 m<sup>2</sup>



### Anzahl Betriebe nach Größenklassen



Karte 34: Stadtteilzentrum Altwiekering/ Kastanienallee



#### Abgrenzungen

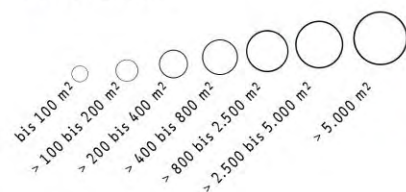
zentraler Versorgungsbereich

#### Einzelhandel

##### - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

##### - Verkaufsfläche



#### Dienstleistungen

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

Leerstand

Wochenmarkt

#### Aktualisierung 2021: Änderungen

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 150 Meter  
Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Foto 9: Lebensmitteldiscounter



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 10: kleinteiliges Angebot Kastanienallee



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen, Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz beidseitig entlang Kastanienallee
- gutes Nahversorgungsangebot mit Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelhandwerk
- Lebensmittelbetriebe als Magnetbetriebe
- einzelne Fachgeschäfte (unter anderem Bücher, Fahrräder)
- ergänzendes Dienstleistungsangebot/ Gastronomie
- gestalteter/ begrünter Straßenraum
- ÖPNV-Anbindung durch mehrere Buslinien

### Schwächen

- geringfügiges Angebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- einseitiger Besatz Altwiekring mit überwiegend Dienstleistungen
- Leerstand Lebensmittelmarkt
- unterbrochener Nutzungsbesatz, Wohnen im Erdgeschoss an der Kastanienallee
- insgesamt geringe funktionale Dichte
- teilweise Modernisierungsbedarf Fassaden

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen
- Leerstand Lebensmittelmarkt

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung und Stärkung Einzelhandelsfunktion als Stadtteilzentrum, Stärkung auch im mittel- und langfristiger Bedarfsbereich
- Nahversorgungsfunktion erhalten
- Folgenutzung Leerstand Lebensmittelmarkt/ zusätzlicher Magnetbetrieb
- Schließung Besatzlücken/ Erhöhung der Nutzungsdichte
- Ausbau weiterer Zentrenfunktionen (zum Beispiel Dienstleistungen, Gastronomie)
- Schaffung von Flächen für Außengastronomie
- Erhaltung und weiterer Ausbau attraktive Gestaltung öffentlicher Raum
- Gebäudesanierung und -modernisierung





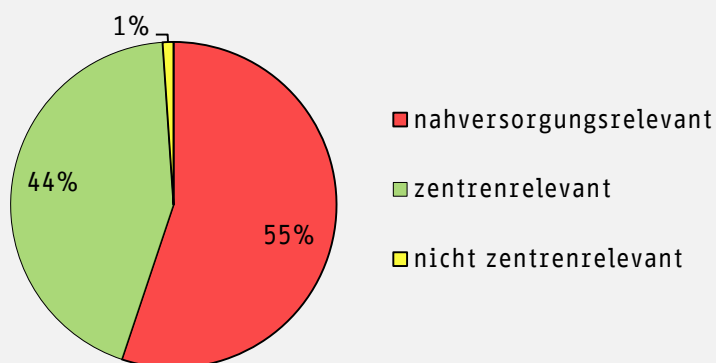
### 8.4.1.2 Stadtteilzentrum Wilhelm-Bode-Straße/ Gliesmaroder Straße

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Östliches Ringgebiet  |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | <p>Das Stadtteilzentrum Wilhelm-Bode-Straße/ Gliesmaroder Straße erstreckt sich entlang der Wilhelm-Bode-Straße im Bereich zwischen der Gliesmaroder Straße im Norden bis zur Heinrichstraße/ Dürrstraße im Süden. Mit einem Lebensmitteldiscounter als Magnetbetrieb liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt kleinteilig strukturiert.</p> <p>Gegenüber der bisherigen Abgrenzung wurde das Zentrum im Süden auf Grund des vorhandenen Einzelhandelsbestandes geringfügig erweitert.</p> |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input checked="" type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

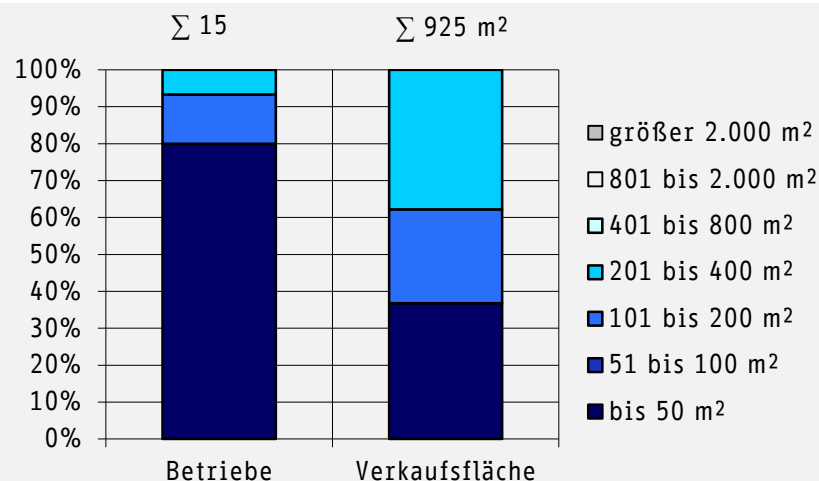
### Einzelhandelsstruktur

#### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 925 m<sup>2</sup>

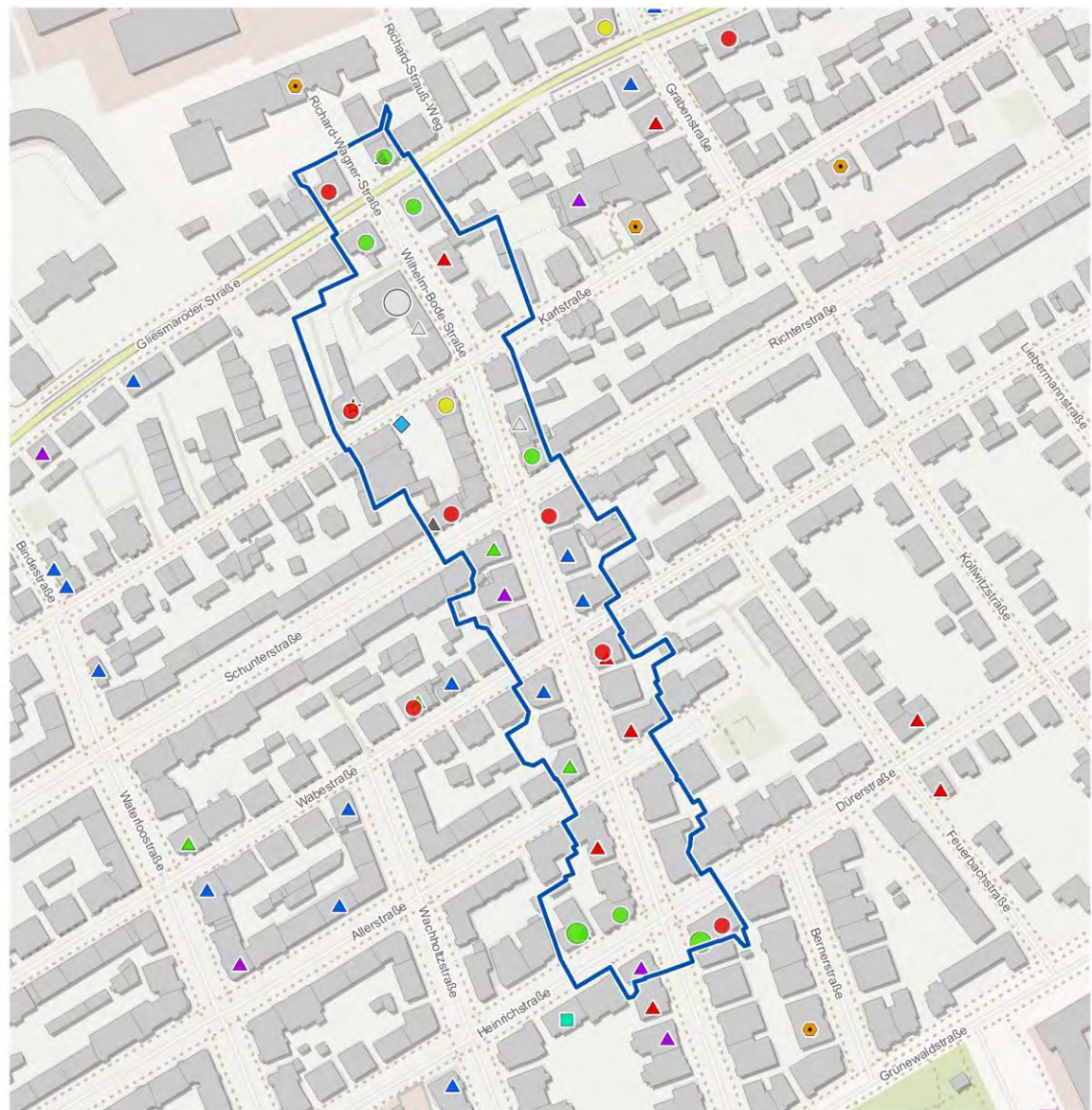


#### Anzahl Betriebe nach Größenklassen





Karte 35: Stadtteilzentrum Wilhelm-Bode-Straße/ Gliesmaroder Straße

Abgrenzungen

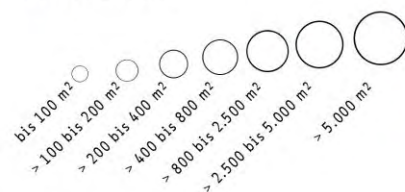
■ zentraler Versorgungsbereich

Einzelhandel

## - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

## - Verkaufsfläche

Dienstleistungen

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

■ Leerstand

■ Wochenmarkt

Aktualisierung 2021: Änderungen

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- △ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



**Foto 11: Fachgeschäft Gliesmaroder Straße**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

**Foto 12: Fachgeschäft Wilhelm-Bode-Straße**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot vor allem im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich, Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- gutes Nahversorgungsangebot mit LM-Discounter, Bioladen, Lebensmittelhandwerk
- Lebensmitteldiscounter als Magnetbetrieb
- Einzelne Fachgeschäfte vorhanden (unter anderem Spielwaren, Bekleidung/ Accessoires, Stoffe)
- ergänzendes Dienstleistungsangebot mit einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Gastronomie, Ärzten
- durch Bäume begrünter Straßenraum
- gestaltete gründerzeitliche Fassaden

### Schwächen

- geringe Gesamtverkaufsfläche
- Leerstand Lebensmitteldiscounter nach Verlagerung
- hoher Anteil Wohnen im Erdgeschoss (unterbrochener Nutzungsbesatz)
- insgesamt geringe funktionale Dichte

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen
- Leerstand Lebensmitteldiscounter

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung der Einzelhandelsfunktion als Stadtteilzentrum, Stärkung gegebenenfalls auch im mittel- und langfristiger Bedarf
- publikumswirksame Folgenutzung ehemaligen Penny nach Verlagerung klären
- zusätzlichen Magnetbetrieb ansiedeln
- Schließung Besatzlücken/ Erhöhung der Nutzungsdichte
- Ausbau Gastronomieangebot, Schaffung von Flächen für Außengastronomie
- Aufwertung/ Modernisierung öffentlicher Raum
- Schaffung von Treffpunkten/ Aufenthaltsbereichen, Sitzgelegenheiten
- weitere Verkehrsberuhigung (zum Beispiel Tempo 30) zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität



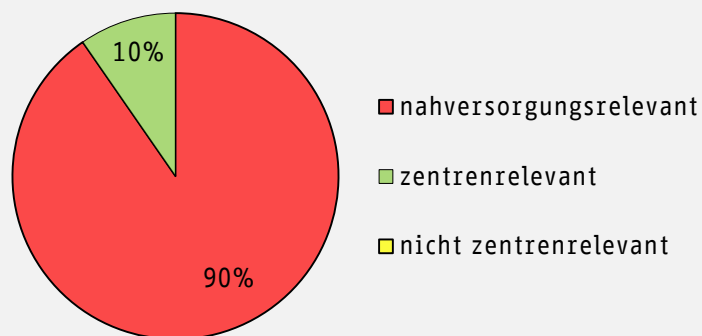
#### 8.4.1.3 Nahversorgungszentrum Altwiekring/ Jasperallee

|   |  |
|---|--|
| Stadtbezirk                                 | Östliches Ringgebiet   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | Das Nahversorgungszentrum Altwiekring/ Jasperallee erstreckt sich im Wesentlichen entlang des Hagenring/ Altwiekring im Bereich zwischen der Wiesenstraße im Norden und der Husarenstraße im Süden. Mit einem Supermarkt als Magnetbetrieb liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist ansonsten kleinteilig strukturiert. |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

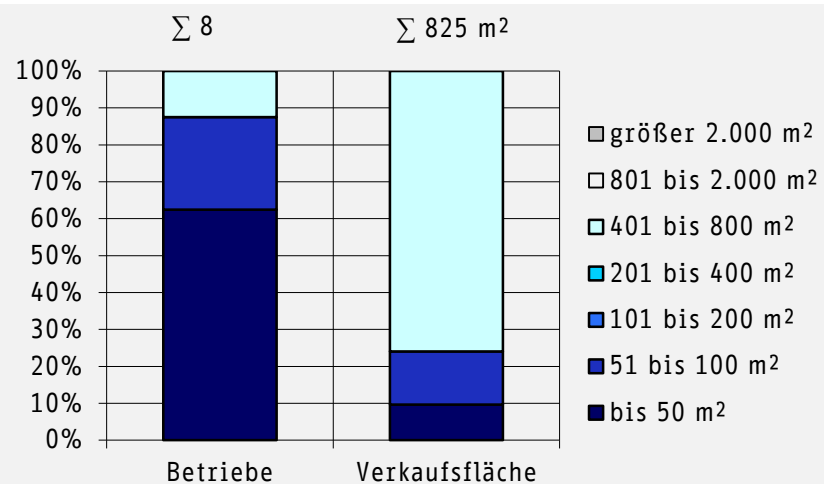
#### Einzelhandelsstruktur

##### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 825 m<sup>2</sup>

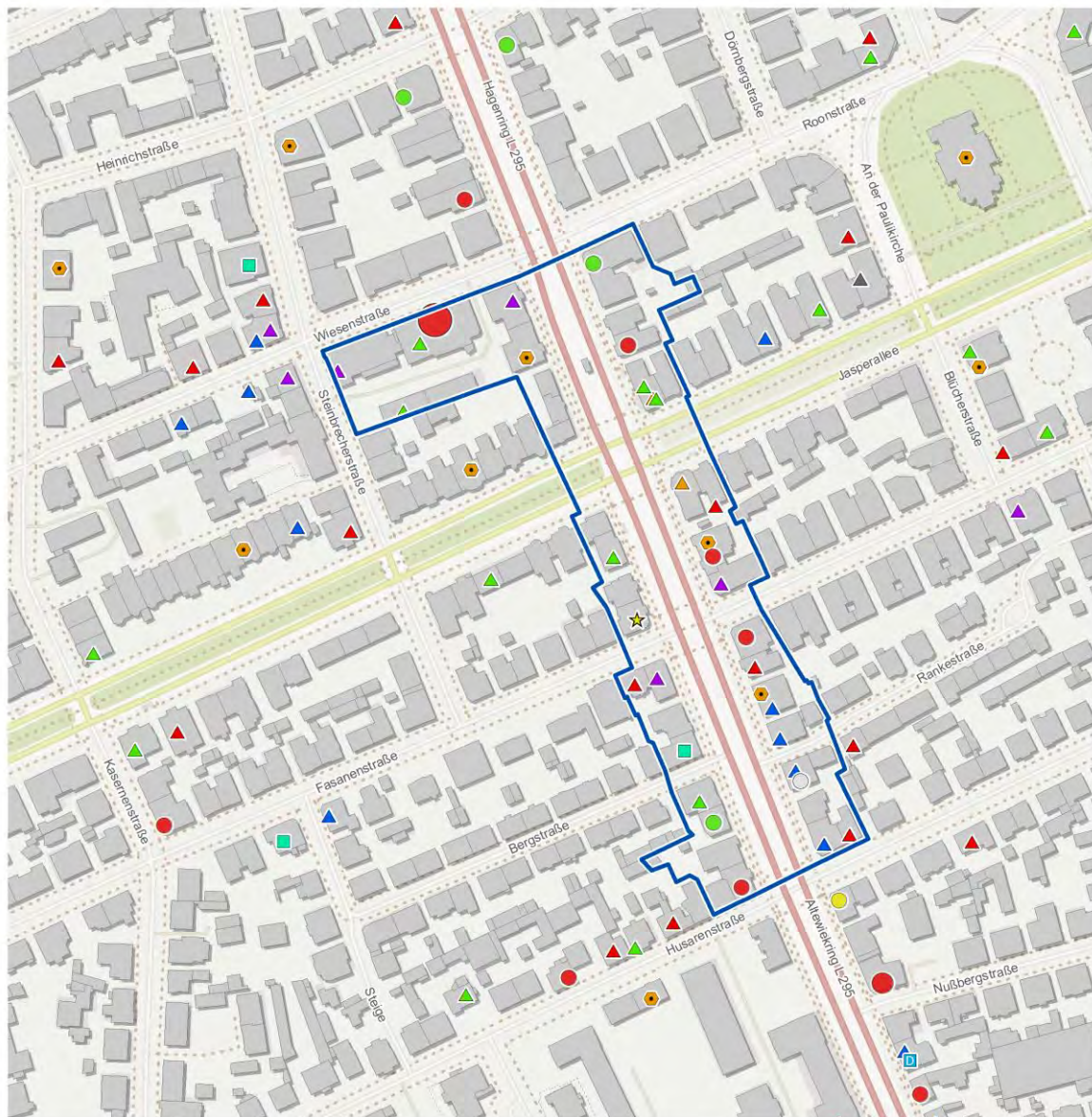


##### Anzahl Betriebe nach Größenklassen





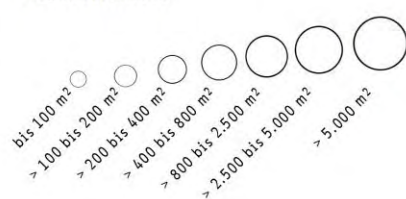
Karte 36: Nahversorgungszentrum Altwiekering/ Jasperallee

**Abgrenzungen**

zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- einzelhandelsnahe Dienstleistung
- Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- medizinischer Bereich
- Bank
- Post
- Wirtschaft/ Recht
- Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- Vergnügungsstätte

Leerstand

Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- neuer Einzelhandel
- Leerstand zu Einzelhandel
- Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





Foto 13: Bäckerei/ Fachgeschäfte



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 14: Supermarkt Wiesenstraße



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich (teilweise auch mittelfristiger Bedarfsbereich)
- Nahversorgungsangebot durch Supermarkt und Lebensmittelhandwerk
- Supermarkt als Magnetbetrieb
- einzelne Fachgeschäfte (unter anderem Geschenke)
- ergänzendes Dienstleistungsangebot/ Gastronomie, einzelhandelsnahe Dienstleistungen
- durch Bäume begrünter Straßenraum (Mittelstreifen Hagenring/ Altewiekring)
- gestaltete gründerzeitliche Fassaden

### Schwächen

- Supermarkt räumlich abgesetzt in Nebenstraße als eingeschossiger Flachbau
- insgesamt geringes Einzelhandelsangebot (Anzahl der Betriebe und Gesamtverkaufsfläche)
- geringe funktionale Dichte
- Besatzlücken durch Wohnnutzungen im Erdgeschoss
- breiter Straßenquerschnitt im Bereich Hagenring/ Altewiekring

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen
- gegebenenfalls Aufstockung Supermarkt

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion zur Sicherung des Nahversorgungszentrums
- Nahversorgungsfunktion erhalten und weiter ausbauen
- gegebenenfalls Aufstockung des Supermarktes als multifunktionales Geschäfts- und Wohnhaus
- zentrenergänzende Dienstleistungen erhalten/ weiter ausbauen
- Schließung von Besatzlücken und Erhöhung der Nutzungsdichte
- Schaffung von Flächen für Außengastronomie
- Erhaltung der guten Gestaltung des öffentlichen Raumes
- Schaffung von Aufenthaltsbereichen



## 8.4.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.4.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Östliches Ringgebiet

Der Stadtbezirk Östliches Ringgebiet grenzt im Osten an den Bezirk Innenstadt an und erstreckt sich über die statistischen Bezirke Am Hagenring und Prinzenpark.

**Tab. 18: Kennzahlen Östliches Ringgebiet**

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 26.275               |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 7                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 3.550 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 34%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 99%                  |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

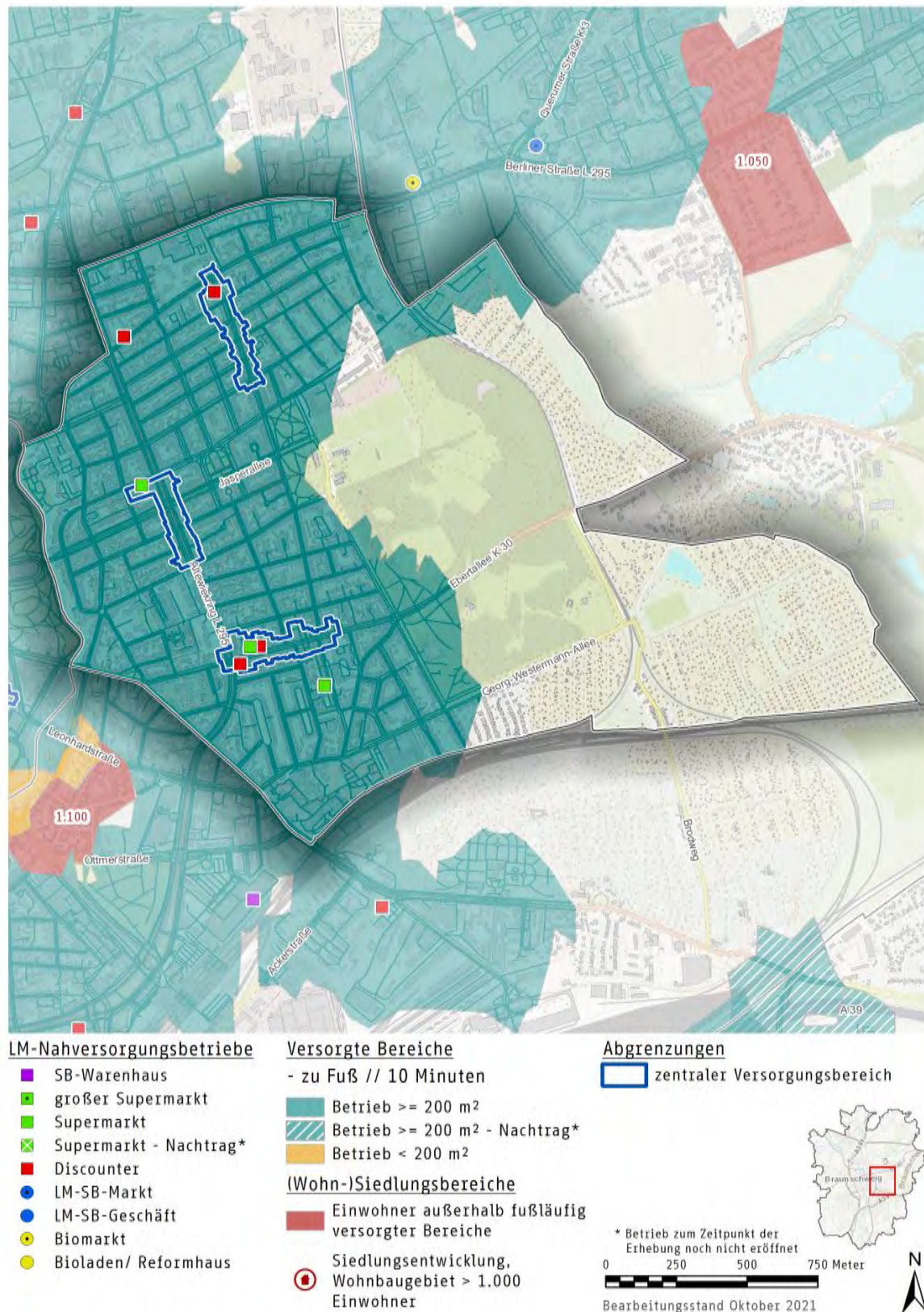
- Bei einer geringen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 34% sind per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen<sup>79</sup>.
  - Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um drei Supermärkte und vier Lebensmitteldiscounter.
  - Fünf dieser Betriebe befinden sich in den Stadtteilzentren Wilhelm-Bode-Straße/ Gliesmaroder Straße (ein Betrieb) und Altewiekring/ Kastanienallee (drei Betriebe) sowie im Nahversorgungszentrum Altewiekring/ Jasperallee (ein Betrieb). Zwei Betriebe sind an je einem sonstigen integrierten Standort angesiedelt.
  - Die Verkaufsflächen dieser Betriebe sind zum Teil sehr klein; drei der Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von bis zu 400 m<sup>2</sup> auf. Ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche deutlich oberhalb der Schwelle der Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> ist nicht vorhanden.
  - Der Nahversorgungsanteil im Bezirk liegt mit rd. 99% sehr hoch - für nahezu alle Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 37).
- Es besteht kein Potenzial beziehungsweise Erfordernis zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation auf Grund nicht fußläufig nahversorgter Einwohner.

<sup>79</sup> Durch die zwischenzeitliche Eröffnung eines Supermarkts an der Straße Langer Kamp steigt die Bindungsquote im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel etwas an; weiterhin fließt per Saldo jedoch mehr als die Hälfte der Kaufkraft aus dem Bezirk ab.





Karte 37: Nahversorgungssituation im Bezirk Östliches Ringgebiet



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Die bestehenden Betriebe gilt es zu erhalten; Verkaufsflächenerweiterungen zur Bestandssicherung erscheinen auf Grund der hohen Einwohnerzahlen in den 10-Minuten-Isochronen der Betriebe grundsätzlich möglich, sind jedoch gegebenenfalls im Detail zu prüfen.
- ❖ Es besteht aktuell kein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig; gegebenenfalls muss wegen der teilweise geringen Verkaufsflächen der bestehenden Lebensmittelbetriebe bei Schließungs-, Erweiterungs- oder Neuansiedlungsabsichten geprüft werden.

## 8.5 STADTBEZIRK SÜD

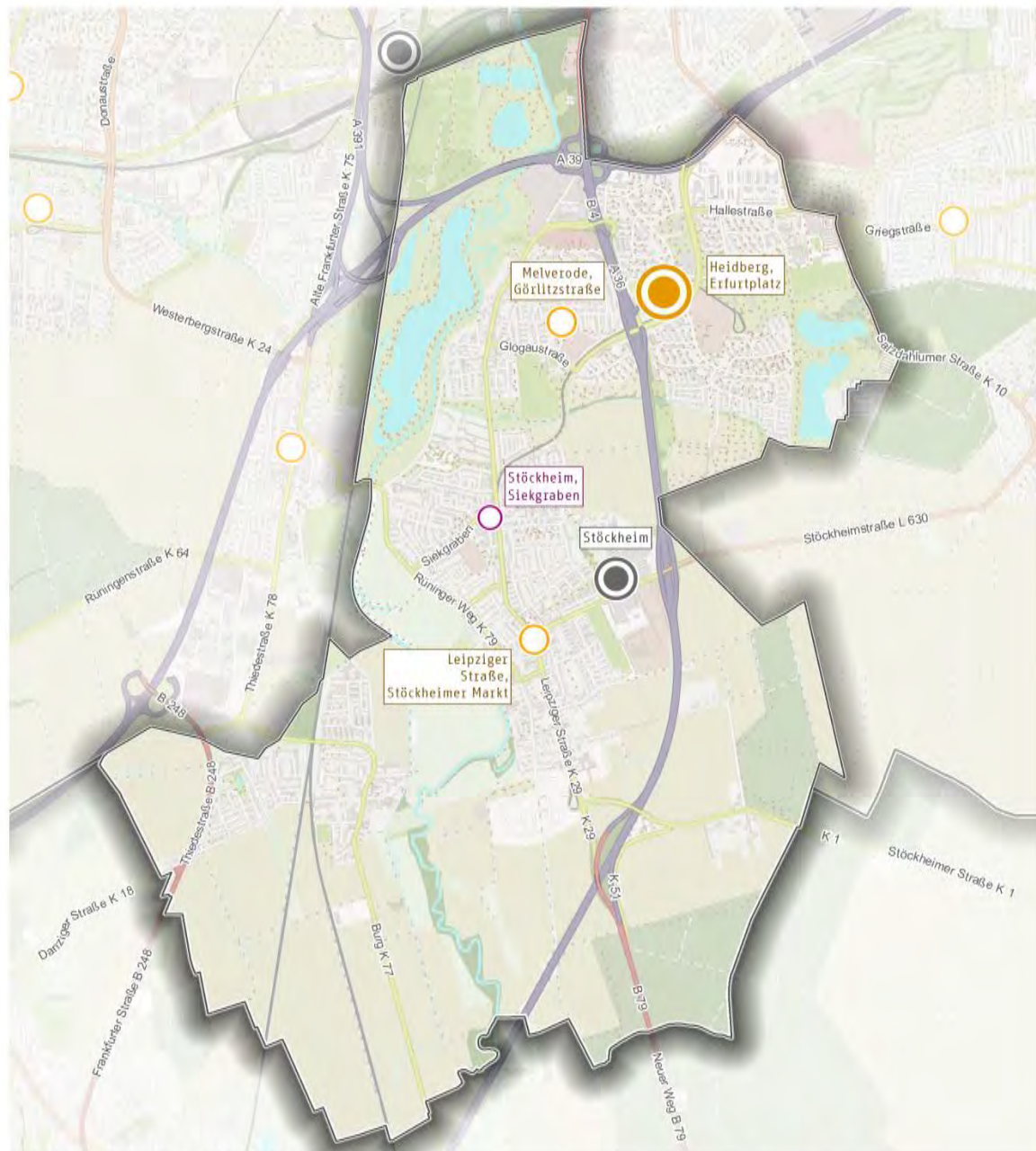
Im Stadtbezirk Süd befinden sich neben dem Stadtteilzentrum Heidberg/ Erfurtplatz die Nahversorgungszentren Leipziger Straße/ Stöckheimer Markt und Meverode/ Görlitzstraße sowie der Nahversorgungstützpunkt Stöckheim/ Siekgraben und der Entwicklungsschwerpunkt Stöckheim (vgl. Karte 38). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 61 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 37.350 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 19 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Süd bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Auffällig sind die hohen Bindungsquoten in den Sortimentsbereichen Bekleidung und Zubehör sowie Spielwaren, die unter anderem auf entsprechende Angebote am Entwicklungsschwerpunkt Stöckheim zurückzuführen sind. Zudem ist im Sortimentsbereich Möbel auf Grund des großen Angebotes per Saldo ein erheblicher Kaufkraftzufluss zu verzeichnen.





Karte 38: Stadtbezirk Süd

Zentren- und Standortsystem

0 500 1.000 1.500 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Tab. 19: Einzelhandelsangebot im Bezirk Süd, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 7.475                               | 44,2                | 43,1                   | 102%          |
| Lebensmittelhandwerk                            | 275                                 | 3,9                 | 5,9                    | 66%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 1.025                               | 4,0                 | 5,0                    | 80%           |
| Apotheke  | 225                                 | 14,2                | 13,7                   | 104%          |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 275                                 | 1,1                 | 1,1                    | 102%          |
| Blumen/ Zoo                                     | 750                                 | 2,4                 | 2,0                    | 121%          |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>10.000</b>                       | <b>69,8</b>         | <b>70,8</b>            | <b>99%</b>    |
| Bekleidung und Zubehör                          | 4.350                               | 15,3                | 6,1                    | 250%          |
| Schuhe/ Lederwaren                              | 225                                 | 0,6                 | 1,8                    | 32%           |
| Sport/ Freizeit                                 | 175                                 | 0,5                 | 2,5                    | 20%           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 1.150                               | 2,3                 | 1,6                    | 150%          |
| Bücher  | -                                   | 0,0                 | 1,3                    | 4%            |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 1.200                               | 1,5                 | 1,2                    | 126%          |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 225                                 | 0,4                 | 1,1                    | 37%           |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>7.350</b>                        | <b>20,6</b>         | <b>15,4</b>            | <b>133%</b>   |
| Uhren/ Schmuck                                  | 50                                  | 0,3                 | 1,2                    | 26%           |
| Foto/ Optik                                     | 125                                 | 0,8                 | 1,3                    | 64%           |
| Medien  | -                                   | 0,1                 | 4,1                    | 2%            |
| Elektro/ Leuchten                               | 425                                 | 1,6                 | 2,2                    | 70%           |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 75                                  | 0,1                 | 0,6                    | 23%           |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 5.300                               | 8,7                 | 11,4                   | 76%           |
| Möbel   | 13.700                              | 20,8                | 6,7                    | 310%          |
| Sonstiges                                       | 350                                 | 3,4                 | 8,1                    | 42%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>20.025</b>                       | <b>35,8</b>         | <b>35,7</b>            | <b>100%</b>   |
| <b>Summe</b>                                    | <b>37.350</b>                       | <b>126,2</b>        | <b>121,9</b>           | <b>104%</b>   |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



## 8.5.1 Zentren- und Standortstruktur

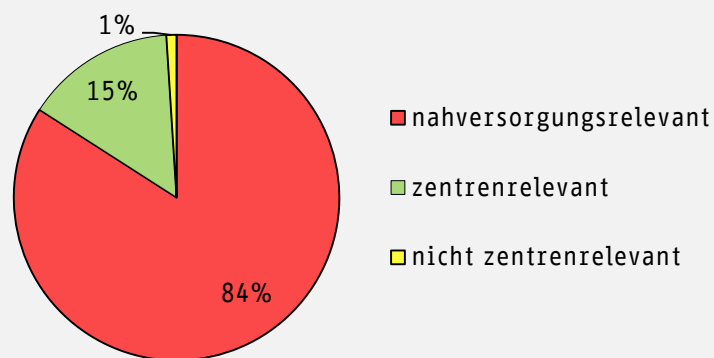
### 8.5.1.1 Stadtteilzentrum Heidberg, Erfurtplatz

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Süd   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | <p>Das kompakte Stadtteilzentrum Heidberg/ Erfurtplatz besteht im Wesentlichen aus einer überdachten Ladenstraße und einer Ladenzeile. Mit zwei Lebensmitteldiscountern und einem Drogeriemarkt als Magnetbetriebe liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Weitere überwiegend kleinteilige Fachgeschäfte ergänzen das Angebot.</p> <p>Gegenüber der bisherigen Abgrenzung gehört der Bereich westlich der Gerastraße mangels Einzelhandelsangeboten nicht mehr zum Zentrum.</p> |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input checked="" type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

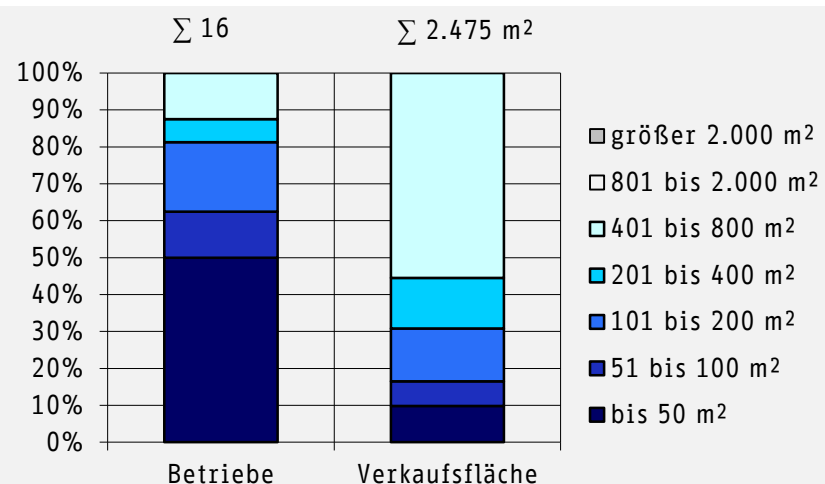
### Einzelhandelsstruktur

#### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 2.475 m<sup>2</sup>

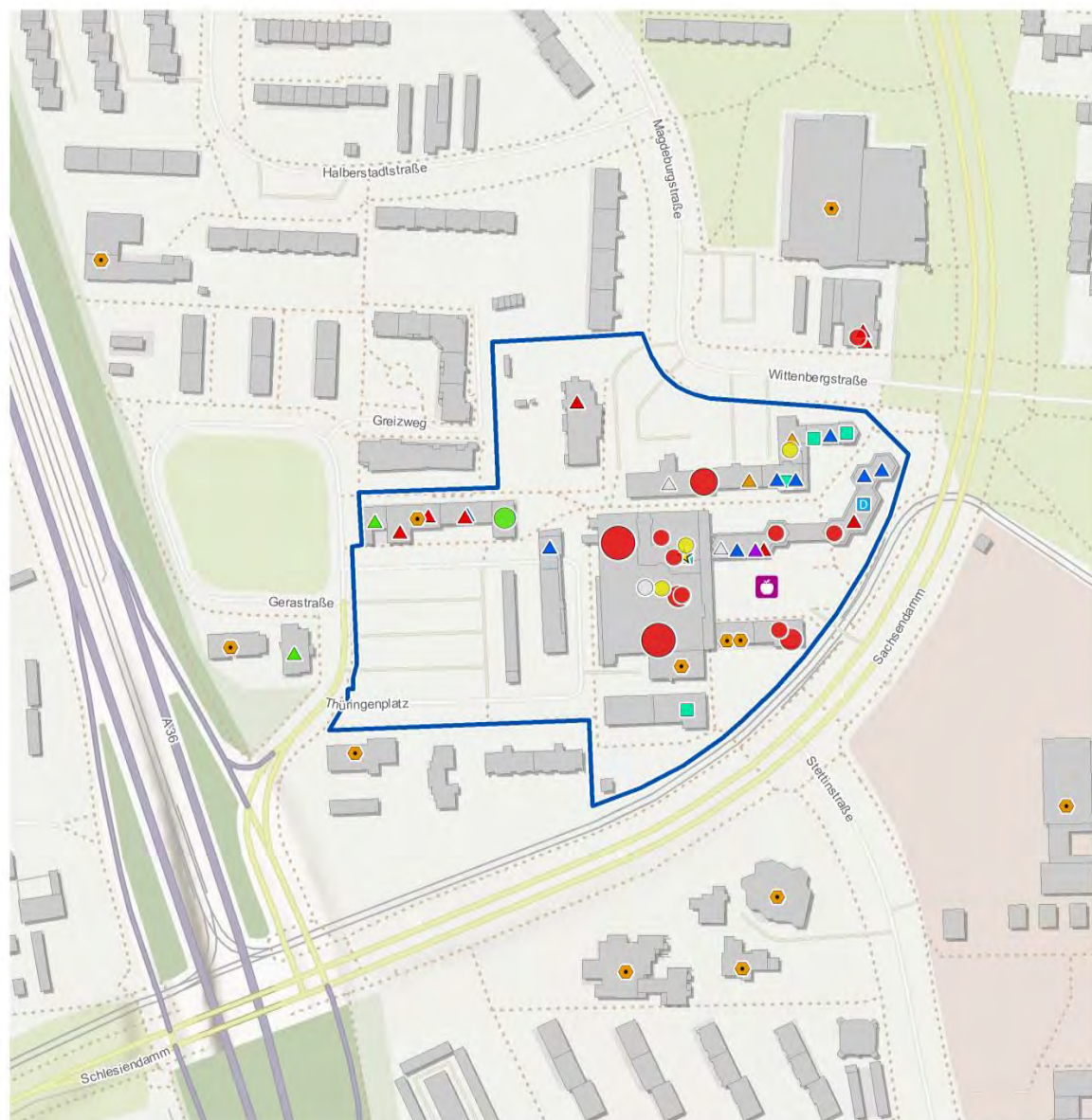


#### Anzahl Betriebe nach Größenklassen





Karte 39: Stadtteilzentrum Heidberg, Erfurtplatz



#### Abgrenzungen

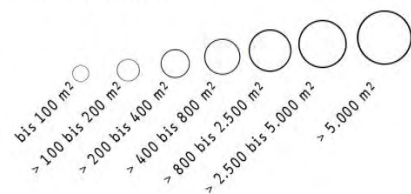
  zentraler Versorgungsbereich

#### Einzelhandel

##### - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

##### - Verkaufsfläche



#### Dienstleistungen

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

■ Leerstand

■ Wochenmarkt

#### Aktualisierung 2021: Änderungen

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Foto 15:Drogeriemarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 16:Lebensmitteldiscounter



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen, Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- gutes Nahversorgungsangebot mit unter anderem zwei Lebensmitteldiscountern, Drogeriemarkt, Lebensmittelhandwerk und Wochenmarkt
- weitere Fachgeschäfte und ein umfangreiches Dienstleistungsangebot sowie Gastronomie ergänzen das Angebot
- der öffentliche Raum ist gestaltet
- durch Fußgängerbereiche mit Begrünung und Sitzgelegenheiten ist eine gute Aufenthaltsqualität gegeben
- mit einem größeren Parkplatz im westlichen Bereich sowie weiteren Parkplätzen innerhalb des Zentrums bestehen zahlreiche Parkmöglichkeiten

### Schwächen

- vergleichsweise geringes Angebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- im öffentlichen Raum und auch an Gebäuden zeigt sich Modernisierungsbedarf (zum Beispiel nordöstliche Pavillons)
- Sitzgelegenheiten und sonstige Möblierung wirken in die Jahre gekommen

### Flächenpotenziale

- gegebenenfalls westlicher Parkplatz oder Teile davon

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion
- Entwicklung auch im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich zur Stärkung der Funktion als Stadtteilzentrum
- Wochenmarkt erhalten und stärken
- Ausbau weiterer Zentrenfunktionen (zum Beispiel Gastronomie mit attraktiven Außenbereichen)
- Modernisierung der Ladenpassage
- Sanierung/ Modernisierung der Platz- und Fußgängerbereiche (gegebenenfalls Flächen Pavillons in attraktive Platzgestaltung einbeziehen)
- Hochwertige Gestaltung und Möblierung des öffentlichen Raumes



- für weiterhin gute Aufenthaltsqualität
- Begrünung/ Bepflanzung
- Erhaltung und Stärkung der Treffpunktfunktion

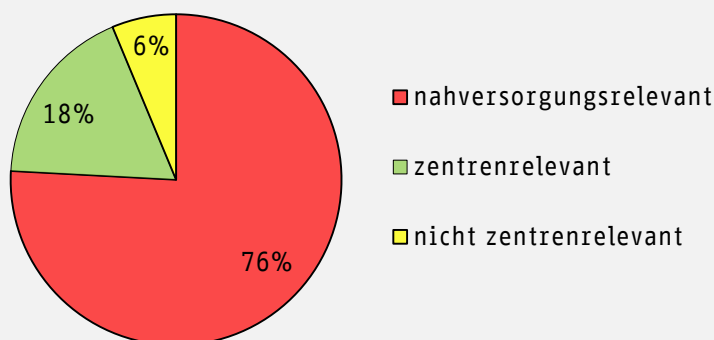
### 8.5.1.2 Nahversorgungszentrum Leipziger Straße, Stöckheimer Markt

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Südstadt  |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | <p>Das Nahversorgungszentrum umfasst den Platzbereich Stöckheimer Markt sowie eine südlich anschließende Ladenzeile östlich der Leipziger Straße. Mit einem Lebensmitteldiscounter ist ein Magnetbetrieb vorhanden. Der Angebotsschwerpunkt des insgesamt kleinteilig strukturierten Einzelhandelsangebotes liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich.</p> <p>Gegenüber der bisherigen Abgrenzung gehört auf Grund des fehlenden Einzelhandelsbesatzes der südwestliche Teilbereich nicht mehr zum Zentrum.</p> |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input checked="" type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

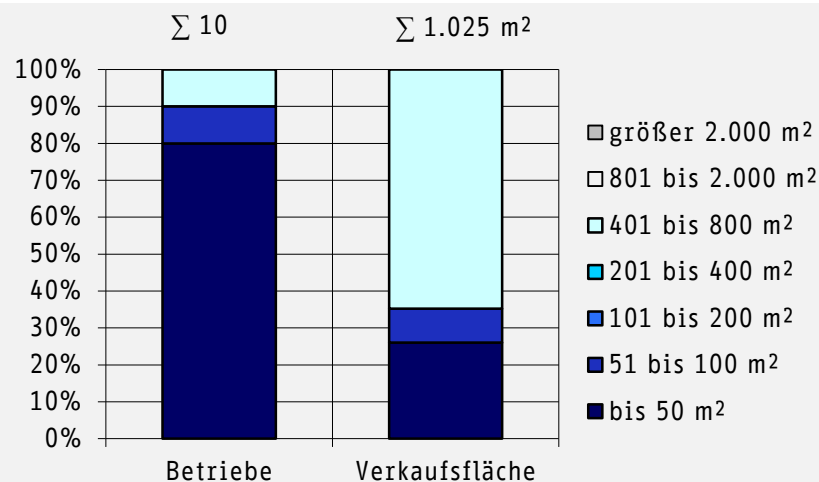
### Einzelhandelsstruktur

#### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 1.025 m<sup>2</sup>



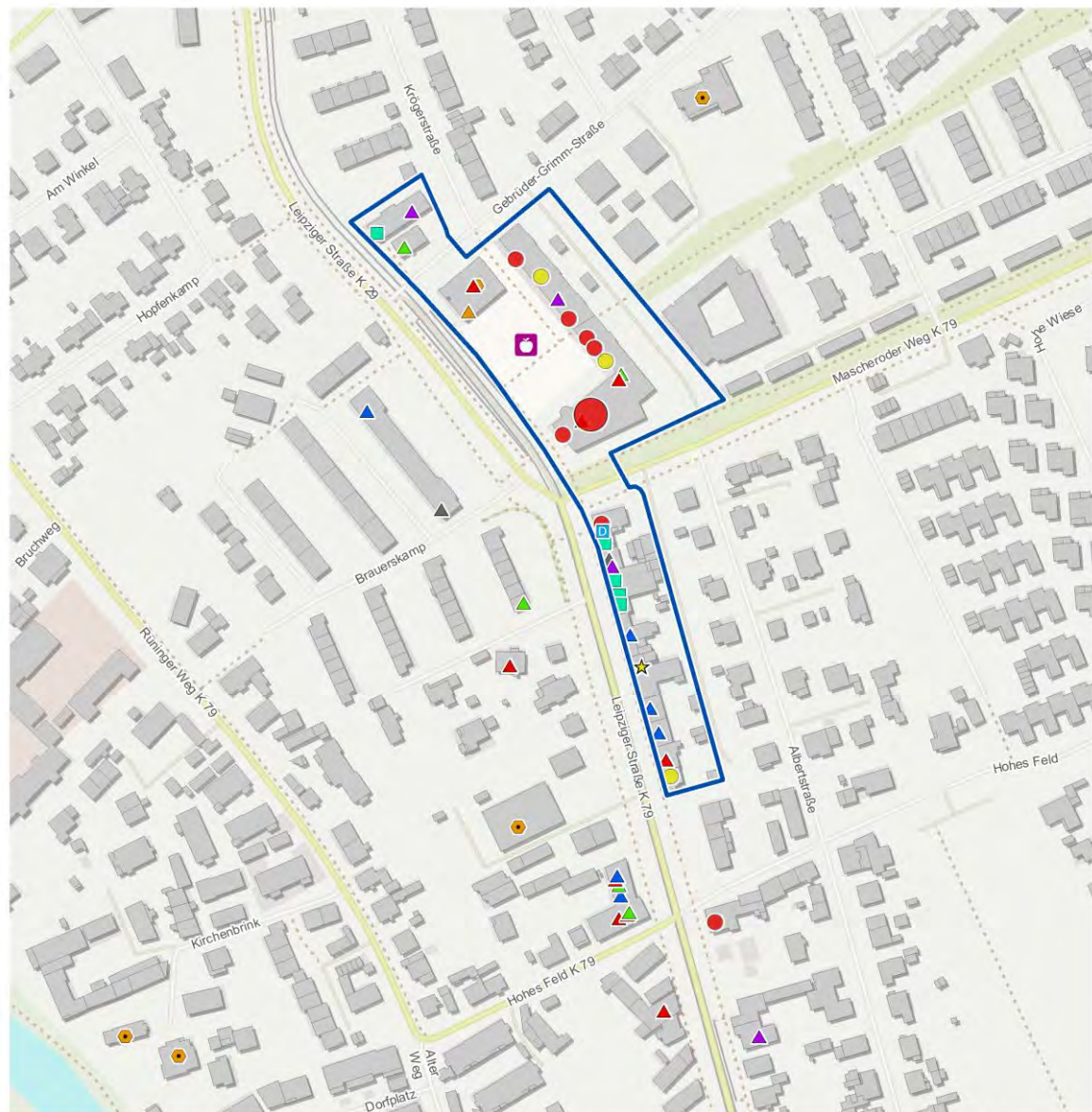
#### Anzahl Betriebe nach Größenklassen







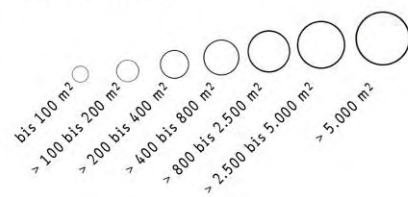
Karte 40: Nahversorgungszentrum Leipziger Straße, Stöckheimer Markt

**Abgrenzungen**

zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

- Leerstand
- Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Foto 17: Stöckheimer Markt**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

**Foto 18: Ladenzeile Leipziger Straße**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen mit Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Nahversorgungsangebot mit Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelhandwerk
- Wochenmarkt Stöckheimer Markt
- einzelne Fachgeschäfte vorhanden
- ergänzendes Dienstleistungs- und Gastronomieangebot
- gute Aufenthaltsqualität im Bereich Stöckheimer Markt
- attraktiv und hochwertig gestalteter Platzbereich, Begrünung durch Bäume

### Schwächen

- insgesamt geringfügiges Angebot hinsichtlich Anzahl der Betriebe und Gesamtverkaufsfläche
- keine großflächigen Betriebe
- funktionaler Besatz nur östlich bzw. nordöstlich Leipziger Straße
- mehrere Leerstände im Bereich Ladenzeile Leipziger Straße
- Ladenzeile Leipziger Straße stark modernisierungsbedürftig

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen
- Leerstände als Entwicklungspotenziale

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion
- Wochenmarkt erhalten und stärken
- ergänzende publikumswirksame Nutzungen (zum Beispiel Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen, Gastronomie)
- Erhaltung der guten Aufenthaltsqualität Stöckheimer Markt
- Erhaltung und Stärkung der Treffpunktfunktion
- Weiterentwicklung des Zentrums im südlichen Bereich (Leipziger Straße)
- Modernisierung/ Neubau Ladenzeile Leipziger Straße, gegebenenfalls als multifunktionales Geschäftshaus





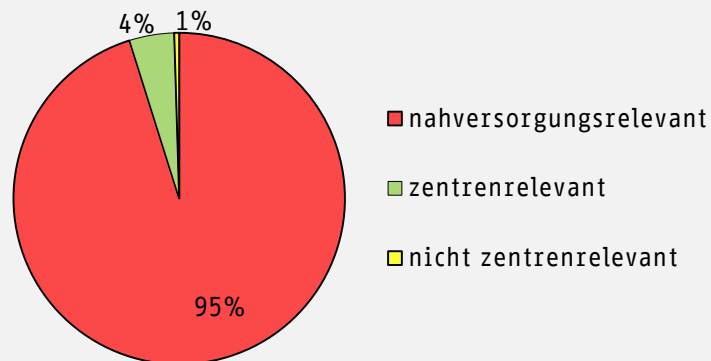
### 8.5.1.3 Nahversorgungszentrum Meverode, Görlitzstraße

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Süd   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | <p>Das Nahversorgungszentrum umfasst den Bereich eines kleinen Einkaufszentrums innerhalb eines Wohngebietes. Mit einem Supermarkt als Magnetbetrieb liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt kleinteilig strukturiert.</p> <p>Gegenüber der bisherigen Abgrenzung wurde die Abgrenzung um den Teilbereich westlich der Görlitzstraße reduziert.</p> |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |

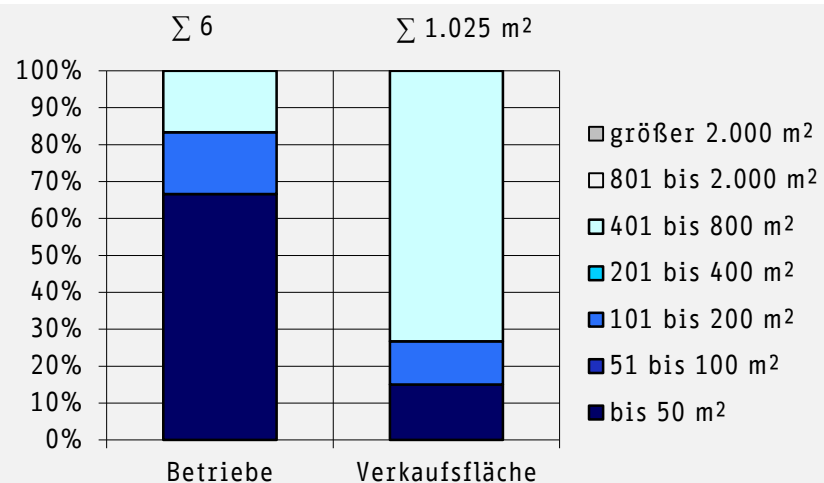
#### Einzelhandelsstruktur

##### Sortimentsstruktur

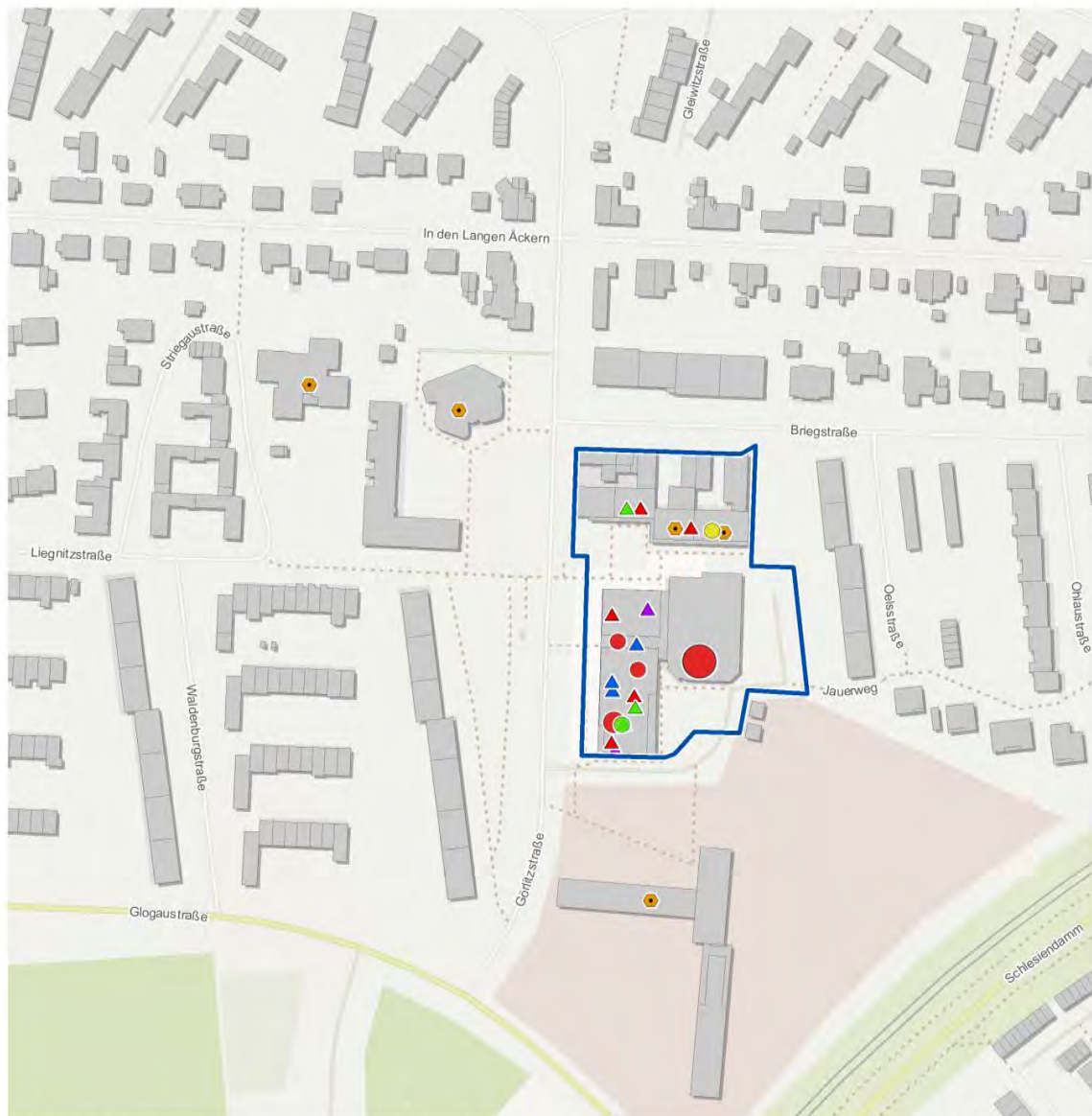
Gesamtverkaufsfläche: 1.025 m<sup>2</sup>



##### Anzahl Betriebe nach Größenklassen



Karte 41: Nahversorgung Meverode, Görlitzstraße

Abgrenzungen

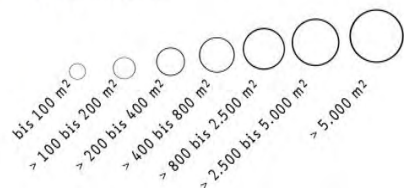
  zentraler Versorgungsbereich

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche

Dienstleistungen

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- ▲ soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

Leerstand

■ Wochenmarkt

Aktualisierung 2021: Änderungen

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Foto 19: Supermarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 20: ergänzende Nutzungen



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- gutes Nahversorgungsangebot mit Supermarkt, Lebensmittelhandwerk
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Supermarkt als Magnetbetrieb
- einzelne Fachgeschäfte (Schreibwaren, Blumen, Optiker)
- ergänzendes Dienstleistungsangebot mit unter anderem Einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Ärzten
- Gastronomie mit Außenbereichen
- kompakte Struktur des Zentrums mit hoher funktionaler Dichte
- gestalteter öffentlicher Raum

### Schwächen

- insgesamt geringes Einzelhandelsangebot
- geringe Anzahl Betriebe
- geringes Einzelhandelsangebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- öffentlicher Raum in Teilbereichen modernisierungsbedürftig

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen

## Handlungsempfehlungen

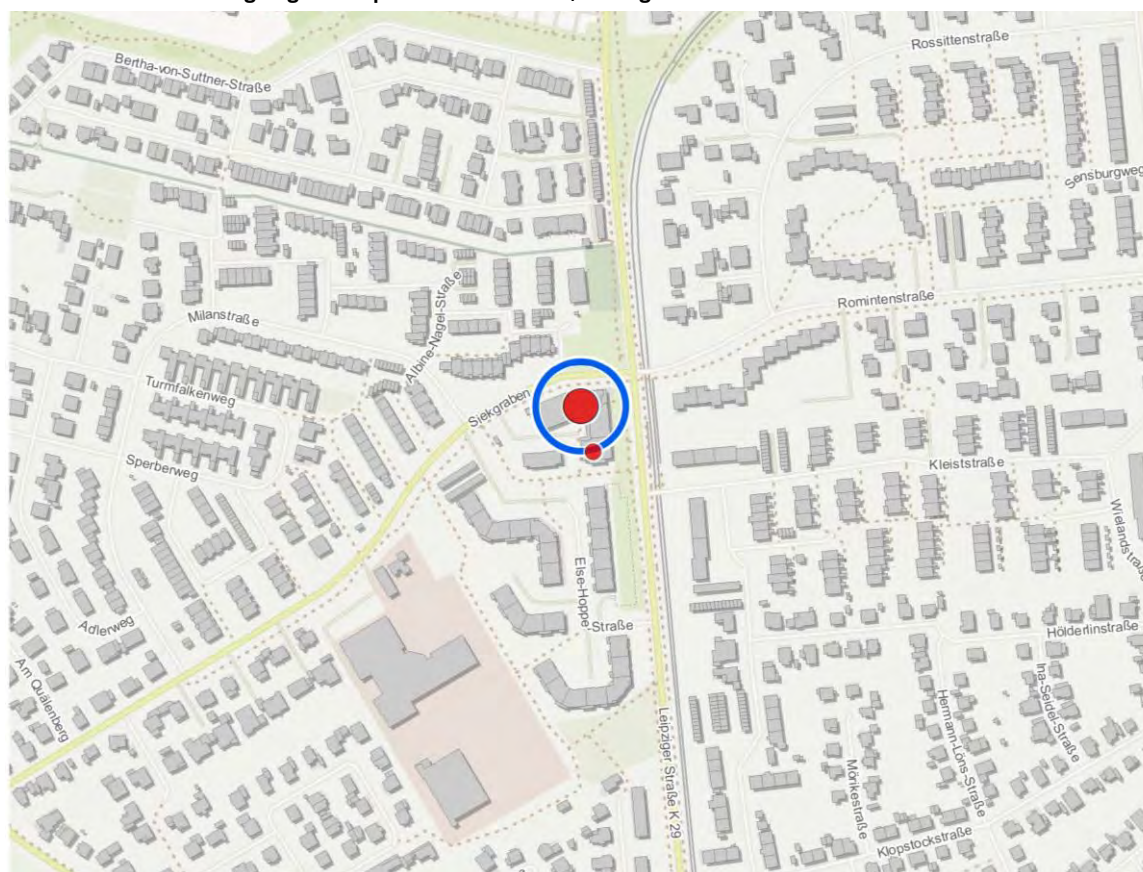
- Erhaltung und Stärkung Einzelhandelsfunktion (jedoch eingeschränkte räumliche Entwicklungsmöglichkeiten)
- Erhaltung der Nahversorgungsfunktion
- ergänzendes Dienstleistungsangebot erhalten
- Modernisierung des öffentlichen Raumes vor allem im nördlichen Bereich
- Treffpunktfunktion erhalten



#### 8.5.1.4 Nahversorgungsstützpunkt Stöckheim, Siekgraben

|  |   |
|--|---|
| Stadtbezirk                                | Süd   |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter                              |
| Verkaufsfläche                             | rd. 500 m <sup>2</sup>                              |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 3.990/ 17.045 Einwohner                             |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | rd. 0,8 km, NVZ Leipziger Straße, Stöckheimer Markt |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus   |

Karte 42: Nahversorgungsstützpunkt Stöckheim, Siekgraben



Nahversorgungsstützpunkt

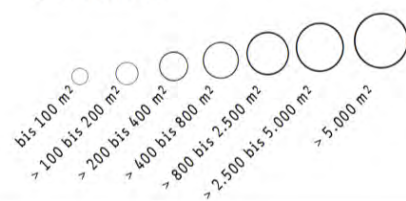
Standort

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



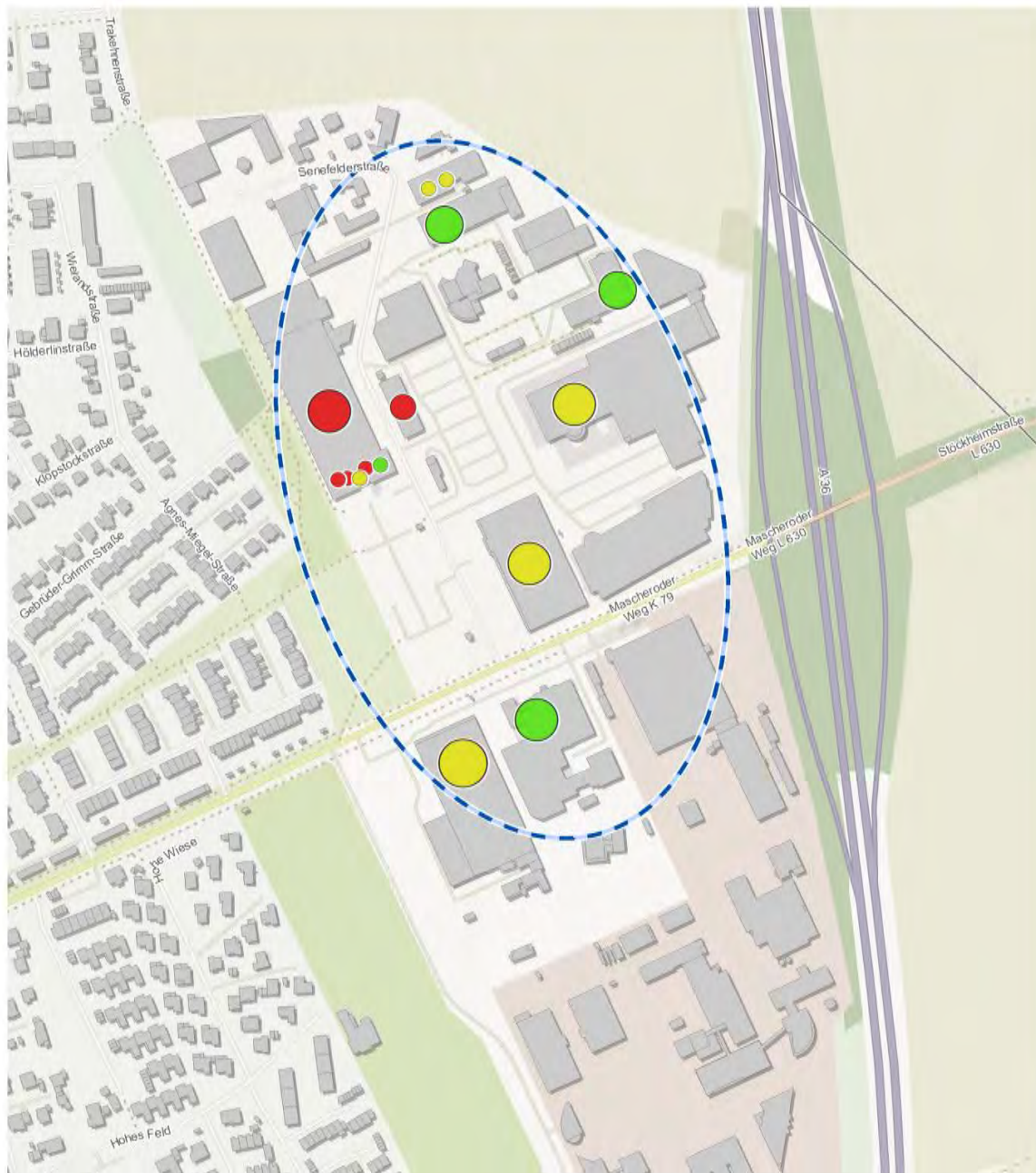
Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



#### 8.5.1.5 Entwicklungsschwerpunkt Stöckheim (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel)

|                    |  |
|--------------------|--|
| Stadtbezirk        | Süd  |
| Anzahl Betriebe    | 15   |
| Magnetbetriebe     | Großer Supermarkt, Baumarkt, Möbel-/ Küchenfachmarkt, Bekleidungsfachmarkt   |
| Sortimentsstruktur | <p>Gesamtverkaufsfläche: 28.775 m<sup>2</sup></p> <p> <input type="checkbox"/> nahversorgungsrelevant<br/> <input type="checkbox"/> zentrenrelevant<br/> <input type="checkbox"/> nicht zentrenrelevant         </p> |
| ÖPNV-Anbindung     | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |
| Erreichbarkeit MIV | Anschlussstelle Stöckheim (A 36)   |



**Karte 43: Entwicklungsschwerpunkt Stöckheim**


Abgrenzungen (schematisch)

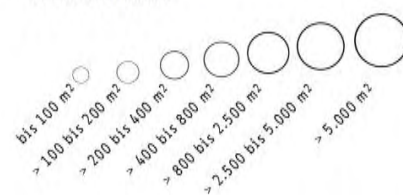
Entwicklungsschwerpunkt

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter  
Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



## 8.5.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.5.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Heidberg-Melverode

Der Stadtbezirk Heidberg-Melverode befindet sich im Süden des Braunschweiger Stadtgebietes und grenzt im Norden an den Bezirk Stöckheim-Leiferde an. Zu dem Bezirk gehören die statistischen Bezirke Heidberg und Molverode.

**Tab. 20: Kennzahlen Heidberg-Melverode**

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 11.320               |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 5                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 2.600 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 59%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 82%                  |

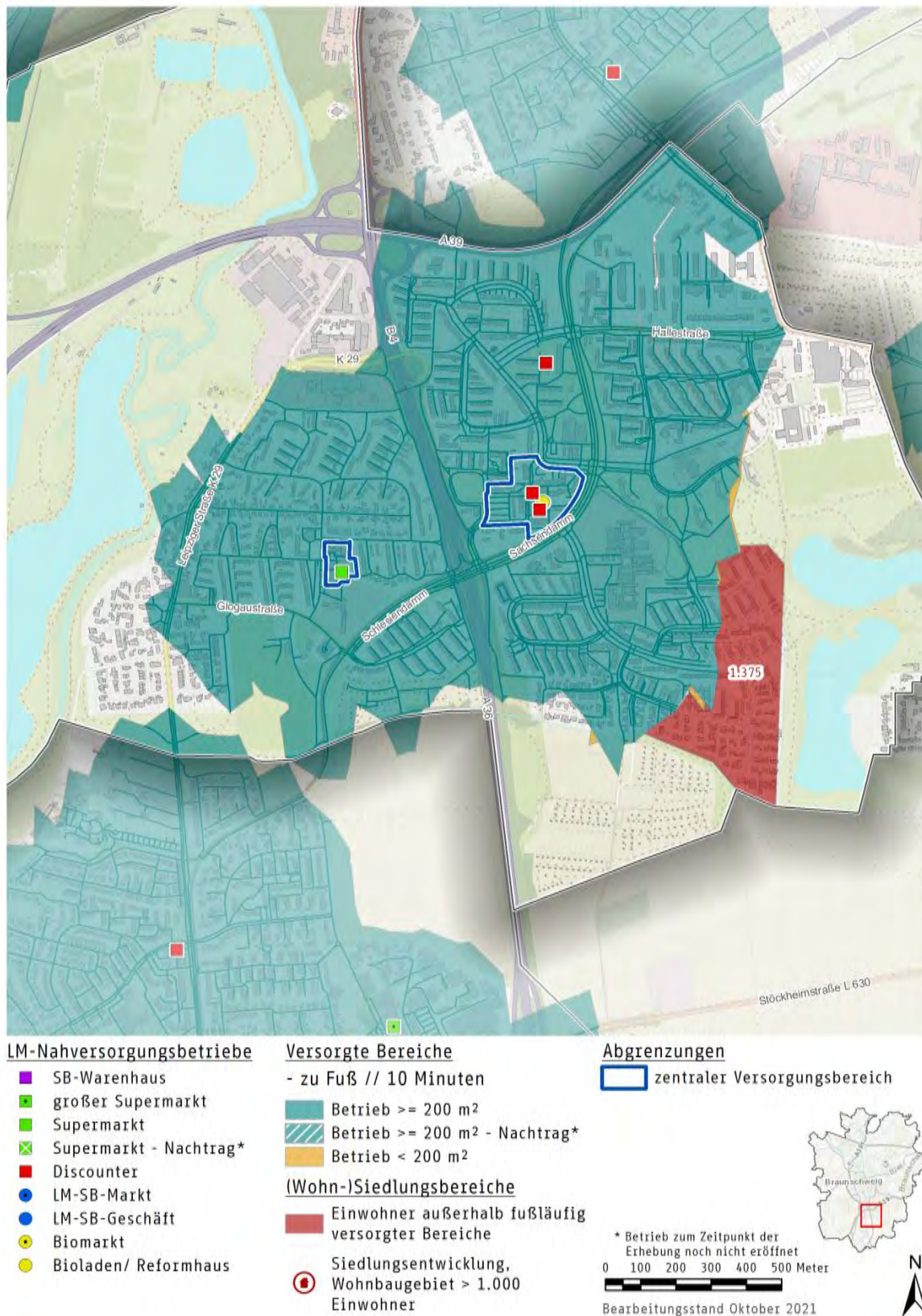
<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei einer geringen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 59% sind per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.
- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um einen Supermarkt, drei Lebensmitteldiscounter und ein Reformhaus.
- Mit Ausnahme eines Lebensmitteldiscounters an einem sonstigen integrierten Standort befinden sich alle Betriebe im Stadtteilzentrum Heidberg/ Erfurtplatz beziehungsweise der oben genannte Supermarkt im Nahversorgungszentrum Melverode/ Görlitzstraße.
- Die Verkaufsflächen dieser Betriebe sind vor dem Hintergrund der Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber filialisierter Lebensmittelbetriebe tendenziell gering; ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche deutlich oberhalb der Schwelle der Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> ist nicht vorhanden.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk ist mit rd. 82% vergleichsweise hoch - für einen Großteil der Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 44). Die Siedlungsbereiche Heidberg und Molverode liegen nahezu vollständig innerhalb der fußläufig versorgten Bereiche. Lediglich am westlichen Rand von Molverode sowie auch am östlichen Siedlungsrand von Heidberg ist ein Teil der Einwohner nicht fußläufig nahversorgt.



Karte 44: Nahversorgungssituation im Bezirk Heidberg-Melverode



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Ein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation auf Grund nicht fußläufig nahversorgter Einwohner wird nicht gesehen, da die Anzahl der nicht versorgten Einwohner für einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb entsprechend den Anforderungen der Betreiber filialisierter Lebensmittelbetriebe jeweils zu gering ist.
- Die bestehenden Betriebe gilt es zu erhalten; Verkaufsflächenerweiterungen zur Bestandssicherung erscheinen auf Grund der hohen Einwohnerzahlen in den 10-Minuten-Isochronen der Betriebe grundsätzlich möglich, sind jedoch im Detail zu prüfen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; Die Nahversorgungsfunktion sollte insbesondere durch die Erhaltung des Stadtteil- und des Nahversorgungszentrums sichergestellt werden.

#### 8.5.2.2 Bisheriger Stadtbezirk Stöckheim-Leiferde

Der Stadtbezirk Stöckheim-Leiferde befindet sich im Süden des Braunschweiger Stadtgebietes.

**Tab. 21: Kennzahlen Stöckheim-Leiferde**

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 8.250                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 3                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 4.875 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 162%                 |
| Nahversorgungsanteil                      | 72%                  |

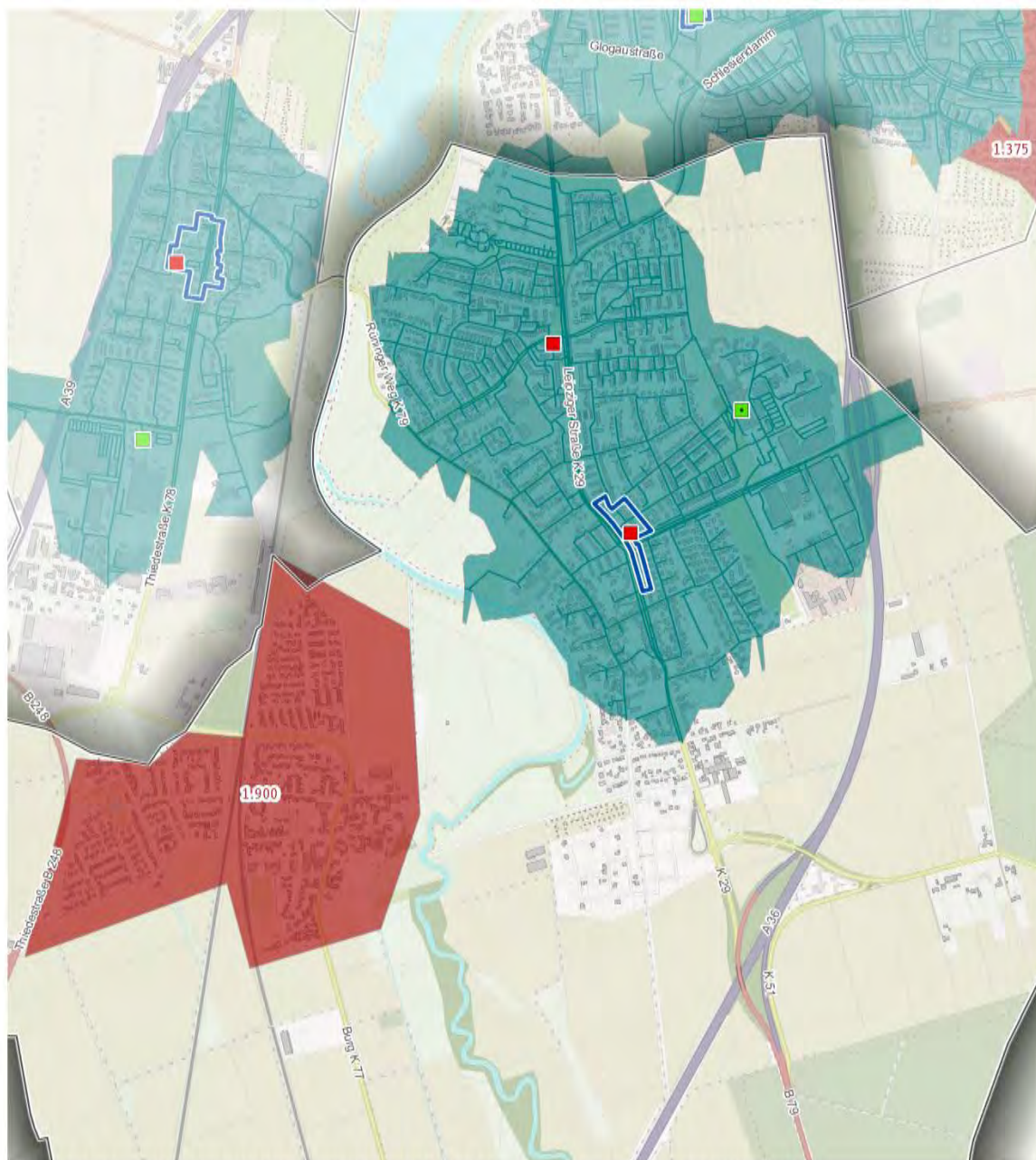
<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Auf Grund der hohen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, die unter anderem auf das Angebot eines großen Supermarktes am Entwicklungsschwerpunkt Stöckheim zurückzuführen ist, sind per Saldo erhebliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.
- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um den oben genannten großen Supermarkt sowie um zwei Lebensmitteldiscounter.



Karte 45: Nahversorgungssituation im Bezirk Stöckheim-Leiferde



#### LM-Nahversorgungsbetriebe

- SB-Warenhaus
- großer Supermarkt
- Supermarkt
- Supermarkt - Nachtrag\*
- Discounter
- LM-SB-Markt
- LM-SB-Geschäft
- Biomarkt
- Bioladen/ Reformhaus

#### Versorgte Bereiche

- zu Fuß // 10 Minuten

- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$
- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$  - Nachtrag\*
- Betrieb  $< 200 \text{ m}^2$

#### (Wohn-)Siedlungsbereiche

- Einwohner außerhalb fußläufig versorgter Bereiche
- Siedlungsentwicklung, Wohnbaugelände  $> 1.000$  Einwohner

#### Abgrenzungen

- zentraler Versorgungsbereich

\* Betrieb zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht eröffnet

0 250 500 750 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

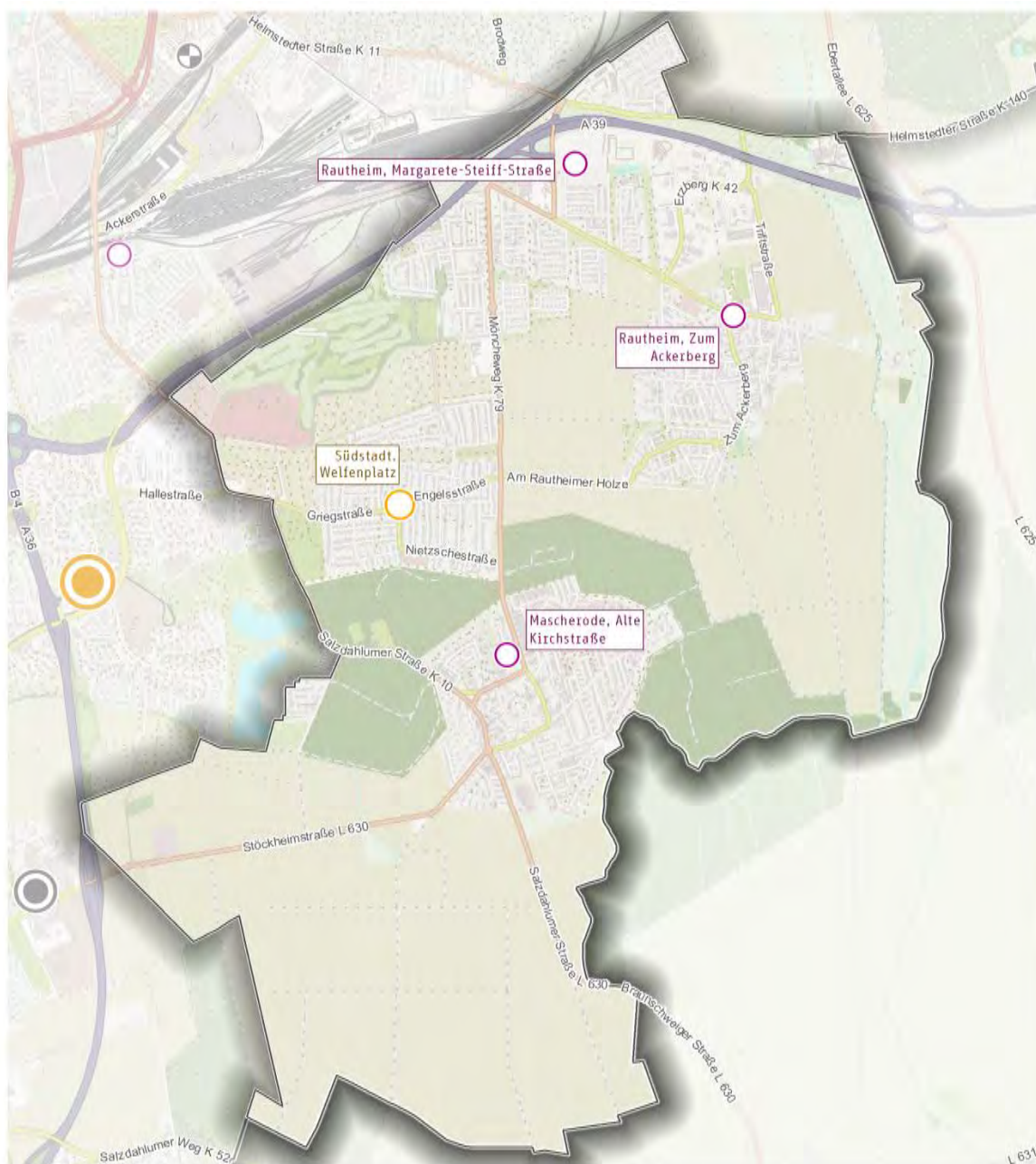




- Ein Lebensmitteldiscounter liegt im Nahversorgungszentrum Leipziger Straße/ Stöckheimer Markt, ein weiterer am Nahversorgungsstützpunkt Stöckheim/ Siekgraben in sonstig integrierte Lage. Der große Supermarkt liegt am Entwicklungsschwerpunkt Stöckheim in nicht integrierter Lage.
- Die Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscounters am Nahversorgungsstützpunkt Stöckheim, Siekgraben liegt deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit; der erwähnte große Supermarkt liegt hingegen deutlich darüber.
- Gut ein Viertel der Einwohner sind nur unzureichend fußläufig nahversorgt (vgl. vorstehende Karte 45). Während der Siedlungsbereich Stöckheim nahezu vollständig innerhalb der fußläufig versorgten Bereiche liegt, besteht in Leiferde kein Nahversorgungsangebot.
- Im Siedlungsbereich Leiferde besteht die Möglichkeit zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation. Mit rd. 1.900 fußläufig nicht versorgten Einwohnern und perspektivisch weiteren, im Zuge einer Wohngebietsentwicklung gemäß dem ISEK am geplanten neuen Bahnhofsteppunkt, besteht ein ausreichendes Potenzial für einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb.
- Die bestehenden Betriebe gilt es zu erhalten, insbesondere ist die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums und des Nahversorgungsstützpunktes sicherzustellen.
- ❖ Zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation sollte die Ansiedlung eines neuen Lebensmittelbetriebes in Leiferde geprüft werden. Wichtig ist dabei die Wahl des Standortes möglichst zentral innerhalb des Siedlungsbereiches, um einer möglichst großen Zahl an Einwohnern eine fußläufige Versorgung zu ermöglichen.

## 8.6 STADTBEZIRK SÜDSTADT-RAUTHEIM-MASCHERODE

Im Stadtbezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode befinden sich neben dem Nahversorgungszentrum Südstadt/ Welfenplatz die Nahversorgungstützpunkte Mascherode/ Alte Kirchstraße, Rautheim/ Margarete-Steiff-Straße und Rautheim/ Zum Ackerberg (vgl. Karte 46). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 37 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.225 m<sup>2</sup> festgestellt.

**Karte 46: Stadtbezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode**

**Zentren- und Standortsystem**

- |  |   |  |                          |
|--|---|--|--------------------------|
|  | City-Hauptgeschäftsbereich                |  | Nahversorgungsstützpunkt |
|  | Stadtteilzentrum                          |  | Entwicklungsschwerpunkt  |
|  | Nahversorgungszentrum                     |  | Sonderstandort BraWoPark |
|  | Nahversorgungszentrum -<br>perspektivisch |  |                          |



0 500 1.000 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



In Tab. 22 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmitteln und damit im kurzfristigen Bedarfsbereich. Mit Ausnahme von Apotheken sind in allen Sortimenten per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

**Tab. 22: Einzelhandelsangebot im Bezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 3.200                               | 16,1                | 28,9                   | 56%           |
| Lebensmittelhandwerk                            | 150                                 | 2,4                 | 3,9                    | 60%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 225                                 | 0,7                 | 3,4                    | 20%           |
| Apotheke  | 100                                 | 10,7                | 9,2                    | 116%          |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 50                                  | 0,3                 | 0,7                    | 36%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 125                                 | 0,4                 | 1,3                    | 29%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>3.875</b>                        | <b>30,5</b>         | <b>47,5</b>            | <b>64%</b>    |
| Bekleidung und Zubehör                          | 175                                 | 0,5                 | 4,1                    | 11%           |
| Schuhe/ Lederwaren                              | -                                   | 0,0                 | 1,2                    | 0%            |
| Sport/ Freizeit                                 | 25                                  | 0,0                 | 1,7                    | 0%            |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 25                                  | 0,0                 | 1,0                    | 4%            |
| Bücher  | -                                   | 0,0                 | 0,9                    | 0%            |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | -                                   | 0,0                 | 0,8                    | 0%            |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 25                                  | 0,0                 | 0,7                    | 7%            |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>250</b>                          | <b>0,6</b>          | <b>10,4</b>            | <b>6%</b>     |
| Uhren/ Schmuck                                  | -                                   | 0,0                 | 0,8                    | 0%            |
| Foto/ Optik                                     | 50                                  | 0,3                 | 0,9                    | 37%           |
| Medien  | 25                                  | 0,3                 | 2,7                    | 10%           |
| Elektro/ Leuchten                               | -                                   | 0,0                 | 1,5                    | 3%            |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 25                                  | 0,1                 | 0,4                    | 12%           |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 475                                 | 0,7                 | 7,6                    | 10%           |
| Möbel   | 350                                 | 0,5                 | 4,5                    | 11%           |
| Sonstiges                                       | 150                                 | 0,9                 | 5,5                    | 16%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>1.100</b>                        | <b>2,8</b>          | <b>24,0</b>            | <b>12%</b>    |
| <b>Summe</b>                                    | <b>5.225</b>                        | <b>33,9</b>         | <b>81,8</b>            | <b>41%</b>    |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



## 8.6.1 Zentren- und Standortstruktur

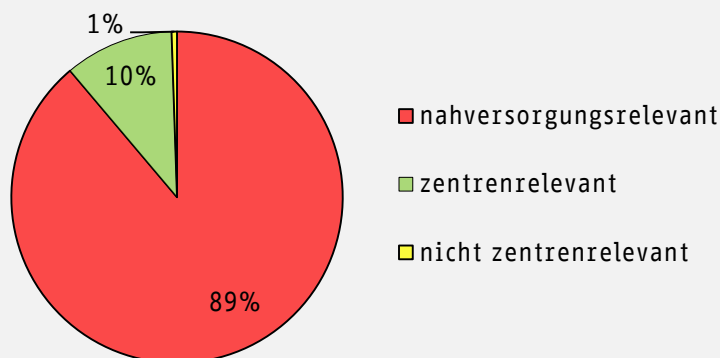
### 8.6.1.1 Nahversorgungszentrum Südstadt, Welfenplatz

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Südstadt-Rautheim-Mascherode  |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | Das Nahversorgungszentrum Südstadt/ Welfenplatz wird durch einen großzügig angelegten Platzbereich mit umgebenden Nutzungen geprägt. Als Magnetbetrieb fungiert ein Supermarkt, der Angebotschwerpunkt liegt entsprechend im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt kleinteilig strukturiert. |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |

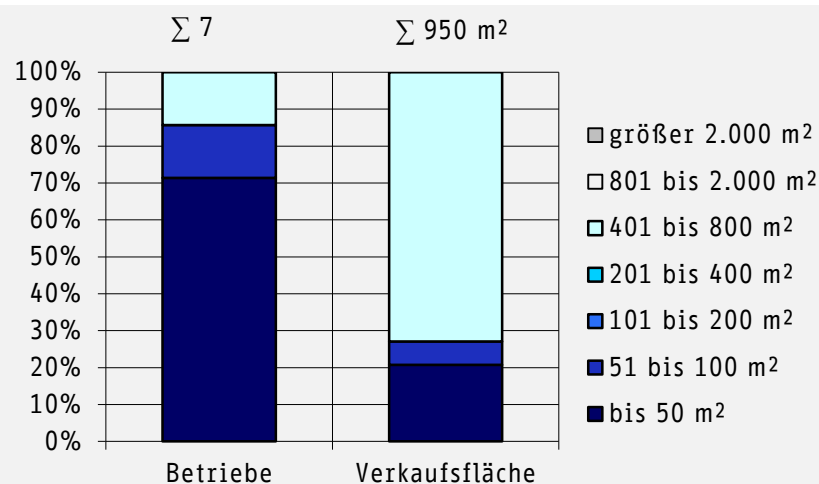
## Einzelhandelsstruktur

### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 950 m<sup>2</sup>



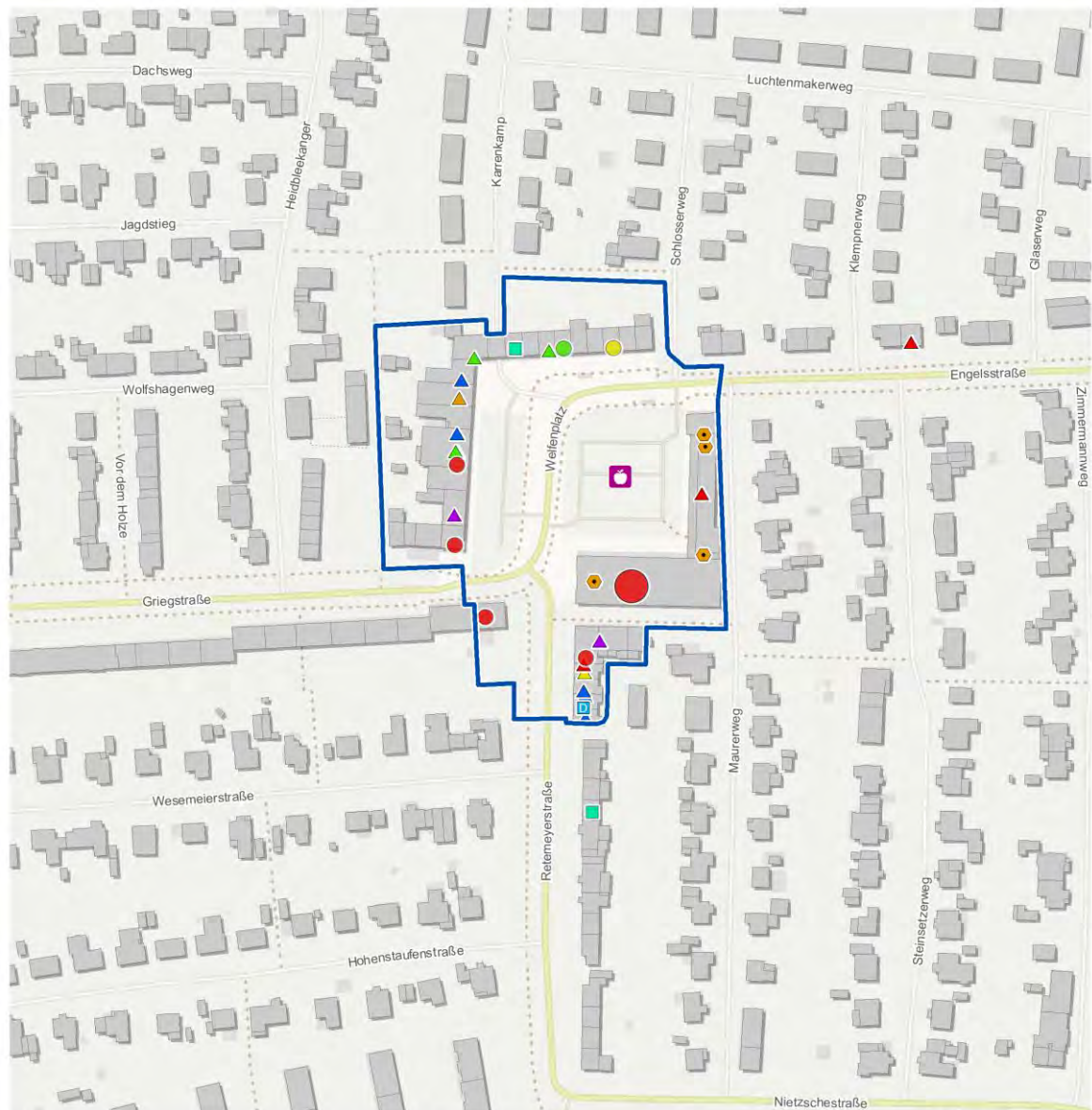
### Anzahl Betriebe nach Größenklassen







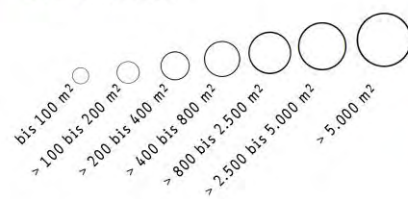
Karte 47: Nahversorgungszentrum Südstadt, Welfenplatz

**Abgrenzungen**

  zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

■ Leerstand

■ Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- ◆ neuer Einzelhandel
- Leerstand zu Einzelhandel
- Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Foto 21: Supermarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 22: historische Bebauung



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Nahversorgungsangebot mit unter anderem Supermarkt, Lebensmittelhandwerk
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- einzelne ergänzende Fachgeschäfte vorhanden (unter anderem Bekleidung, Unterhaltungselektronik)
- ergänzendes Dienstleistungsangebot und Gastronomie
- Supermarkt in historischem ehemaligen Gemeinschaftshaus
- gestalteter öffentlicher Raum mit Aufenthaltsqualität
- historischer Welfenplatz mit Randbebauung

### Schwächen

- insgesamt geringfügiges Einzelhandelsangebot hinsichtlich Anzahl Betriebe und Verkaufsfläche
- einzelne Leerstände vorhanden
- Modernisierungsbedarf im öffentlichen Raum erkennbar (zum Beispiel Schaukästen)
- überdimensionierte Stellplatzanlage Welfenplatz
- mangelnde Platzgestaltung, fehlende Gliederung des Platzes

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen

## Handlungsempfehlungen

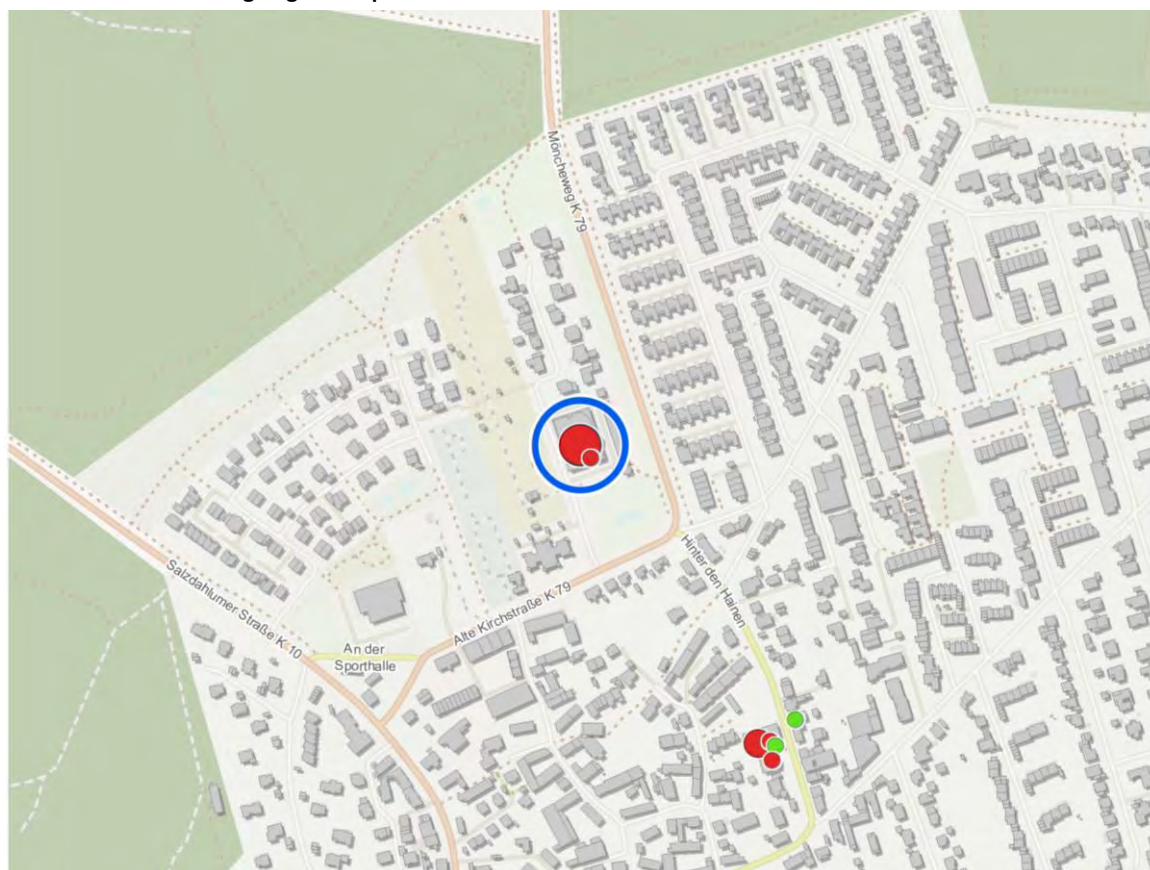
- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion (jedoch eingeschränkte Entwicklungsmöglichkeiten)
- gegebenenfalls weiterer Frequenzbringer ansiedeln
- Gastronomie mit attraktiven Außenbereichen ermöglichen
- Modernisierung des öffentlichen Raumes
- Aufwertung des Platzbereiches mit gestalteten Aufenthaltsbereichen und Begrünung
- gegebenenfalls Reduzierung oder Neuordnung der Stellplätze für Neugliederung des Platzes



### 8.6.1.2 Nahversorgungsstützpunkt Mascherode, Alte Kirchstraße

|  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Südstadt-Rautheim-Mascherode      |
| Betriebstyp(en)                            | Supermarkt                        |
| Verkaufsfläche                             | rd. 1.000 m <sup>2</sup>          |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 2.495/ 11.620 Einwohner           |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 1,3 km, NVZ Südstadt, Welfenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                               |

Karte 48: Nahversorgungsstützpunkt Mascherode, Alte Kirchstraße



#### Nahversorgungsstützpunkt

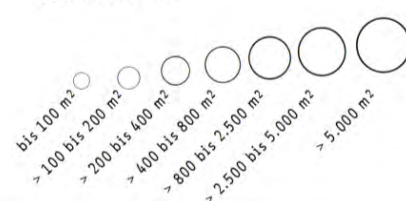
Standort

#### Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



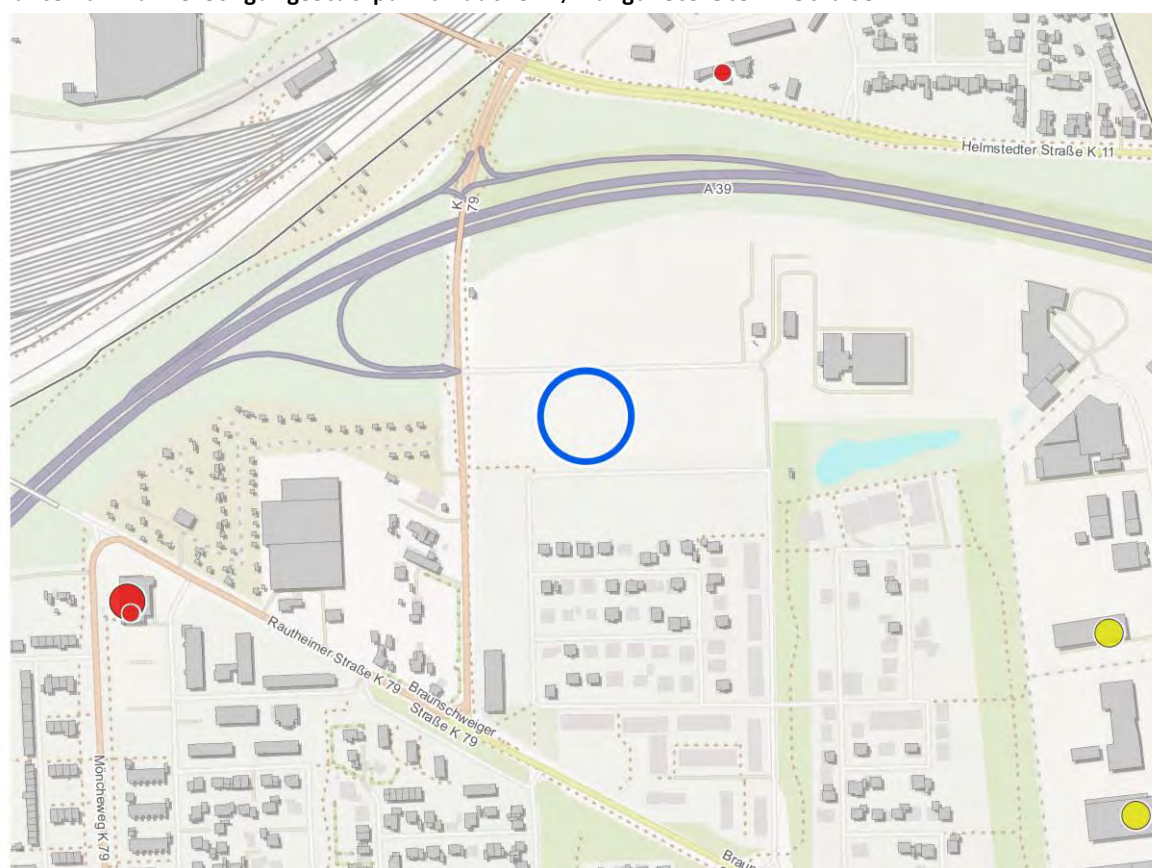
Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



### 8.6.1.3 Nahversorgungsstützpunkt Rautheim, Margarete-Steiff-Straße

|  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Südstadt-Rautheim-Mascherode      |
| Betriebstyp(en)                            | Supermarkt                        |
| Verkaufsfläche                             | zum Zeitpunkt der Erhebung im Bau |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 1.130/ 8.820 Einwohner            |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 2,6 km, NVZ Südstadt, Welfenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                               |

Karte 49: Nahversorgungsstützpunkt Rautheim, Margarete-Steiff-Straße



Nahversorgungsstützpunkt

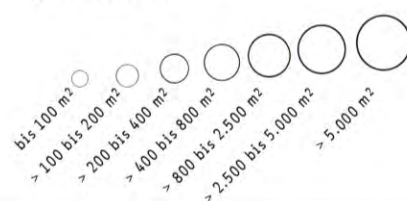
○ Standort

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



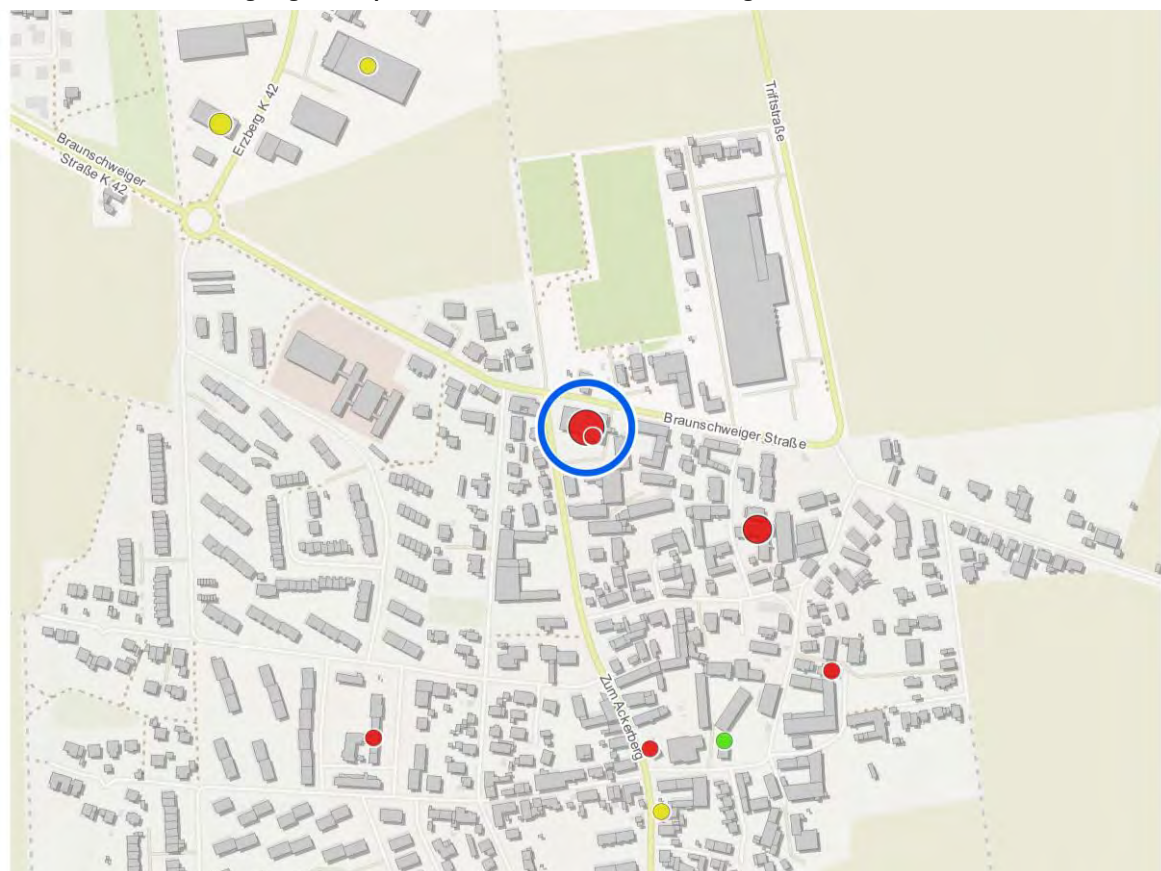
Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



#### 8.6.1.4 Nahversorgungsstützpunkt Rautheim, Zum Ackerberg

|  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Südstadt-Rautheim-Mascherode      |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter            |
| Verkaufsfläche                             | rd. 500 m <sup>2</sup>            |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 1.925/ 7.440 Einwohner            |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 2,6 km, NVZ Südstadt, Welfenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                               |

Karte 50: Nahversorgungsstützpunkt Rautheim, Zum Ackerberg



#### Nahversorgungsstützpunkt

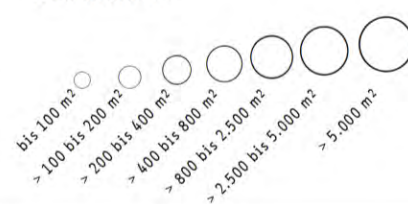
○ Standort

#### Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



## 8.6.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.6.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode

Der Stadtbezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode befindet sich im Südwesten des Braunschweiger Stadtgebietes und umfasst die statistischen Bezirke Lindenberg-siedlung, Mascherode, Rautheim und Südstadt.

**Tab. 23: Kennzahlen Südstadt-Rautheim-Mascherode**

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 13.125               |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 5                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 3.200 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 56%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 70%                  |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

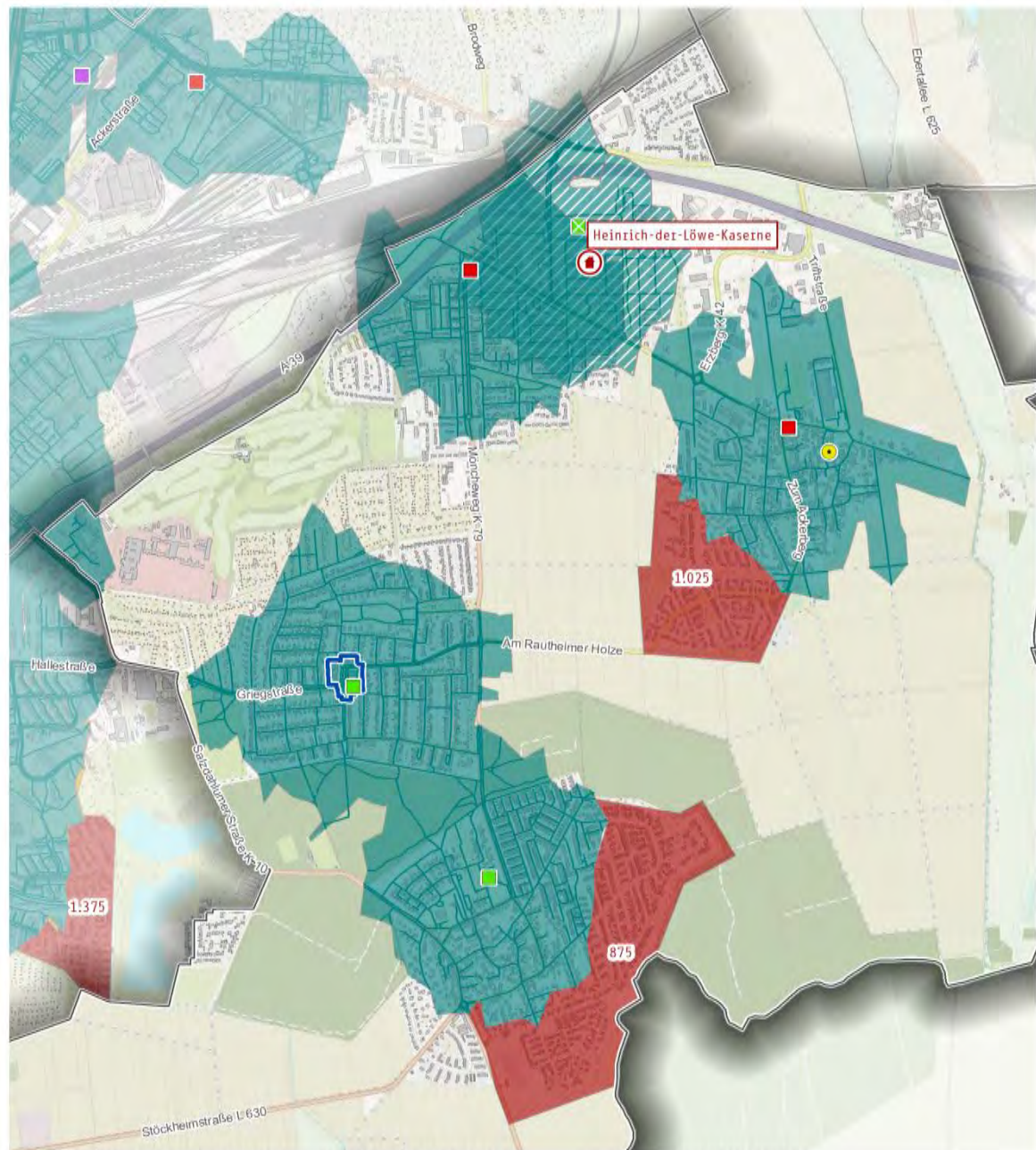
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei einer geringen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 56% sind per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Durch die zwischenzeitliche Eröffnung eines Supermarkts an der Margarethe-Steiff-Straße verringert sich der Kaufkraftabfluss deutlich; die Bindungsquote erhöht sich auf rd. 80 bis 85%.
- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um zwei Supermärkte, zwei Lebensmitteldiscounter und einen Biomarkt.
- Ein Supermarkt befindet sich im Nahversorgungszentrum Welfenplatz, der Biomarkt an einem sonstigen integrierten Standort. Die übrigen Betriebe an den Nahversorgungsstützpunkten Mascherode/ Alte Kirchstraße, Rautheim/ Margarethe-Steiff-Straße und Rautheim/ Zum Ackerberg.
- Insbesondere die Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscounters am Nahversorgungsstützpunkt Rautheim, Zum Ackerberg liegt deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk ist mit rd. 70% unterdurchschnittlich - für annähernd ein Drittel der Einwohner besteht keine Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 51). Die Siedlungsbereiche Lindenberg und Rautheim liegen jedoch nahezu vollständig innerhalb der fußläufig versorgten Bereiche. Lediglich der nördliche Rand der Südstadt sowie der südwestliche Teil des Siedlungsbereiches Mascherode sind nicht fußläufig nahversorgt.





Karte 51: Nahversorgungssituation im Bezirk Südstadt-Rautheim-Mascherode

**LM-Nahversorgungsbetriebe**

- SB-Warenhaus
- großer Supermarkt
- Supermarkt
- Supermarkt - Nachtrag\*
- Discounter
- LM-SB-Markt
- LM-SB-Geschäft
- Biomarkt
- Bioladen/ Reformhaus

**Versorgte Bereiche**

- zu Fuß // 10 Minuten

- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$
- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$  - Nachtrag\*
- Betrieb  $< 200 \text{ m}^2$

**(Wohn-)Siedlungsbereiche**

- Einwohner außerhalb fußläufig versorgter Bereiche
- Siedlungsentwicklung, Wohnbaugelände  $> 1.000$  Einwohner

**Abgrenzungen**

- zentraler Versorgungsbereich

\* Betrieb zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht eröffnet

0 500 1.000 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Für eine Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation durch einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb ist die Zahl fußläufig nicht nahversorgter Einwohner zu gering.
- Die bestehenden Betriebe gilt es zu erhalten; eine Verkaufsflächenerweiterung zur Bestandssicherung des vergleichsweise kleinen Lebensmitteldiscounters ist auf Grund der geringen Einwohnerzahlen in der 10-Minuten-Isochrone des Betriebes gegebenenfalls im Detail zu prüfen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums und der Nahversorgungspunkte ist zu erhalten.

## 8.7 STADTBEZIRK WESTSTADT

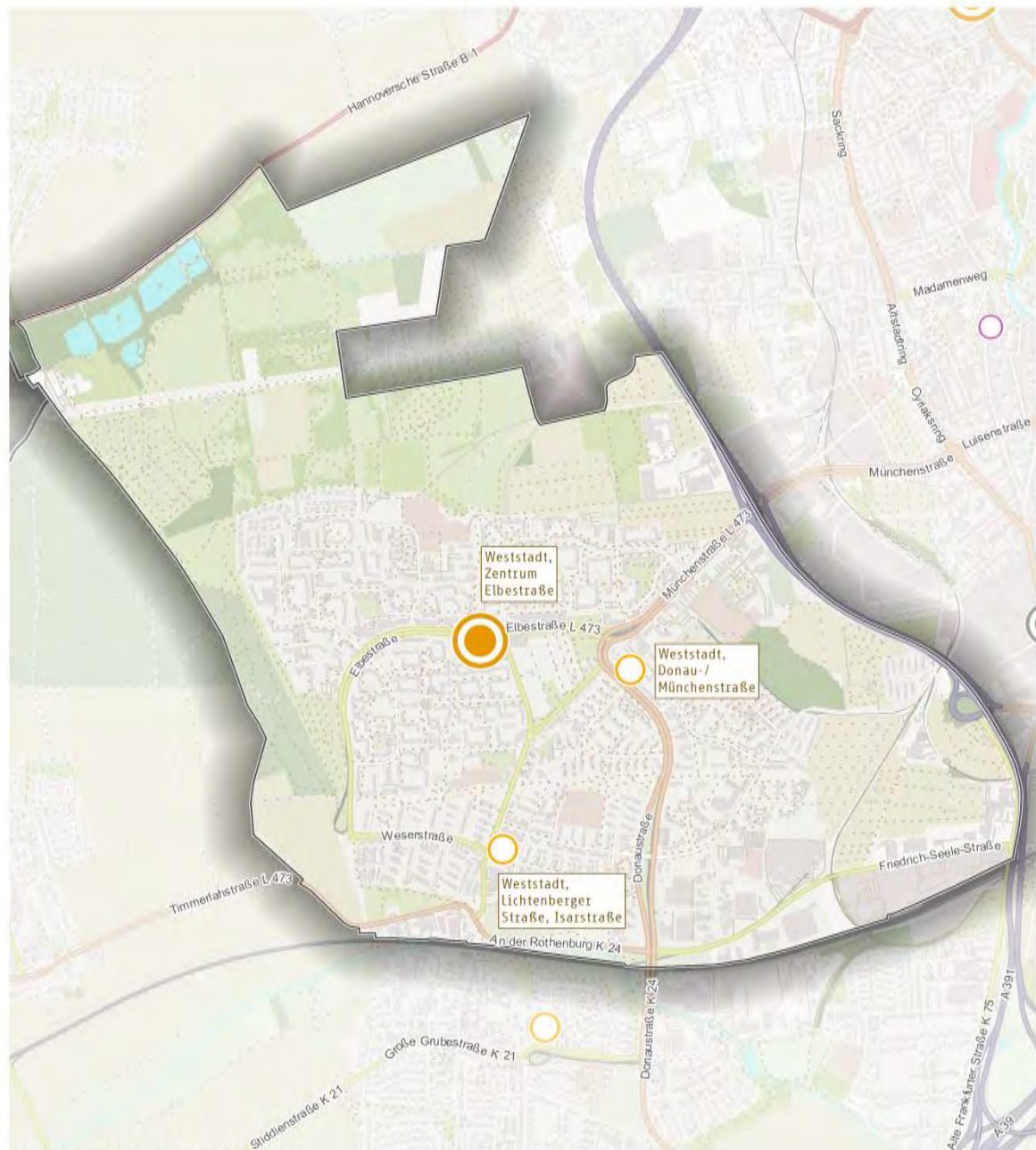
Im Stadtbezirk befinden sich neben dem Stadtteilzentrum Weststadt/ Zentrum Elbestraße das Nahversorgungszentrum Lichtenberger Straße/ Isarstraße und das perspektivische Nahversorgungszentrum Donaustraße/ Münchenstraße (vgl. Karte 52). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 52 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 15.675 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 24 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Weststadt bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel und damit im kurzfristigen Bedarfsbereich. Auf Grund eines entsprechenden Angebotes vor allem im Stadtteilzentrum Elbestraße und dem perspektivischen Nahversorgungszentrum Donaustraße/ Münchenstraße sind im Sortiment Drogerie und Parfümerie per Saldo Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen; im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel besteht eine rechnerische Vollversorgung.





Karte 52: Stadtbezirk Weststadt



### Zentren- und Standortsystem

- |   |   |   |                          |
|---|---|---|--------------------------|
|  | City-Hauptgeschäftsbereich                |  | Nahversorgungsstützpunkt |
|  | Stadtteilzentrum                          |  | Entwicklungsschwerpunkt  |
|  | Nahversorgungszentrum                     |  | Sonderstandort BraWoPark |
|  | Nahversorgungszentrum -<br>perspektivisch |   |                          |



0 500 1.000 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Tab. 24: Einzelhandelsangebot im Bezirk Weststadt, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 9.025                               | 50,5                | 51,2                   | 99%           |
| Lebensmittelhandwerk                            | 275                                 | 4,7                 | 7,0                    | 68%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 1.600                               | 7,8                 | 6,0                    | 131%          |
| Apotheke  | 275                                 | 14,2                | 16,2                   | 88%           |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 225                                 | 0,9                 | 1,3                    | 73%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 350                                 | 0,8                 | 2,4                    | 34%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>11.725</b>                       | <b>78,9</b>         | <b>84,0</b>            | <b>94%</b>    |
| Bekleidung und Zubehör                          | 750                                 | 2,3                 | 7,3                    | 32%           |
| Schuhe/ Lederwaren                              | 25                                  | 0,1                 | 2,1                    | 3%            |
| Sport/ Freizeit                                 | 25                                  | 0,1                 | 2,9                    | 2%            |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 625                                 | 1,2                 | 1,8                    | 62%           |
| Bücher  | -                                   | 0,0                 | 1,5                    | 3%            |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 350                                 | 0,4                 | 1,4                    | 29%           |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 125                                 | 0,2                 | 1,3                    | 13%           |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>1.925</b>                        | <b>4,2</b>          | <b>18,3</b>            | <b>23%</b>    |
| Uhren/ Schmuck                                  | -                                   | 0,0                 | 1,4                    | 0%            |
| Foto/ Optik                                     | 25                                  | 0,2                 | 1,6                    | 13%           |
| Medien  | 50                                  | 0,5                 | 4,9                    | 11%           |
| Elektro/ Leuchten                               | 375                                 | 1,3                 | 2,7                    | 48%           |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 25                                  | 0,0                 | 0,7                    | 4%            |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 1.000                               | 1,4                 | 13,5                   | 11%           |
| Möbel   | 25                                  | 0,0                 | 8,0                    | 0%            |
| Sonstiges                                       | 525                                 | 5,3                 | 9,7                    | 55%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>2.025</b>                        | <b>8,8</b>          | <b>42,4</b>            | <b>21%</b>    |
| <b>Summe</b>                                    | <b>15.675</b>                       | <b>92,0</b>         | <b>144,8</b>           | <b>64%</b>    |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



## 8.7.1 Zentren- und Standortstruktur

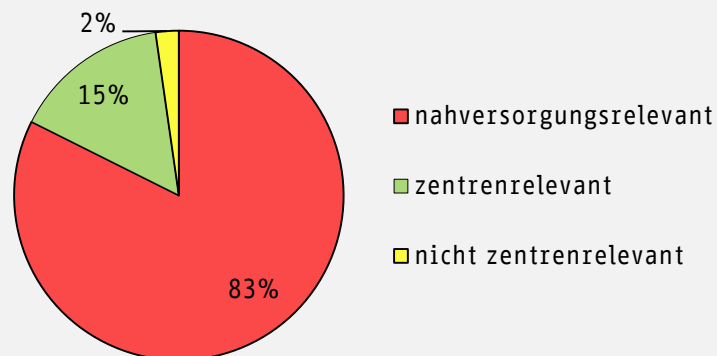
### 8.7.1.1 Stadtteilzentrum Weststadt, Zentrum Elbestraße

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Weststadt   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | Das Stadtteilzentrum weist eine kompakte Struktur auf und erstreckt sich auf den Bereich eines zum Teil überdachten Einkaufszentrums mit einem zusätzlichen Teilbereich nördlich der Elbestraße. Wichtige Magnetbetriebe sind ein Supermarkt, zwei Lebensmitteldiscounter und ein Drogeriemarkt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input checked="" type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

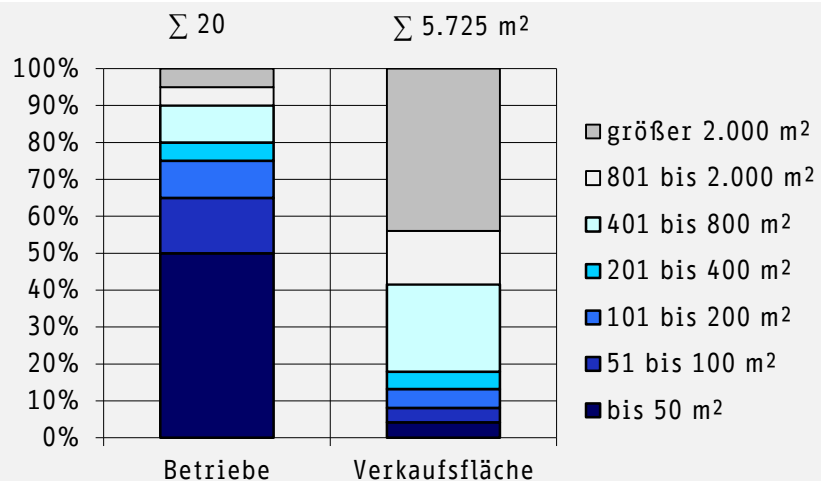
## Einzelhandelsstruktur

### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 5.725 m<sup>2</sup>

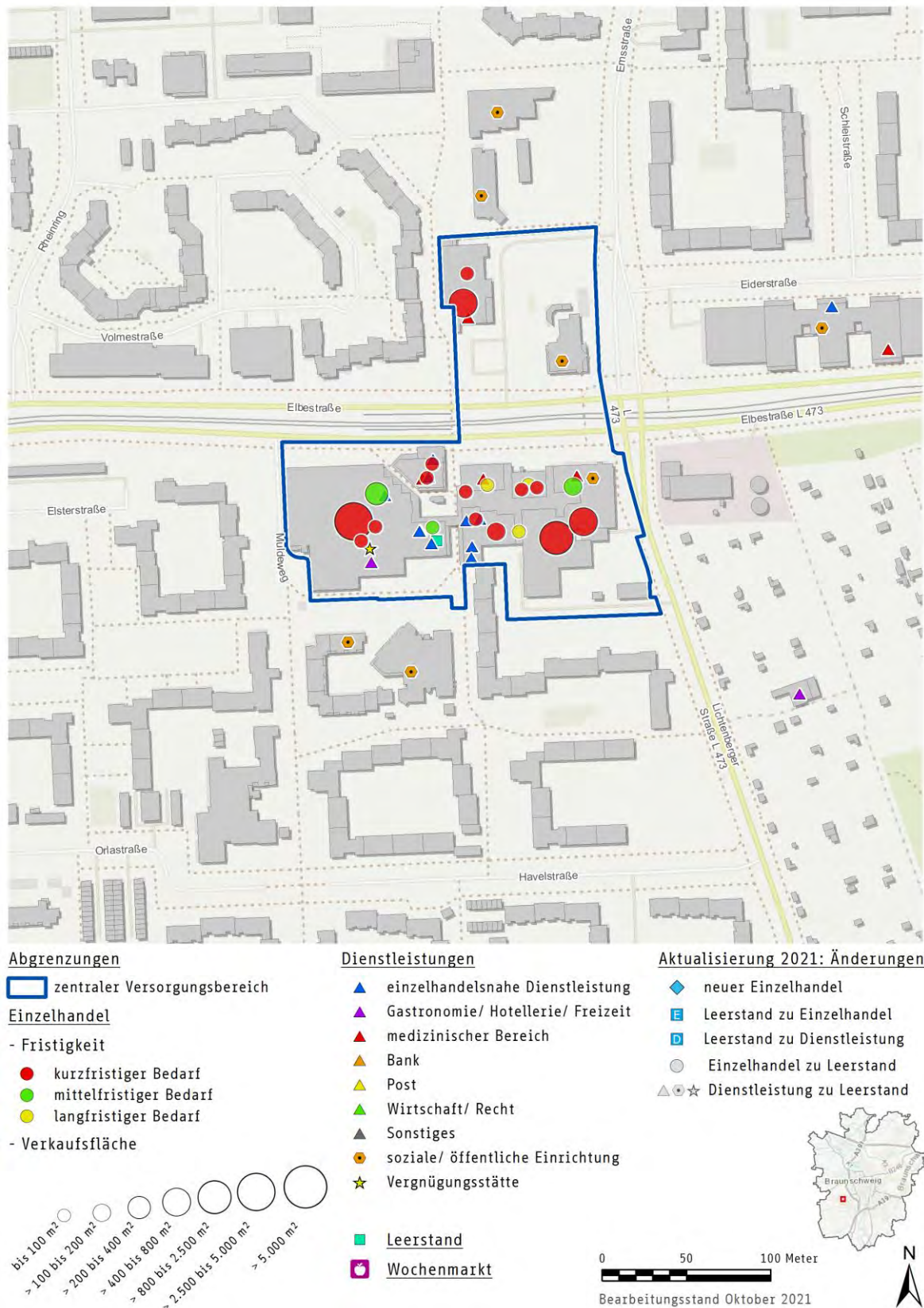


### Anzahl Betriebe nach Größenklassen





Karte 53: Stadtteilzentrum Weststadt, Zentrum Elbestraße



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Foto 23: Lebensmittelbetriebe



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 24: Einkaufszentrum Elbestraße



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen, Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- gutes Nahversorgungsangebot mit unter anderem Supermarkt, Lebensmitteldiscountern, Drogeriemarkt
- Wochenmarkt
- weitere Fachgeschäfte mit unter anderem Bekleidung vorhanden
- ergänzendes Dienstleistungsangebot
- Aufenthaltsqualität durch Fußgängerbereiche und gestalteten Platzbereich südlich des Zentrums

### Schwächen

- Modernisierungsbedarf an Gebäuden erkennbar
- gestalterische Mängel beziehungsweise Modernisierungsbedarf im öffentlichen Raum erkennbar
- Barrierewirkung Elbestraße zum nördlich gelegenen Lebensmitteldiscounter trotz Querungshilfe

### Flächenpotenziale

- keine Potenzialflächen erkennbar

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung der Einzelhandelsfunktion, gegebenenfalls Stärkung im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente
- Wochenmarkt erhalten und stärken
- Ausbau weiterer publikumswirksamer Zentrenfunktionen (zum Beispiel Dienstleistungen und Gastronomie)
- Modernisierung/ Aufwertung des Einkaufszentrums (Gebäude)
- Modernisierung öffentlicher Raum beziehungsweise Fußgängerbereiche als Aufenthaltsbereich/ Treffpunkt innerhalb des Einkaufszentrums und südlich davon
- Verbesserung Aufenthaltsqualität insgesamt



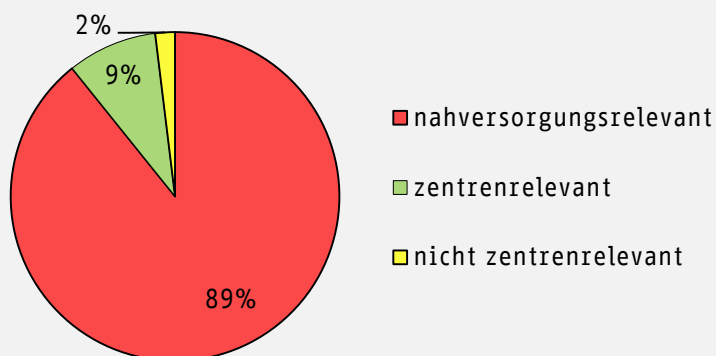
### 8.7.1.2 Nahversorgungszentrum Weststadt, Lichtenberger Straße, Isarstraße

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Weststadt   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | Das Nahversorgungszentrum Lichtenberger Straße/ Isarstraße gliedert sich in einen Bereich mit kleinteiligen Nutzungen an der Isarstraße und in einen südlich abgesetzten Supermarktstandort. Mit einem Supermarkt und Getränkemarkt als Magnetbetrieb liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist kleinteilig strukturiert. |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |

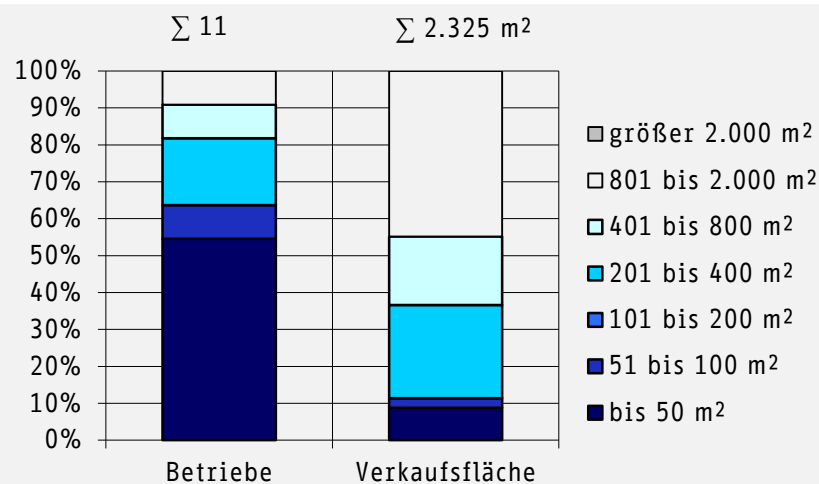
### Einzelhandelsstruktur

#### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 2.325 m<sup>2</sup>



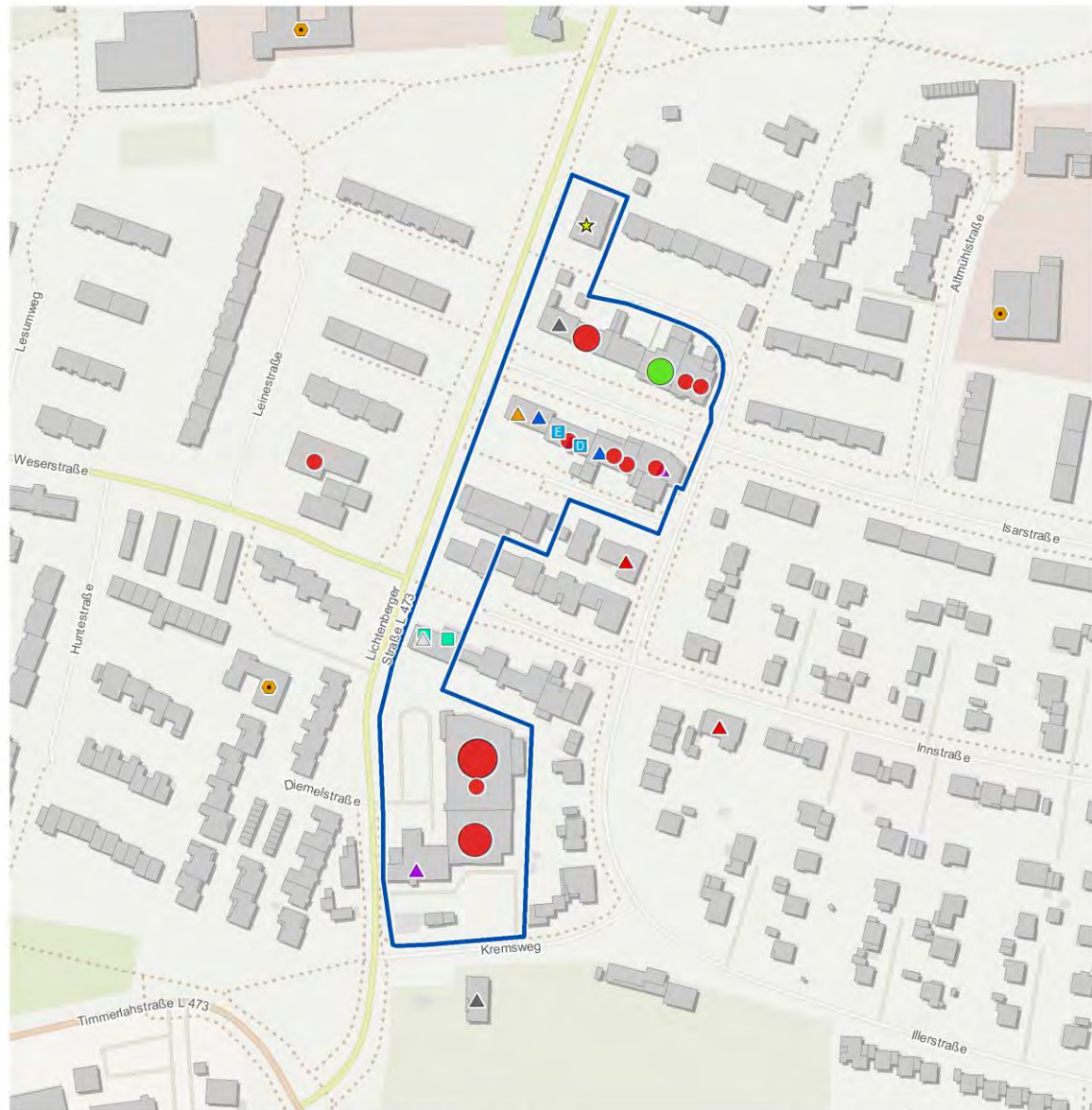
#### Anzahl Betriebe nach Größenklassen







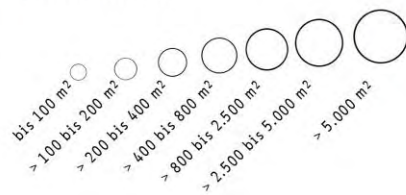
Karte 54: Nahversorgungszentrum Weststadt, Lichtenberger Straße, Isarstraße

**Abgrenzungen**

  zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

■ Leerstand

■ Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Foto 25: Supermarkt Lichtenberger Straße



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 26: kleinteilige Nutzungen Isarstraße



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- gutes Nahversorgungsangebot mit unter anderem Supermarkt, Getränkemarkt, Lebensmittel-SB-Markt, Lebensmittelhandwerk, Apotheke
- Supermarkt als Magnetbetrieb
- ergänzende Dienstleistungen

### Schwächen

- funktional zweigeteiltes Zentrum (Ladenzeilen Isarstraße und südlicher Supermarkt)
- mangelhafter städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zwischen Teilbereichen (unterbrochener Besatz)
- einzelne Leerstände
- gestalterische Mängel im öffentlichen Raum
- sanierungsbedürftige Gebäude

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung der Einzelhandelsfunktion
- Stärkung durch ergänzende publikumswirksame Nutzungen (zum Beispiel Dienstleistungen, Gastronomie)
- städtebaulich-funktionalen Zusammenhang zwischen Bereichen Isarstraße und Supermarkt verbessern
  - Lesbarkeit als Zentrum verbessern
  - Schließung Besatzlücken
  - breite Gehwege und Gestaltung des öffentlichen Raumes
- Gestaltung Umfeld Supermarkt
- Sanierung/ Modernisierung öffentlicher Raum Bereich Isarstraße





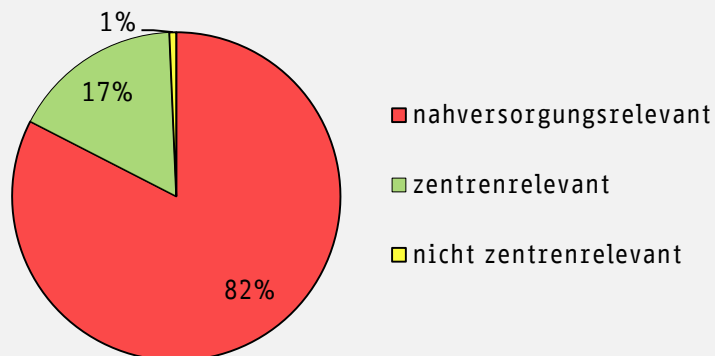
### 8.7.1.3 Nahversorgungszentrum Weststadt, Donaustraße/ Münchenstraße (perspektivisch)

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Weststadt   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | Das perspektivische Nahversorgungszentrum befindet sich im Kreuzungsbereich Donaustraße/ Münchenstraße und umfasst einen nach Norden orientierten Bereich sowie eine südlich abgesetzte Ladenzeile. Mit einem Lebensmitteldiscounter und einem Drogeriemarkt als Magnetbetriebe liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Neben kleinteiligen Angeboten sind auch größere Betriebe vorhanden. Auf Grund der städtebaulichen Situation als Pkw-orientierter, nicht ins Wohnumfeld integrierter Standort sind die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich aktuell nicht erfüllt. Entsprechend dem Rahmenplan Donauviertel soll durch eine Verringerung des Straßenquerschnitts und arrondierende Bebauung eine städtebauliche Aufwertung erfolgen. |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input checked="" type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

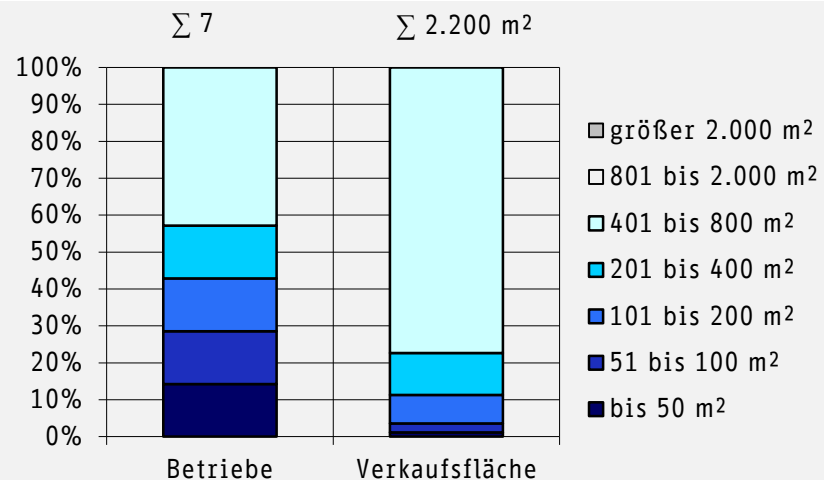
#### Einzelhandelsstruktur

##### Sortimentsstruktur

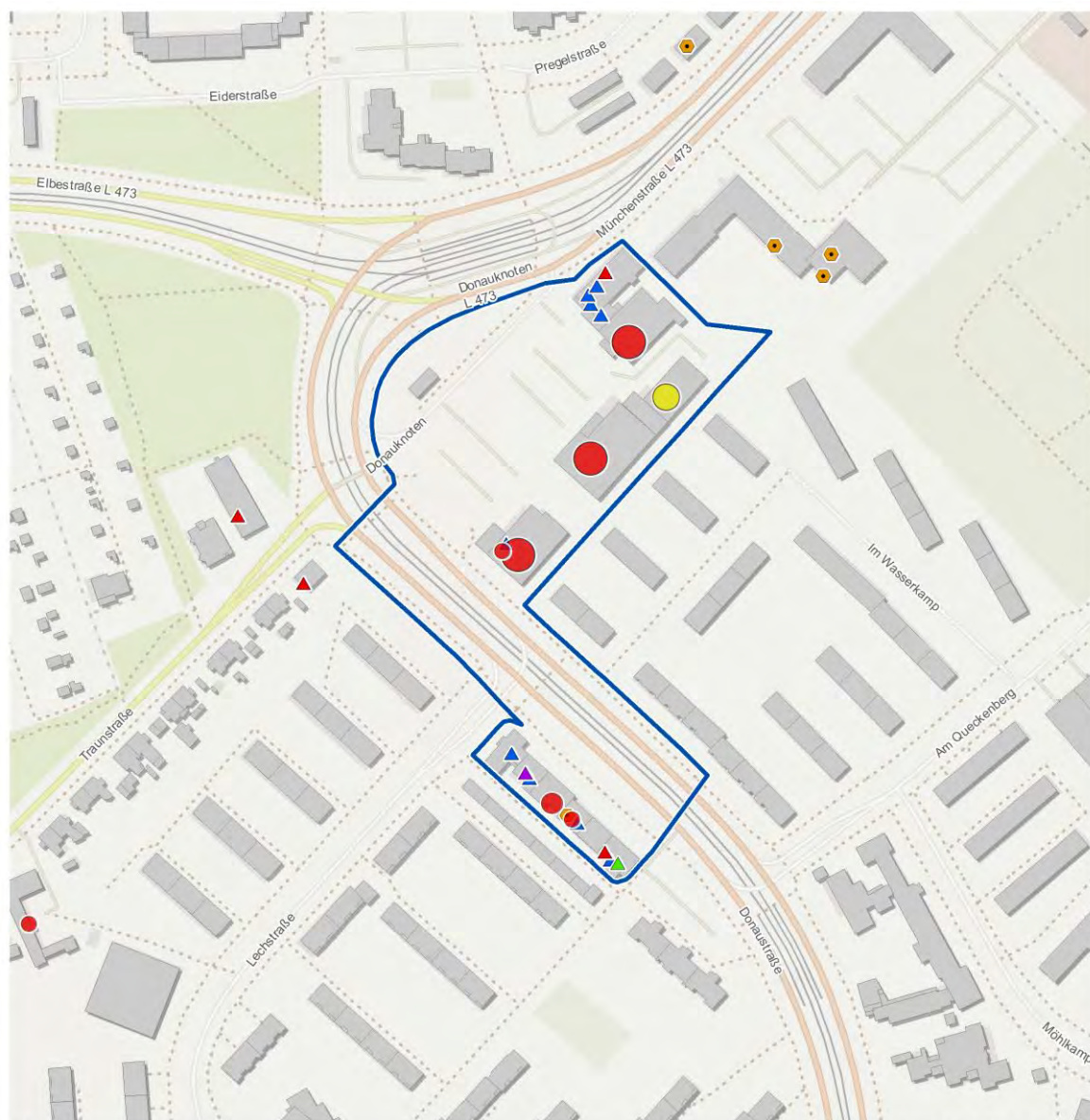
Gesamtverkaufsfläche: 2.200 m<sup>2</sup>



##### Anzahl Betriebe nach Größenklassen



Karte 55: Nahversorgungszentrum Weststadt, Donaustraße/ Münchenstraße



#### Abgrenzungen

zentraler Versorgungsbereich

#### Einzelhandel

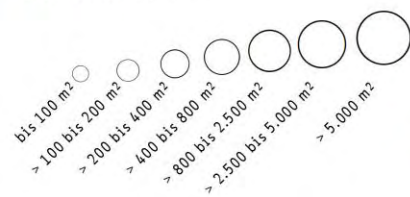
- Fristigkeit

● kurzfristiger Bedarf

● mittelfristiger Bedarf

● langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



#### Dienstleistungen

▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung

▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit

▲ medizinischer Bereich

▲ Bank

▲ Post

▲ Wirtschaft/ Recht

▲ Sonstiges

● soziale/ öffentliche Einrichtung

★ Vergnügungsstätte

■ Leerstand

🍏 Wochenmarkt

#### Aktualisierung 2021: Änderungen

◆ neuer Einzelhandel

E Leerstand zu Einzelhandel

D Leerstand zu Dienstleistung

○ Einzelhandel zu Leerstand

△ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Foto 27:Lebensmitteldiscounter



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 28:Ladenzeile Donaustraße



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- gutes Nahversorgungsangebot mit unter anderem Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäft, Drogeriemarkt
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- ergänzende Dienstleistungsangebote in den Teilbereichen
- gestalteter Aufenthaltsbereich Ladenzeile

### Schwächen

- nördlicher Bereich als autokundenorientierter Standort am Donauknoten mit vorgelagerten Stellplätzen und Charakter eines Fachmarktzentrums (Einfachbauweise)
- südliche Ladenzeile Donaustraße mit hohem Dienstleistungsanteil
- Donaustraße mit deutlicher Barriere- und Trennwirkung
- mangelhafter funktionaler und städtebaulicher Zusammenhang zwischen Teilbereichen
- geringe Aufenthaltsqualität aufgrund des überdimensionierten Straßenraumes
- fehlender Zentrencharakter

### Flächenpotenziale

- Flächenpotenziale im Zusammenhang mit Rahmenplanung zur Umgestaltung Donauknoten

## Handlungsempfehlungen

- Ziel: perspektivische Entwicklung zum Nahversorgungszentrum (Rahmenplanung Umgestaltung Donauknoten)
- Nahversorgungsfunktion erhalten
- Reduzierung der Trennwirkung Donaustraße (Reduzierung überdimensionierter Straßenquerschnitt)
- Reduzierung Stellplatzanlage
- städtebaulich-funktionalen Zusammenhang zwischen nördlichem/südlichem Teilbereich herstellen
- Sanierung/ Modernisierung Ladenzeile Donaustraße
- Nahversorgungsbetriebe als multifunktionale Geschäfts- und Wohnhäuser mit hoher städtebaulicher Qualität
- Aufenthaltsbereiche schaffen/ Aufenthaltsqualität ermöglichen



## 8.7.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.7.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Weststadt

Der Stadtbezirk Weststadt befindet sich im Westen des Braunschweiger Stadtgebietes und grenzt südwestlich an den Bezirk Westliches Ringgebiet.

**Tab. 25: Kennzahlen Weststadt**

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 23.235               |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 10                   |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 9.025 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 99%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 98%                  |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

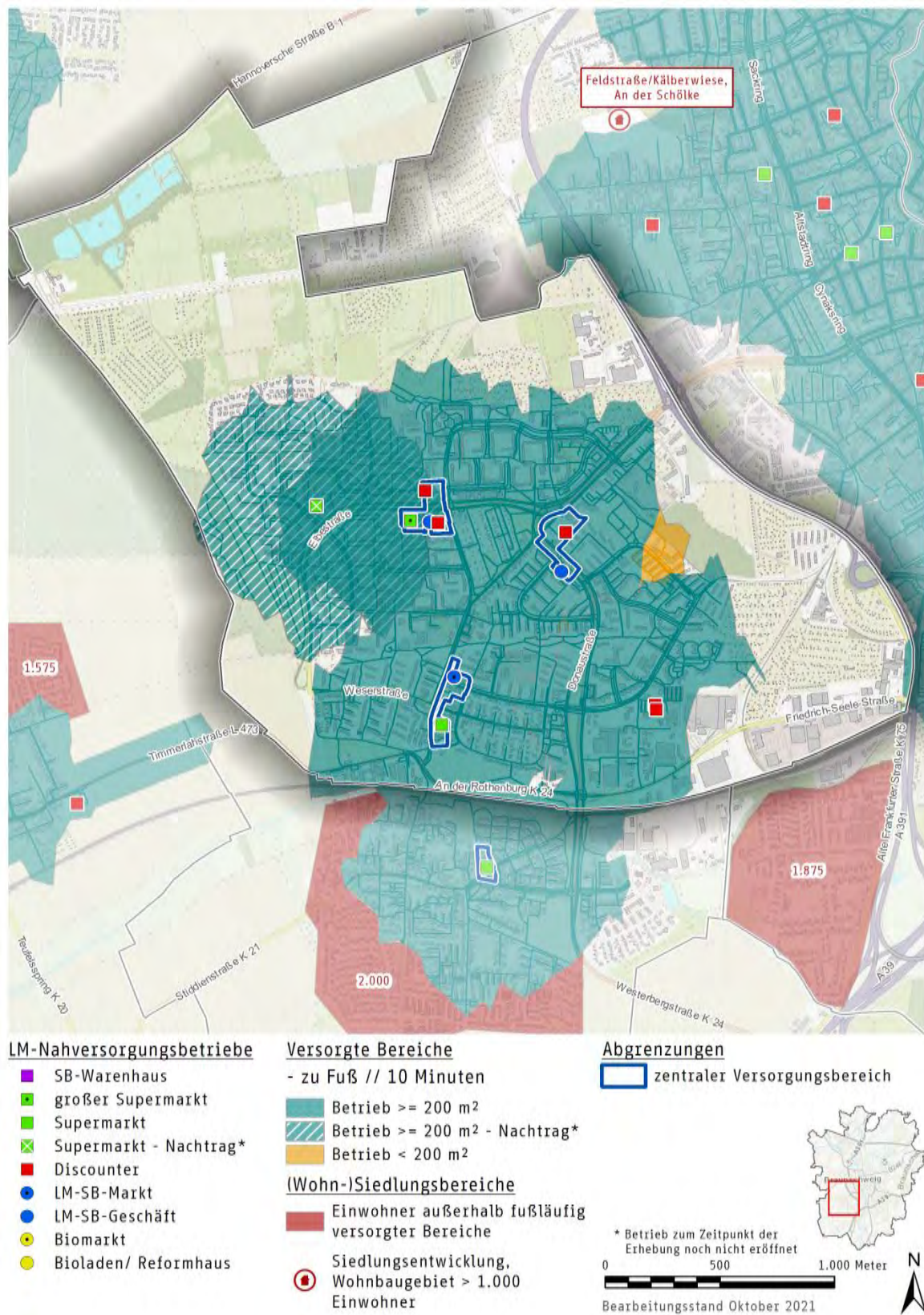
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei einer Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von nahezu 100% besteht eine rechnerische Vollversorgung. Durch einen zusätzlichen Supermarkt im Rheinviertel, der sich zum Zeitpunkt der Erhebung im Bau befand, steigt die Bindungsquote etwas an, sodass zukünftig per Saldo ein geringer Kaufkraftzufluss zu verzeichnen sein wird.
- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um einen großen Supermarkt, einen Supermarkt, fünf Lebensmitteldiscounter, einen Lebensmittel-SB-Markt und zwei Lebensmittel-SB-Geschäfte.
- Mit Ausnahme von zwei Lebensmitteldiscountern an einem nicht integrierten Standort befinden sich sämtliche Betriebe im Stadtteilzentrum Elbestraße beziehungsweise in den Nahversorgungszentren Lichtenberger Straße/ Isarstraße und Donaustraße/ Münchenstraße.
- Neben den überwiegend großflächigen Supermärkten und Lebensmitteldiscountern sind in den Zentren auch Betriebe mit zum Teil sehr kleinen Verkaufsflächen von weniger als 400 m<sup>2</sup> vorhanden, die das Angebot ergänzen.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk liegt mit rd. 98% sehr hoch - für nahezu alle Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 56).





Karte 56: Nahversorgungssituation im Bezirk Weststadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Es besteht kein Potenzial beziehungsweise Erfordernis zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation.
- Die bestehenden Betriebe an den integrierten Standorten und damit auch die Funktionsfähigkeit der Zentren gilt es zu erhalten; Verkaufsflächenerweiterungen zur Bestandssicherung erscheinen auf Grund der hohen Einwohnerzahlen in den 10-Minuten-Isochronen der Betriebe grundsätzlich möglich, sind jedoch gegebenenfalls im Detail zu prüfen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; zur Erhaltung der Funktionsfähigkeit des Stadtteilzentrums und der Nahversorgungszentren sind insbesondere die Betriebe in den Zentren zu erhalten.

## 8.8 STADTBEZIRK SÜDWEST

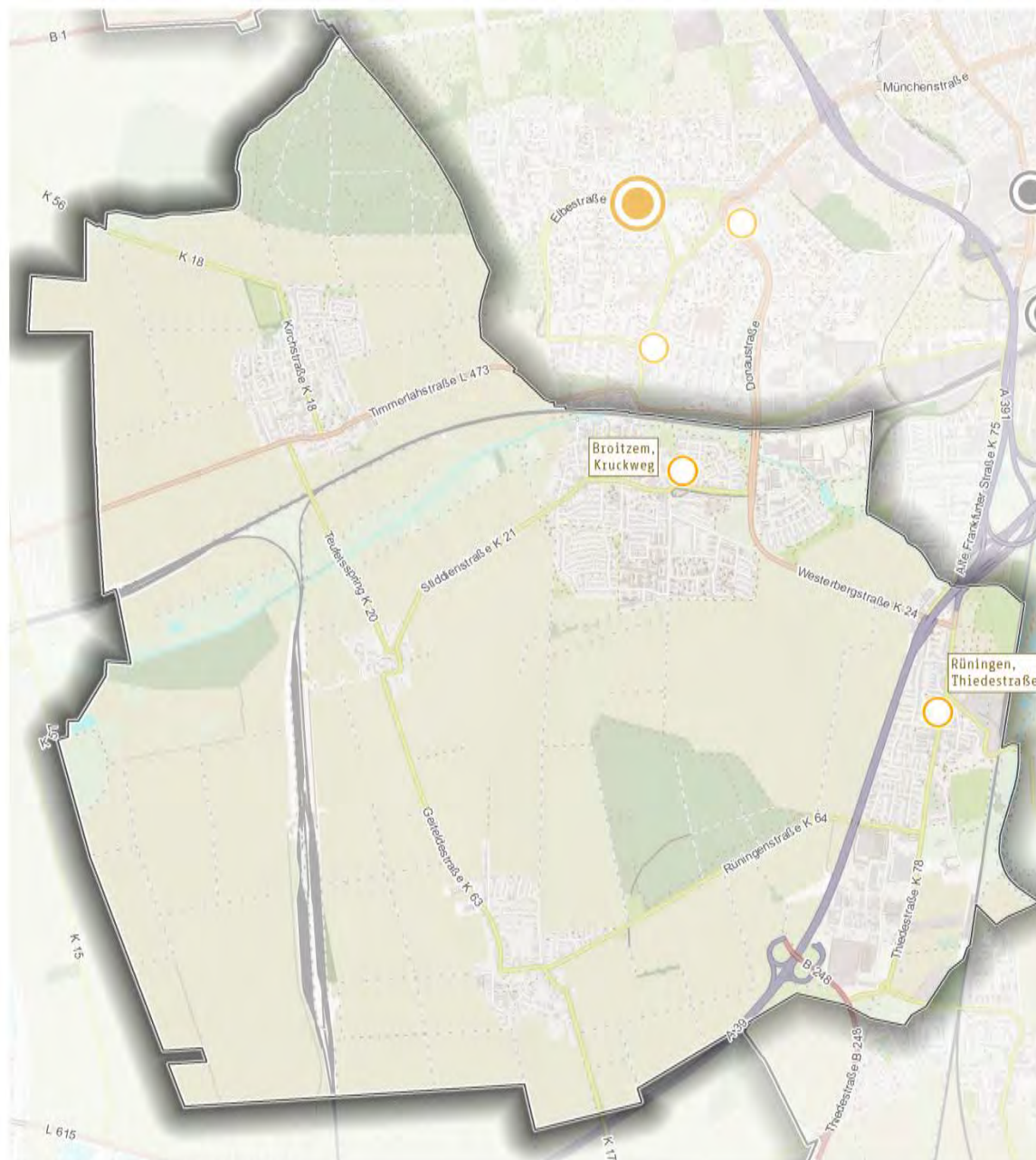
Im Stadtbezirk Südwest befinden sich die die Nahversorgungszentren Broitzem/ Kruckweg und Rüningen/ Thiedestraße (vgl. Karte 57). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 26 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 14.025 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 26 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Südwest bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei den baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimenten und somit im langfristigen Bedarfsbereich.





Karte 57: Stadtbezirk Südwest

Zentren- und Standortsystem

- |  |  |  |                          |
|--|--|--|--------------------------|
|  | City-Hauptgeschäftsbereich             |  | Nahversorgungsstützpunkt |
|  | Stadtteilzentrum                       |  | Entwicklungsschwerpunkt  |
|  | Nahversorgungszentrum                  |  | Sonderstandort BraWoPark |
|  | Nahversorgungszentrum - perspektivisch |  |                          |



0 500 1.000 1.500 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Tab. 26: Einzelhandelsangebot im Bezirk Südwest, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 3.375                               | 17,2                | 26,7                   | 64%           |
| Lebensmittelhandwerk                            | 150                                 | 3,1                 | 3,6                    | 86%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 375                                 | 1,2                 | 3,1                    | 39%           |
| Apotheke  | 75                                  | 7,1                 | 8,5                    | 84%           |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 125                                 | 0,6                 | 0,7                    | 83%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 125                                 | 0,4                 | 1,2                    | 29%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>4.225</b>                        | <b>29,5</b>         | <b>43,8</b>            | <b>67%</b>    |
| Bekleidung und Zubehör                          | 325                                 | 0,5                 | 3,8                    | 13%           |
| Schuhe/ Lederwaren                              | -                                   | 0,0                 | 1,1                    | 1%            |
| Sport/ Freizeit                                 | 150                                 | 0,5                 | 1,5                    | 31%           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 150                                 | 0,1                 | 1,0                    | 9%            |
| Bücher  | -                                   | 0,0                 | 0,8                    | 0%            |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 25                                  | 0,0                 | 0,7                    | 3%            |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 25                                  | 0,0                 | 0,7                    | 2%            |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>675</b>                          | <b>1,1</b>          | <b>9,5</b>             | <b>12%</b>    |
| Uhren/ Schmuck                                  | -                                   | 0,0                 | 0,7                    | 0%            |
| Foto/ Optik                                     | -                                   | 0,0                 | 0,8                    | 0%            |
| Medien  | 50                                  | 0,5                 | 2,5                    | 18%           |
| Elektro/ Leuchten                               | -                                   | 0,0                 | 1,4                    | 0%            |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 175                                 | 0,2                 | 0,4                    | 63%           |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 8.575                               | 6,9                 | 7,0                    | 98%           |
| Möbel   | 275                                 | 0,1                 | 4,1                    | 3%            |
| Sonstiges                                       | 50                                  | 0,3                 | 5,0                    | 7%            |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>9.125</b>                        | <b>8,0</b>          | <b>22,1</b>            | <b>36%</b>    |
| <b>Summe</b>                                    | <b>14.025</b>                       | <b>38,6</b>         | <b>75,4</b>            | <b>51%</b>    |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen





## 8.8.1 Zentren- und Standortstruktur

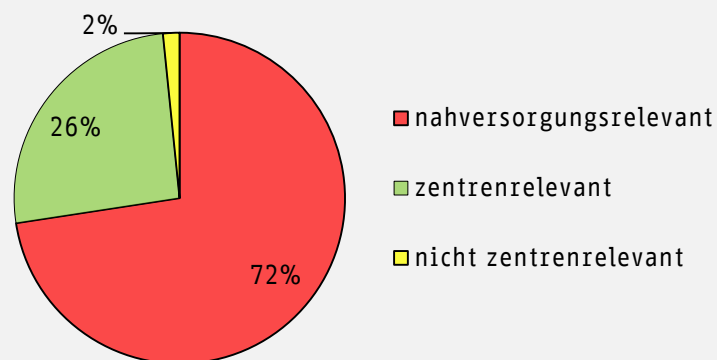
### 8.8.1.1 Nahversorgungszentrum Broitzem, Kruckweg

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Südwest   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | Das Nahversorgungszentrum Broitzem/ Kruckweg besteht im Wesentlichen aus einem großflächigen Supermarkt und einem Textil-discounter mit ergänzenden Nutzungen sowie einem gestalteten Platzbereich. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarf. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt kleinteilig strukturiert. |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input checked="" type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

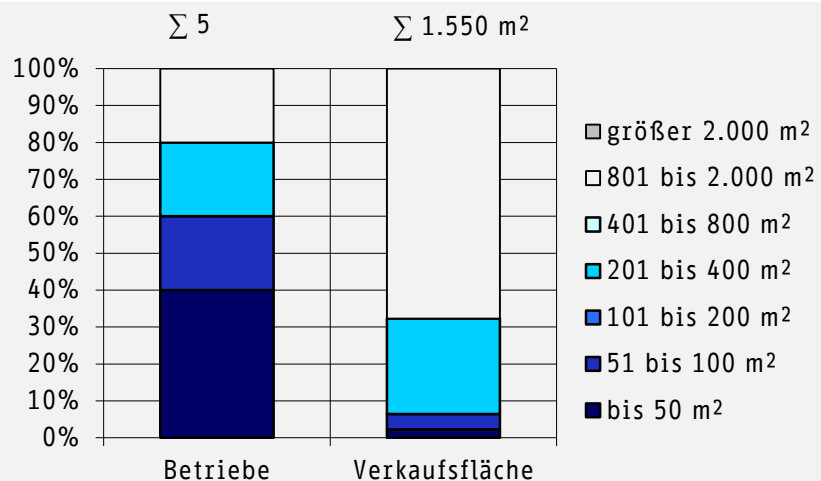
## Einzelhandelsstruktur

### Sortimentsstruktur

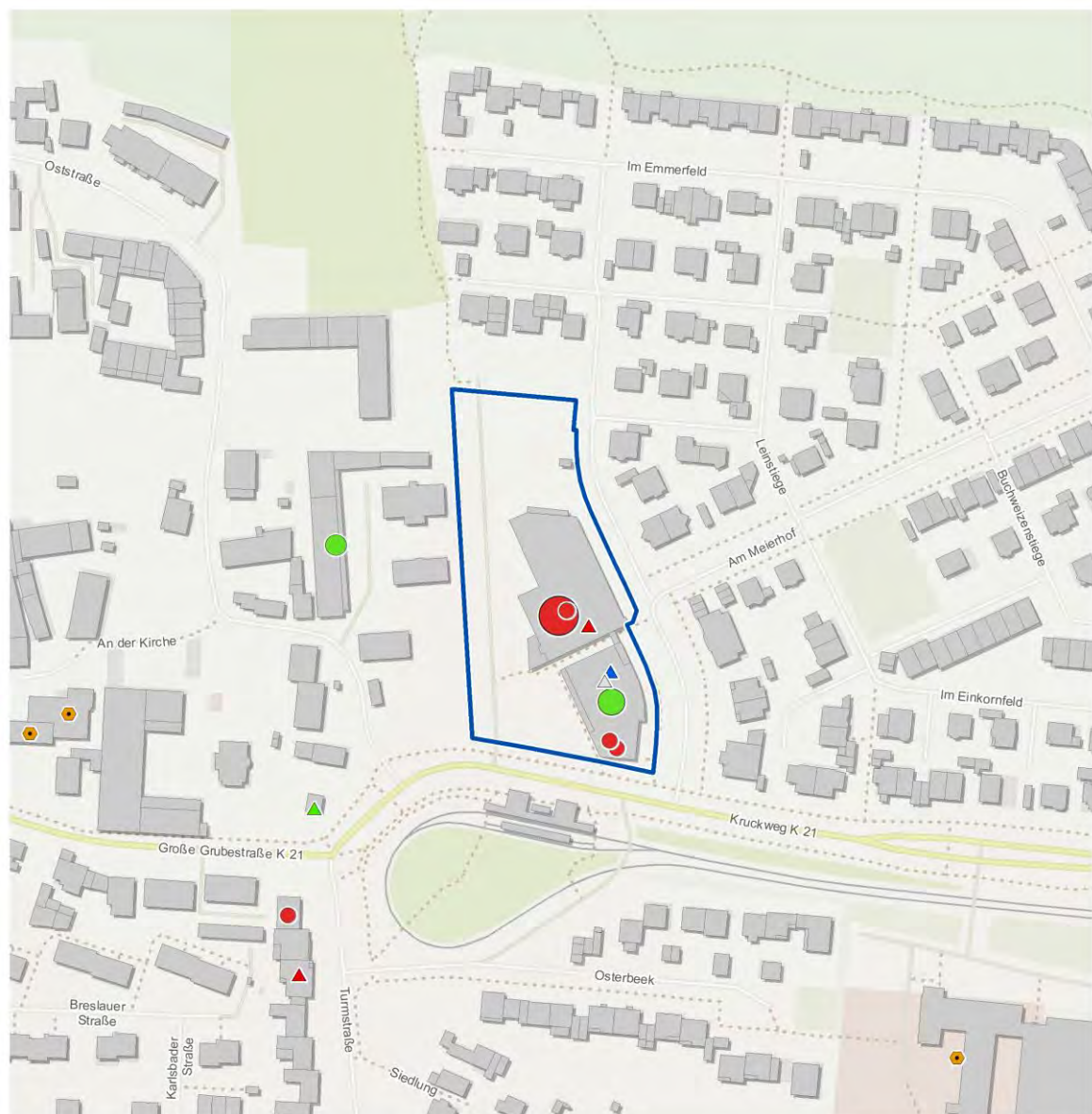
Gesamtverkaufsfläche: 1.550 m<sup>2</sup>



### Anzahl Betriebe nach Größenklassen



Karte 58: Nahversorgungszentrum Broitzem, Kruckweg



#### Abgrenzungen

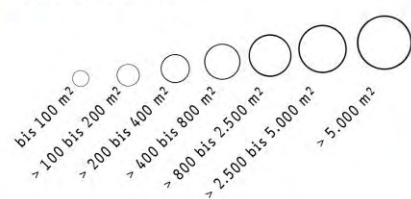
  zentraler Versorgungsbereich

#### Einzelhandel

##### - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

##### - Verkaufsfläche



#### Dienstleistungen

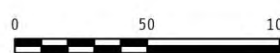
- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

■ Leerstand

■ Wochenmarkt

#### Aktualisierung 2021: Änderungen

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲★ Dienstleistung zu Leerstand



Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Foto 29: Supermarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 30: gestalteter Platzbereich



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Nahversorgungsangebot mit großflächigem Supermarkt und Lebensmittelhandwerk
- Textildiscounter als zusätzlicher Frequenzbringer
- ergänzende Dienstleistungen
- gestalteter Platzbereich mit Aufenthaltsqualität
- ÖPNV-Anbindung durch Straßenbahn und Buslinien

### Schwächen

- insgesamt geringes Einzelhandelsangebot
- geringe Anzahl Betriebe
- eingeschränkter Zentrencharakter

### Flächenpotenziale

- gegebenenfalls Fläche nördlich Supermarkt

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung Einzelhandelsfunktion
- gegebenenfalls Stärkung der Nahversorgungsfunktion (jedoch eingeschränkte räumliche Entwicklungsmöglichkeiten)
- ergänzendes Dienstleistungsangebot erhalten und gegebenenfalls ausbauen
- gute Platzgestaltung mit Aufenthaltsqualität und Treffpunktfunktion erhalten
- Fläche nördlich Supermarkt als Erweiterungspotenzial?



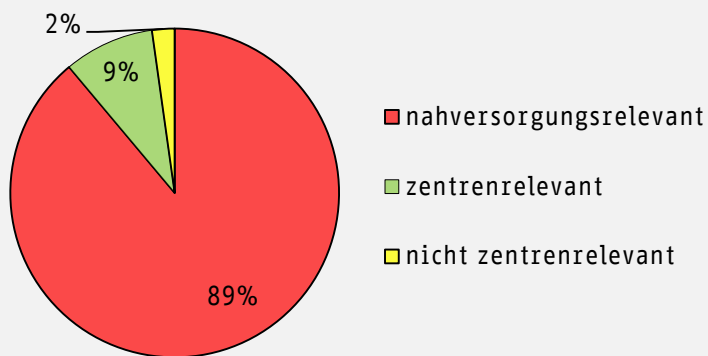
### 8.8.1.2 Nahversorgungszentrum Rünigen, Thiedestraße

|   |  |
|---|--|
| Stadtbezirk                                 | Südwest  |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | <p>Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich beidseitig der Thiedestraße im Bereich eines Lebensmitteldiscounters. Mit diesem Magnetbetrieb liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt kleinteilig strukturiert.</p> <p>Die Ausdehnung des Zentrums wurde gegenüber der bisherigen Abgrenzung auf Grund der geringen Nutzungsdichte im nördlichen Bereich reduziert.</p> |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

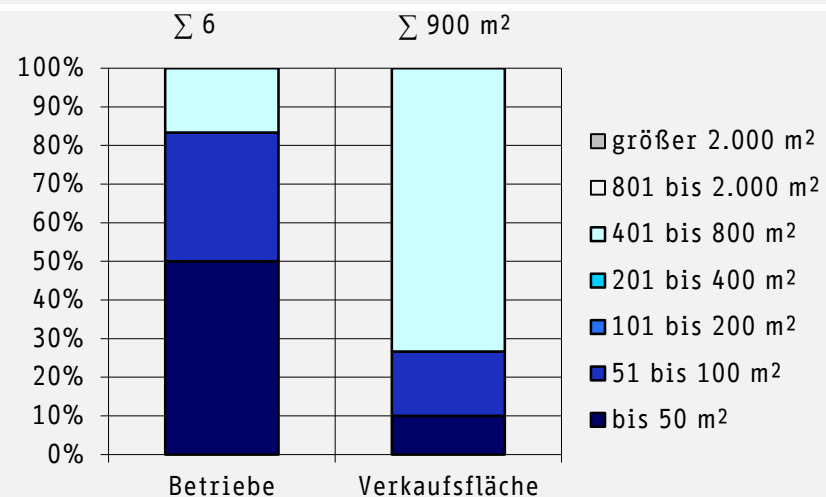
### Einzelhandelsstruktur

#### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 900 m<sup>2</sup>



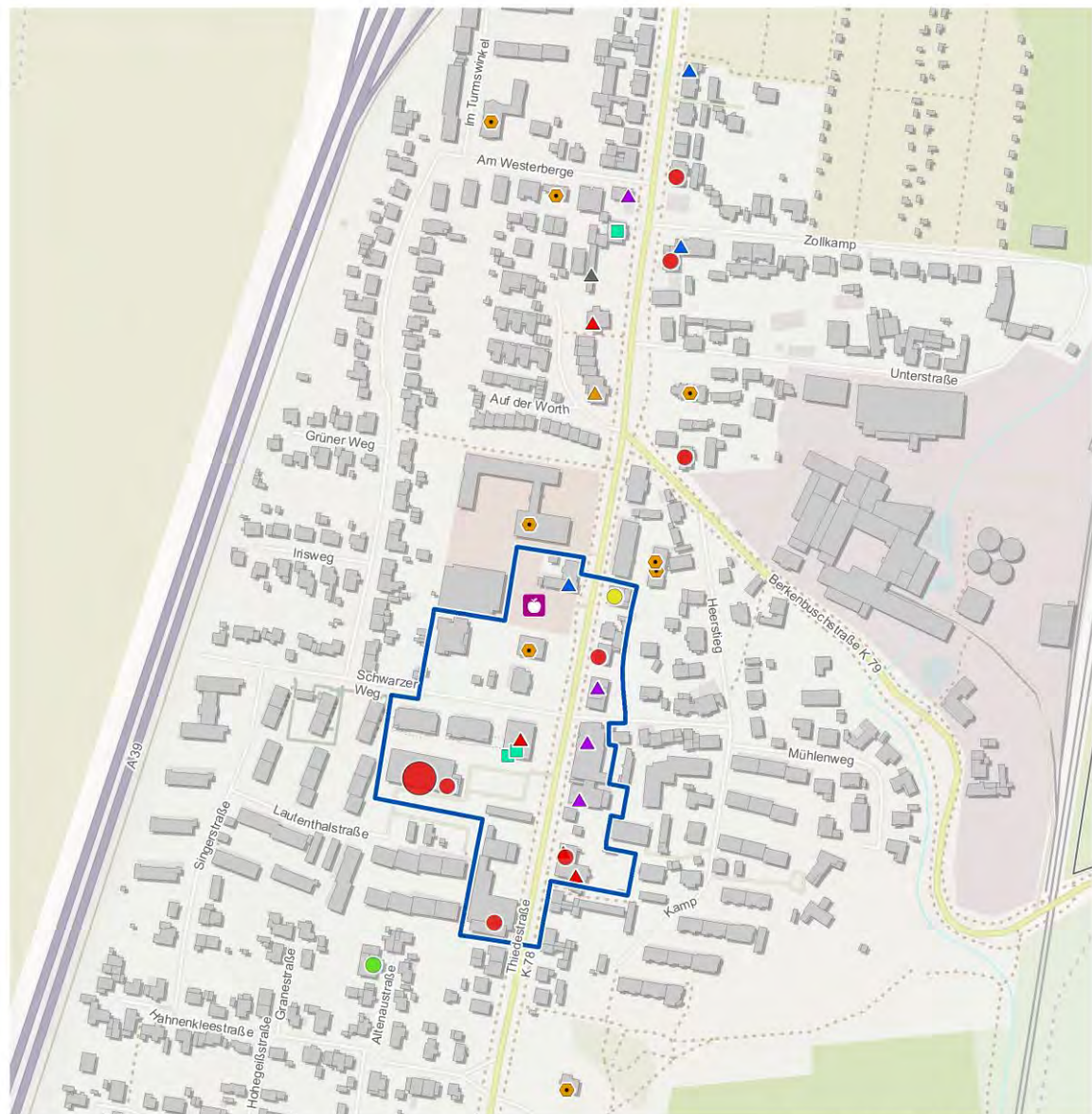
#### Anzahl Betriebe nach Größenklassen







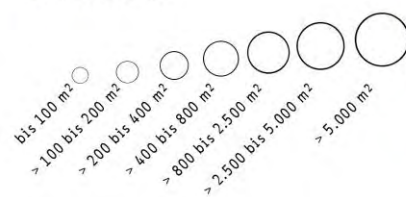
Karte 59: Nahversorgungszentrum Rünigen, Thiedestraße

**Abgrenzungen**

  zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

■ Leerstand

■ Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 150 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Foto 31:Lebensmitteldiscounter**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

**Foto 32:ungestalteter Straßenraum**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Nahversorgungsangebot mit Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelhandwerk
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- einzelne ergänzende Fachgeschäfte (Schreibwaren, Blumen)
- Wochenmarkt
- ergänzendes Dienstleistungsangebot

### Schwächen

- insgesamt geringes Einzelhandelsangebot
- geringe Anzahl Betriebe
- geringe Nutzungsdichte, fehlender funktionaler Zusammenhang zwischen einzelnen Nutzungen
- öffentlicher (Straßen-)Raum weitestgehend ungestaltet
- erkennbarer Modernisierungsbedarf an Gebäuden/ Fassaden
- eingeschränkter Zentrencharakter

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung und Ausbau der Nahversorgungsfunktion
- Erhaltung Wochenmarkt
- Schließung Besatzlücken
- städtebauliche Aufwertung im Bereich des Lebensmitteldiscounter/ Tankstelle
- Umbau Lebensmitteldiscounter als multifunktionales Wohn- und Geschäftshaus anstreben
- Schaffung von gestalteten Aufenthaltsbereichen
- Umgestaltung Bereich Wochenmarkt als Platz mit Aufenthaltsqualität
- Gestaltung und Begrünung Straßenraum
- Gebäudesanierungen und -modernisierung



## 8.8.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.8.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Broitzem

Der Stadtbezirk Broitzem befindet sich im Südwesten des Braunschweiger Stadtgebietes und grenzt südlich an den Bezirk Weststadt an.

**Tab. 27: Kennzahlen Broitzem**

|   |                    |
|---|--------------------|
| Einwohner                                 | 5.630              |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 1                  |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 900 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 38%                |
| Nahversorgungsanteil                      | 50%                |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei einer geringen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 38% sind per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.
- Mit einem Supermarkt ist lediglich ein Lebensmittelbetrieb mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot vorhanden.
- Dieser Betrieb mit einer Verkaufsfläche im Bereich oberhalb der Großflächigkeit befindet sich im Nahversorgungszentrum Broitzem/ Kruckweg.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk liegt mit rd. 50% sehr niedrig - für etwa die Hälfte der Einwohner besteht keine Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 58). Nicht fußläufig versorgt sind die westlichen und südlichen Teile des Siedlungsbereiches.
- Mit rd. 2.000 nicht fußläufig nahversorgten Einwohnern besteht nur bedingt ein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation, zumal sich der entsprechende Teilbereich bandartig um den Siedlungsbereich erstreckt und die kleinteilige Grundstücksstruktur kaum eine Neuansiedlung ermöglicht.
- Den bestehenden Betrieb gilt es zu erhalten; eine evtl. Verkaufsflächenerweiterung des Betriebes ist im Hinblick auf eine standortgerechte Dimensionierung zu prüfen
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; zur Erhaltung der Nahversorgungsfunktion sollte das Nahversorgungszentrum Broitzem, Kruckweg erhalten und gestärkt werden.



Karte 60: Nahversorgungssituation im Bezirk Broitzem



#### LM-Nahversorgungsbetriebe

- SB-Warenhaus
- großer Supermarkt
- Supermarkt
- Supermarkt - Nachtrag\*
- Discounter
- LM-SB-Markt
- LM-SB-Geschäft
- Biomarkt
- Bioladen/ Reformhaus

#### Versorgte Bereiche

- zu Fuß // 10 Minuten

- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$
- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$  - Nachtrag\*
- Betrieb  $< 200 \text{ m}^2$

#### (Wohn-)Siedlungsbereiche

- Einwohner außerhalb fußläufig versorgter Bereiche
- Siedlungsentwicklung, Wohnbaugebiet  $> 1.000$  Einwohner

#### Abgrenzungen

- zentraler Versorgungsbereich

\* Betrieb zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht eröffnet

0 100 200 300 400 500 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





### 8.8.2.2 Bisheriger Stadtbezirk Rünigen

Der Stadtbezirk Rünigen befindet sich im Südwesten des Braunschweiger Stadtgebietes.

**Tab. 28: Kennzahlen Rünigen**

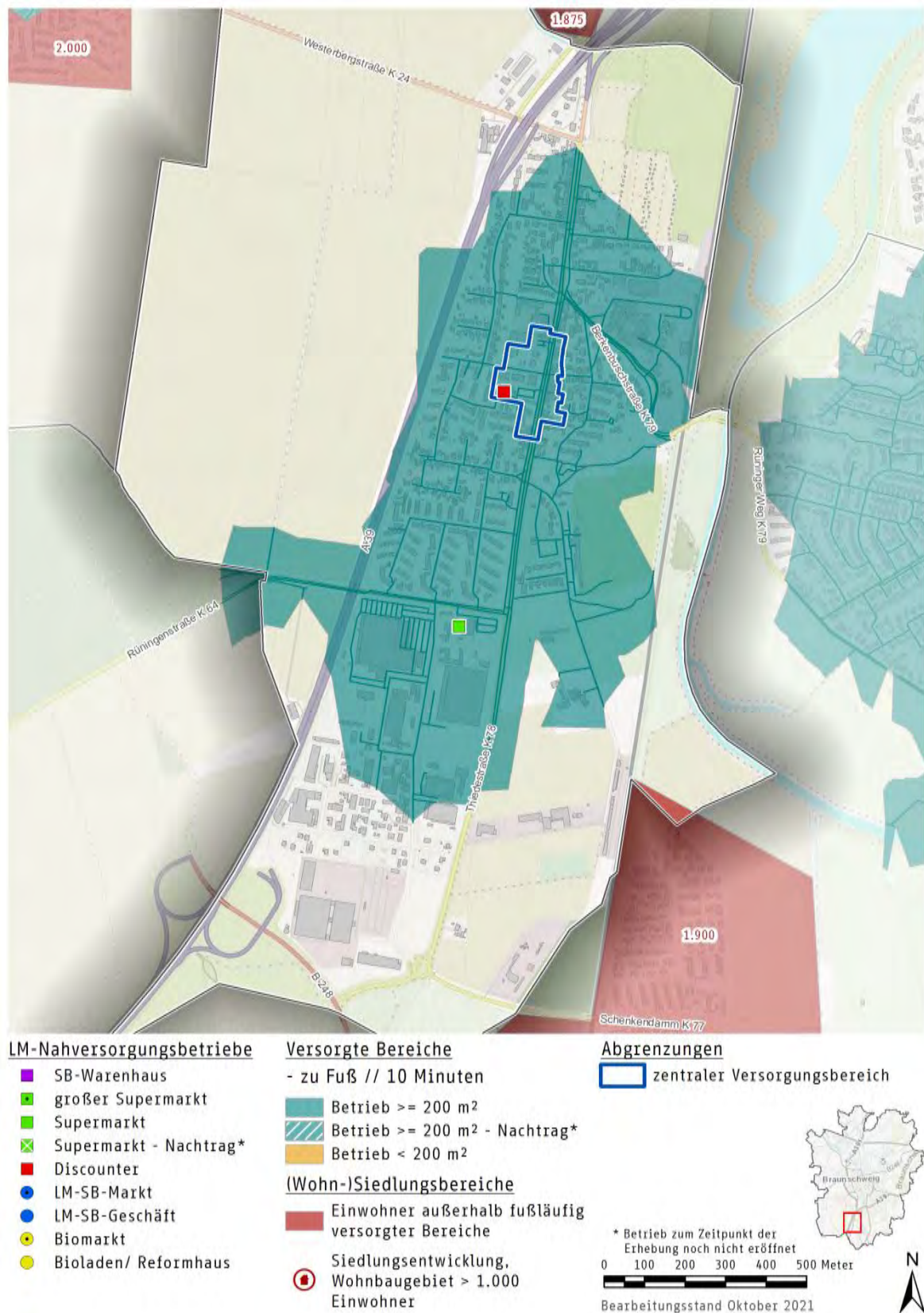
|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 2.915                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 2                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 1.575 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 125%                 |
| Nahversorgungsanteil                      | 93%                  |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Auf Grund der hohen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sind per Saldo Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.
- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um einen Supermarkt und einen Lebensmitteldiscounter.
- Der Lebensmitteldiscounter befindet sich im Nahversorgungszentrum Rünigen/ Thiedestraße, der Supermarkt liegt hingegen an einem nicht integrierten Standort.
- Der Lebensmittelbetrieb im Zentrum weist eine Verkaufsfläche signifikant unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> auf. Die Verkaufsfläche des Supermarktes liegt oberhalb dieser Schwelle.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk liegt mit rd. 93% sehr hoch - für nahezu alle Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 61).
- Ein Potenzial bzw. eine Erfordernis zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation auf Grund nicht fußläufig nahversorgter Einwohner besteht demzufolge nicht.
- Insbesondere den im Nahversorgungszentrum Rünigen, Thiedestraße bestehenden Lebensmitteldiscounter gilt es zu erhalten; eine evtl. Verkaufsflächenerweiterung ist gegebenenfalls im Hinblick auf eine standortgerechte Dimensionierung zu prüfen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; zur Sicherung der Nahversorgungsfunktion sollte das Nahversorgungszentrum Rünigen, Thiedestraße erhalten und gestärkt werden.

Karte 61: Nahversorgungssituation im Bezirk Rünigen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



### 8.8.2.3 Bisheriger Stadtbezirk Timmerlah-Geitelde-Stiddien

Der Stadtbezirk Timmerlah-Geitelde-Stiddien liegt im Südwesten des Braunschweiger Stadtgebietes und umfasst die statistischen Bezirke Timmerlah und Geitelde.

**Tab. 29: Kennzahlen Timmerlah-Geitelde-Stiddien**

|   |                    |
|---|--------------------|
| Einwohner                                 | 3.550              |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 1                  |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 900 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 57%                |
| Nahversorgungsanteil                      | 19%                |

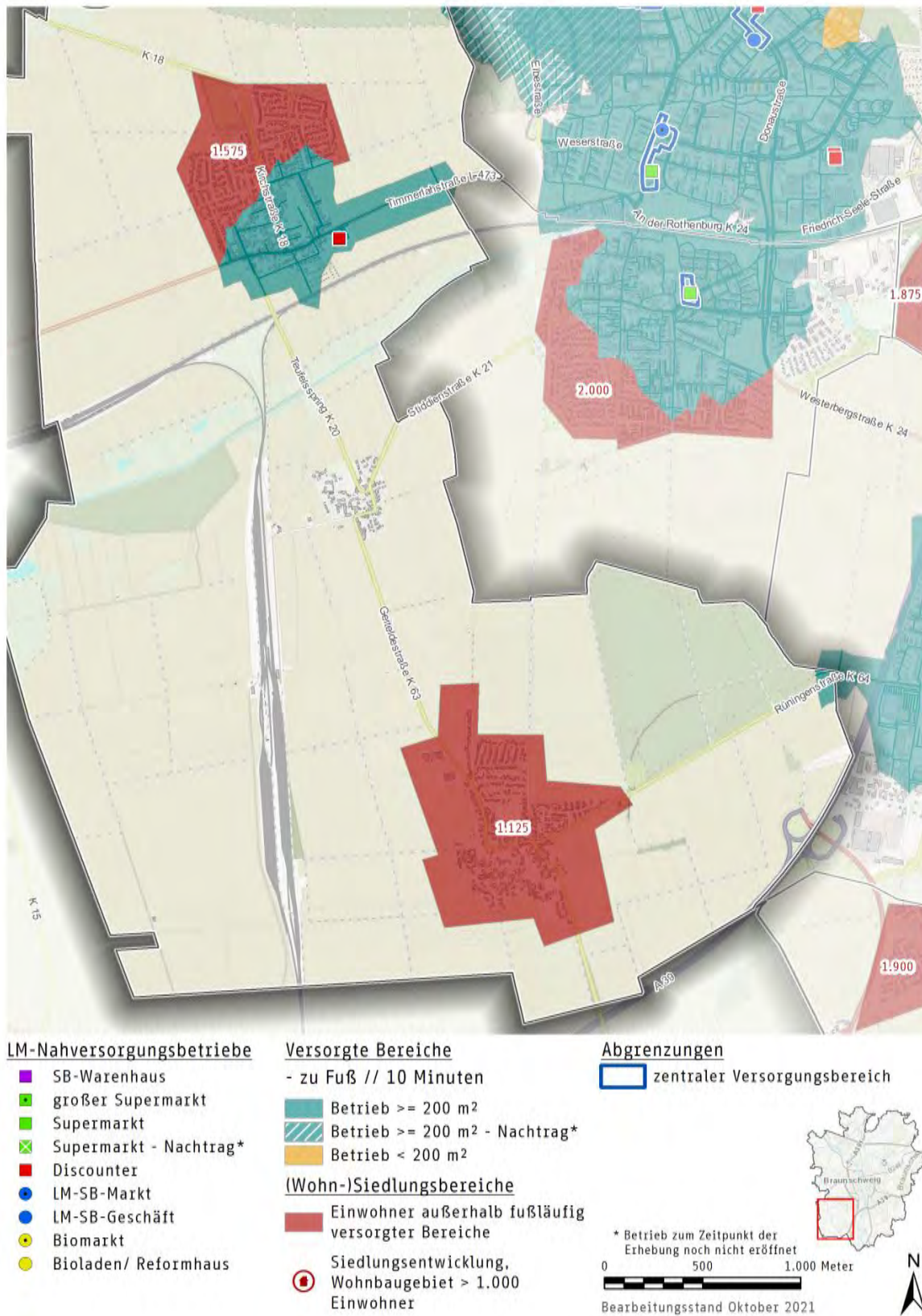
<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei einer geringen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 57% sind per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.
- Bei dem vorhandenen Lebensmittelbetrieb mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter in einer nicht integrierten Lage.
- Die Verkaufsfläche dieses Betriebes liegt oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup>.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk liegt mit rd. 19% sehr niedrig - nur für einen geringen Teil der Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 62). In Timmerlah ist auf Grund der Randlage des vorhandenen Lebensmittelbetriebs nur ein Teil der Einwohner fußläufig nahversorgt. In Geitelde und Stiddien besteht kein Angebot.
- Das Einwohnerpotenzial in den dörflich geprägten Stadtteilen Geitelde und Stiddien ist zu gering für die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes.
- Das bestehende Nahversorgungsangebot gilt es zu erhalten.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht.



Karte 62: Nahversorgungssituation im Bezirk Timmerlah-Geitelde-Stiddien



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



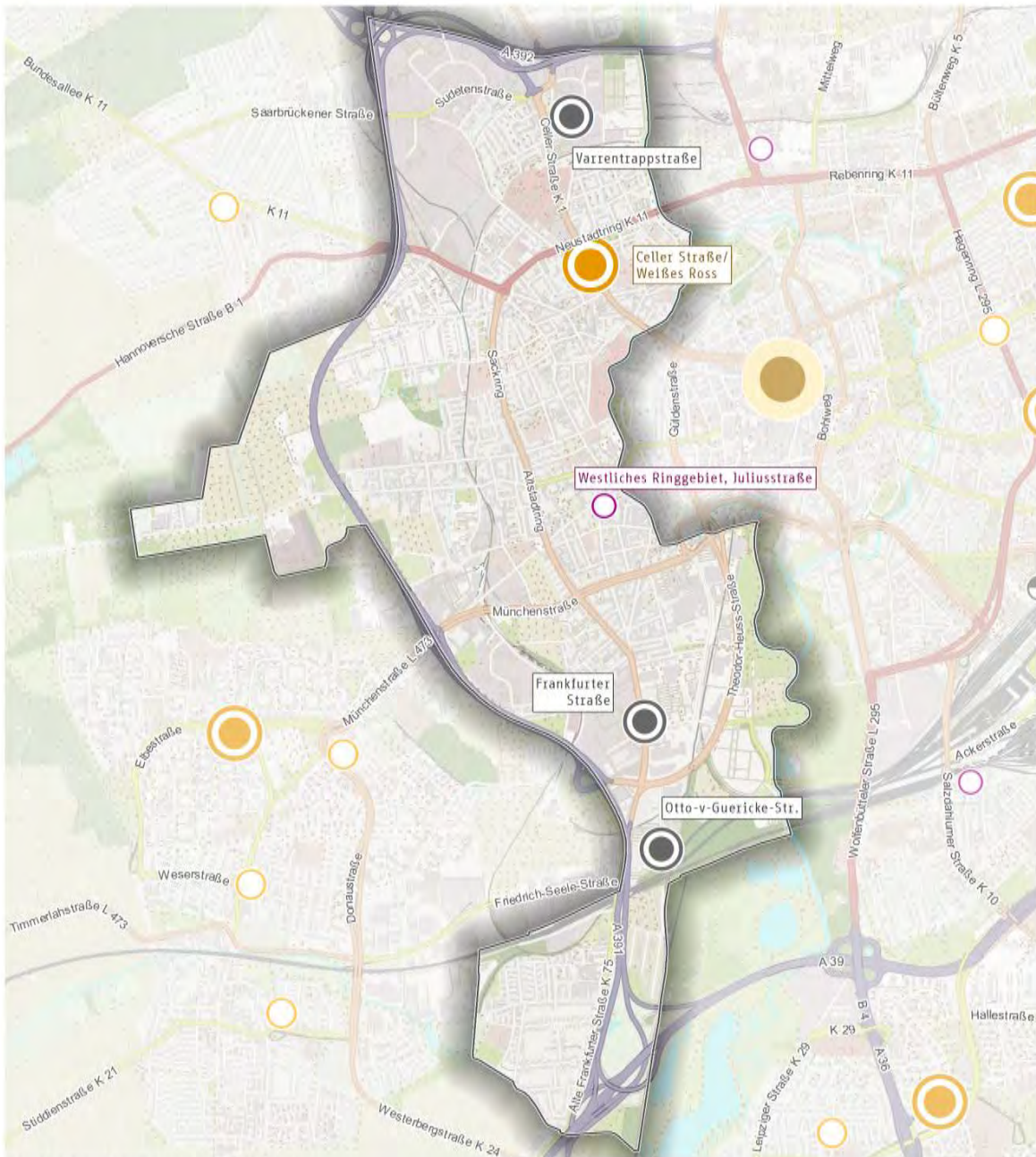


## 8.9 STADTBEZIRK WESTLICHES RINGGEBIET

Im Stadtbezirk Westliches Ringgebiet befinden sich neben dem Stadtteilzentrum Celler Straße/ Weisses Ross der Nahversorgungstützpunkt Westliches Ringgebiet/ Juliusstraße und die Entwicklungsschwerpunkte Frankfurter Straße, Otto-von-Guericke-Straße und Varrentrappstraße (vgl. Karte 63). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 137 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 90.750 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 30 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Westliches Ringgebiet bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Auffällig sind vor allem die hohen Bindungsquoten von deutlich mehr als 100% und demzufolge die erheblichen Kaufkraftzuflüsse in mehreren Sortimenten des langfristigen, zum Teil auch im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereiches. Der Angebotsschwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich ist vor allem auf das umfangreiche Angebot an den Entwicklungsschwerpunkten Frankfurter Straße und Otto-von-Guericke-Straße zurückzuführen. Auch im kurzfristigen Bedarfsbereich besteht ein umfassendes Angebot.

Karte 63: Stadtbezirk Westliches Ringgebiet



### Zentren- und Standortsystem

- |  |  |  |                          |
|--|--|--|--------------------------|
|  | City-Hauptgeschäftsbereich             |  | Nahversorgungsstützpunkt |
|  | Stadtteilzentrum                       |  | Entwicklungsschwerpunkt  |
|  | Nahversorgungszentrum                  |  | Sonderstandort BraWoPark |
|  | Nahversorgungszentrum - perspektivisch |  |                          |



0 500 1.000 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



**Tab. 30: Einzelhandelsangebot im Bezirk Westliches Ringgebiet, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 16.875                              | 96,1                | 77,1                   | 125%          |
| Lebensmittelhandwerk                            | 475                                 | 5,7                 | 10,5                   | 55%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 2.500                               | 12,2                | 9,0                    | 135%          |
| Apotheke  | 375                                 | 24,9                | 24,4                   | 102%          |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 1.725                               | 6,8                 | 1,9                    | 349%          |
| Blumen/ Zoo                                     | 3.125                               | 8,2                 | 3,5                    | 232%          |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>25.075</b>                       | <b>153,8</b>        | <b>126,5</b>           | <b>122%</b>   |
| Bekleidung und Zubehör                          | 2.000                               | 7,5                 | 11,0                   | 68%           |
| Schuhe/ Lederwaren                              | 450                                 | 1,6                 | 3,2                    | 51%           |
| Sport/ Freizeit                                 | 1.150                               | 3,3                 | 4,4                    | 75%           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 2.650                               | 5,6                 | 2,8                    | 202%          |
| Bücher  | 75                                  | 0,3                 | 2,3                    | 15%           |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 1.575                               | 2,1                 | 2,1                    | 100%          |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 1.900                               | 3,4                 | 1,9                    | 179%          |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>9.775</b>                        | <b>23,9</b>         | <b>27,6</b>            | <b>87%</b>    |
| Uhren/ Schmuck                                  | 25                                  | 0,2                 | 2,2                    | 7%            |
| Foto/ Optik                                     | 550                                 | 3,5                 | 2,4                    | 149%          |
| Medien  | 875                                 | 9,5                 | 7,3                    | 130%          |
| Elektro/ Leuchten                               | 2.750                               | 10,7                | 4,0                    | 268%          |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 3.950                               | 7,0                 | 1,1                    | 633%          |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 34.000                              | 80,0                | 20,3                   | 394%          |
| Möbel   | 11.325                              | 17,3                | 12,0                   | 144%          |
| Sonstiges                                       | 2.400                               | 12,4                | 14,6                   | 85%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>55.900</b>                       | <b>140,6</b>        | <b>63,8</b>            | <b>220%</b>   |
| <b>Summe</b>                                    | <b>90.750</b>                       | <b>318,3</b>        | <b>217,9</b>           | <b>146%</b>   |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



## 8.9.1 Zentren- und Standortstruktur

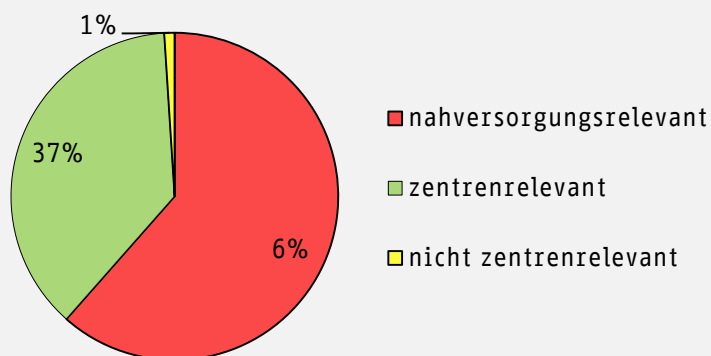
### 8.9.1.1 Stadtteilzentrum Celler Straße/ Weisses Ross

|   |  |
|---|--|
| Stadtbezirk                                 | Westliches Ringgebiet  |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | Das Stadtteilzentrum erstreckt sich linear entlang der Celler Straße im Bereich zwischen der Eichthalstraße im Norden bis zur Oker im Süden. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich, es ist jedoch auch ein großes Angebot im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente vorhanden. Wichtige Magnetbetriebe (unter anderem Supermarkt, Drogeriemarkt) befinden sich innerhalb des Einkaufszentrums Weisses Ross. Das Einzelhandelsangebot ist ansonsten kleinteilig strukturiert. |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

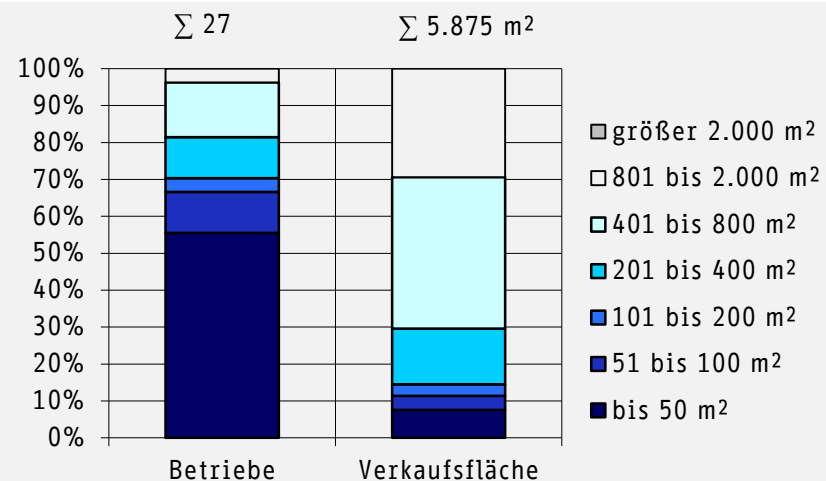
## Einzelhandelsstruktur

### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 5.875 m<sup>2</sup>



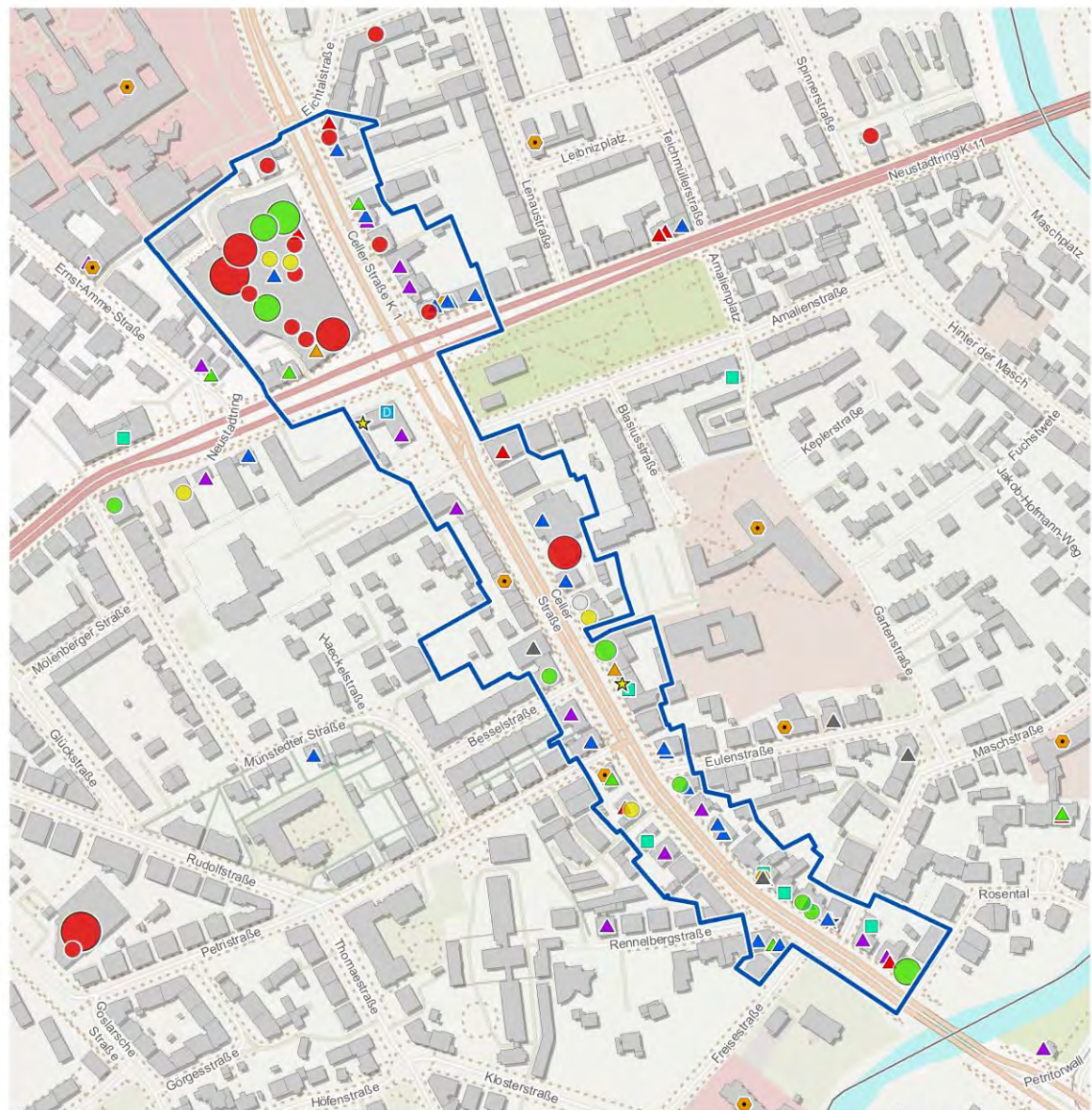
### Anzahl Betriebe nach Größenklassen







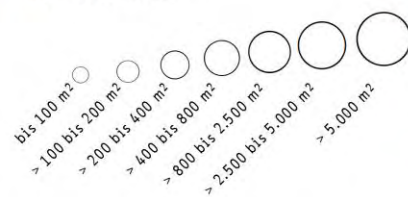
Karte 64: Stadtteilzentrum Celler Straße/ Weisses Ross

**Abgrenzungen**

zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

Leerstand

Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- ◆ neuer Einzelhandel
- Leerstand zu Einzelhandel
- Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲★ Dienstleistung zu Leerstand

0 50 100 150 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Foto 33:Einkaufszentrum Weisses Ross



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 34:Supermarkt Celler Straße



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen, mit Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Einkaufszentrum Weisses Ross mit vor allem nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten
- gutes Nahversorgungsangebot mit unter anderem zwei Supermärkten, Biomarkt, Drogeriemarkt, Lebensmittelhandwerk
- Einkaufszentrum fungiert als Magnet
- einzelne Fachgeschäfte (unter anderem Fahrräder, Schreibwaren)
- ergänzendes Dienstleistungsangebot
- Begrünung durch Bäume

### Schwächen

- geringfügiges Einzelhandelsangebot außerhalb des Einkaufszentrums
- funktionaler Besatz zwischen Neustadtring und südlicher Celler Straße unterbrochen durch Leerstände, Wohnen im Erdgeschoss und eine Grünfläche
- hoher Anteil an Dienstleistungen im Süden des Zentrums
- erhebliche lineare Ausdehnung (rd. 800 m)
- insgesamt geringe funktionale Dichte
- modernisierungsbedürftige Gebäude
- mangelnde Aufenthaltsqualität durch Verkehrsbelastung

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung der Einzelhandelsfunktion und Stärkung außerhalb des Einkaufszentrums
- Ausbau weiterer publikumswirksamer Zentrenfunktionen (zum Beispiel Dienstleistungen, Gastronomie)
- städtebaulich-funktionalen Zusammenhang zwischen Einkaufszentrum und südlichem Bereich verbessern (insbesondere Gestaltung öffentlicher Raum)
- Schaffung gestalteter Platz- und Aufenthaltsbereich (zum Beispiel im südlichen Kreuzungsbereich Amalienplatz)
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität durch weitere Begrünung
- Aufwertung durch Gebäude- und Fassadensanierung (insbesondere südlich des Neustadtrings)

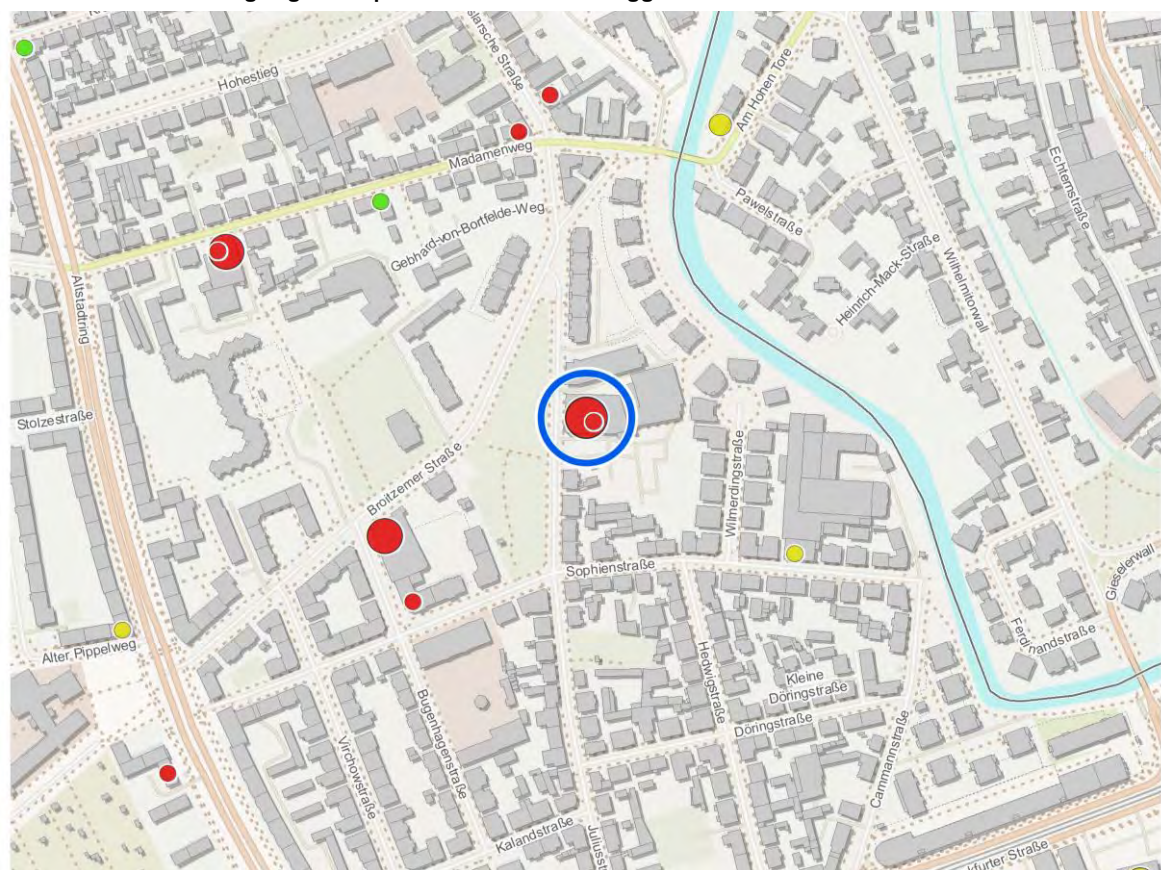




### 8.9.1.2 Nahversorgungsstützpunkt Westliches Ringgebiet, Juliusstraße

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Westliches Ringgebiet              |
| Betriebstyp(en)                            | Supermarkt Lebensmitteldiscounter  |
| Verkaufsfläche                             | rd. 1.000 m <sup>2</sup>           |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 9.435/ 61.585 Einwohner            |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 1,0 km, Hauptgeschäftsbereich City |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                |

Karte 65: Nahversorgungsstützpunkt Westliches Ringgebiet, Juliusstraße



Nahversorgungsstützpunkt

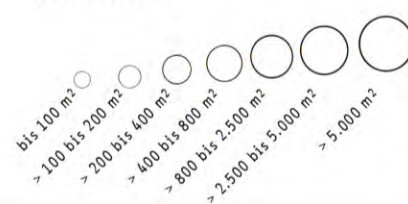
○ Standort

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

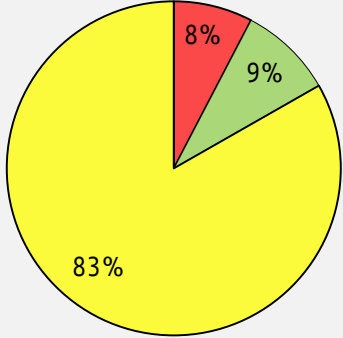
Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



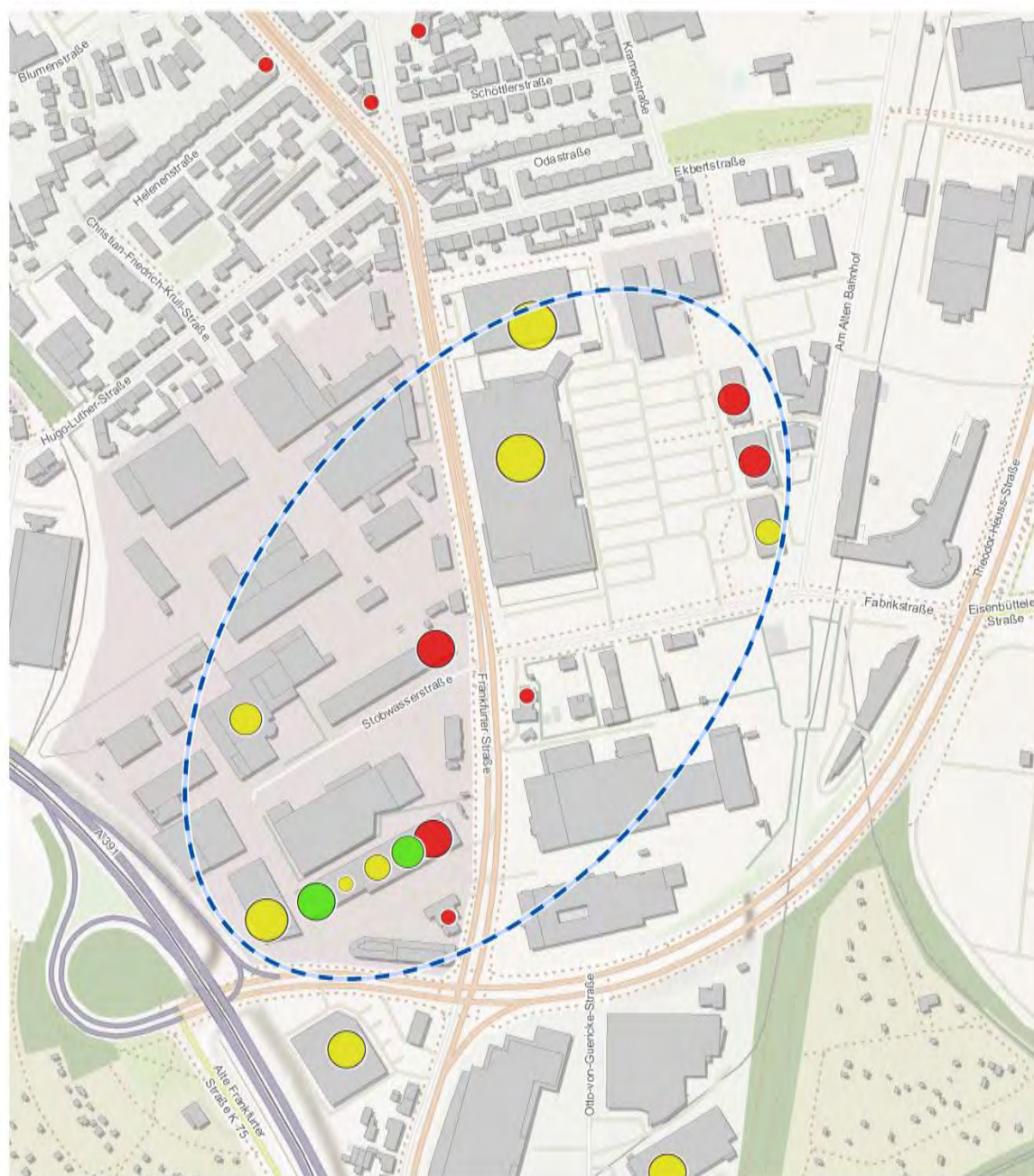
### 8.9.1.3 Entwicklungsschwerpunkt Frankfurter Straße (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel)

| Stadtbezirk            | Westliches Ringgebiet  |           |        |                        |    |                 |    |                       |     |
|------------------------|--|-----------|--------|------------------------|----|-----------------|----|-----------------------|-----|
| Anzahl Betriebe        | 15   |           |        |                        |    |                 |    |                       |     |
| Magnetbetriebe         | Baumarkt, Möbelfachmarkt, Bürofachmarkt, Zoofachmarkt  |           |        |                        |    |                 |    |                       |     |
| Sortimentsstruktur     | <p>Gesamtverkaufsfläche: 28.500 m<sup>2</sup></p>  <p>■ nahversorgungsrelevant<br/>■ zentrenrelevant<br/>■ nicht zentrenrelevant</p> <table border="1"><thead><tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr></thead><tbody><tr><td>nahversorgungsrelevant</td><td>8%</td></tr><tr><td>zentrenrelevant</td><td>9%</td></tr><tr><td>nicht zentrenrelevant</td><td>83%</td></tr></tbody></table> | Kategorie | Anteil | nahversorgungsrelevant | 8% | zentrenrelevant | 9% | nicht zentrenrelevant | 83% |
| Kategorie              | Anteil   |           |        |                        |    |                 |    |                       |     |
| nahversorgungsrelevant | 8%   |           |        |                        |    |                 |    |                       |     |
| zentrenrelevant        | 9%   |           |        |                        |    |                 |    |                       |     |
| nicht zentrenrelevant  | 83%  |           |        |                        |    |                 |    |                       |     |
| ÖPNV-Anbindung         | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |           |        |                        |    |                 |    |                       |     |
| Erreichbarkeit MIV     | Anschlussstelle Gartenstraße (A 391)   |           |        |                        |    |                 |    |                       |     |





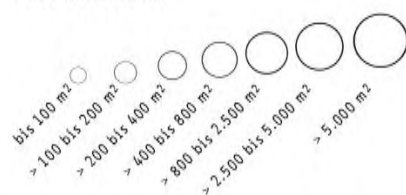
Karte 66: Entwicklungsschwerpunkt Frankfurter Straße

**Abgrenzungen (schematisch)**

Entwicklungsschwerpunkt

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche**

0 100 200 Meter

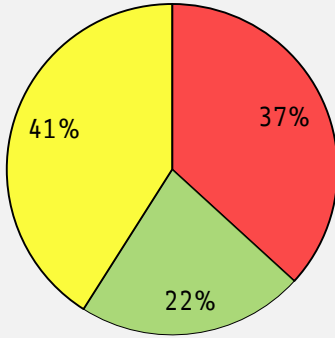
Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

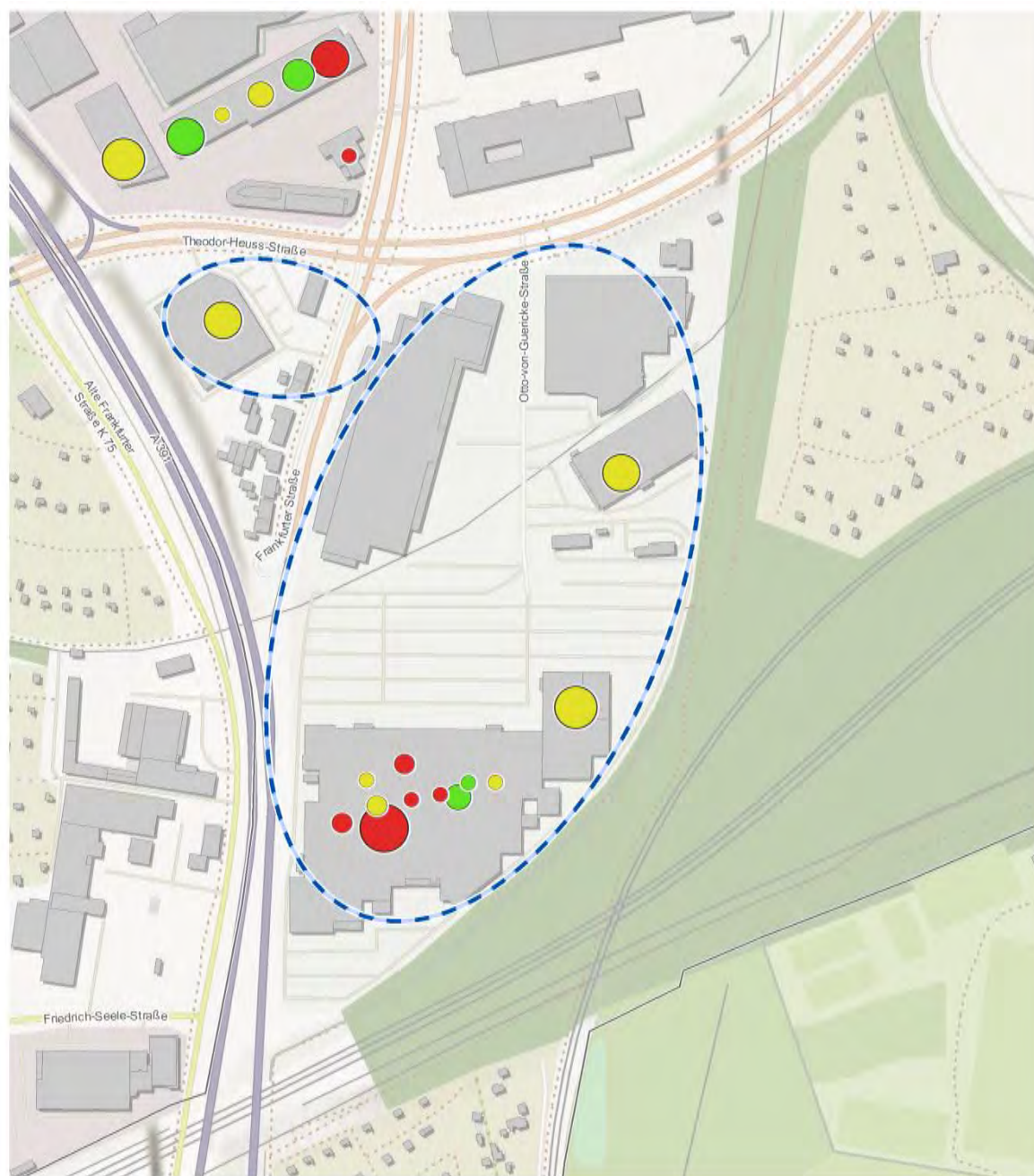


#### 8.9.1.4 Entwicklungsschwerpunkt Otto-von-Guericke-Straße (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel)

| Stadtbezirk            | Westliches Ringgebiet  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
|------------------------|--|-----------|--------|------------------------|-----|-----------------|-----|-----------------------|-----|
| Anzahl Betriebe        | 13   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| Magnetbetriebe         | SB-Warenhaus, Gartenmarkt, Möbelfachmarkt  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| Sortimentsstruktur     | <p>Gesamtverkaufsfläche: 15.425 m<sup>2</sup></p>  <p>■ nahversorgungsrelevant<br/>■ zentrenrelevant<br/>■ nicht zentrenrelevant</p> <table border="1"><thead><tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr></thead><tbody><tr><td>nahversorgungsrelevant</td><td>37%</td></tr><tr><td>zentrenrelevant</td><td>22%</td></tr><tr><td>nicht zentrenrelevant</td><td>41%</td></tr></tbody></table> | Kategorie | Anteil | nahversorgungsrelevant | 37% | zentrenrelevant | 22% | nicht zentrenrelevant | 41% |
| Kategorie              | Anteil   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| nahversorgungsrelevant | 37%  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| zentrenrelevant        | 22%  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| nicht zentrenrelevant  | 41%  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| ÖPNV-Anbindung         | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| Erreichbarkeit MIV     | Anschlussstelle Gartenstadt (A 391)  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |



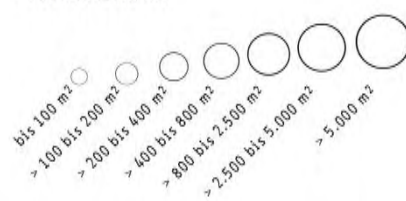
Karte 67: Entwicklungsschwerpunkt Otto-von-Guericke-Straße

**Abgrenzungen (schematisch)**

Entwicklungsschwerpunkt

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche**

0 50 100 150 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021

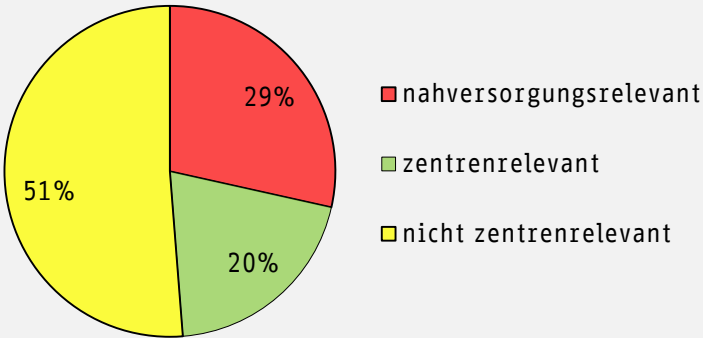


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





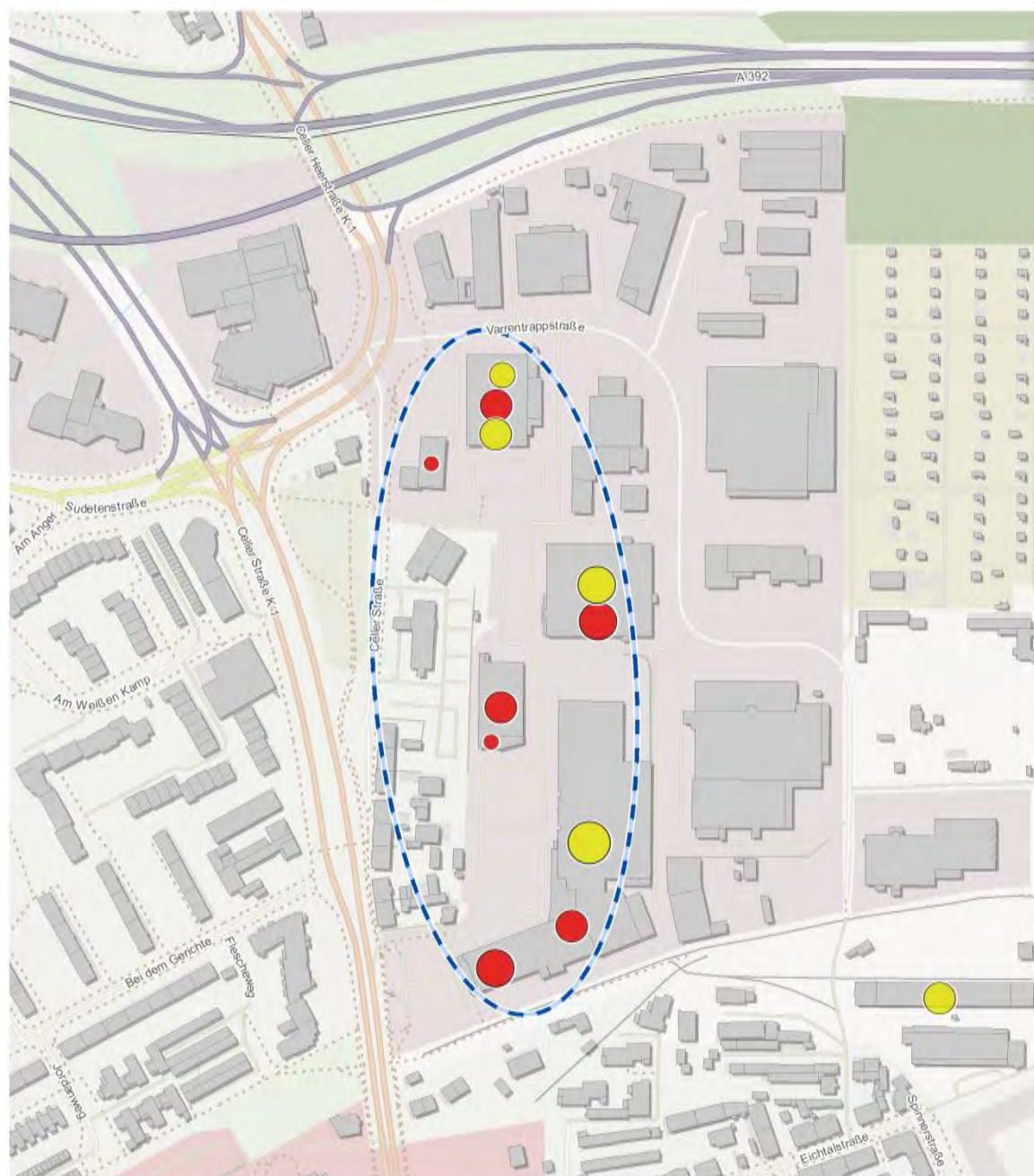
### 8.9.1.5 Entwicklungsschwerpunkt Varrentrappstraße (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel)

| Stadtbezirk            | Westliches Ringgebiet  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
|------------------------|--|-----------|--------|------------------------|-----|-----------------|-----|-----------------------|-----|
| Anzahl Betriebe        | 11   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| Magnetbetriebe         | Fachmarkt für Teppiche/ Bodenbeläge, Bürofachmarkt, Lebensmitteldiscounter   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| Sortimentsstruktur     | <p>Gesamtverkaufsfläche: 8.775 m<sup>2</sup></p>  <table border="1"><thead><tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr></thead><tbody><tr><td>nahversorgungsrelevant</td><td>29%</td></tr><tr><td>zentrenrelevant</td><td>20%</td></tr><tr><td>nicht zentrenrelevant</td><td>51%</td></tr></tbody></table> | Kategorie | Anteil | nahversorgungsrelevant | 29% | zentrenrelevant | 20% | nicht zentrenrelevant | 51% |
| Kategorie              | Anteil   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| nahversorgungsrelevant | 29%  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| zentrenrelevant        | 20%  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| nicht zentrenrelevant  | 51%  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| ÖPNV-Anbindung         | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |
| Erreichbarkeit MIV     | Anschlussstelle Celler Straße (A 392)  |           |        |                        |     |                 |     |                       |     |





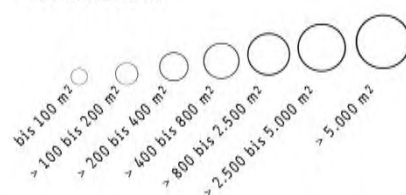
Karte 68: Entwicklungsschwerpunkt Varrentrappstraße

**Abgrenzungen (schematisch)**

Entwicklungsschwerpunkt

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche**

0 50 100 150 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



## 8.9.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.9.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Westliches Ringgebiet

Der Stadtbezirk Westliches Ringgebiet grenzt im Westen an den Bezirk Innenstadt an und erstreckt sich über die Bereiche Petritor und Wilhelmitor.

Tab. 31: Kennzahlen Westliches Ringgebiet

|   |                       |
|---|-----------------------|
| Einwohner                                 | 34.960                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 18                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 16.875 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 125%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 91%                   |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

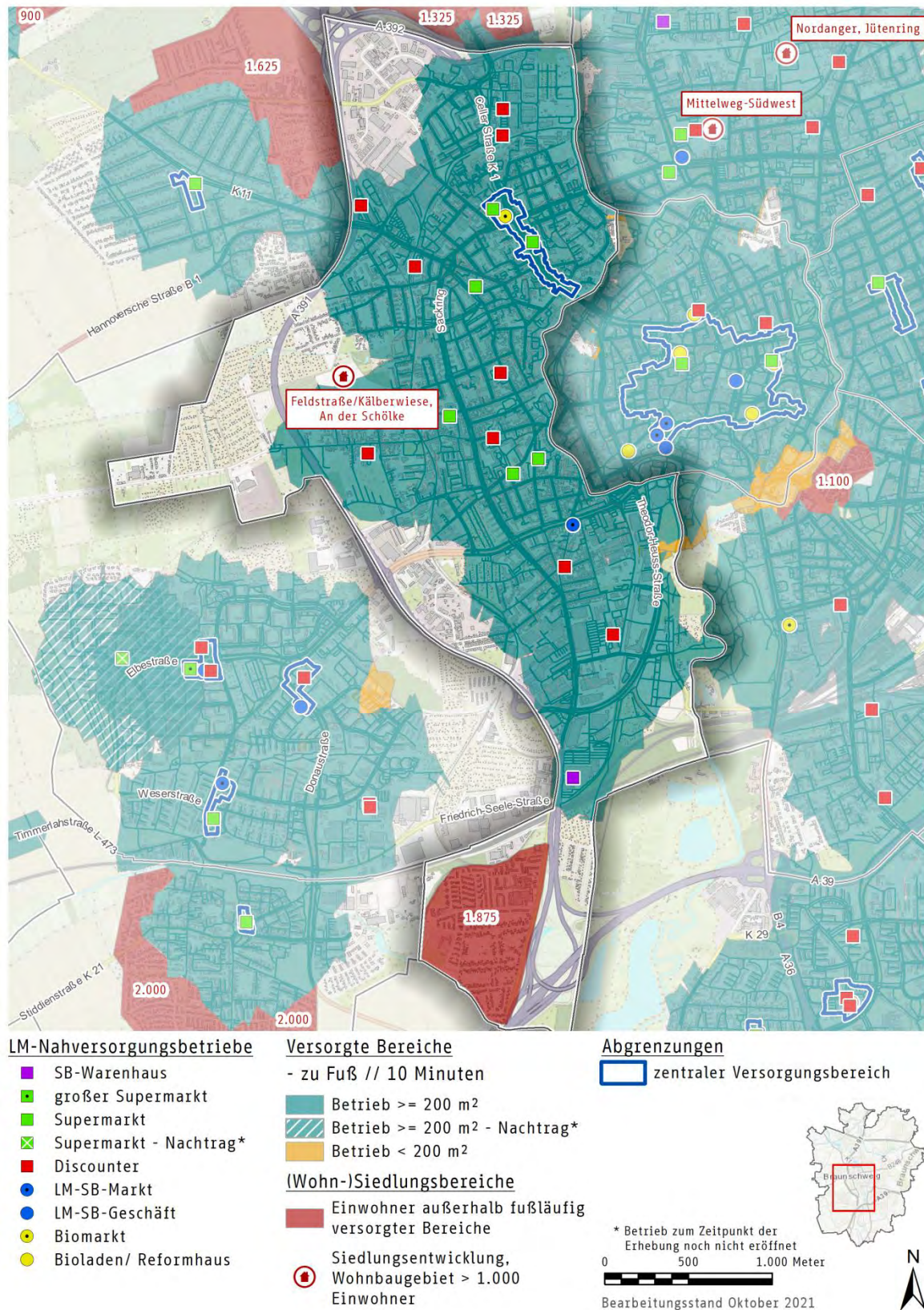
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um ein SB-Warenhaus, sechs Supermärkte, neun Lebensmitteldiscounter und einen Biomarkt.
- Drei dieser Betriebe befinden sich im Stadtteilzentrum Celler Straße/ Weisses Ross. Zehn Betriebe sind an je einem sonstigen integrierten Standort angesiedelt, darunter auch der Nahversorgungsstützpunkt Westliches Ringgebiet/ Juliusstraße. Fünf Betriebe befinden sich an den Entwicklungsschwerpunkten Varrentrappstraße (zwei Betriebe), Frankfurter Straße (ein Betrieb) und Otto-von-Guericke-Straße (ein Betrieb) sowie ein Betrieb an einem sonstigen nicht integrierten Standort.
- Die Verkaufsflächen der meisten Betriebe liegen unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup>; drei Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von lediglich bis zu rd. 500 m<sup>2</sup> auf. Mit dem oben genannten SB-Warenhaus ist jedoch auch ein Lebensmittelbetrieb mit sehr großer Verkaufsfläche zu verzeichnen.
- Auf Grund der hohen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sind per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Diese sind vor allem auch auf das SB-Warenhaus am Entwicklungsschwerpunkt Otto-von-Guericke-Straße zurückzuführen, welches Kaufkraft auch aus anderen Teilbereichen von Braunschweig (und darüber hinaus) bindet.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk liegt mit rd. 91% sehr hoch - für annähernd alle Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 69). Im südlichen Siedlungsbereich Gartenstadt besteht kein fußläufiges Nahversorgungsangebot.

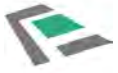




Karte 69: Nahversorgungssituation im Bezirk Westliches Ringgebiet



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Ein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation besteht auf Grund der geringen Zahl nicht fußläufig nahversorgter Einwohner nicht. Dies gilt auch für den Bereich Gartenstadt, wo das Potenzial für einen Lebensmittelbetrieb entsprechend der Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber filialisierter Lebensmittelbetriebe (etwas) zu gering ist.
- Die bestehenden Betriebe an integrierten Standorten gilt es zu erhalten; Verkaufsflächenerweiterungen zur Bestandssicherung der kleineren Betriebe erscheinen auf Grund der hohen Einwohnerzahlen in den 10-Minuten-Isochronen der Betriebe grundsätzlich möglich, sind jedoch gegebenenfalls auf Grund des bestehenden großen Lebensmittelnahversorgungsangebotes hinsichtlich ihres Beitrags zu einer Sicherung und Stärkung der räumlichen Nahversorgungssituation zu prüfen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; der Fokus sollte auf der Erhaltung des insgesamt guten Nahversorgungsangebotes im Stadtteilzentrum und in den sonstigen integrierten Lagen liegen.

## 8.10 STADTBEZIRK LEHNDORF-WATENBÜTTEL

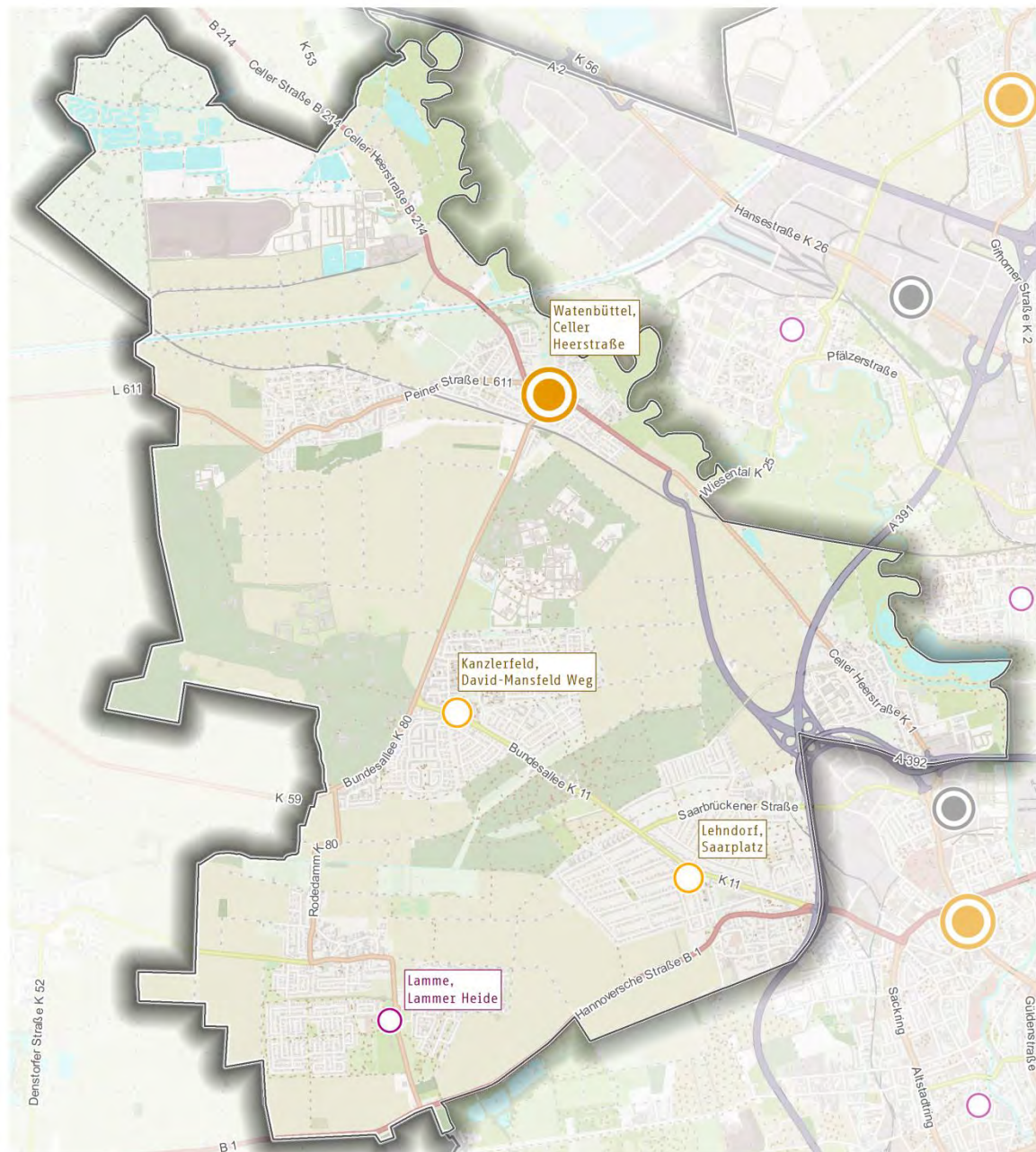
Im Stadtbezirk Lehdorf-Watenbüttel befinden sich neben dem Stadtteilzentrum Watenbüttel/ Celler Heerstraße die Nahversorgungszentren Kanzlerfeld/ David-Mansfeld Weg und Lehdorf/ Saarplatz und der Nahversorgungstützpunkt Lamme/ Lammer Heide (vgl. Karte 70). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 49 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 6.600 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 32 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Lehdorf-Watenbüttel bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmitteln und damit im kurzfristigen Bedarfsbereich. Mit Ausnahme von Lebensmittelhandwerk und Apotheken sind in allen Sortimenten deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.





Karte 70: Stadtbezirk Lehndorf-Watenbüttel



## Zentren- und Standortsystem

- |  |   |  |                          |
|--|---|--|--------------------------|
|  | City-Hauptgeschäftsbereich                |  | Nahversorgungsstützpunkt |
|  | Stadtteilzentrum                          |  | Entwicklungsschwerpunkt  |
|  | Nahversorgungszentrum                     |  | Sonderstandort BraWoPark |
|  | Nahversorgungszentrum -<br>perspektivisch |  |                          |



0 500 1.000 1.500 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



**Tab. 32: Einzelhandelsangebot im Bezirk Lehdorf-Watenbüttel, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 3.575                               | 18,2                | 47,5                   | 38%           |
| Lebensmittelhandwerk                            | 425                                 | 6,2                 | 6,5                    | 96%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 250                                 | 0,8                 | 5,5                    | 14%           |
| Apotheke  | 275                                 | 14,2                | 15,1                   | 94%           |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 150                                 | 0,7                 | 1,2                    | 56%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 225                                 | 0,7                 | 2,2                    | 33%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>4.900</b>                        | <b>40,7</b>         | <b>77,9</b>            | <b>52%</b>    |
| Bekleidung und Zubehör                          | 375                                 | 0,9                 | 6,8                    | 13%           |
| Schuhe/ Lederwaren                              | -                                   | 0,0                 | 1,9                    | 0%            |
| Sport/ Freizeit                                 | -                                   | 0,0                 | 2,7                    | 0%            |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 175                                 | 0,4                 | 1,7                    | 21%           |
| Bücher  | -                                   | 0,0                 | 1,4                    | 2%            |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 100                                 | 0,1                 | 1,3                    | 7%            |
| Haus-/ Heimtextilien                            | -                                   | 0,0                 | 1,2                    | 1%            |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>675</b>                          | <b>1,4</b>          | <b>17,0</b>            | <b>8%</b>     |
| Uhren/ Schmuck                                  | -                                   | 0,0                 | 1,3                    | 0%            |
| Foto/ Optik                                     | 50                                  | 0,4                 | 1,5                    | 25%           |
| Medien  | -                                   | 0,0                 | 4,5                    | 0%            |
| Elektro/ Leuchten                               | -                                   | 0,0                 | 2,5                    | 0%            |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | -                                   | 0,0                 | 0,7                    | 0%            |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 525                                 | 0,6                 | 12,5                   | 5%            |
| Möbel   | 275                                 | 0,4                 | 7,4                    | 6%            |
| Sonstiges                                       | 150                                 | 0,7                 | 9,0                    | 8%            |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>1.025</b>                        | <b>2,1</b>          | <b>39,3</b>            | <b>5%</b>     |
| <b>Summe</b>                                    | <b>6.600</b>                        | <b>44,2</b>         | <b>134,3</b>           | <b>33%</b>    |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



### 8.10.1 Zentren- und Standortstruktur

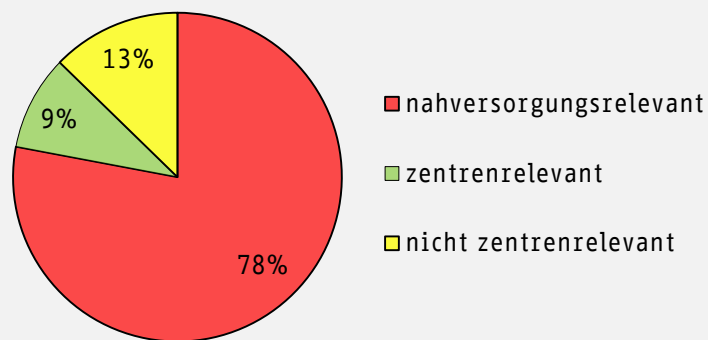
#### 8.10.1.1 Stadtteilzentrum Watenbüttel, Celler Heerstraße

|  |   |
|--|---|
| <b>Stadtbezirk</b>                                 | Lehndorf-Watenbüttel  |
| <b>Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur</b> | Das dörflich geprägt Stadtteilzentrum gruppiert sich um den Kreuzungsbereich Celler Heerstraße/ Hans-Jürgen-Straße. Mit einem Supermarkt und einem Lebensmitteldiscounter als Magnetbetriebe liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Die Betriebsstruktur ist überwiegend kleinteilig.<br>Gegenüber der bisherigen Abgrenzung wurde die räumliche Ausdehnung des Zentrums im Westen reduziert. |
| <b>ÖPNV-Anbindung</b>                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |

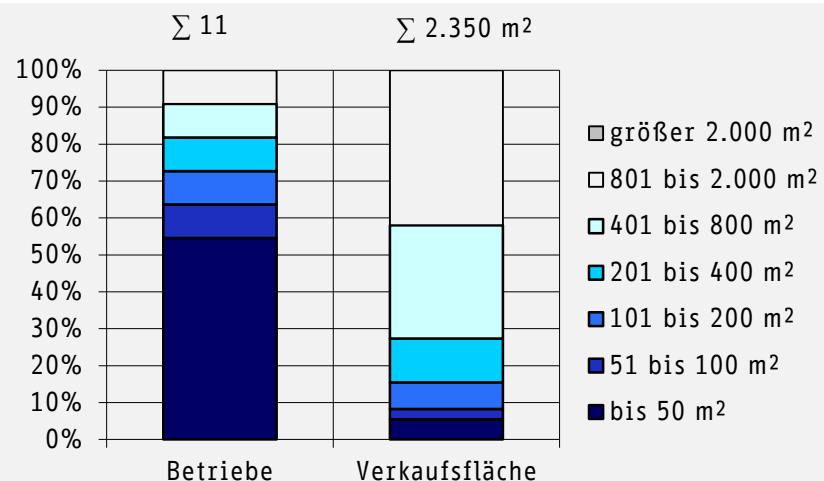
#### Einzelhandelsstruktur

##### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 2.350 m<sup>2</sup>



##### Anzahl Betriebe nach Größenklassen





Karte 71: Stadtteilzentrum Watenbüttel, Celler Heerstraße



#### Abgrenzungen

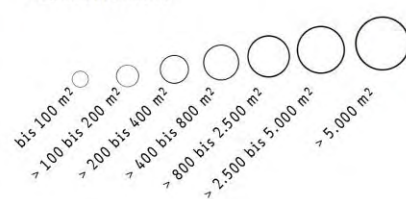
zentraler Versorgungsbereich

#### Einzelhandel

##### - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

##### - Verkaufsfläche



#### Dienstleistungen

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- ▲ soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

#### Leerstand

#### Wochenmarkt

#### Aktualisierung 2021: Änderungen

- ◆ neuer Einzelhandel
- Leerstand zu Einzelhandel
- Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





Foto 35: Fachgeschäfte Celler Heerstraße



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 36: Grasplatz



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden
- gutes Nahversorgungsangebot mit unter anderem Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Hofladen, Lebensmittelhandwerk
- Lebensmittelbetriebe als Magnetbetriebe
- einzelne Fachgeschäfte vorhanden
- ergänzendes Dienstleistungsangebot
- überwiegend offene Bauweise
- kleiner gestalteter und begrünter Platzbereich (Grasplatz)

### Schwächen

- insgesamt geringe Anzahl Einzelhandelsbetriebe
- geringe Nutzungsdichte
- vorgelagerte Stellplätze im Bereich der Lebensmittelbetriebe
- hohe Verkehrsbelastung Celler Heerstraße

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung der Einzelhandelsfunktion, gegebenenfalls Stärkung im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- Nahversorgungsfunktion erhalten
- Stärkung weiterer Zentrenfunktionen (zum Beispiel durch Dienstleistungen und Gastronomie)
- Schließung von Besatzlücken zur Erhöhung der Nutzungsdichte
- städtebauliche Aufwertung im Umfeld der Lebensmittelmärkte
- Aufwertung/ Gestaltung Platzbereich (Grasplatz) zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität (jedoch hohe Verkehrsbelastung)



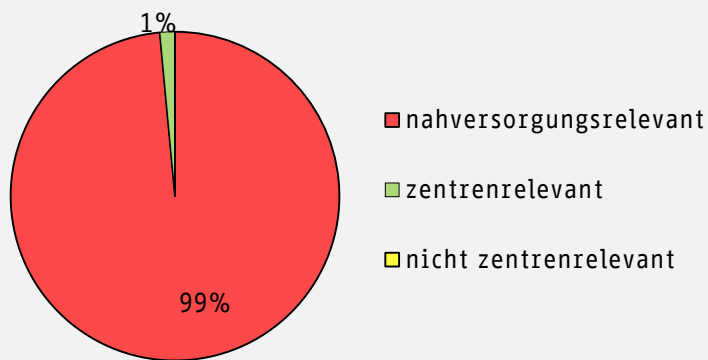
### 8.10.1.2 Nahversorgungszentrum Kanzlerfeld, David-Mansfeld-Weg

|   |  |
|---|--|
| Stadtbezirk                                 | Lehndorf-Watenbüttel   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | Das Nahversorgungszentrum befindet sich nördlich der Bundesallee und umfasst im Wesentlichen einen Gebäudekomplex mit Supermarkt und weiteren ergänzenden Nutzungen. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Auf einer Potenzialfläche südlich der Bundesallee befindet sich ein neuer Supermarkt im Bau. |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

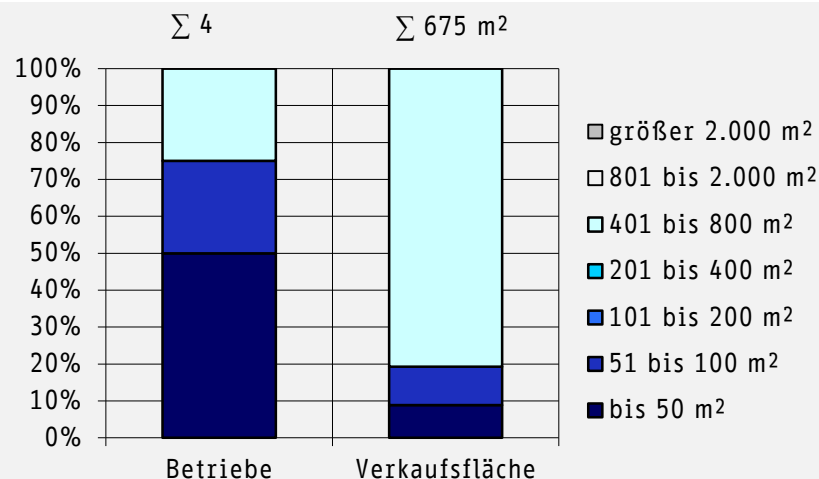
#### Einzelhandelsstruktur

##### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 675 m<sup>2</sup>

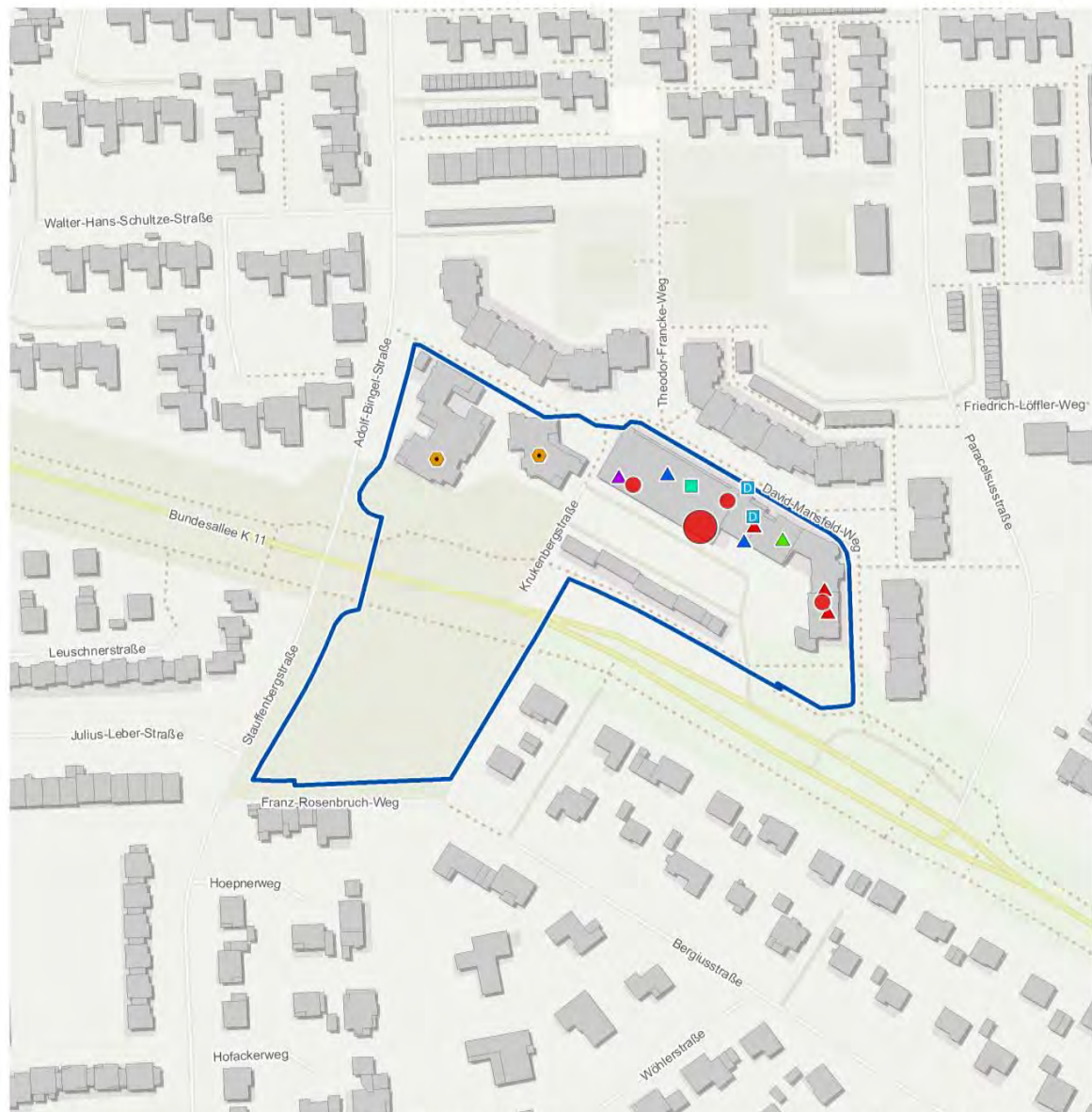


##### Anzahl Betriebe nach Größenklassen





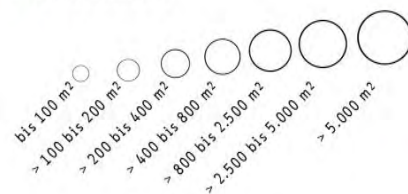
Karte 72: Nahversorgungszentrum Kanzlerfeld, David-Mansfeld Weg

**Abgrenzungen**

  zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

■ Leerstand

■ Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





Foto 37: Supermarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 38: Parkplatz Supermarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Nahversorgungsangebot mit kleinem Supermarkt, Lebensmittelhandwerk
- neuer Supermarkt auf südwestlicher Potenzialfläche
- ergänzende Angebote mit unter anderem Apotheke, Schreibwaren
- ergänzendes Dienstleistungsangebot
- kleiner gestalteter Platzbereich vor Gemeindehaus

### Schwächen

- geringfügiges Einzelhandelsangebot
- geringe Anzahl an Betrieben
- Nutzungen/ Eingänge zum Teil auf Gebäuderückseite
- einzelne Leerstände innerhalb Gebäudekomplex
- weitestgehend ungestalteter öffentlicher Raum
- Modernisierungsbedarf erkennbar
- geringe Aufenthaltsqualität auf Grund Nutzung als Parkplatz

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen mit Ausnahme des neuen Supermarktstandortes

## Handlungsempfehlungen

- Ansiedlung/ Verlagerung Supermarkt
- Folgenutzung für bestehenden Supermarkt sicherstellen
- Stärkung Nahversorgungsfunktion
- Modernisierung Bestandsgebäude
- Aufwertung/ Gestaltung des öffentlichen Raumes
- gestaltete Aufenthaltsbereiche schaffen
- Anbindung/ Verbindung südlicher Supermarktstandort und Bestandsgebäude attraktiv gestalten
- Querungshilfe für Fußgänger im Bereich Bundesallee





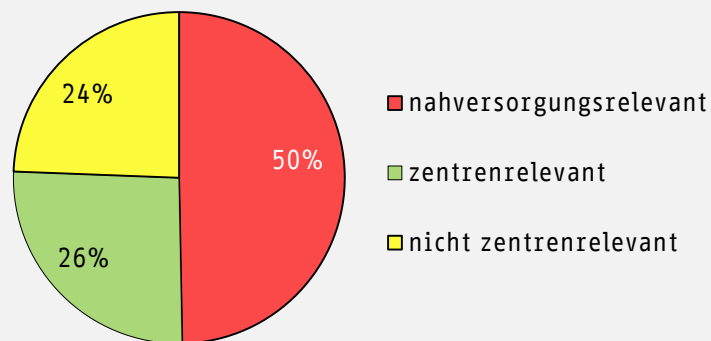
### 8.10.1.3 Nahversorgungszentrum Lehdorf, Saarplatz

|   |   |
|---|---|
| <b>Stadtbezirk</b>                                  | Lehdorf-Watenbüttel   |
| <b>Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandels-struktur</b> | <p>Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich südlich der Saarstraße im Wesentlichen im Bereich des Saarplatzes. Mit einem kleinen Supermarkt als Magnetbetrieb liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt kleinteilig strukturiert.</p> <p>Die Abgrenzung wurde gegenüber der bisherigen Abgrenzung auf den Bereich mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz reduziert.</p> |
| <b>ÖPNV-Anbindung</b>                               | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |

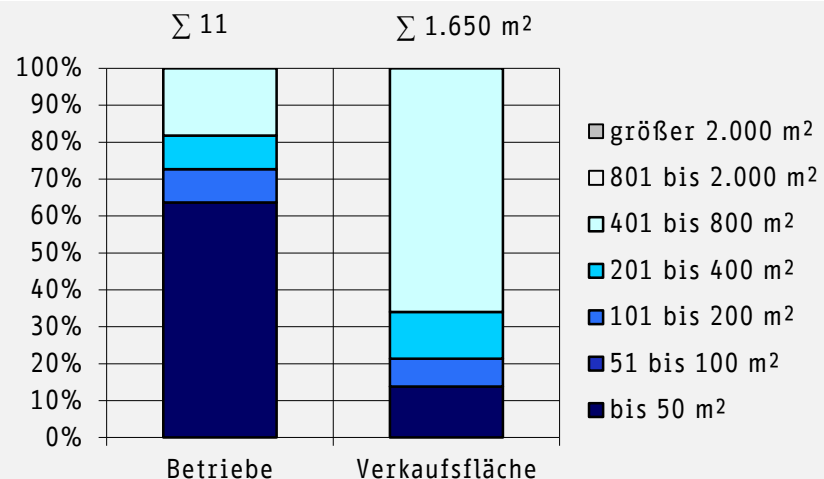
### Einzelhandelsstruktur

#### Sortimentsstruktur

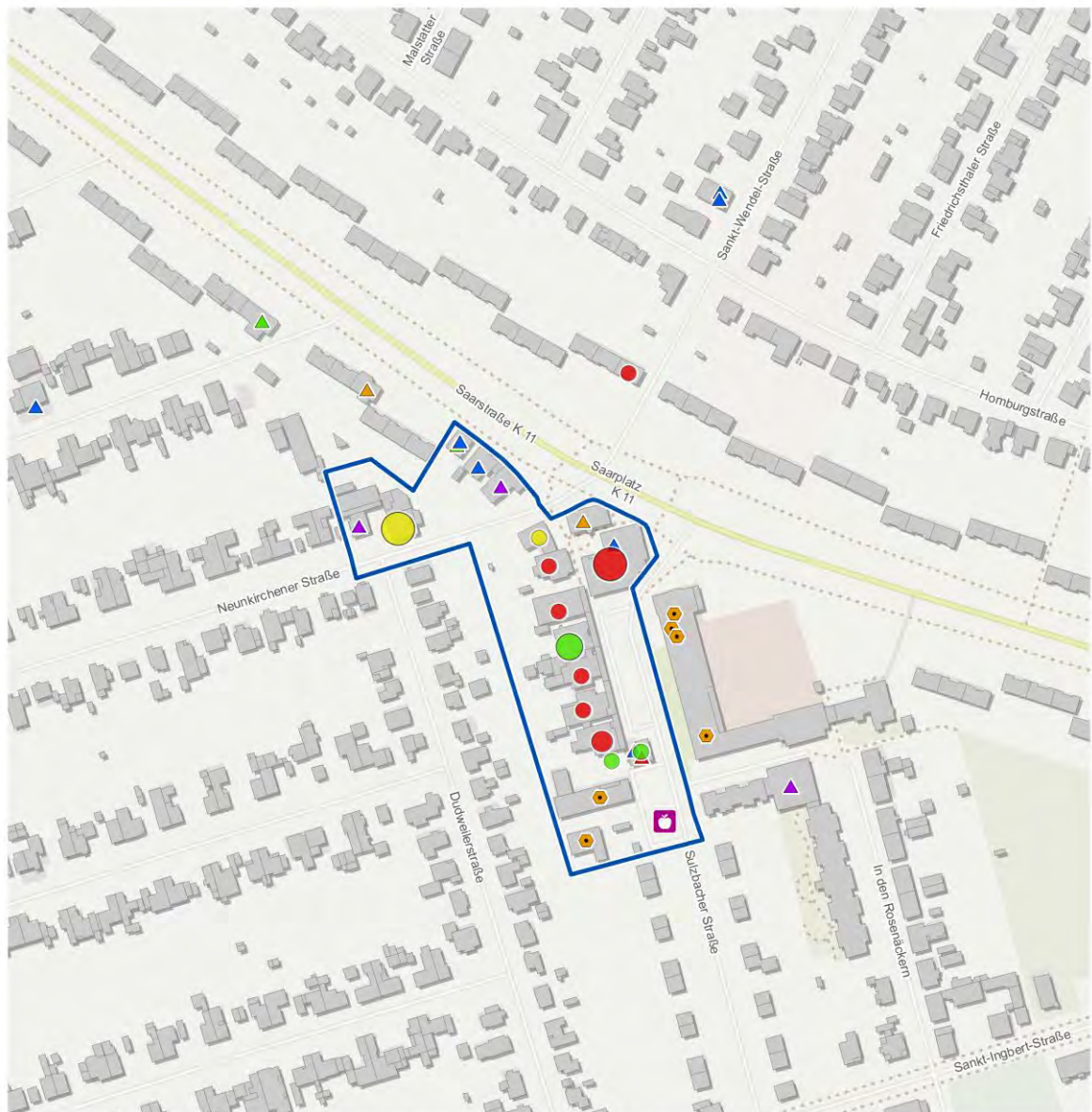
Gesamtverkaufsfläche: 1.650 m<sup>2</sup>



#### Anzahl Betriebe nach Größenklassen



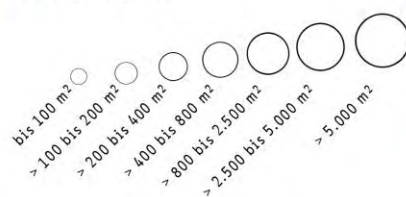
Karte 73: Nahversorgungszentrum Lehdorf, Saarplatz

**Abgrenzungen**

  zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

**Leerstand**

■ Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- ▲ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Foto 39: Supermarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 40: Fachgeschäfte Saarplatz



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen
- Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich, jedoch auch nennenswerte Anteile im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- Nahversorgungsangebot mit unter anderem kleinem Supermarkt, Lebensmittelhandwerk
- Wochenmarkt
- ergänzende Fachgeschäfte (unter anderem Bekleidung, Schreibwaren)
- ergänzendes Dienstleistungsangebot, Gastronomie
- attraktiv gestalteter und begrünter öffentlicher Raum
- gute Aufenthaltsqualität

### Schwächen

- lediglich kleiner Supermarkt
- Überdachung Ladenzeile wirkt modernisierungsbedürftig
- nördlicher Bereich (Saarstraße) vorwiegend Wohnnutzungen

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen

## Handlungsempfehlungen

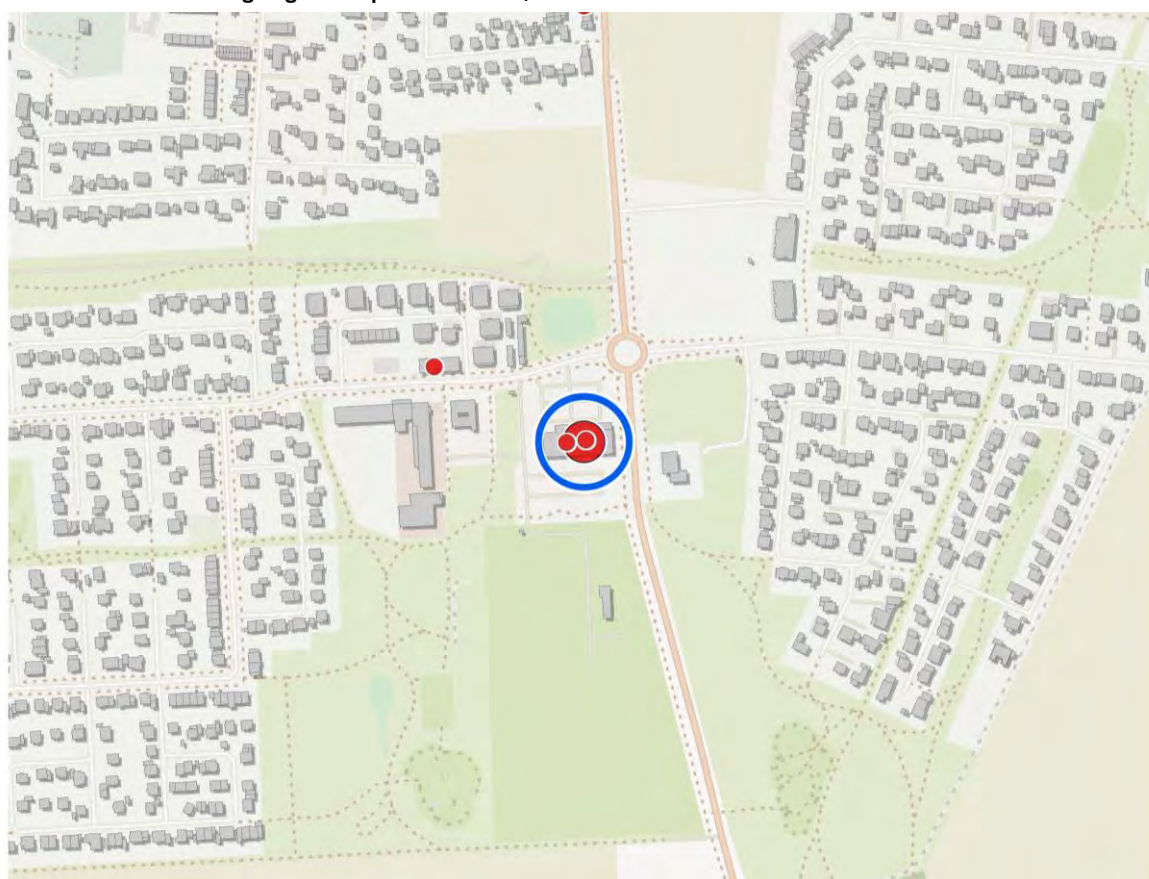
- Nahversorgungsfunktion erhalten (insbesondere Supermarkt)
- Wochenmarkt erhalten/ stärken
- ergänzende Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen erhalten und gegebenenfalls stärken
- gute Aufenthaltsqualität und Gestaltung des öffentlichen Raumes erhalten
- Modernisierung Überdachung Ladenzeile



#### 8.10.1.4 Nahversorgungsstützpunkt Lamme, Lammer Heide

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Lehndorf-Watenbüttel                |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter              |
| Verkaufsfläche                             | rd. 900 m <sup>2</sup>              |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 2.435/ 5.840 Einwohner              |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | rd. 2,9 km, NVZ Lehndorf, Saarplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                 |

Karte 74: Nahversorgungsstützpunkt Lamme, Lammer Heide



Nahversorgungsstützpunkt

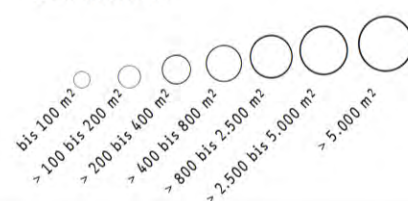
Standort

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





## 8.10.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.10.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Lehdorf-Watenbüttel

Der Stadtbezirk Lehdorf-Watenbüttel befindet sich im Westen des Braunschweiger Stadtgebietes und umfasst im Wesentlichen die statistischen Bezirke Kanzlerfeld, Lamme, Lehdorf, Ölper und Watenbüttel.

**Tab. 33: Kennzahlen Lehdorf-Watenbüttel**

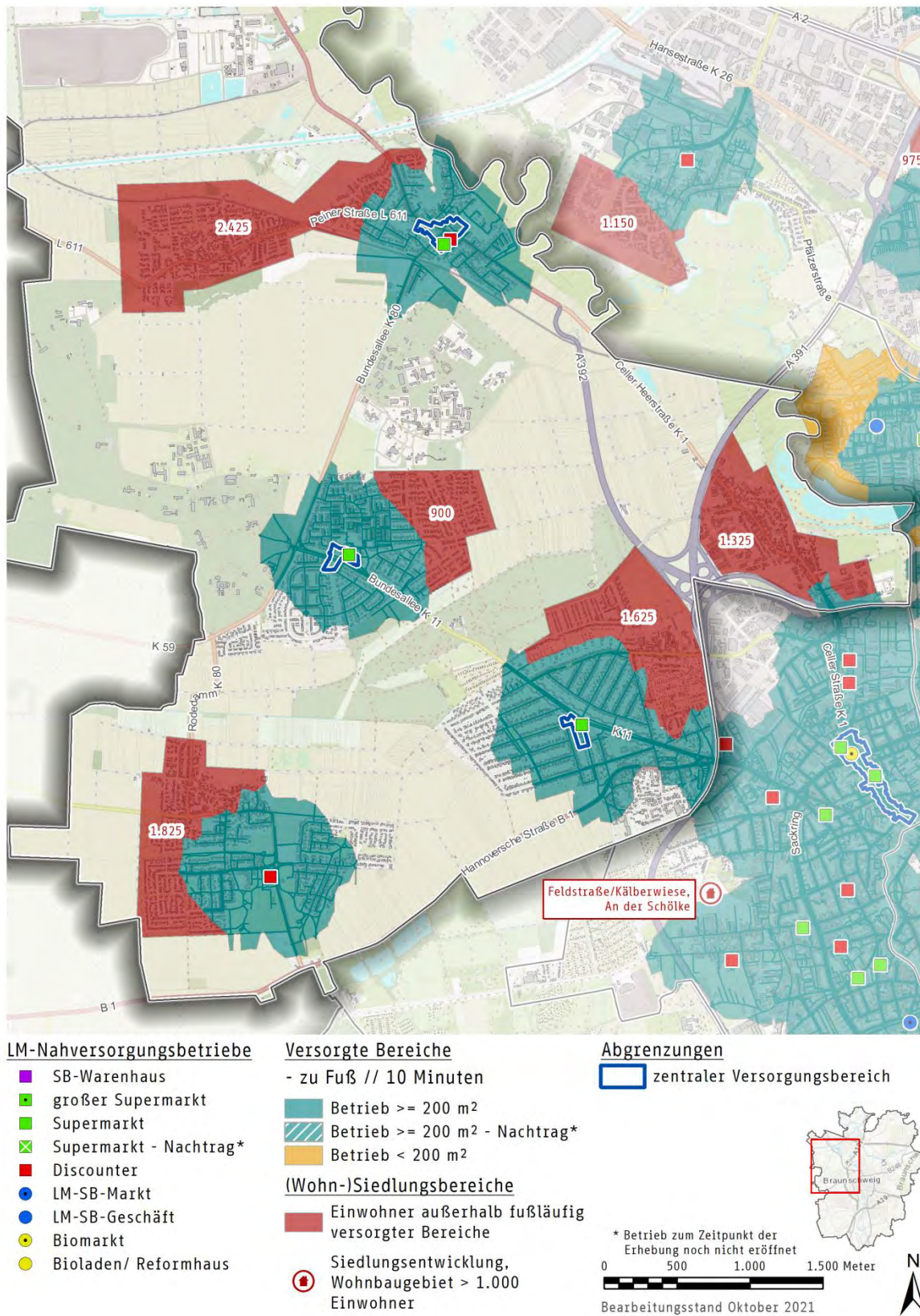
|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 21.550               |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 5                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 3.575 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 38%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 51%                  |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Im Segment Nahrungs- und Genussmittel sind bei einer geringen Bindungsquote von rd. 38% per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.
- Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um drei Supermärkte und zwei Lebensmitteldiscounter.
- Vier dieser Betriebe befinden sich in zentralen Versorgungsbereichen: zwei im Stadtteilzentrum Watenbüttel/ Celler Heerstraße sowie in den Nahversorgungszentren Kanzlerfeld/ David-Mansfeld-Weg und Lehdorf/ Saarplatz. Ein weiterer Betrieb ist an einem sonstigen integrierten Standort angesiedelt.
- Die Verkaufsflächen einzelner Betriebe sind zum Teil sehr klein; zwei der Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> auf. Von den übrigen Lebensmittelbetrieben liegen zwei signifikant über dieser Schwelle.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk ist mit rd. 51% sehr niedrig - nur für gut die Hälfte aller Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 75). In Kanzlerfeld, Lamme, Lehdorf und Watenbüttel sind jeweils nur Teile der Siedlungsbereiche fußläufig nahversorgt. In Ölper und Völkenrode besteht kein Lebensmittelnahversorgungsangebot.
- Zum Zeitpunkt der Erhebung 2020 befand sich im Nahversorgungszentrum Kanzlerfeld/ David-Mansfeld-Weg ein Supermarkt im Bau. Da es sich um eine Erweiterung beziehungsweise Verlagerung eines bestehenden Betriebes handelt, trägt dieser nicht zur Verbesserung der fußläufigen Nahversorgung bei.

Karte 75: Nahversorgungssituation im Bezirk Lehndorf-Watenbüttel





- In Lamme befindet sich ein zusätzlicher Lebensmittelbetrieb in Planung. Da sich der Planstandort in räumlicher Nähe zu dem dort bestehenden Lebensmitteldiscounter befindet, kann nur in geringem Umfang zur Verbesserung der fußläufigen Nahversorgungssituation beigetragen werden.
- Auf Grund der geringen Zahl nicht versorgter Einwohner in den nicht fußläufig nahversorgten Bereichen ist jedoch meist kein hinreichendes Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation durch zusätzliche Lebensmittelbetriebe zu verzeichnen. Lediglich in Völkenrode besteht mit rd. 2.400 nicht versorgten Einwohnern und gegebenenfalls zusätzlichen Wohneinheiten dem Grunde nach ein entsprechendes Potenzial.
- Zu berücksichtigen ist diesbezüglich jedoch, dass die im Stadtteilzentrum Watenbüttel/ Celler Heerstraße bestehenden Lebensmittelbetriebe für den Gesamtbereich Watenbüttel/ Völkenrode quantitativ Versorgungsfunktion gewährleisten. Somit liegt hier kein ausreichendes Kaufkraftpotenzial für einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb vor.
- Die bestehenden Betriebe gilt es zu erhalten; Verkaufsflächenerweiterungen zur Bestandssicherung der kleineren Betriebe sind auf Grund der geringen Einwohnerzahlen in den 10-Minuten-Isochronen der Betriebe kritisch zu sehen und gegebenenfalls im Detail zu prüfen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht; zur Erhaltung der Nahversorgungsfunktion sollten insbesondere die Betriebe in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren erhalten und gestärkt werden.

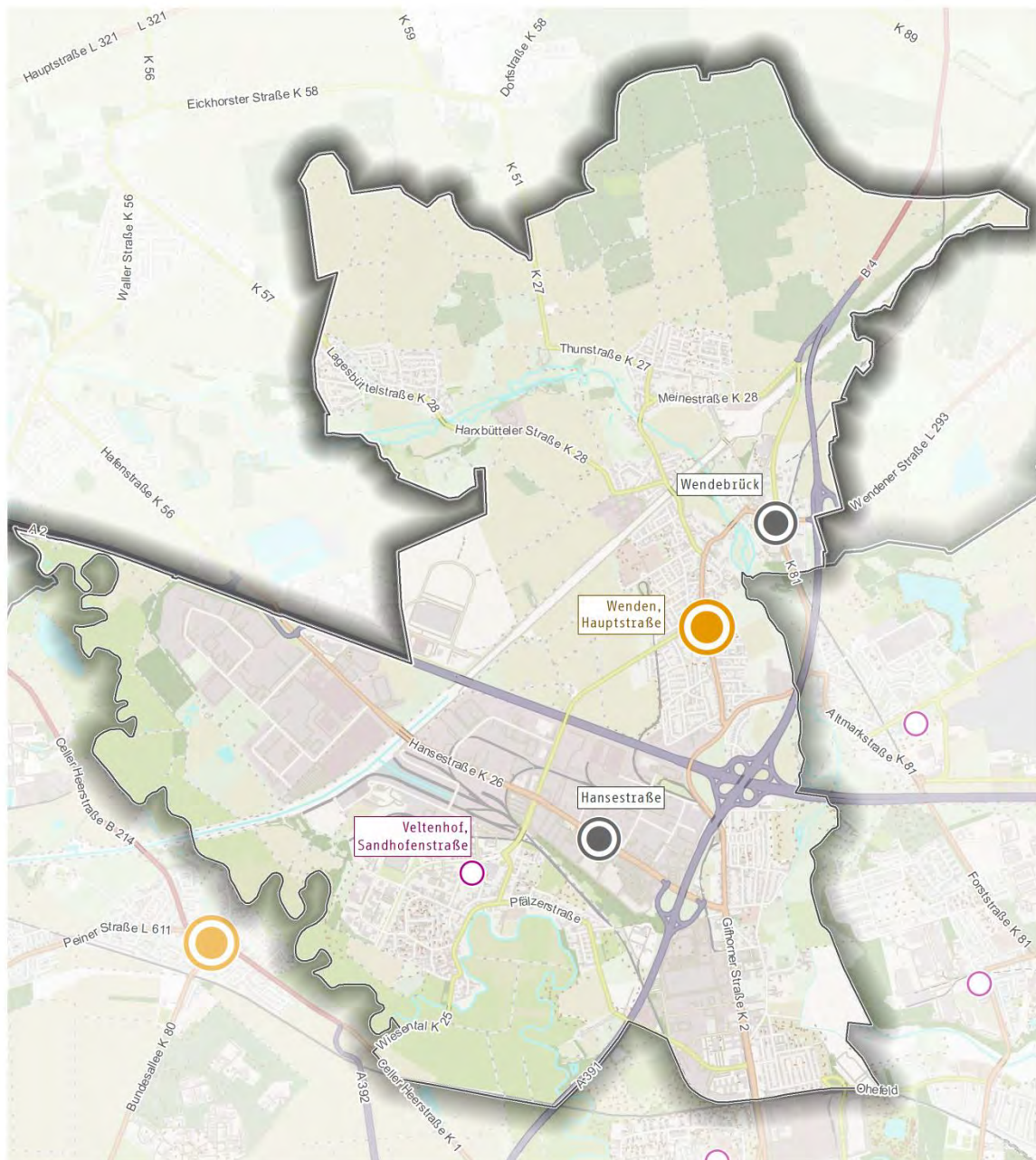
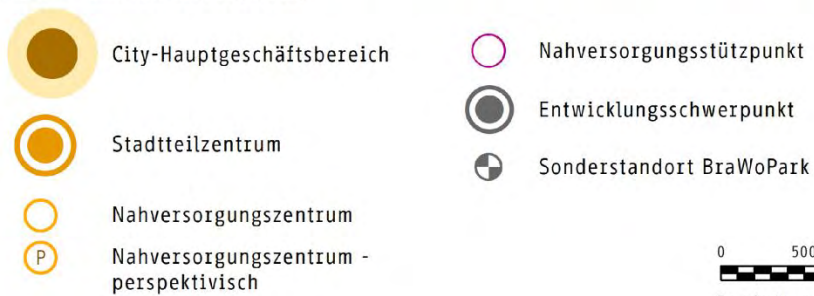
### 8.11 STADTBEZIRK NÖRDLICHE SCHUNTERAUE/ OKERAUE

Im Stadtbezirk Nördliche Schunteraue/ Okeraue befinden sich neben dem Stadtteilzentrum Wenden/ Hauptstraße der Nahversorgungstützpunkt Veltenhof/ Sandhofenstraße und die Entwicklungsschwerpunkte Hansestraße und Wendebrück (vgl. Karte 76). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 73 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 112.200 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 34 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Nördliche Schunteraue/ Okeraue bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt.



Karte 76: Stadtbezirk Nördliche Schunter-/ Okeraue

Zentren- und Standortsystem

0 500 1.000 1.500 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





Auffällig sind vor allem die sehr hohen Bindungsquoten und Verkaufsflächen in mehreren Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches. Diese sind im Wesentlichen auf das große Angebot an den Entwicklungsschwerpunkten Hansestraße und Wendebrück zurückzuführen, an denen auch in erheblichem Umfang zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente angeboten werden.

**Tab. 34: Einzelhandelsangebot im Bezirk Nördliche Schunteraue/ Okeraue, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 4.775                               | 26,6                | 26,4                   | 101%          |
| Lebensmittelhandwerk                            | 175                                 | 4,0                 | 3,6                    | 110%          |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 750                                 | 3,1                 | 3,1                    | 102%          |
| Apotheke  | 75                                  | 10,7                | 8,4                    | 128%          |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 100                                 | 0,4                 | 0,7                    | 63%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 400                                 | 1,7                 | 1,2                    | 142%          |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>6.275</b>                        | <b>46,5</b>         | <b>43,3</b>            | <b>108%</b>   |
| Bekleidung und Zubehör                          | 600                                 | 1,4                 | 3,7                    | 37%           |
| Schuhe/ Lederwaren                              | 300                                 | 0,9                 | 1,1                    | 88%           |
| Sport/ Freizeit                                 | 1.225                               | 3,8                 | 1,5                    | 253%          |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 3.500                               | 9,7                 | 1,0                    | 1018%         |
| Bücher  | -                                   | 0,0                 | 0,8                    | 0%            |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 5.300                               | 10,3                | 0,7                    | 1.464%        |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 5.400                               | 11,1                | 0,7                    | 1.698%        |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>16.350</b>                       | <b>37,3</b>         | <b>9,4</b>             | <b>394%</b>   |
| Uhren/ Schmuck                                  | 75                                  | 0,8                 | 0,7                    | 107%          |
| Foto/ Optik                                     | 400                                 | 2,2                 | 0,8                    | 274%          |
| Medien  | 75                                  | 0,6                 | 2,5                    | 25%           |
| Elektro/ Leuchten                               | 3.700                               | 11,7                | 1,4                    | 854%          |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 4.525                               | 7,9                 | 0,4                    | 2.086%        |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 12.600                              | 29,3                | 7,0                    | 421%          |
| Möbel   | 66.725                              | 121,4               | 4,1                    | 2.958%        |
| Sonstiges                                       | 1.475                               | 6,7                 | 5,0                    | 134%          |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>89.575</b>                       | <b>180,5</b>        | <b>21,8</b>            | <b>827%</b>   |
| <b>Summe</b>                                    | <b>112.200</b>                      | <b>264,3</b>        | <b>74,5</b>            | <b>355%</b>   |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



## 8.11.1 Zentren- und Standortstruktur

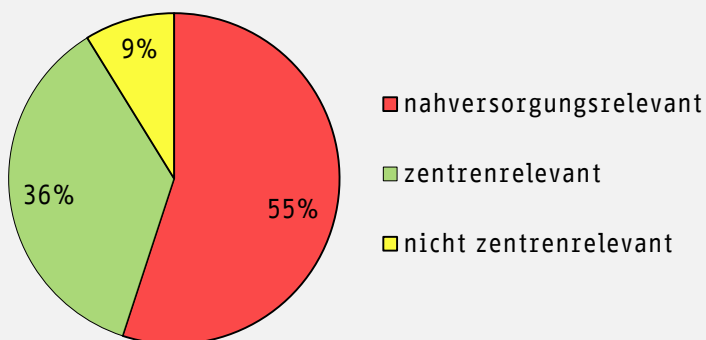
### 8.11.1.1 Stadtteilzentrum Wenden, Hauptstraße

|   |  |
|---|--|
| Stadtbezirk                                 | Nördliche Schunteraue/ Okeraue   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | <p>Das Stadtteilzentrum erstreckt sich in einer Bandstruktur entlang der Hauptstraße zwischen Im Winkel im Norden und der Einmündung Am Brühl im Süden. Mit einem Supermarkt als Magnetbetrieb liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Mit rd. einem Drittel ist jedoch auch der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente vergleichsweise hoch. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt kleinteilig strukturiert.</p> <p>Gegenüber der bisherigen Abgrenzung wurde das Zentrum in seiner räumlichen Ausdehnung auf den Bereich mit der höchsten funktionalen Dichte für eine zukünftig kompakte Struktur reduziert.</p> |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

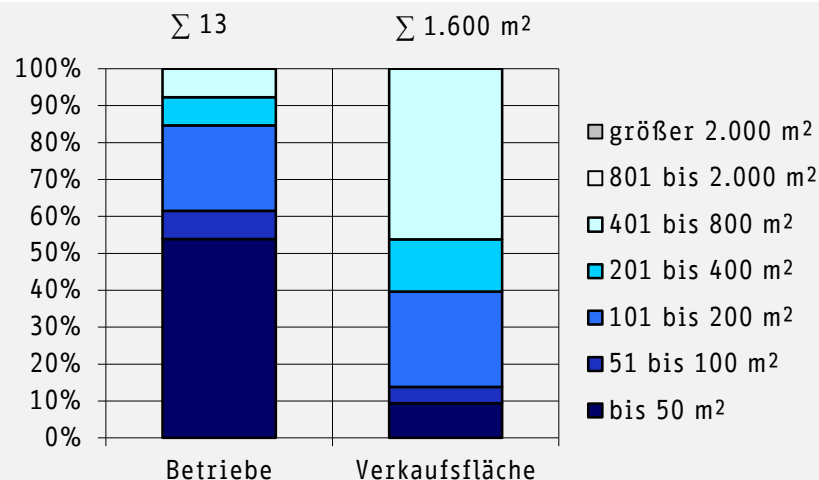
## Einzelhandelsstruktur

### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 1.600 m<sup>2</sup>

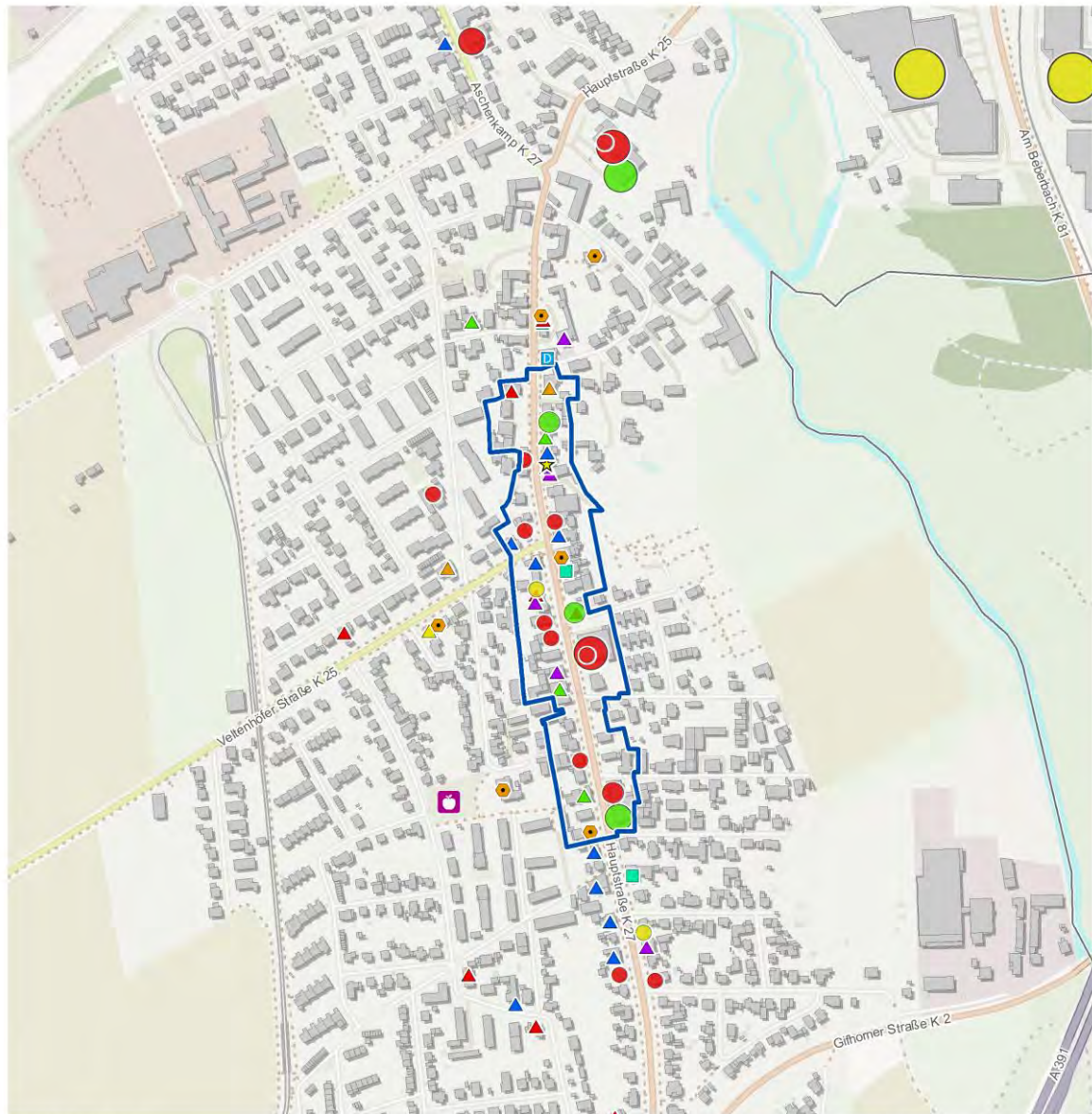


### Anzahl Betriebe nach Größenklassen





Karte 77: Stadtteilzentrum Wenden, Hauptstraße

Abgrenzungen

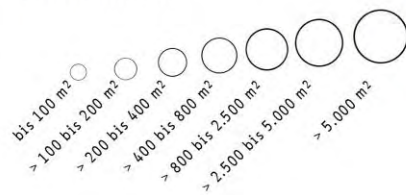
zentraler Versorgungsbereich

Einzelhandel

## - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristig Bedarf

## - Verkaufsfläche

Dienstleistungen

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

Leerstand

Wochenmarkt

Aktualisierung 2021: Änderungen

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- △ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 100 200 300 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Foto 41: Supermarkt**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

**Foto 42: kleinteilige Nutzung(en) Hauptstraße**


Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen mit einem Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Nahversorgungsangebot mit unter anderem Supermarkt, und Lebensmittelhandwerk
- Wochenmarkt ergänzt das Nahversorgungsangebot
- Supermarkt fungiert als wichtiger Magnetbetrieb
- es sind einzelne Fachgeschäfte mit unter anderem Bekleidung, Schreibwaren oder Fahrrädern vorhanden
- Dienstleistungsangebote ergänzen das Angebot
- der Straßenraum ist durch Bäume begrünt

### Schwächen

- hinsichtlich der Gesamtverkaufsfläche besteht nur geringes Einzelhandelsangebot
- Lebensmitteldiscounter am nördlichen Ortsrand außerhalb des Zentrums ohne funktionalen Zusammenhang
- geringe Nutzungsdichte
- der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz wird durch Wohnnutzungen im Erdgeschoss unterbrochen, zum Teil bestehen größere Besatzlücken
- die Aufenthaltsqualität ist eingeschränkt, da auf Grund der Bandstruktur kaum gestaltete Aufenthaltsbereiche vorhanden sind

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen

## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung und Stärkung Einzelhandelsfunktion
- Ausbau weiterer Zentrenfunktionen (zum Beispiel Dienstleistungen, Gastronomie)
- Schließung Besatzlücken
- Aufwertung Supermarkt (zum Beispiel Neubau als multifunktionales Geschäftshaus mit Dienstleistungen und Wohnnutzungen)
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität durch Schaffung gestalteter Platz- beziehungsweise Aufenthaltsbereiche, Umgestaltung Straßenraum

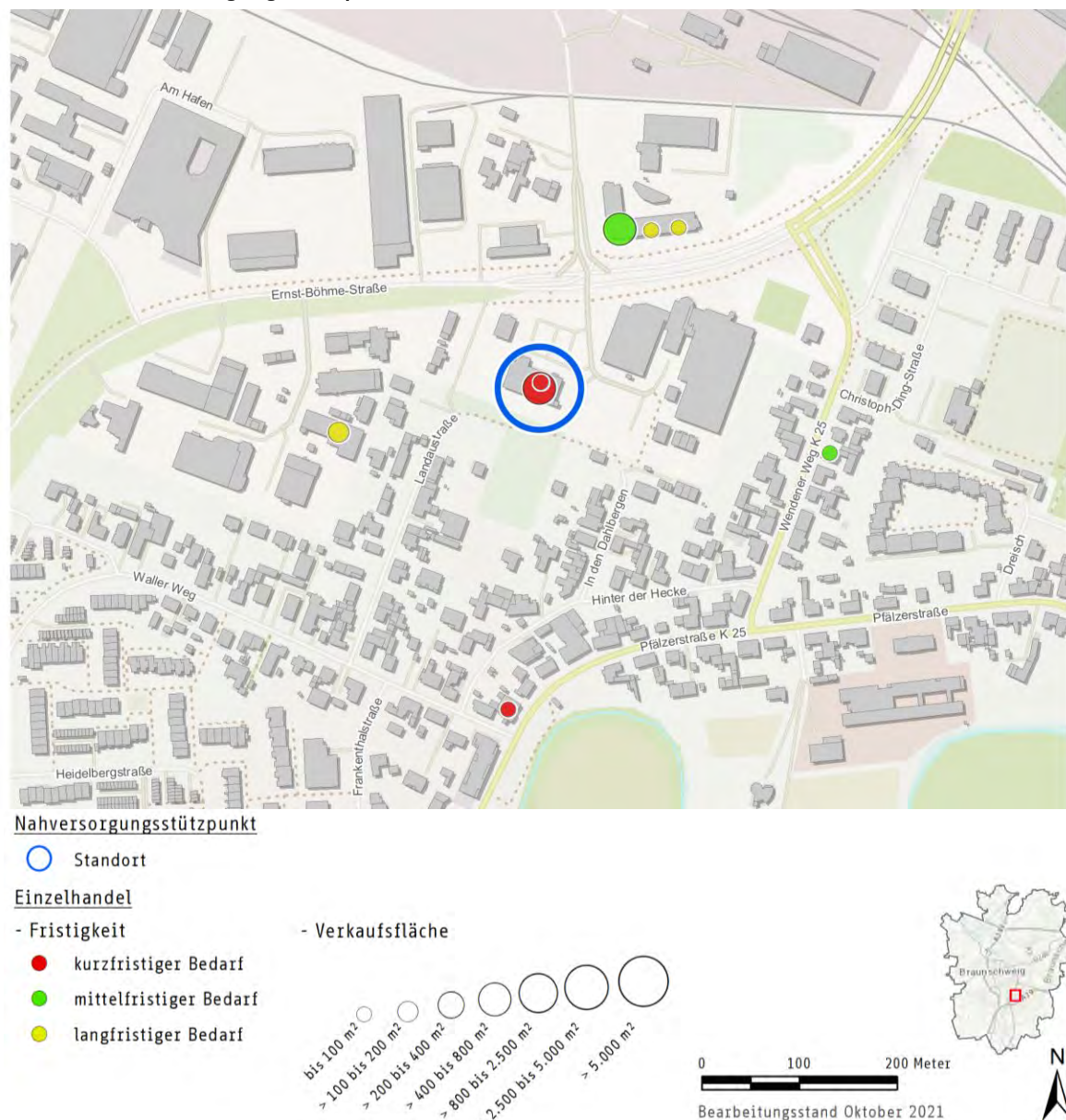




### 8.11.1.2 Nahversorgungsstützpunkt Veltenhof, Sandhofenstraße

|  |                                 |
|--|---------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Nördliche Schunter-/ Okeraue    |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter          |
| Verkaufsfläche                             | rd. 700 m <sup>2</sup>          |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 1.145/ 3.625 Einwohner          |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 2,5 km, STZ Wenden, Hauptstraße |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                             |

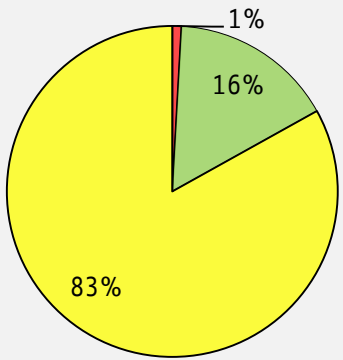
Karte 78: Nahversorgungsstützpunkt Veltenhof, Sandhofenstraße



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

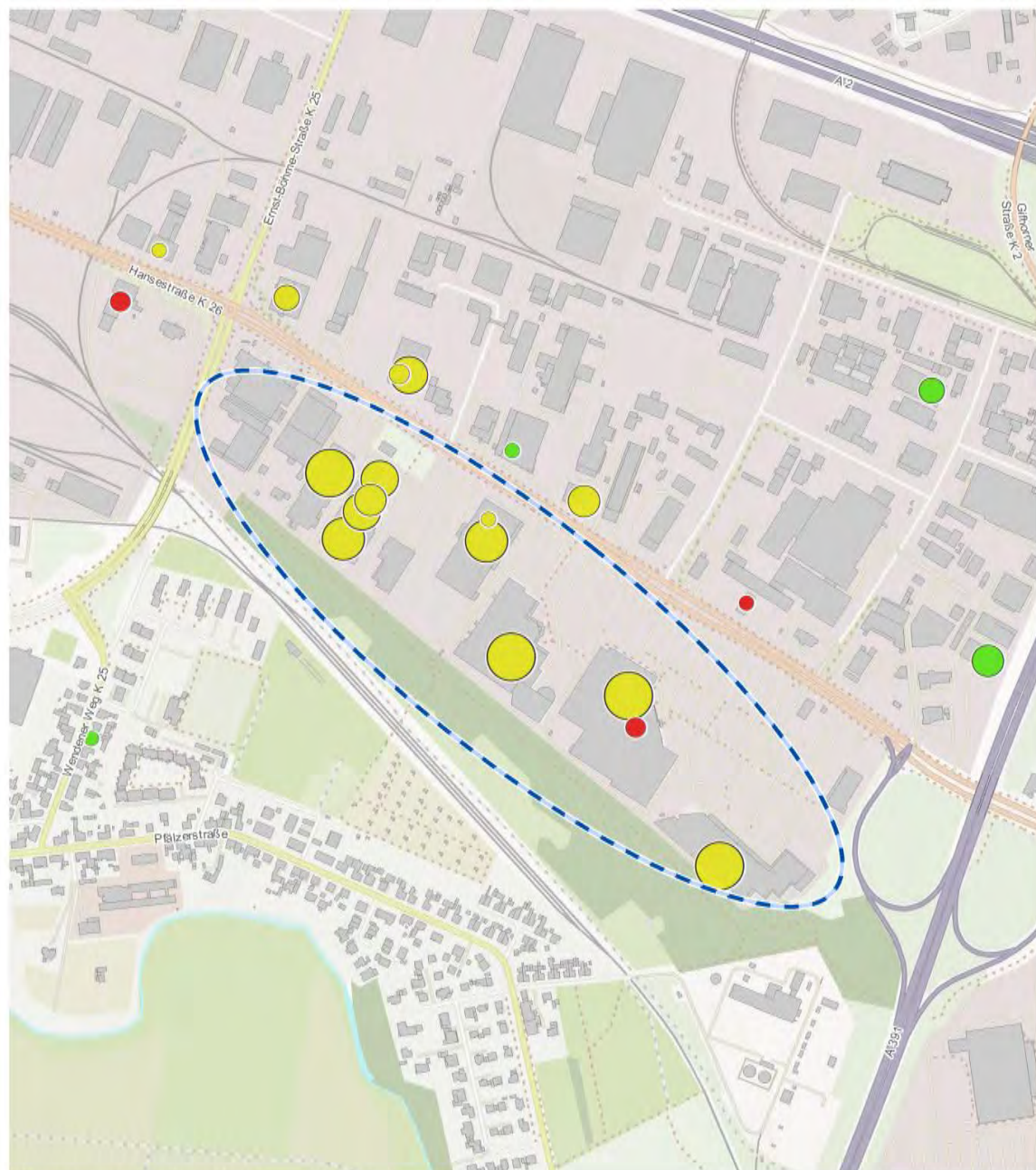


### 8.11.1.3 Entwicklungsschwerpunkt Hansestraße (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel)

| Stadtbezirk            | Nördliche Schunter-/ Okeraue  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
|------------------------|---|-----------|--------|------------------------|----|-----------------|-----|-----------------------|-----|
| Anzahl Betriebe        | 21  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| Magnetbetriebe         | Möbelfachmärkte, Baumarkt   |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| Sortimentsstruktur     | <p>Gesamtverkaufsfläche: 68.875 m<sup>2</sup></p>  <p>■ nahversorgungsrelevant<br/>■ zentrenrelevant<br/>■ nicht zentrenrelevant</p> <table border="1"><thead><tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr></thead><tbody><tr><td>nahversorgungsrelevant</td><td>1%</td></tr><tr><td>zentrenrelevant</td><td>16%</td></tr><tr><td>nicht zentrenrelevant</td><td>83%</td></tr></tbody></table> | Kategorie | Anteil | nahversorgungsrelevant | 1% | zentrenrelevant | 16% | nicht zentrenrelevant | 83% |
| Kategorie              | Anteil  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| nahversorgungsrelevant | 1%  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| zentrenrelevant        | 16%   |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| nicht zentrenrelevant  | 83%   |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| ÖPNV-Anbindung         | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| Erreichbarkeit MIV     | Anschlussstelle Hansestraße (A 391)   |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |



Karte 79: Entwicklungsschwerpunkt Hansestraße



## Abgrenzungen (schematisch)

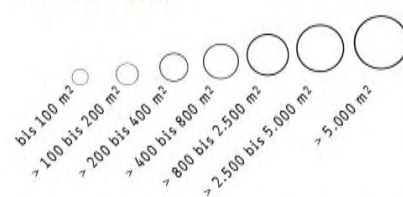
Entwicklungsschwerpunkt

## Einzelhandel

## - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

## - Verkaufsfläche



0 100 200 300 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



#### 8.11.1.4 Entwicklungsschwerpunkt Wendebrück (für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel)

| Stadtbezirk            | Nördliche Schunter-/ Okeraue  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
|------------------------|---|-----------|--------|------------------------|----|-----------------|-----|-----------------------|-----|
| Anzahl Betriebe        | 2   |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| Magnetbetriebe         | Möbelhäuser   |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| Sortimentsstruktur     | <p>Gesamtverkaufsfläche: 33.675 m<sup>2</sup></p> <p>■ nahversorgungsrelevant<br/>■ zentrenrelevant<br/>■ nicht zentrenrelevant</p> <table border="1"><caption>Sortimentsstruktur Data</caption><thead><tr><th>Kategorie</th><th>Anteil</th></tr></thead><tbody><tr><td>nahversorgungsrelevant</td><td>0%</td></tr><tr><td>zentrenrelevant</td><td>19%</td></tr><tr><td>nicht zentrenrelevant</td><td>81%</td></tr></tbody></table> | Kategorie | Anteil | nahversorgungsrelevant | 0% | zentrenrelevant | 19% | nicht zentrenrelevant | 81% |
| Kategorie              | Anteil  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| nahversorgungsrelevant | 0%  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| zentrenrelevant        | 19%   |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| nicht zentrenrelevant  | 81%   |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| ÖPNV-Anbindung         | <input type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |
| Erreichbarkeit MIV     | Anschlussstelle Wenden (A 391)  |           |        |                        |    |                 |     |                       |     |



311 von 362 in Zusammenstellung

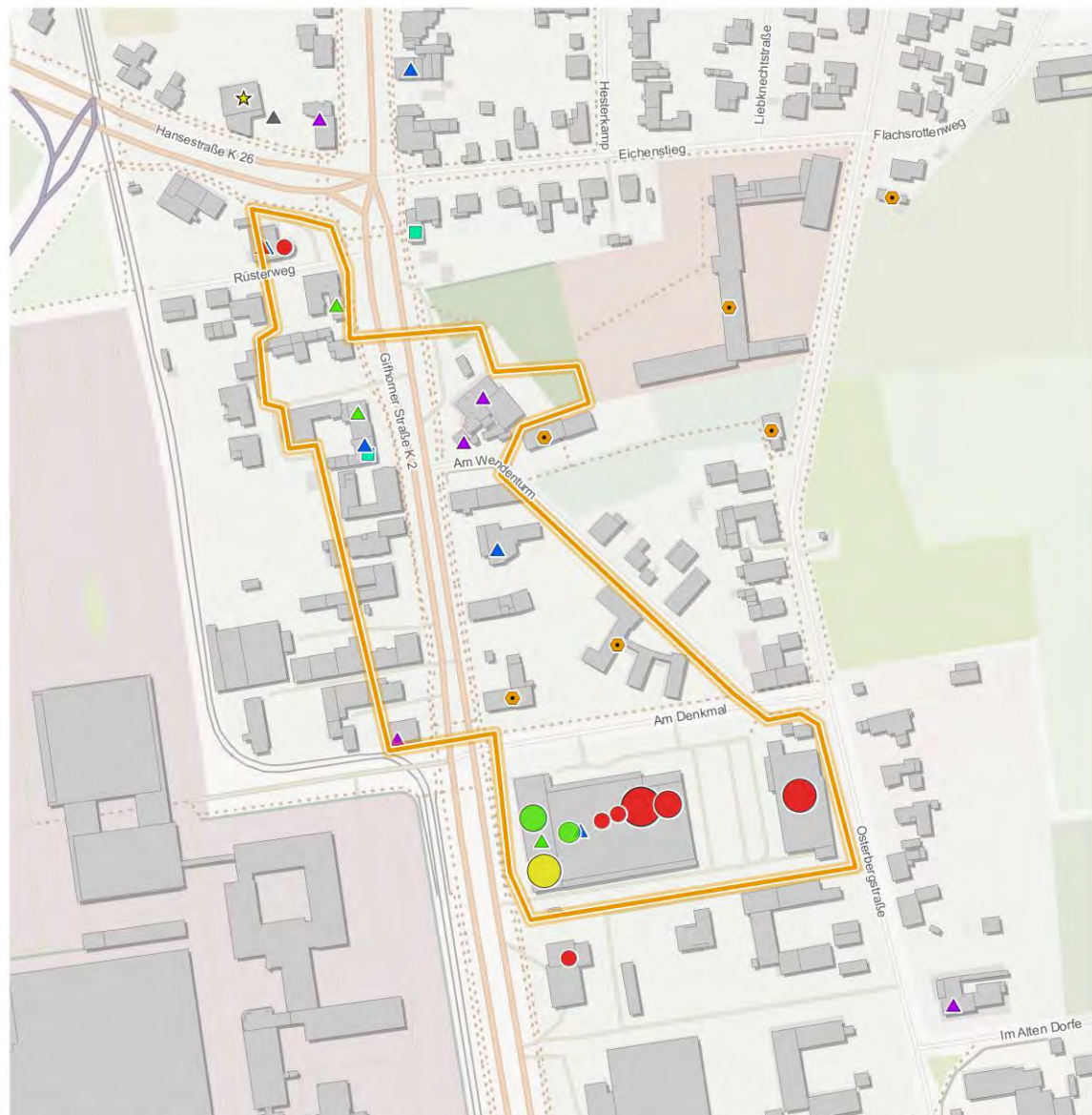


#### **8.11.1.5 Ehemaliges Nahversorgungszentrum Rühme, Am Denkmal**

Bei dem bisherigen Nahversorgungszentrum Rühme/ Am Denkmal handelt es sich um ein Fachmarktzentrum in einem gewerblich geprägten Bereich sowie um einen Bereich entlang der Gifhorner Straße (vgl. Karte 81). Im Bereich der Gifhorner Straße ist nahezu kein Einzelhandelsangebot vorhanden. Der Bereich Am Denkmal ist auf Grund seiner Lage im Gewerbegebiet als nicht integrierte Lage einzustufen, sodass eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich oder auch als Nahversorgungszentrum nicht möglich ist. Die vorhandenen Lebensmittelbetriebe übernehmen zwar eine Versorgungsfunktion für Rühme, sollten aber auf den Bestand festgesetzt werden.



Karte 81: ehemaliges Nahversorgungszentrum Rühme, Am Denkmal

Abgrenzungen (2010)

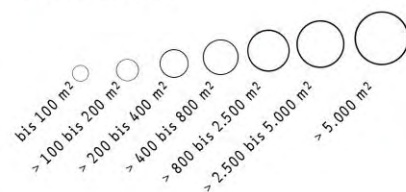
zentraler Versorgungsbereich (2010)

Einzelhandel

## - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

## - Verkaufsfläche

Dienstleistungen

- ▲ einzelhandelsnahe Dienstleistung
- ▲ Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- ▲ medizinischer Bereich
- ▲ Bank
- ▲ Post
- ▲ Wirtschaft/ Recht
- ▲ Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- ★ Vergnügungsstätte

## ■ Leerstand

## ■ Wochenmarkt

Aktualisierung 2021: Änderungen

- ◆ neuer Einzelhandel
- E Leerstand zu Einzelhandel
- D Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- △ ★ Dienstleistung zu Leerstand



0 50 100 Meter

Bearbeitungsstand November 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



## 8.11.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.11.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Veltenhof-Rühme

Der bisherige Stadtbezirk Veltenhof-Rühme liegt im Nordwesten Braunschweigs und erstreckt sich über die statistischen Bezirke Hafen, Veltenhof und Rühme.

Tab. 35: Kennzahlen Veltenhof-Rühme

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 5.765                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 3                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 3.125 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 147%                 |
| Nahversorgungsanteil                      | 32%                  |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

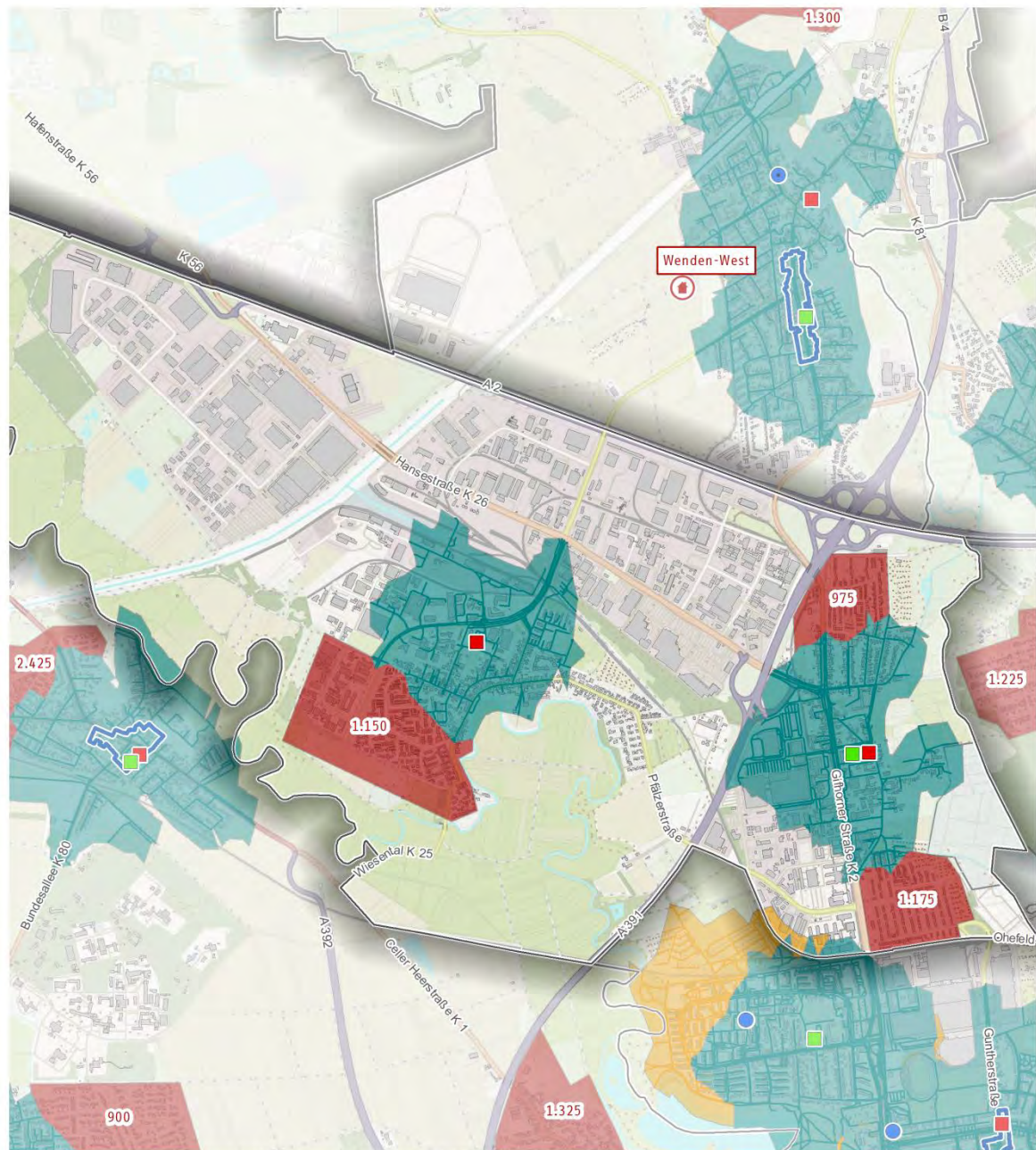
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Auf Grund der hohen Bindungsquote bei Nahrungs- und Genussmitteln sind per Saldo erhebliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.
- Ein Supermark und zwei Lebensmitteldiscounter bieten ein hinreichendes Nahversorgungsangebot.
- Ein Betrieb befindet sich am Nahversorgungsstützpunkt Veltenhof/ Sandhofenstraße. Zwei Betriebe sind an einem nicht integrierten Standort angesiedelt.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk ist mit rd. 32% trotz der sehr hohen Bindungsquote sehr gering. Nur knapp ein Drittel der Einwohner können sich fußläufig nahversorgen (vgl. Karte 82), da die Lebensmittelbetriebe an nicht integrierten Standorten nur eingeschränkt zur fußläufigen Nahversorgung beitragen.
- Auf Grund der geringen Zahl nicht fußläufig nahversorgter Einwohner in den jeweiligen Teilbereichen besteht jedoch kein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation durch zusätzliche Lebensmittelbetriebe.
- Die bestehenden Betriebe insbesondere am Nahversorgungsstützpunkt gilt es zu erhalten. Erweiterungen oder Neuansiedlungen an den nicht integrierten Standorten sollten nicht erfolgen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht.





Karte 82: Nahversorgungssituation im Bezirk Veltenhof-Rühme

**LM-Nahversorgungsbetriebe**

- SB-Warenhaus
- großer Supermarkt
- Supermarkt
- Supermarkt - Nachtrag\*
- Discounter
- LM-SB-Markt
- LM-SB-Geschäft
- Biomarkt
- Bioladen/ Reformhaus

**Versorgte Bereiche**

- zu Fuß // 10 Minuten

- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$
- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$  - Nachtrag\*
- Betrieb  $< 200 \text{ m}^2$

**(Wohn-)Siedlungsbereiche**

- Einwohner außerhalb fußläufig versorgter Bereiche
- Siedlungsentwicklung, Wohnbaugelände  $> 1.000$  Einwohner

**Abgrenzungen**

- zentraler Versorgungsbereich

\* Betrieb zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht eröffnet

0 500 1.000 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



### 8.11.2.2 Bisheriger Stadtbezirk Wenden-Thune-Harxbüttel

Der bisherige Stadtbezirk Wenden-Thune-Harxbüttel befindet sich im Norden des Braunschweiger Stadtgebietes und umfasst die Siedlungsbereiche Harxbüttel, Thune und Wenden.

**Tab. 36: Kennzahlen Wenden-Thune-Harxbüttel**

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 6.200                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 3                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 1.650 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 58%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 60%                  |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

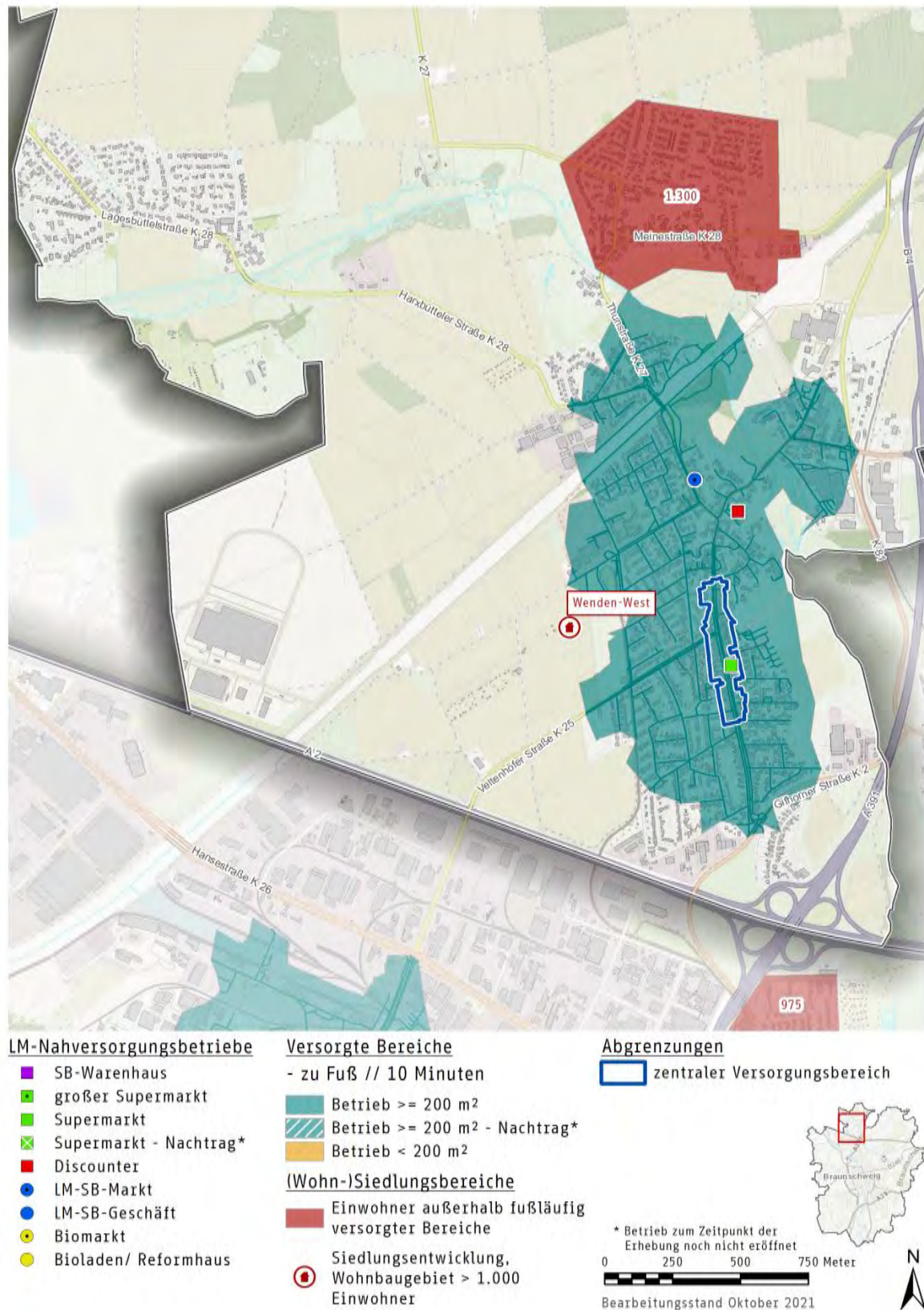
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Bei einer geringen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 58% sind per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.
  - Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um einen Supermarkt, einen Lebensmitteldiscounter und einen Lebensmittel-SB-Markt.
  - Einer dieser Betriebe befindet sich im Stadtteilzentren Wenden/ Hauptstraße, zwei Betriebe sind an je einem sonstigen integrierten Standort angesiedelt.
  - Die Verkaufsfläche des Lebensmittel-SB-Marktes ist mit rd. 300 m<sup>2</sup> sehr gering. Ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche signifikant oberhalb der Schwelle der Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> ist nicht vorhanden.
  - Der Nahversorgungsanteil im Bezirk ist mit rd. 60% vergleichsweise gering - für einen beträchtlichen Teil der Einwohner besteht keine Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 83). Während in Wenden nahezu für das gesamte Siedlungsgebiet eine fußläufige Nahversorgung möglich ist, ist in Harxbüttel und im nördlichen Bereich von Thune kein Lebensmittelbetrieb vorhanden.
- Ein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation auf Grund nicht fußläufig nahversorgter Einwohner besteht aktuell nicht, da die Anzahl nicht versorgter Einwohner in den entsprechenden Bereichen jeweils zu gering ist, um einen zusätzlichen, den Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber entsprechenden Lebensmittelbetrieb anzusiedeln.





Karte 83: Nahversorgungssituation im Bezirk Wenden-Thune-Harxbüttel



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Die bestehenden Betriebe gilt es zu erhalten. Vor dem Hintergrund zusätzlich geplanter Wohneinheiten im Bereich Wenden-West besteht dort perspektivisch ein hinreichendes Potenzial zur Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht vor allem hinsichtlich der Erhaltung des Lebensmittelbetriebes im Stadtteilzentrum Wenden, Hauptstraße, der als wesentlicher Magnetbetrieb fungiert und damit für den Erhalt des Zentrums selber eine hohe Bedeutung hat. Hinsichtlich eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes zur Versorgung der zusätzlichen Einwohner in Wenden ist eine Gefährdung insbesondere dieses Betriebes auszuschließen.

## 8.12 STADTBEZIRK NORDSTADT-SCHUNTERAUE

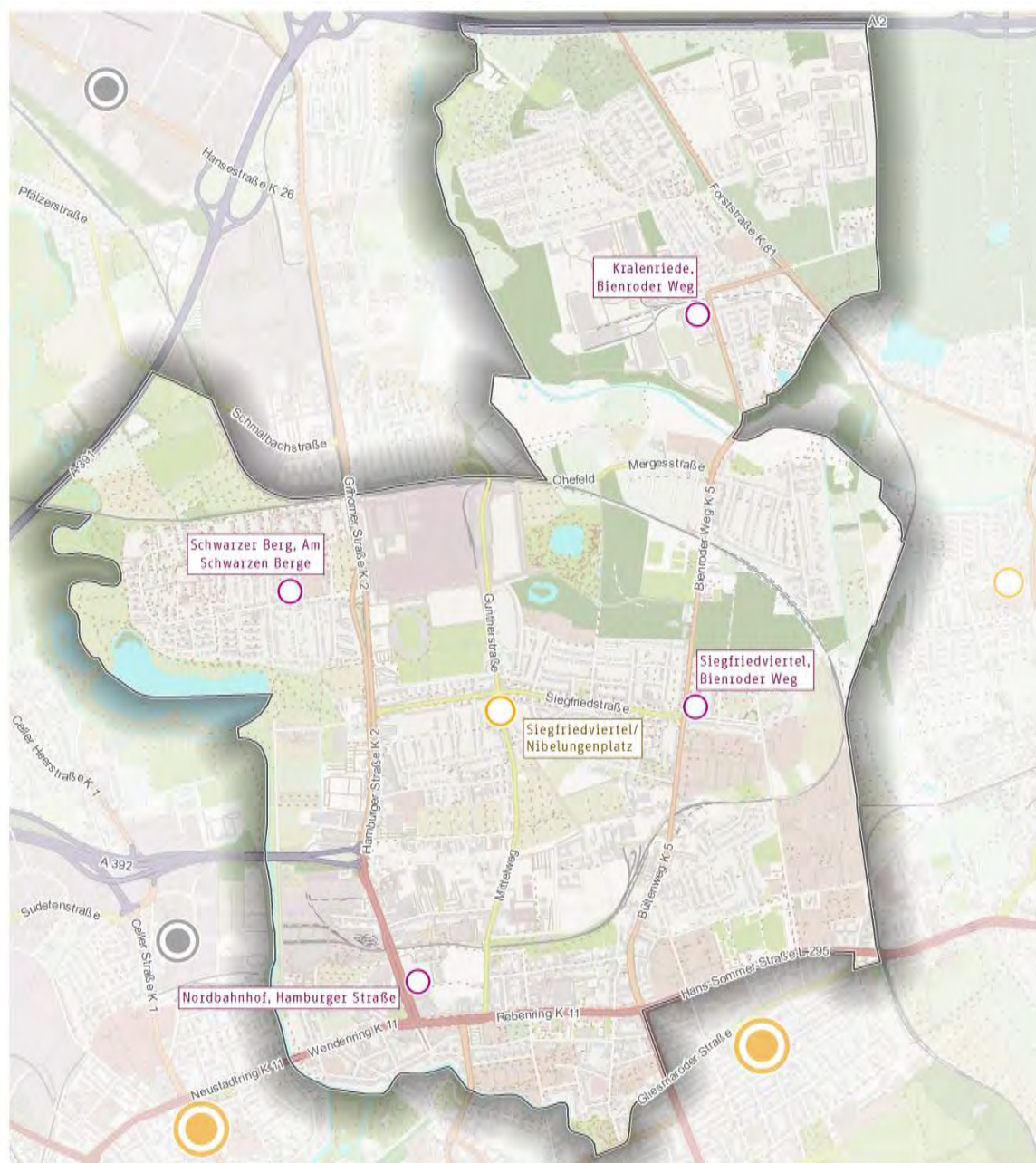
Im Stadtbezirk Nordstadt-Schunteraue befinden sich neben dem Nahversorgungszentrum Siegfriedviertel/ Nibelungenplatz die Nahversorgungstützpunkte Kralenriede/ Bienroder Weg, Nordbahnhof/ Hamburger Straße, Schwarzer Berg/ Am Schwarzen Berge, Siegfriedviertel/ Bienroder Weg (vgl. Karte 84). Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 92 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 29.825 m<sup>2</sup> festgestellt.

In Tab. 37 ist das Einzelhandelsangebot im Bezirk Nordstadt-Schunteraue bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Wesentlichen im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmitteln und damit im kurzfristigen Bedarfsbereich. Rund die Hälfte der Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel geht auf ein SB-Warenhaus zurück.





Karte 84: Stadtbezirk Nordstadt-Schunteraue

Zentren- und Standortsystem

- |  |  |  |                          |
|--|--|--|--------------------------|
|  | City-Hauptgeschäftsbereich             |  | Nahversorgungsstützpunkt |
|  | Stadtteilzentrum                       |  | Entwicklungsschwerpunkt  |
|  | Nahversorgungszentrum                  |  | Sonderstandort BraWoPark |
|  | Nahversorgungszentrum - perspektivisch |  |                          |



0 500 1.000 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



**Tab. 37: Einzelhandelsangebot im Bezirk Nordstadt-Schunteraue, Kaufkraft Einwohner bezogen auf stationären Einzelhandel**

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 12.975                              | 73,5                | 61,1                   | 120%          |
| Lebensmittelhandwerk                            | 450                                 | 7,4                 | 8,3                    | 89%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 2.075                               | 8,0                 | 7,1                    | 113%          |
| Apotheke  | 225                                 | 17,8                | 19,4                   | 92%           |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 325                                 | 1,5                 | 1,5                    | 99%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 1.225                               | 2,5                 | 2,8                    | 90%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>17.250</b>                       | <b>110,8</b>        | <b>100,3</b>           | <b>110%</b>   |
| Bekleidung und Zubehör                          | 925                                 | 3,3                 | 8,7                    | 38%           |
| Schuhe/ Lederwaren                              | 150                                 | 0,5                 | 2,5                    | 20%           |
| Sport/ Freizeit                                 | 1.125                               | 2,6                 | 3,5                    | 73%           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 750                                 | 1,5                 | 2,2                    | 69%           |
| Bücher  | 75                                  | 0,4                 | 1,8                    | 19%           |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 775                                 | 0,9                 | 1,6                    | 52%           |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 175                                 | 0,3                 | 1,5                    | 20%           |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>3.950</b>                        | <b>9,3</b>          | <b>21,9</b>            | <b>43%</b>    |
| Uhren/ Schmuck                                  | 25                                  | 0,1                 | 1,7                    | 7%            |
| Foto/ Optik                                     | 50                                  | 0,4                 | 1,9                    | 21%           |
| Medien  | 300                                 | 2,7                 | 5,8                    | 46%           |
| Elektro/ Leuchten                               | 1.075                               | 2,4                 | 3,2                    | 75%           |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | -                                   | 0,0                 | 0,9                    | 0%            |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 6.075                               | 6,9                 | 16,1                   | 43%           |
| Möbel   | 200                                 | 0,3                 | 9,5                    | 3%            |
| Sonstiges                                       | 925                                 | 6,5                 | 11,5                   | 56%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>8.625</b>                        | <b>19,3</b>         | <b>50,6</b>            | <b>38%</b>    |
| <b>Summe</b>                                    | <b>29.825</b>                       | <b>139,4</b>        | <b>172,7</b>           | <b>81%</b>    |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



## 8.12.1 Zentren- und Standortstruktur

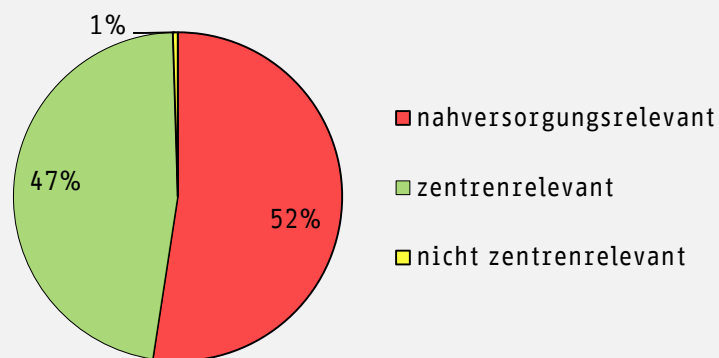
### 8.12.1.1 Nahversorgungszentrum Siegfriedviertel/ Nibelungenplatz

|   |   |
|---|---|
| Stadtbezirk                                 | Nordstadt   |
| Räumliche Ausdehnung/ Einzelhandelsstruktur | Das kompakte Nahversorgungszentrum umfasst den Bereich Nibelungenplatz sowie die nördlich der Siegfriedstraße angrenzenden Nutzungen. Mit einem Lebensmitteldiscounter liegt der Angebotschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt kleinteilig strukturiert. |
| ÖPNV-Anbindung                              | <input checked="" type="checkbox"/> Stadtbahn <input checked="" type="checkbox"/> Bus   |

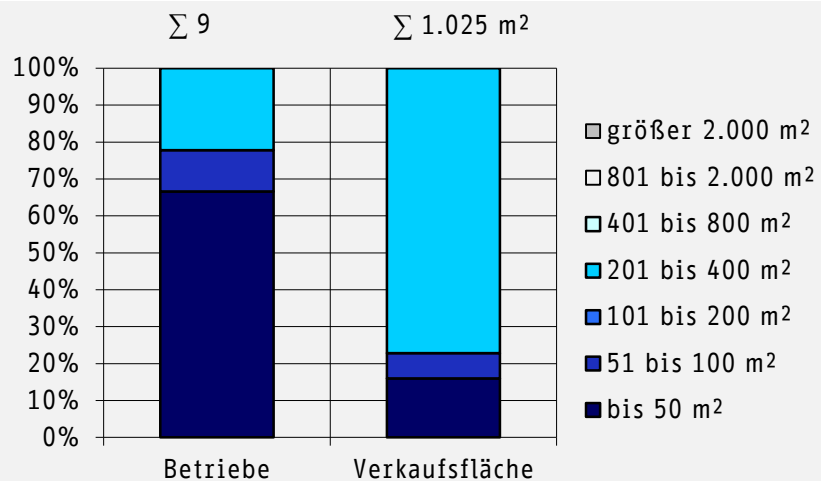
## Einzelhandelsstruktur

### Sortimentsstruktur

Gesamtverkaufsfläche: 1.025 m<sup>2</sup>



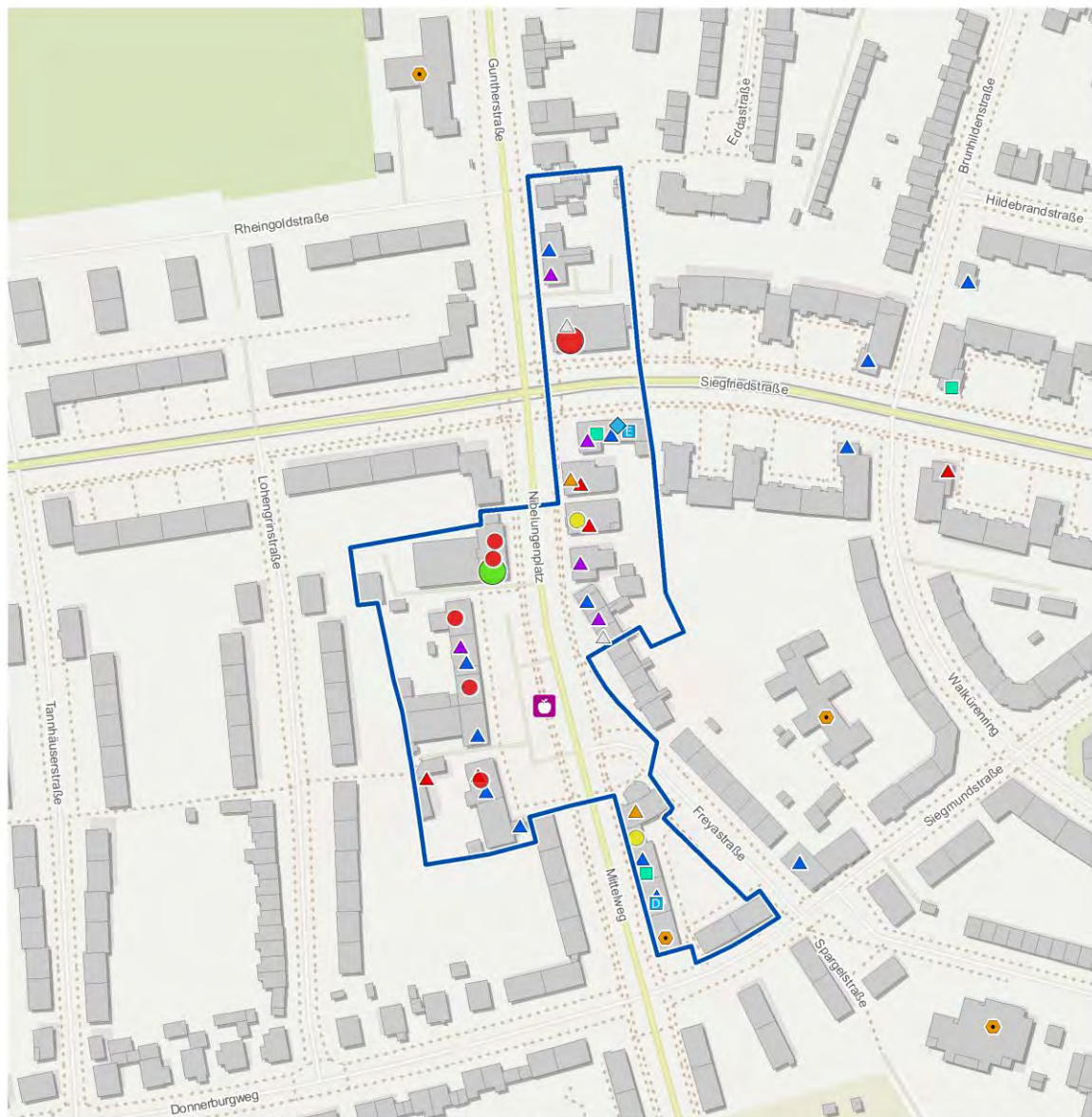
### Anzahl Betriebe nach Größenklassen







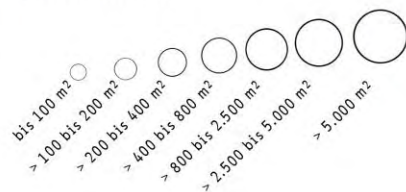
Karte 85: Nahversorgungszentrum Siegfriedviertel/ Nibelungenplatz

**Abgrenzungen**

zentraler Versorgungsbereich

**Einzelhandel****- Fristigkeit**

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

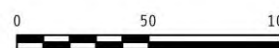
**- Verkaufsfläche****Dienstleistungen**

- einzelhandelsnahe Dienstleistung
- Gastronomie/ Hotellerie/ Freizeit
- medizinischer Bereich
- Bank
- Post
- Wirtschaft/ Recht
- Sonstiges
- soziale/ öffentliche Einrichtung
- Vergnügungsstätte

- Leerstand
- Wochenmarkt

**Aktualisierung 2021: Änderungen**

- neuer Einzelhandel
- Leerstand zu Einzelhandel
- Leerstand zu Dienstleistung
- Einzelhandel zu Leerstand
- Dienstleistung zu Leerstand



Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





Foto 43:kleinteilige Nutzungen



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

Foto 44:moderne Platzgestaltung



Quelle: eigenes Foto, Februar 2021

## Stärken und Schwächen

### Stärken

- Einzelhandelsangebot vor allem im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich
- gutes Nahversorgungsangebot mit Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelhandwerk
- Wochenmarkt Nibelungenplatz
- Textildiscounter als weiterer Frequenzbringer
- einzelne Fachgeschäfte (unter anderem Hörgeräte, Schreibwaren)
- ergänzendes Dienstleistungsangebot, Nachbarschaftstreff
- attraktiv gestalteter Platzbereich mit moderner Möblierung (Bänke, Spielgeräte)
- gestalteter und begrünter öffentlicher Raum

### Schwächen

- insgesamt geringes Einzelhandelsangebot hinsichtlich Anzahl der Betriebe und Gesamtverkaufsfläche
- keine großflächigen Betriebe
- einzelne Leerstände vorhanden
- Wohnnutzungen im Erdgeschoss im Bereich Nibelungenplatz
- zum Teil einseitiger Nutzungsbesatz

### Flächenpotenziale

- keine augenscheinlichen Potenzialflächen
- Folgenutzung Leerstände

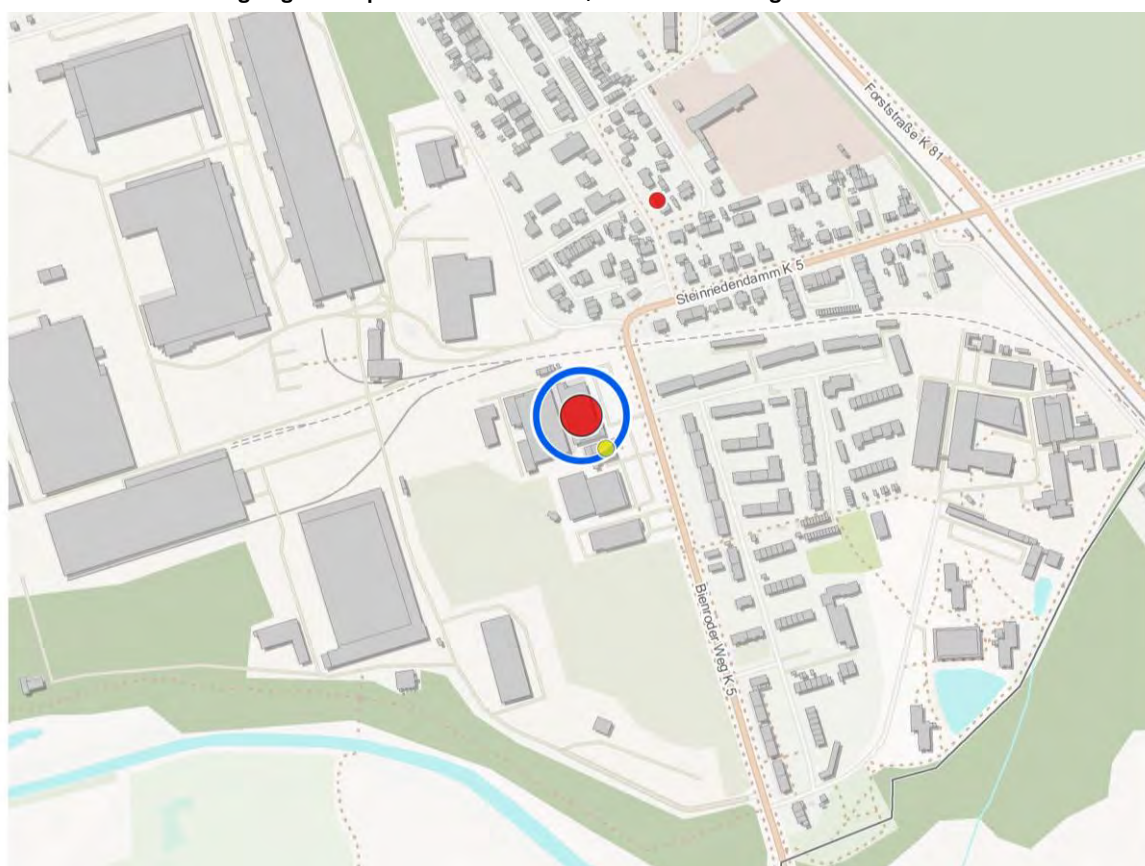
## Handlungsempfehlungen

- Erhaltung/ Stärkung Einzelhandelsfunktion zum Erhalt des Nahversorgungszentrums
- Nahversorgungsfunktion erhalten und gegebenenfalls stärken
- Wochenmarkt erhalten
- Folgenutzung Leerstände klären
- gegebenenfalls Besatzlücken schließen/ Erhöhung der Nutzungsdichte
- Erhaltung und weiterer Ausbau der attraktiven Gestaltung des öffentlichen Raumes

### 8.12.1.2 Nahversorgungsstützpunkt Kralenriede, Bienroder Weg

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Nordstadt-Schunteraue              |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter             |
| Verkaufsfläche                             | rd. 800 m <sup>2</sup>             |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 1.590/ 13.285 Einwohner            |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 2,4 km, NVZ Querum, Westfalenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                |

Karte 86: Nahversorgungsstützpunkt Kralenriede, Bienroder Weg



#### Nahversorgungsstützpunkt

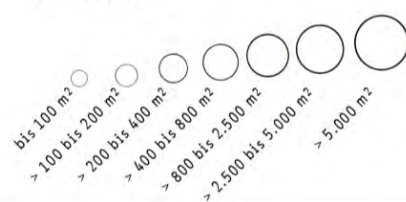
○ Standort

#### Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter  
Bearbeitungsstand Oktober 2021



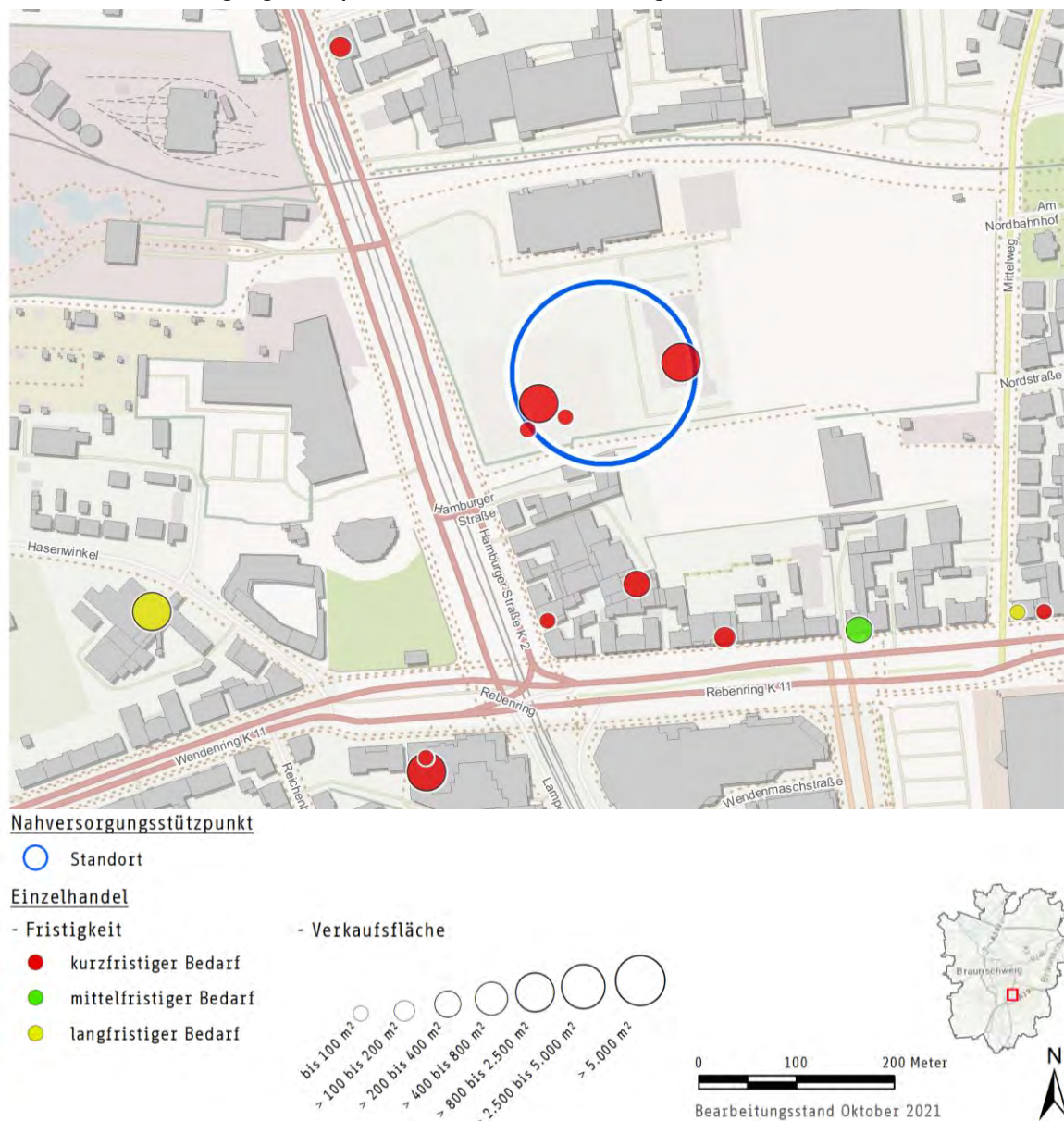
Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



### 8.12.1.3 Nahversorgungsstützpunkt Nordbahnhof, Hamburger Straße

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| Stadtbezirk                                | Nordstadt-Schunteraue                 |
| Betriebstyp(en)                            | Supermarkt, Lebensmitteldiscounter    |
| Verkaufsfläche                             | rd. 3.300 m <sup>2</sup>              |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 3.930/ 59.200 Einwohner               |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | 1,5 km, STZ Celler Str./ Weisses Ross |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus                                   |

Karte 87: Nahversorgungsstützpunkt Nordbahnhof, Hamburger Straße



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA





Der Nahversorgungsstützpunkt Nordbahnhof/ Hamburger Straße ist lediglich auf Grund der südlich angrenzenden Wohnbebauung als integrierter Standort einzustufen. Östlich der beiden Lebensmittelbetriebe befindet sich aktuell am Standort Mittelweg ein Wohngebiet im Bau. Dieses wird insbesondere auch fußläufig angebunden, sodass sich die Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsbereich noch weiter erhöht.

#### **8.12.1.4 Nahversorgungsstützpunkt Schwarzer Berg, Am Schwarzen Berge**

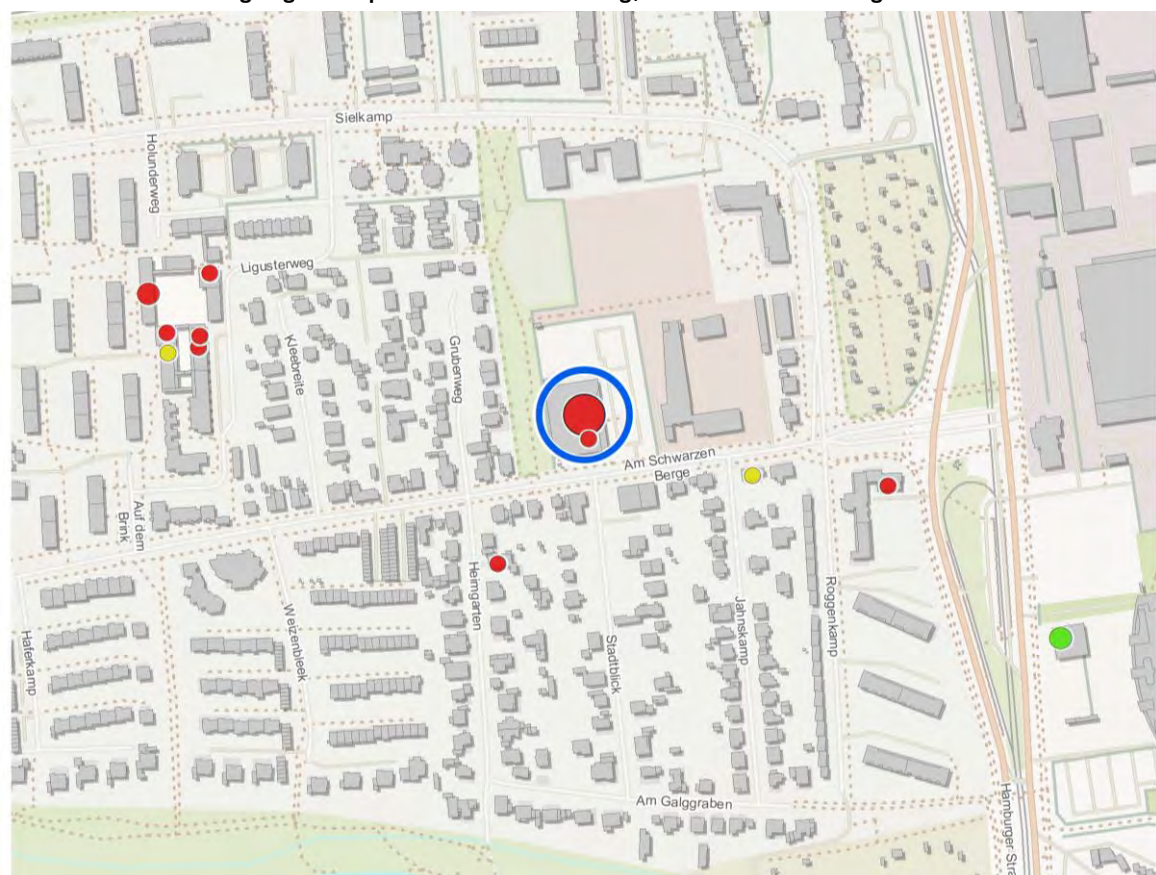
Anders als im bisherigen Zentrenkonzept Einzelhandel von 2010 wird das Nahversorgungszentrum Schwarzer Berg/ Ligusterweg nicht mehr als solches ausgewiesen. Zwischen dem Supermarktstandort Am Schwarzen Berge und Ligusterweg besteht kein städtebaulich-funktionaler Zusammenhang. Zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches ist das Angebot in den beiden Teilbereichen nach aktuellen rechtlichen Anforderungen nicht ausreichend. Der Supermarktstandort wird als Nahversorgungsstützpunkt ausgewiesen.





|  |   |
|--|---|
| Stadtbezirk                                | Nordstadt-Schunteraue                             |
| Betriebstyp(en)                            | Supermarkt  |
| Verkaufsfläche                             | rd. 1.100 m <sup>2</sup>                          |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 3.050/ 24.095 Einwohner                           |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | rd. 1,3 km, NVZ Siegfriedviertel, Nibelungenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Bus   |

Karte 88: Nahversorgungsstützpunkt Schwarzer Berg, Am Schwarzen Berge



Nahversorgungsstützpunkt

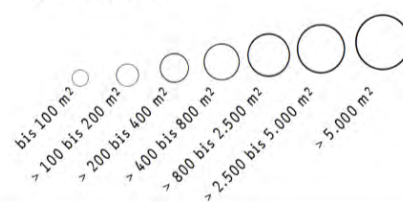
○ Standort

Einzelhandel

- Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

- Verkaufsfläche



0 100 200 Meter  
Bearbeitungsstand Oktober 2021

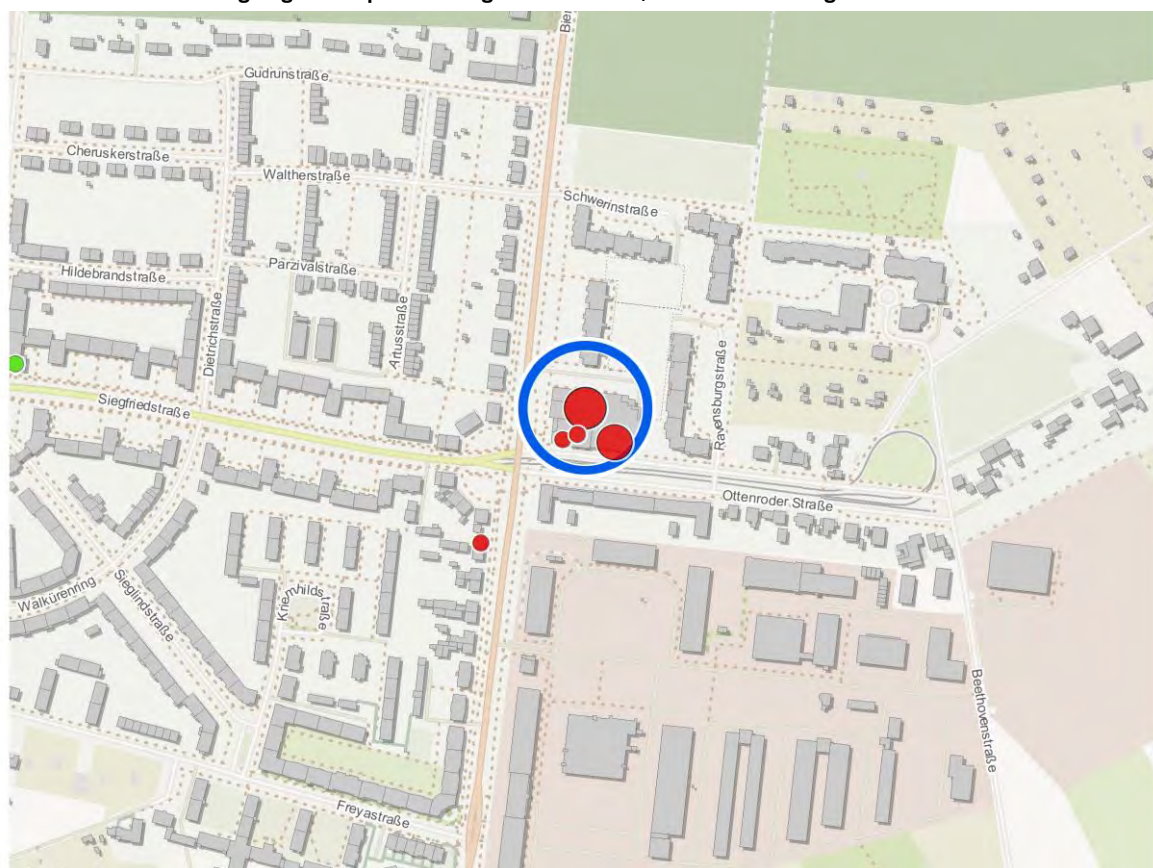


Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

### 8.12.1.5 Nahversorgungsstützpunkt Siegfriedviertel, Bienroder Weg

|  |   |
|--|---|
| Stadtbezirk                                | Nordstadt-Schunteraue                             |
| Betriebstyp(en)                            | Lebensmitteldiscounter                            |
| Verkaufsfläche                             | rd. 900 m <sup>2</sup>                            |
| Einwohner 10-Minuten-Isochrone Fuß/Fahrrad | 3.745/ 40.235 Einwohner                           |
| Entfernung nächstgelegenes Zentrum         | rd. 0,9 km, NVZ Siegfriedviertel, Nibelungenplatz |
| ÖPNV-Anbindung                             | Stadtbahn/ Bus                                    |

Karte 89: Nahversorgungsstützpunkt Siegfriedviertel, Bienroder Weg



#### Nahversorgungsstützpunkt

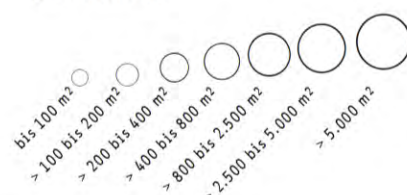
Standort

#### Einzelhandel

##### - Fristigkeit

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

##### - Verkaufsfläche



0 100 200 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darst.; Kartengrundl. Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

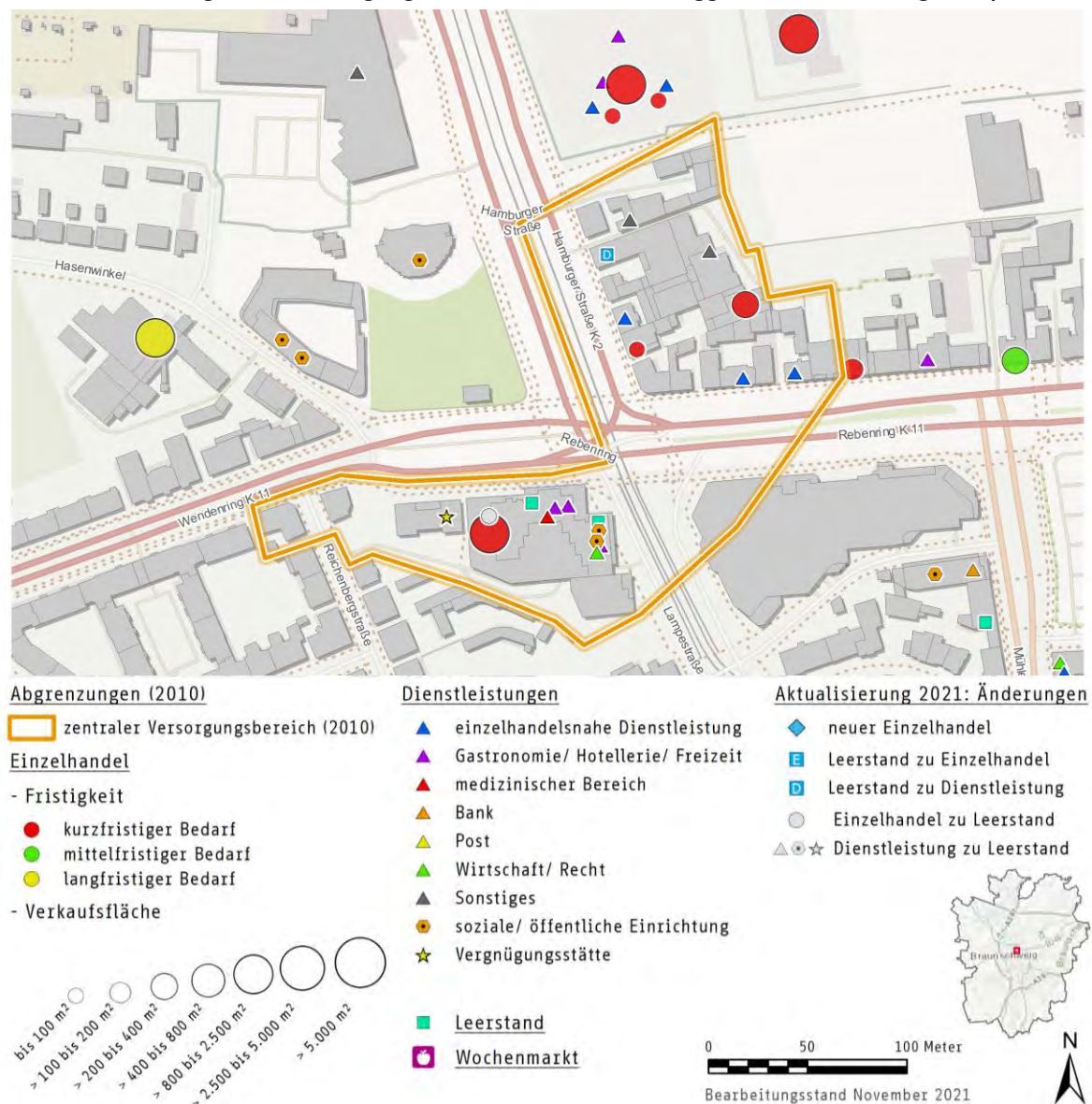




### 8.12.1.6 Ehemaliges Nahversorgungszentrum Nördliches Ringgebiet, Wendenring/ Lampestraße

Das bisherige Nahversorgungszentrum wird maßgeblich durch den Kreuzungsbereich Wendenring/ Lampestraße geprägt (vgl. Karte 90). Mit einem Supermarkt ist zwar ein Nahversorgungsangebot vorhanden, auf Grund der städtebaulichen Situation mit der Prägung durch Verkehrsachsen sollte der Bereich aber nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden. Anstelle des Nahversorgungszentrums wird der Nahversorgungsstützpunkt Nordbahnhof/ Hamburger Straße unmittelbar nördlich ausgewiesen (vgl. Kap. 8.12.1.3).

Karte 90: ehemaliges Nahversorgungszentrum Nördliches Ringgebiet, Wendenring/ Lampestraße



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



## 8.12.2 Nahversorgungssituation auf Bezirksebene

### 8.12.2.1 Bisheriger Stadtbezirk Nordstadt

Der bisherige Bezirk Nordstadt grenzt im Norden an den Bezirk Mitte/ Innenstadt an und erstreckt sich über die statistischen Bezirke Altes/ Neues Hochschulviertel, Nordbahnhof, Schwarzer Berg und Siegfriedviertel.

**Tab. 38: Kennzahlen Nordstadt**

|   |                       |
|---|-----------------------|
| Einwohner                                 | 22.305                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 13                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 11.850 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 134%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 99%                   |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

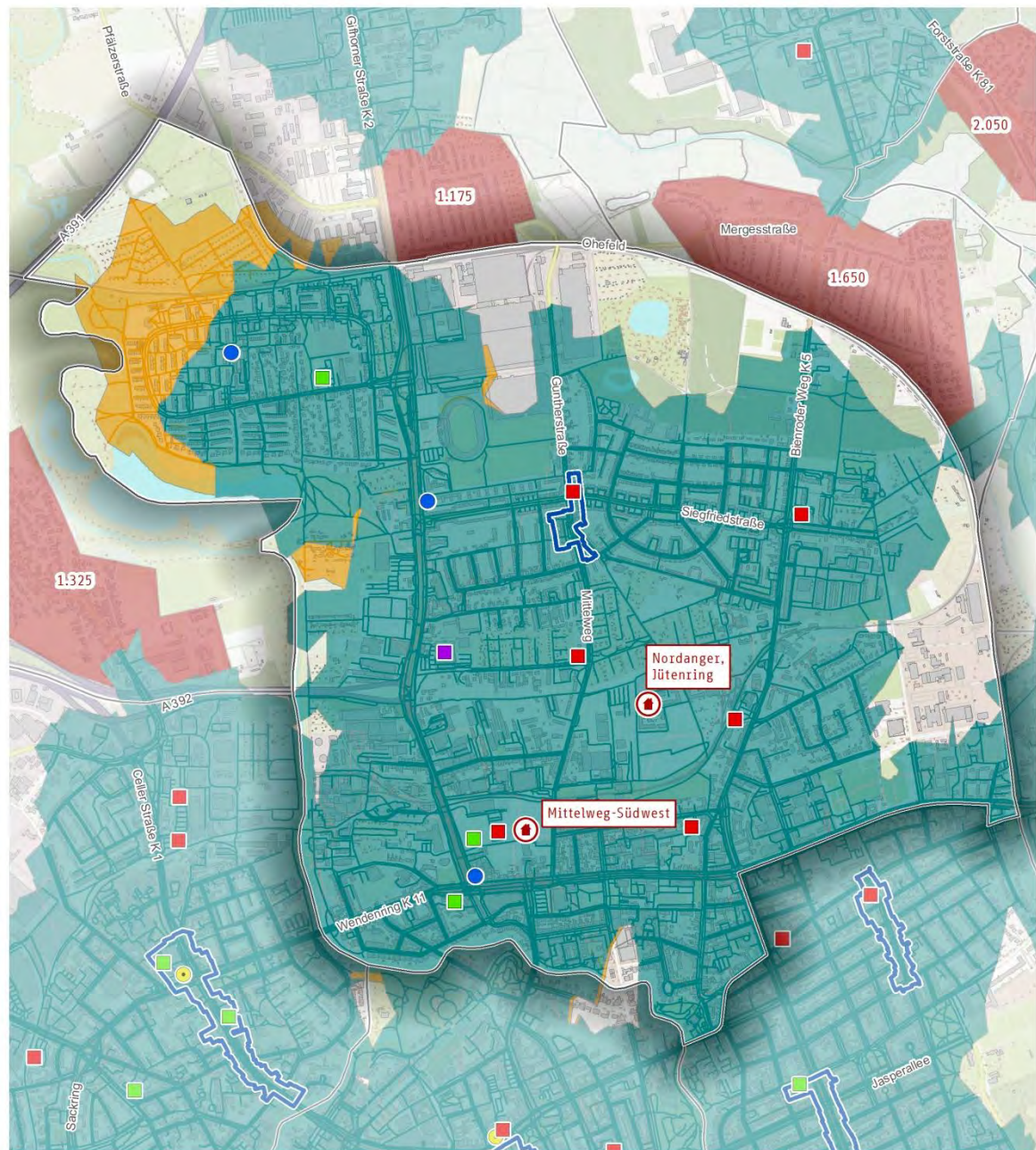
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Auf Grund der hohen Bindungsquote im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel sind per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Diese sind unter anderem auf ein SB-Warenhaus zurückzuführen.
  - Bei den Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot handelt es sich um ein SB-Warenhaus, drei Supermärkte, sechs Lebensmitteldiscounter und drei Lebensmittel-SB-Geschäfte.
  - Einer dieser Betriebe befindet sich im Nahversorgungszentrum Siegfriedviertel/ Nibelungenplatz. Vier Betriebe sind an den Nahversorgungsstützpunkten Nordbahnhof/ Hamburger Straße, Schwarzer Berg und Siegfriedviertel/ Bienroder Weg angesiedelt. Fünf Betriebe befinden sich je an einem sonstigen integrierten Standort, drei Betriebe an nicht integrierten Standorten.
  - Neben den Lebensmittel-SB-Geschäften ist insbesondere die Verkaufsfläche des Lebensmittelbetriebes im Nahversorgungszentrum Siegfriedviertel, Nibelungenplatz mit etwa 400 m<sup>2</sup> sehr klein.
  - Der Nahversorgungsanteil im Bezirk liegt mit rd. 99% sehr hoch - für nahezu alle Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 91).
- Ein Potenzial beziehungsweise ein Erfordernis zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation besteht auf Grund nicht fußläufig nahversorgter Einwohner nicht.





Karte 91: Nahversorgungssituation im Bezirk Nordstadt

**LM-Nahversorgungsbetriebe**

- SB-Warenhaus
- großer Supermarkt
- Supermarkt
- Supermarkt - Nachtrag\*
- Discounter
- LM-SB-Markt
- LM-SB-Geschäft
- Biomarkt
- Bioladen/ Reformhaus

**Versorgte Bereiche**

- zu Fuß // 10 Minuten

- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$
- Betrieb  $\geq 200 \text{ m}^2$  - Nachtrag\*
- Betrieb  $< 200 \text{ m}^2$

**(Wohn-)Siedlungsbereiche**

- Einwohner außerhalb fußläufig versorgter Bereiche
- Siedlungsentwicklung, Wohnbaugebiet  $> 1.000$  Einwohner

**Abgrenzungen**

- zentraler Versorgungsbereich

\* Betrieb zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht eröffnet

0 250 500 750 Meter

Bearbeitungsstand Oktober 2021



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Die bestehenden Betriebe an den integrierten Standorten gilt es zu erhalten; Verkaufsflächenerweiterungen der bestehenden Lebensmittelbetriebe erscheinen mit Ausnahme des Betriebes im Nahversorgungszentrum nicht erforderlich, zumal auch das erwähnte SB-Warenhaus einen erheblichen Anteil der Kaufkraft bindet.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht hinsichtlich des Lebensmittelbetriebes im Nahversorgungszentrum Siegfriedviertel, Nibelungenplatz. Zur Sicherung der Nahversorgungsfunktion des Zentrums sollte eine Verkaufsflächenerweiterung geprüft werden.

#### 8.12.2.2 Bisheriger Stadtbezirk Schunteraue

Der bisherige Bezirk Schunteraue grenzt im Norden an den Bezirk Nordstadt an und erstreckt sich über die statistischen Bezirke Kralenriede und Schundersiedlung-West.

**Tab. 39: Kennzahlen Schunteraue**

|   |                      |
|---|----------------------|
| Einwohner                                 | 5.410                |
| Anzahl Lebensmittelbetriebe               | 2                    |
| VKF Nahrungs-/ Genussmittel <sup>1)</sup> | 1.125 m <sup>2</sup> |
| Bindungsquote Nahrungs-/ Genussmittel     | 63%                  |
| Nahversorgungsanteil                      | 29%                  |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

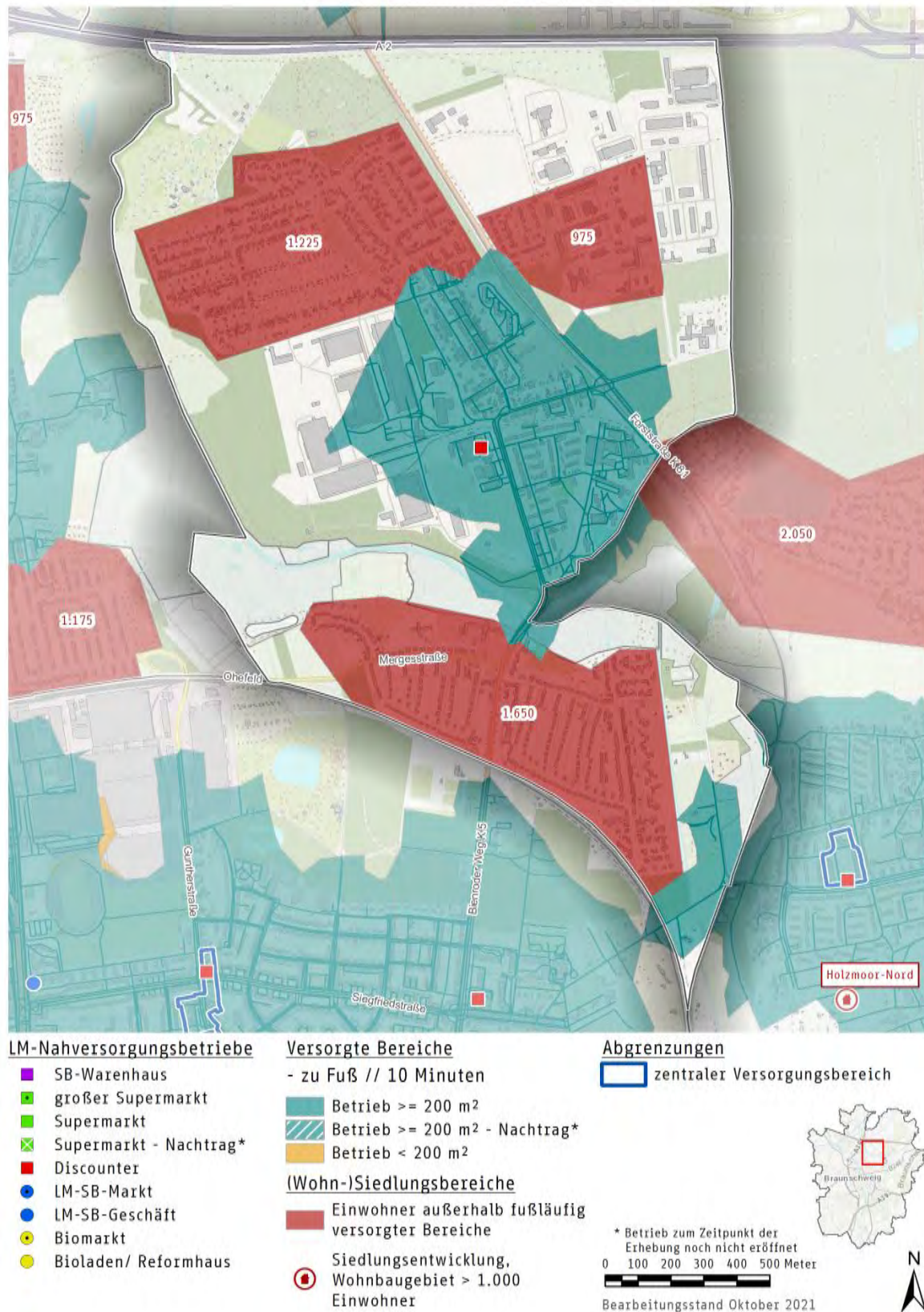
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen

- Am Nahversorgungsstützpunkt Kralenriede/ Bienroder Weg ist mit einem Lebensmitteldiscounter ein Betrieb mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot vorhanden.
- Bei einer geringen Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 63% sind per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Durch den zwischenzeitlichen Wegfall eines Lebensmittelbetriebs am oben genannten Nahversorgungsstützpunkt steigt der Kaufkraftabfluss im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel per Saldo noch weiter an - mehr als die Hälfte der Kaufkraft fließt aus dem Bezirk ab.
- Der Nahversorgungsanteil im Bezirk ist mit rd. 29% sehr gering - nur für einen kleinen Teil der Einwohner besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (vgl. Karte 92). In den nördlichen und südlichen Siedlungsbereichen ist eine fußläufige Versorgung nicht gegeben.





Karte 92: Nahversorgungssituation im Bezirk Schunteraue



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung 2020; Kartengrundlage Stadt Braunschweig, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



- Ein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation auf Grund nicht fußläufig nahversorgter Einwohner wird nicht gesehen, da die Anzahl der nicht versorgten Einwohner für die Ansiedlung eines zusätzlichen Betriebs, der den Betreiberanforderungen filialisierter Lebensmittelbetriebe entspricht, jeweils zu gering ist.
- Bei Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes am Nahversorgungsstützpunkt ist die Einhaltung der standortgerechten Dimensionierung zu prüfen. Dabei ist auf Grund der räumlichen Nachbarschaft der bereits bestehende Lebensmittelbetrieb mit zu berücksichtigen.
- Eine Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Betriebes zur Bestandssicherung erscheint in Anbetracht der aktuellen Verkaufsfläche nicht erforderlich, jedoch vor dem Hintergrund der Einwohner im Umfeld auch bei Berücksichtigung einer standortgerechten Dimensionierung grundsätzlich möglich. Dies wäre gegebenenfalls jedoch im Detail zu prüfen.
- ❖ Ein Handlungserfordernis seitens der Stadt Braunschweig besteht aktuell nicht.





## GLOSSAR

Die **Bindungsquote** bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet (auch Zentralität genannt). Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%). (siehe auch Kaufkraftverbleib).

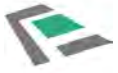
**Einzelhandel** im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne Apotheken, den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

Darüber hinaus wurden allerdings auch Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs- und Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen haben sich zunehmend zu Handelsbetrieben gewandelt.

**Fachdiscounter** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

**Fachgeschäfte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (zum Beispiel Kundendienst) anbieten.

**Fachmärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, zum Beispiel Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, zum Beispiel Sport-, Baufachmarkt, oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, zum Beispiel Drogeriemarkt, werden überwiegend zentrale Lagen im Stadt- und Ortszentrum gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der



Möglichkeit einer fachlichen und sortimentsspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für zentrale Versorgungsbereiche (Hauptgeschäftsbereich City, Stadtteil-/ Nahversorgungszentren) und sonstige integrierte Lagen dar.

Als **nicht integrierte Lagen** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als sonstigen zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

Als **Innenstadt/ City** ist das Gebiet einer Stadt zu verstehen, in dem sich die bedeutsamen Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung der begrenzten Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Lebensmittelhandwerk, Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentliches Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt (und der Stadtteil- und Nahversorgungszentren) heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Stadt.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt (s.a. Nachfrage).



**Kaufkraftkennziffern** stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Die IFH Köln prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Der **Kaufkraftverbleib** bezeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der in diesem ausgegeben wird. Der **Kaufkraftabfluss** kennzeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der außerhalb dieses Gebietes ausgegeben wird. Der **Kaufkraftzufluss** entspricht der Summe aller Kaufkraftanteile, die aus anderen Gebieten dem betrachteten Gebiet zufließen.

Die **Verbleibquote** ergibt sich dadurch, dass der Verbleib in Relation zur Kaufkraft in dem Gebiet gesetzt wird, in dem sie verbleibt.

Der Umsatz in einem Gebiet (U) ergibt sich aus der Kaufkraft in diesem Gebiet (KK), vermindert um Abflüsse in andere Regionen (A), vermehrt um Zuflüsse von außerhalb (Z):  $U = KK - A + Z$ .

Die am Ort verbleibende Kaufkraft (V) ist die Differenz zwischen vorhandener Kaufkraft und Kaufkraftabflüssen in andere Gebiete:  $V = KK - A$ .

Entsprechend ergibt sich der Umsatz auch als Summe aus am Ort verbleibender Kaufkraft und Kaufkraftzuflüssen von außerhalb:  $U = V + Z$ .

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, das heißt die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt. (s.a. Kaufkraft)

**Verbleibquote** (s. Kaufkraftverbleib)

**Zentraler Versorgungsbereich** (s. Innenstadt).

Der Begriff des **zentralen Versorgungsbereiches** z.B. im Sinne der §§ 9 (2a) und 34 BauGB *kann mehr* als der Begriff des (einzelhandelsbezogenen) zentralen Bereichs umfassen: Wenn nämlich zentrale Einrichtungen außerhalb des zentralen Bereichs, aber angrenzend an diesen zu finden sind.



In keinem Fall aber kann ein zentraler Versorgungsbereich weniger als den unter Einzelhandelsaspekten abgegrenzten zentralen Bereich umfassen.

Umgekehrt *muss nicht* jeder zentrale Bereich einen zentralen Versorgungsbereich darstellen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion nicht (umfassend) erfüllt ist.

Auch bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen kommt dem Einzelhandel (als einer zentralen Einrichtung) herausgehobene Bedeutung zu - aber allein die Tatsache einer Konzentration von Einzelhandel reicht nicht aus, einen zentralen Versorgungsbereich zu begründen<sup>80</sup>.

---

<sup>80</sup> Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.





## ANHANG

Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Braunschweig

| VKF in m <sup>2</sup>       | Anzahl      | Anteil      | VKF in m <sup>2</sup> <sup>1)</sup> | Anteil      |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------------------------------|-------------|
| bis 50 m <sup>2</sup>       | 619         | 45,1%       | 18.321                              | 3,5%        |
| 51 bis 100 m <sup>2</sup>   | 260         | 18,9%       | 18.797                              | 3,6%        |
| 101 bis 200 m <sup>2</sup>  | 156         | 11,4%       | 21.964                              | 4,2%        |
| 201 bis 400 m <sup>2</sup>  | 117         | 8,5%        | 33.710                              | 6,5%        |
| 401 bis 800 m <sup>2</sup>  | 113         | 8,2%        | 68.395                              | 13,1%       |
| 801 bis 2000 m <sup>2</sup> | 60          | 4,4%        | 65.595                              | 12,6%       |
| ab 2000 m <sup>2</sup>      | 48          | 3,5%        | 294.516                             | 56,5%       |
| <b>Gesamt</b>               | <b>1373</b> | <b>100%</b> | <b>521.298</b>                      | <b>100%</b> |

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; eigene Berechnungen



Tab. 40: Einzelhandelsangebot in der Stadt Braunschweig: Kaufkraft inkl. Online-Handel

| Sortimente                                      | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. € | Kaufkraft<br>in Mio. € | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                         | 97.800                              | 549,8               | 563,4                  | 98%           |
| Lebensmittelhandwerk                            | 4.200                               | 67,2                | 76,7                   | 88%           |
| Drogerie/ Parfümerie                            | 17.900                              | 86,6                | 75,1                   | 115%          |
| Apotheke  | 3.500                               | 220,3               | 183,9                  | 120%          |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften                   | 4.625                               | 19,0                | 20,4                   | 93%           |
| Blumen/ Zoo                                     | 9.000                               | 24,4                | 29,3                   | 83%           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                     | <b>137.025</b>                      | <b>967,3</b>        | <b>948,9</b>           | <b>102%</b>   |
| Bekleidung und Zubehör                          | 73.800                              | 310,0               | 141,9                  | 218%          |
| Schuhe/ Lederwaren                              | 11.650                              | 34,6                | 38,3                   | 90%           |
| Sport/ Freizeit                                 | 14.625                              | 41,5                | 42,9                   | 97%           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/<br>Musikinstrumente | 18.775                              | 40,2                | 35,8                   | 112%          |
| Bücher  | 4.525                               | 22,1                | 24,5                   | 90%           |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                         | 18.950                              | 25,9                | 18,3                   | 141%          |
| Haus-/ Heimtextilien                            | 12.025                              | 22,1                | 19,4                   | 114%          |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                   | <b>154.350</b>                      | <b>496,4</b>        | <b>321,2</b>           | <b>155%</b>   |
| Uhren/ Schmuck                                  | 2.700                               | 21,7                | 20,5                   | 106%          |
| Foto/ Optik                                     | 4.300                               | 28,5                | 24,3                   | 117%          |
| Medien  | 8.450                               | 94,1                | 92,4                   | 102%          |
| Elektro/ Leuchten                               | 12.700                              | 46,8                | 48,7                   | 96%           |
| Teppiche/ Bodenbeläge                           | 9.600                               | 16,6                | 9,5                    | 175%          |
| Bau-/ Gartenmarkt                               | 73.625                              | 145,5               | 161,4                  | 90%           |
| Möbel   | 105.775                             | 180,1               | 96,1                   | 187%          |
| Sonstiges                                       | 12.750                              | 73,7                | 125,8                  | 59%           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                     | <b>229.925</b>                      | <b>607,1</b>        | <b>578,7</b>           | <b>105%</b>   |
| <b>Summe</b>                                    | <b>521.300</b>                      | <b>2.070,7</b>      | <b>1.848,8</b>         | <b>112%</b>   |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2020; EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 2: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2025 und 2030 in Mio. €

| Sortiment                                    | Jahr | 2025           | 2030         |
|--|------|----------------|--------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                      |      | 555,5          | 573          |
| Drogerie/ Parfümerie                         |      | 66,0           | 68           |
| PBS; Zeitungen/ Zeitschriften                |      | 14,1           | 15           |
| Blumen/ Zoo                                  |      | 25,5           | 26           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                  |      | <b>661,1</b>   | <b>682</b>   |
| Bekleidung und Zubehör                       |      | 80,4           | 83           |
| Schuhe/ Lederwaren                           |      | 22,7           | 23           |
| Sport/ Freizeit                              |      | 32,7           | 34           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente |      | 20,6           | 21           |
| Bücher                                       |      | 16,9           | 17           |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                      |      | 14,7           | 15           |
| Haus-/ Heimtextilien                         |      | 13,7           | 14           |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                |      | <b>201,8</b>   | <b>208</b>   |
| Uhren/ Schmuck                               |      | 15,9           | 16           |
| Foto/ Optik                                  |      | 17,4           | 18           |
| Medien                                       |      | 52,5           | 54           |
| Elektro/ Leuchten                            |      | 29,0           | 30           |
| Teppiche/ Bodenbeläge                        |      | 7,9            | 8            |
| Bau-/ Gartenmarkt                            |      | 147,7          | 152          |
| Möbel  |      | 90,6           | 94           |
| Sonstiges                                    |      | 105,8          | 109          |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                  |      | <b>466,8</b>   | <b>482</b>   |
| <b>Summe</b>                                 |      | <b>1.329,8</b> | <b>1.373</b> |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: EHI; IFH; Statistisches Landesamt für Statistik Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 3: Verkaufsflächenspielraum bis 2030 bei Status-quo-Prognose - Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet**

| Sortiment                                    | Jahr | 2025          | 2030          |
|--|------|---------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                      |      | 975           | 3.400         |
| Drogerie/ Parfümerie                         |      | 500           | 975           |
| PBS; Zeitungen/ Zeitschriften                |      | 75            | 200           |
| Blumen/ Zoo                                  |      | 75            | 300           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                  |      | <b>1.625</b>  | <b>4.875</b>  |
| Bekleidung und Zubehör                       |      | -1.250        | -2.725        |
| Schuhe/ Lederwaren                           |      | 100           | 375           |
| Sport/ Freizeit                              |      | 575           | 950           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente |      | 725           | 1.200         |
| Bücher                                       |      | 75            | 200           |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                      |      | -25           | 425           |
| Haus-/ Heimtextilien                         |      | 100           | 400           |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                |      | <b>300</b>    | <b>825</b>    |
| Uhren/ Schmuck                               |      | 75            | 150           |
| Foto/ Optik                                  |      | 125           | 225           |
| Medien                                       |      | 75            | 275           |
| Elektro/ Leuchten                            |      | 225           | 550           |
| Teppiche/ Bodenbeläge                        |      | 0             | 225           |
| Bau-/ Gartenmarkt                            |      | 1.350         | 3.200         |
| Möbel  |      | 6.250         | 9.025         |
| Sonstiges                                    |      | 225           | 550           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                  |      | <b>8.325</b>  | <b>14.200</b> |
| <b>Summe</b>                                 |      | <b>10.250</b> | <b>19.900</b> |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren    GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen





**Tab. A - 4: Verkaufsflächenspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose - Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet**

| Sortiment                                    | Jahr | 2025          | 2030          |
|--|------|---------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                      |      | 975           | 3.400         |
| Drogerie/ Parfümerie                         |      | 1.475         | 2.950         |
| PBS; Zeitungen/ Zeitschriften                |      | 300           | 625           |
| Blumen/ Zoo                                  |      | 225           | 600           |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                  |      | <b>2.975</b>  | <b>7.575</b>  |
| Bekleidung und Zubehör                       |      | -1.250        | -2.725        |
| Schuhe/ Lederwaren                           |      | 475           | 1.175         |
| Sport/ Freizeit                              |      | 1.000         | 1.850         |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente |      | 725           | 1.200         |
| Bücher                                       |      | 200           | 425           |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                      |      | -25           | 425           |
| Haus-/ Heimtextilien                         |      | 525           | 1.275         |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                |      | <b>1.650</b>  | <b>3.625</b>  |
| Uhren/ Schmuck                               |      | 175           | 325           |
| Foto/ Optik                                  |      | 200           | 375           |
| Medien                                       |      | 75            | 275           |
| Elektro/ Leuchten                            |      | 625           | 1.325         |
| Teppiche/ Bodenbeläge                        |      | 300           | 875           |
| Bau-/ Gartenmarkt                            |      | 4.775         | 10.225        |
| Möbel  |      | 9.825         | 16.325        |
| Sonstiges                                    |      | 575           | 1.250         |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                  |      | <b>16.550</b> | <b>30.975</b> |
| <b>Summe</b>                                 |      | <b>21.175</b> | <b>42.175</b> |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 5: Verkaufsflächenspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet**

| Sortiment                                    | Jahr | 2025          | 2030          |
|--|------|---------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel                      |      | -1.975        | -3.350        |
| Drogerie/ Parfümerie                         |      | 475           | 875           |
| PBS; Zeitungen/ Zeitschriften                |      | 50            | 100           |
| Blumen/ Zoo                                  |      | -125          | -175          |
| <b>kurzfristiger Bedarf</b>                  |      | <b>-1.575</b> | <b>-2.550</b> |
| Bekleidung und Zubehör                       |      | -2.925        | -6.150        |
| Schuhe/ Lederwaren                           |      | -75           | -50           |
| Sport/ Freizeit                              |      | 200           | 200           |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente |      | -125          | -400          |
| Bücher                                       |      | -25           | -25           |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat                      |      | -500          | -750          |
| Haus-/ Heimtextilien                         |      | -50           | -25           |
| <b>mittelfristiger Bedarf</b>                |      | <b>-3.500</b> | <b>-7.200</b> |
| Uhren/ Schmuck                               |      | 25            | 25            |
| Foto/ Optik                                  |      | -25           | -50           |
| Medien                                       |      | -175          | -300          |
| Elektro/ Leuchten                            |      | -25           | -25           |
| Teppiche/ Bodenbeläge                        |      | -100          | -75           |
| Bau-/ Gartenmarkt                            |      | 675           | 1.825         |
| Möbel  |      | 3.850         | 4.125         |
| Sonstiges                                    |      | -50           | -75           |
| <b>langfristiger Bedarf</b>                  |      | <b>4.175</b>  | <b>5.450</b>  |
| <b>Summe</b>                                 |      | <b>-900</b>   | <b>-4.300</b> |

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren    GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 6: Zentrenrelevante Randsortimente mit/ ohne Bezug zum Kernsortiment sowie unzulässige Sortimente**

| zentrenrelevante Sortimente  | Bau-/<br>Garten-<br>markt | Garten-<br>markt | Möbel-<br>markt | Tep-<br>pich-<br>fachm. | Kü-<br>chen-<br>fachm. | Matrat-<br>zen-<br>fachm. | Fachm.<br>Auto-<br>zubeh. | Fachm.<br>Bad/<br>Sanit. |
|--|---------------------------|------------------|-----------------|-------------------------|------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Arzneimittel   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Bastel-, Geschenkartikel   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Bekleidung aller Art [...]   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Blumen (Schnittbl. Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen)                      |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Bücher   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Campingartikel   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Drogeriewaren inkl. Wasch-/ Putz-/ Reinigungsmittel                            |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Elektroartikel   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Elektrogroßgeräte  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Elektrokleingeräte   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Fahrräder, E-Bikes/ Pedelecs   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Fotogeräte, Videokameras und Zubehör, optische Geräte                          |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Gardinen, Innenjalousien, [...]  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Glas, Porzellan, Keramik   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Haushaltswaren, Bestecke   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Haus-, Heimtextilien, Stoffe   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Kunstgew./ Bilder u. Rahmen  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Kurzw., Handarbeitsart., Wolle   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Lederw., Taschen, Koffer, [...]  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Musikinstrumente, Musikalien   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Nahrungs-/ Genussmittel  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Optik, Akustik, Sanitäts- und Orthopädiewaren                                  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Parfümerieartikel/ Kosmetika   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Sammlerbriefmarken, Münzen   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Papier/ Bürobed./ Schreibwaren   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Schuhe und Zubehör   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Spielwaren   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Sportartikel einschl. -geräte  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Tiernahrung  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Uhren, Schmuck, Gold- und Silberwaren  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Unterhaltungselekt., Comp. Kommunikationselekt. Soft-ware, Bild- und Tonträger |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Waffen, Jagdbedarf   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Zeitungen/ Zeitschriften   |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |
| Zooartikel u. lebende Tiere  |                           |                  |                 |                         |                        |                           |                           |                          |

|  |   |
|--|---|
|  | zentrenrelevantes Randsortiment mit Bezug zum Kernsortiment   |
|  | zentrenrelevantes Randsortiment ohne Bezug zum Kernsortiment, üblicherweise angeboten; max. 25 m² innerhalb Gesamtfläche zentrenrelevanter Randsortimente insgesamt |
|  | unzulässiges Sortiment  |



## Gesprächsleitfaden Experteninterviews Braunschweig 2021

Alle Angaben werden streng vertraulich behandelt!! Die Bestimmungen des Datenschutzes werden eingehalten!!

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Interviewer:</b>      |  |
| <b>Termin:</b>           |  |
| <b>Gesprächspartner:</b> |  |
| <b>Name Geschäft:</b>    |  |
| <b>Adresse:</b>          |  |
| <b>Lage:</b>             |  |

### Corona-Pandemie:

1. Wie schätzen Sie die mittel- bis langfristigen Auswirkungen der Corona-Pandemie in der Innenstadt von Braunschweig ein? Welche Handlungsbedarfe ergeben sich daraus
  - für den stationären Einzelhandel?
  - für weitere Akteure/ Nutzungen? (z.B. Gastronomen, Dienstleister, Kulturschaffende, Immobilieneigentümer, öffentliche Verwaltung, Büronutzungen/ Wirtschaft, Wohnen, öffentlicher Raum)
2. Wie schätzen Sie die mittel- bis langfristigen Auswirkungen der Corona-Pandemie in den Stadtteilen/ sonstigen Zentren ein? Welche Handlungsbedarfe ergeben sich daraus
  - für den stationären Einzelhandel?
  - für weitere Akteure/ Nutzungen?
3. Welche Chancen/ Potenziale können sich ggf. auf Grund pandemiebedingter Veränderungen für die Innenstadt sowie für die Stadtteile/ sonstigen Zentren/ ergeben?



**Online-Handel/ Digitalisierung:**

1. Welche Chancen bzw. Risiken bringt der Online-Handel für den stationären Einzelhandel in Braunschweig mit sich?
2. Welche Maßnahmen können die genannten Risiken minimieren bzw. die genannten Chancen vergrößern?

**Einzelhandelssituation:**

1. Beschreiben Sie kurz wichtige zurückliegende Entwicklungen des Einzelhandelsstandortes Braunschweig in den letzten Jahren aus Ihrer Sicht (maximal seit 1990).
2. Was finden Sie gut an der Einzelhandelssituation in Braunschweig? (z.B: Auswahl/ Angebot, Angebot Dienstleistungen/ Gastronomie/ öffentliche Einrichtungen, Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität, Erreichbarkeit/ Verkehr/ Parken/ ÖPNV, Mieten, Leerstände)
3. Was finden Sie schlecht an der Einzelhandelssituation in Braunschweig? (z.B: Auswahl/ Angebot, Angebot Dienstleistungen/ Gastronomie/ öffentliche Einrichtungen, Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität, Erreichbarkeit/ Verkehr/ Parken/ ÖPNV, Mieten, Leerstände)
4. Wie sehen Sie die zukünftige Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Braunschweig, auch differenziert nach Innenstadt, sonstige Zentren, weiteren Standorten?
5. Wie schätzen Sie das Einzugsgebiet der Stadt Braunschweig hinsichtlich des Einzelhandels ein? (welche Städte gehören dazu bzw. bilden die äußere Grenze?)

**Für Experteninterviews mit HändlerInnen**

| 1. Kundenherkunft nach prozentualem Umsatzanteil (Summe = 100%) |  |                        |  |
|---|--|------------------------|--|
| <b>Braunschweig</b>   |  | <b>LK Helmstedt</b>    |  |
| <b>Salzgitter</b>   |  | <b>LK Wolfenbüttel</b> |  |
| <b>Wolfsburg</b>  |  | <b>LK Peine</b>        |  |
| <b>LK Gifhorn</b>   |  | <b>Sonstige</b>        |  |
| <b>LK Goslar</b>  |  |                        |  |

2. Wie groß ist die Gesamtverkaufsfläche ihres Betriebs?
3. Wie hoch war Ihr Bruttoumsatz 2020 und/ oder wie hat sich der Umsatz gegenüber 2019 verändert (prozentual oder absolut)?
4. Gibt es Änderungsabsichten? (z.B. hinsichtlich Verkaufsfläche, Sortimenten)

Betreff:

**Braunschweiger Härtefallfonds für Geschädigte der Corona-Pandemie -  
Sachstand der Überprüfung der Zuschussgewährung im  
Wirtschaftsbereich**

Organisationseinheit:

Dezernat VI  
0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat

Datum:

17.01.2022

Beratungsfolge

Wirtschaftsausschuss (zur Kenntnis)

Sitzungstermin

25.01.2022

Status

Ö

**Sachverhalt:**

Im Rahmen der wöchentlichen Covid 19-Statusberichte an den Rat der Stadt Braunschweig wurde darüber informiert, dass die Bewilligungsentscheidungen aus dem Wirtschaftsbereich des Städtischen Härtefallfonds wie rechtlich geboten überprüft werden. Zudem wird in den Statusberichten regelmäßig zum Stand der Ergebnisse der Überprüfung berichtet.

Ergänzend zu diesen Informationen gebe ich nachfolgend einen Überblick mit weiteren Einzelheiten zu den ausgesprochenen Rückforderungen.

Es wurden insgesamt 498 Anträge auf Unterstützung aus dem Härtefallfonds für den Wirtschaftsbereich gestellt. Davon wurden 47 wieder zurückgezogen und 178 abgelehnt. 273 Anträge wurden bewilligt, wobei in 29 Fällen die Unterstützung lediglich zur Überbrückung ausgezahlt worden ist, weil die Mittel der NBank noch nicht geflossen waren. Die zur Überbrückung ausgezahlten Mittel wurden von den Unternehmen bereits zurückgezahlt.

Aktuell stellt sich der Stand der Überprüfungen wie folgt dar:

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| eingeleitete Verfahren        | 230 |
| noch in Prüfung               | 63  |
| Zurückgezahlt ohne Prüfung    | 21  |
| ohne Beanstandung bewilligt   | 12  |
| Teilrückforderung             | 20  |
| Komplett rückforderung        | 109 |
| Aufstockung auf Maximalbetrag | 5   |

Die Überprüfung der verbliebenen 14 Fälle wird zeitnah erfolgen.

Insgesamt ist festzustellen, dass in vielen Fällen eine Rückforderung der städtischen Fördergelder vorgenommen wird. Bei der Erstellung der Richtlinie im April 2020 war die Entwicklung der Corona-Pandemie von hoher Unsicherheit geprägt. Aufgrund der schwer überschaubaren Situation war die Richtlinie der Stadt Braunschweig bewusst weit gefasst, so dass es einer Vielzahl von Unternehmen möglich war, schnell, unbürokratisch und aufgrund eigener Schätzungen Förderanträge zu stellen. Von der Stadt Braunschweig wurden die Fördergelder schnell und unbürokratisch ausgezahlt. Viele Kommunen haben keine Unternehmenshilfen zur Verfügung gestellt.

Die Richtlinie war von Anfang an so ausgelegt, dass nur Härtefälle berücksichtigt und in erster Linie Unternehmensinsolvenzen vermieden werden sollten. In jedem Fall sollte die Inanspruchnahme von Fördergeldern von Seiten des Bundes oder des Landes vorrangig gegenüber den Mitteln der Stadt Braunschweig sein. Im Ergebnis ist es gelungen, Liquiditätsengpässe in besonderen Härtefällen auszugleichen. In Einzelfällen ist es vorgekommen, dass die Förderung nicht ausreichend war und im Rahmen der Überprüfung eine Aufstockung der Mittel vorgenommen wurde. Vor dem Hintergrund des verantwortlichen Umgangs mit den kommunalen Mitteln der Stadt Braunschweig wird die Überprüfung der Förderbewilligungen fortgesetzt.

Als Gründe für die Rückforderung sind zu nennen:

- Es bestand nach den Vorgaben der Richtlinie kein Liquiditätsengpass bei den zu berücksichtigenden Einnahmen und Ausgaben.
- Die Einschätzung der Unternehmen bezüglich der Einnahmeerwartung im beantragten Zeitraum lag unter den tatsächlich erzielten Einnahmen.
- Fördergelder aus Mitteln des Bundes bzw. des Landes (insbesondere Soforthilfen) aus anderen Förderprogrammen waren ausreichend, um die Liquidität zu sichern
- die nachgewiesene Mitarbeiterzahl wich von den Antragsangaben ab und ließ nur einen geringeren Maximalförderbetrag zu; dadurch war es zu einer Überzahlung gekommen

Die Rückforderungen betreffen verschiedene Bereiche in unterschiedlicher Ausprägung:

| <i>Bereich</i>                   | <i>Anzahl</i> |
|----------------------------------|---------------|
| Hotel/ Gastro                    | 54            |
| Event/ Veranstalter              | 15            |
| Fahrschule                       | 7             |
| Kommunikation/ Druck/ Film /Foto | 14            |
| Einzelhandel                     | 7             |
| Gesundheit                       | 7             |
| Friseur                          | 3             |
| Schneiderei                      | 2             |
| Reisebüro                        | 3             |
| andere                           | 17            |
| <b>gesamt</b>                    | <b>129</b>    |

Die gebildeten Bereiche wurden aufgrund der tatsächlich eingegangenen Anträge zusammengefasst.

Aufgeschlüsselt nach der Unternehmensgröße sind die Unternehmen wie folgt von den Rückforderungen betroffen:

| <i>Größe gestaffelt nach Mitarbeiterzahl</i> | <i>Anzahl</i> |
|--|---------------|
| < 6  | 93            |
| 6-9  | 19            |
| 10-49  | 16            |
| > 49   | 1             |
| <b>gesamt</b>                                | <b>129</b>    |

Leppa

**Anlage/n:** keine



|  |
|--|
| <i>Betreff:</i><br><b>Haushalt 2022 / Investitionsprogramm 2021-2025</b> |
|--|

|   |                             |
|---|-----------------------------|
| <i>Organisationseinheit:</i><br>Dezernat VI<br>0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat | <i>Datum:</i><br>17.01.2022 |
|---|-----------------------------|

|   |                                     |                    |
|---|-------------------------------------|--------------------|
| <i>Beratungsfolge</i><br>Wirtschaftsausschuss (Vorberatung) | <i>Sitzungstermin</i><br>25.01.2022 | <i>Status</i><br>Ö |
|---|-------------------------------------|--------------------|

**Beschluss:**

Zum Haushalt 2022 und dem Investitionsprogramm 2021-2025 inklusive der Anträge der Fraktionen und Stadtbezirksräte werden die in der Anlage aufgeführten Beschlüsse gefasst. Die anliegenden Listen sind Bestandteil des Beschlusses. Unter Berücksichtigung dieser Beschlüsse werden der Haushalt 2022 und das Investitionsprogramm 2021-2025 dem Verwaltungsausschuss und dem Rat zur Annahme empfohlen.

**Sachverhalt:**

Die den Wirtschaftsausschuss betreffenden Anfragen, finanz(un)wirksamen Anträge der Fraktionen und Stadtbezirksräte und die Ansatzveränderungen der Verwaltung, die bis zum Versand der Sitzungsunterlagen vorlagen, sind als Anlagen 1 - 3 beigelegt.

**Hinweise:**

Die Anträge der Fraktionen/Stadtbezirksräte sowie die Ansatzveränderungen der Verwaltung haben Änderungen der Produkterträge und -aufwendungen zur Folge. Aus technischen Gründen sind die Auswirkungen erst nach der Beschlussfassung durch den Rat ermittelbar. Die Darstellung der endgültigen Produkt-Planbeträge erfolgt daher mit der Endausfertigung des Haushaltsplans 2022.

Zum Jahresabschluss 2020 sind für die Stabsstelle Wirtschaftsdezernat im Investitionsmanagement Haushaltsreste von 0 € in das Haushaltsjahr 2021 übertragen worden. Aus dem Haushaltsjahr 2021 wird die Stabsstelle Wirtschaftsdezernat Haushaltsreste in Höhe von 5.981.000 € in das Haushaltsjahr 2022 zur Übertragung anmelden. Es ist vorgesehen, dass im Haushaltsjahr 2022 auch der komplette Abbau dieser Haushaltsreste erfolgt. Bis Ende 2025 ist daher geplant, dass kein Haushaltsrest mehr besteht. Der Haushaltsplanentwurf 2022 beinhaltet diese Planung. Insgesamt ist ein Haushaltsresteaufbau bis Ende 2025 um 32,3 Mio. € enthalten. Darin ist für die Stabsstelle 0800 für das Jahr 2022 ein Haushaltsresteabbau /-aufbau um 0 € berücksichtigt.

Leppa

**Anlage/n:**

- Anlage 1: Anfragen zum Haushalt 2022
- Anlage 2: Finanzunwirksame Anträge der Fraktionen und Stadtbezirksräte
- Anlage 3: Ergebnishaushalt - Ansatzveränderungen der Verwaltung

Dez. VI  
0800

Datum: 13.01.2022

**Beantwortung der Anfrage Nr. 28 der  
Gruppe Die FRAKTION. zum Haushalt 2022**

**Text:**

Die Verwaltung wird gebeten, die Erhöhung des Zuschusses für das Produkt 1.57.5711.01 (Kofinanzierung von Projekten der Wirtschaftsförderung) im Wirtschaftsausschuss zu erläutern.

**Begründung:**

Im Vorbericht wird die Zuschussentwicklung dieses Produktes dargestellt. Für 2020 ist im Ergebnis ein Zuschuss von 38.700 Euro zu verzeichnen. Dieses Ergebnis wurde im Ansatz auf 76.700 Euro in 2021 bereits verdoppelt. Für 2022 ist ein Zuschuss von 1.842.200 Euro vorgesehen. Dies bedeutet eine 24fachung des Zuschussansatzes aus 2021.

**Antwort:**

Zur obenstehenden Anfrage nimmt die Verwaltung wie folgt Stellung: Bei dem genannten Betrag handelte es sich um die zunächst im Zuschussansatz 431810 "Zuschuss an übrige Bereiche" angesetzten Mittelbedarfe für die Beteiligung am Programm Perspektive Innenstadt, beschlossen im Rat der Stadt Braunschweig in der Sitzung vom 21.12.2021 (DS-Nr. 21-17115). Hier war zunächst ein Bedarf von 1.700.000 €, verbunden mit einer Einnahmeerwartung in Höhe von 1.500.000 € berücksichtigt, sodass sich der Kofinanzierungsansatz des Teilhaushaltes 0800 auf 1.842.000 € erhöht hatte. Um eine kurzfristige Handlungsfähigkeit der Verwaltung sicherzustellen und gegenüber dem Fördermittelgeber den geforderten Nachweis zur Sicherstellung der Finanzierung zu erbringen, wurden die erforderlichen Mittel als außerplanmäßige Ausgabe bereits im Haushaltsjahr 2021 bereitgestellt und nicht erst für das Haushaltsjahr 2022 vorgesehen. Daher wurde die Erhöhung des genannten Zuschussansatzes für das Haushaltsjahr 2022 durch die Ansatzveränderungen (siehe Anlage 3 - Ansatzveränderungen der Verwaltung) wieder zurückgenommen.

Die Erhöhung des Zuschussansatzes von 38.700 € auf 76.700 € von 2020 auf 2021 begründet sich durch eine Mittelverschiebung innerhalb des Teilhaushaltes 0800 (aus dem Ansatz 431813 „IM Zuschuss an übrige Bereiche“ an den o. g. Ansatz 431810) sowie einen Rückfluss von Haushaltsmitteln aus dem Haushalt der Beteiligungsverwaltung an den Teilhaushalt 0800 für das ausgelaufene Projekt Innovationsflügel (hierfür waren seit 2017 Haushaltsmittel der Stabsstelle Wirtschaftsdezernat an die Beteiligungsverwaltung zum Ausgleich eines höheren Verlustes der Braunschweig Zukunft GmbH verschoben worden). Daher stellte diese Erhöhung keine zusätzliche Haushaltsbelastung, sondern lediglich eine Umsetzung bereits vorhandener Mittel dar.

I. A.

Leppa

---

Unterschrift (Dez./FBL)

Die FRAKTION. - DIE LINKE.,  
Volt, Die PARTEI  
Antragsteller/in

wird durch die Verwaltung ausgefüllt

Teilhaushalt / Org.-Einheit  
Diverse / FB 20

Produkt  
Diverse

## ***FINANZUNWIRKSAMER ANTRAG ZUM HAUSHALT 2022***

### **Überschrift**

Keine weitere Zunahme der Haushaltsreste

### **Beschlussvorschlag**

Die geplante Erhöhung der Haushaltsreste findet im Planungszeitraum nicht statt.

### **Begründung**

Bereits jetzt ist der Stand der Haushaltsreste - und somit die Summe der nicht umgesetzten Ratsaufträge - mit einem Betrag von rund 150 Mio. Euro sehr hoch. Trotzdem wird von der Verwaltung vorgeschlagen, dass der Bestand der Haushaltsreste (Ergebniswirksam und Investiv) um folgende Beträge anwachsen soll:

2022: 8,1 Mio. Euro

2023: 8,9 Mio. Euro

2024: 10,7 Mio. Euro

2025: 4,7 Mio. Euro

Bereits der jetzige Stand an Haushaltsresten bedeutet, dass vom Rat beschlossene Investitionen für einen Zeitraum von über 1,5 Jahren, von der Verwaltung nicht umgesetzt wurden. Eine weitere Zunahme verschärft das Problem und erhöht den Sanierungsstau der städtischen Infrastruktur massiv.

Außerdem werden die Haushaltsgrundsätze Klarheit und Wahrheit im großen Stil missachtet und die kommunale Demokratie beschädigt. Der Beschluss über den Haushalt ist die Königsdisziplin des demokratisch legitimierten Stadtrates. Und der Stadtrat kann nicht erst ein Bündel von notwendigen Maßnahmen auf den Weg bringen und anschließend beschließen, dass die Verwaltung diese Maßnahmen nicht umsetzen muss.

gez. Kai Tegethoff

Versand per E-Mail an [FBFinanzen@braunschweig.de](mailto:FBFinanzen@braunschweig.de)



---

Unterschrift

Dez. VII  
20.11/20.12

Datum: 05.01.2022

**Stellungnahme zum Antrag Nr. FU 29 der  
Gruppe Die FRAKTION. zum Haushalt 2022**

**Text:**

Keine weitere Zunahme der Haushaltsreste

Die geplante Erhöhung der Haushaltsreste findet im Planungszeitraum nicht statt.

**Begründung:**

Siehe Antrag

**Stellungnahme:**

Der vorgelegte Haushaltsentwurf 2022 mit seinen geplanten Jahresverlusten und Anstiegen der Haushaltsreste ist Ausdruck der Rahmenbedingungen, wie zunehmende gesetzlich fixierte Rechtsansprüche, wie Instandhaltungsbedarfe und wie Anforderungen aus Ratsbeschlüssen bei gleichzeitig begrenzten Umsetzungskapazitäten.

Der Antrag wäre isoliert nicht umsetzbar. Vielmehr müssten gleichzeitig die Ursachen für den Anstieg der Haushaltsreste beseitigt werden. Im Wesentlichen würde dies eine Verringerung des Umfanges der Planung bzw. eine deutliche zeitliche Streckung erfordern.

Zur Höhe und Entwicklung der Haushaltsreste wird auf die Berichterstattung im Rahmen der Haushaltsberatungen in den Fachausschüssen hingewiesen.

Diese Berichterstattung könnte Anlass bieten, Möglichkeiten einer Verringerung des Planungsumfanges zu erörtern.

Gez. Geiger

---

Unterschrift (Dez./FBL)

Haushaltslesung 2022 - Ergebnishaushalt - Ansatzveränderungen der Verwaltung

| Teilhaushalt                          |              |   | Art des Ertrages/Aufwands<br>(Sachkonto) | Planansatz 2022<br>in €  |             | Veränderungen in € |              |             |              |         |              |         |              | Dauer | Anmerkungen |
|---------------------------------------|--------------|---|--|--|-------------|--------------------|--------------|-------------|--------------|---------|--------------|---------|--------------|-------|-------------|
| Nr.                                   | Produkt-Nr.  | Produktbezeichnung                      |  |  |             | 2022               |              | 2023        |              | 2024    |              | 2025    |              |       |             |
|                                       |              |   |  | bisher   | neu         | Erträge            | Aufwendungen | Erträge     | Aufwendungen | Erträge | Aufwendungen | Erträge | Aufwendungen |       |             |
|                                       |              |   |  |  |             |                    |              |             |              |         |              |         |              |       |             |
| Stabstelle 0800 - Wirtschaftsdezernat |              |   |  | - 1.136.375  | - 986.375   | - 1.500.000        | - 1.650.000  | + 1.800.000 | + 50.000     | 0       | + 50.000     | 0       | 0            |       |             |
| 96                                    | 1.57.5711.01 | Steuerungsunterst. Wifö. und Stadtmark. | 314110<br>Zuweisungen vom Land           | In der Sitzung am 21.12.2021 hat der Rat eine Grundsatzentscheidung zur Beteiligung der Stadt Braunschweig am <b>Förderprogramm "Perspektive Innenstadt!"</b> getroffen. Das Förderprogramm hat eine Laufzeit vom 01.01.2022 bis zum 31.03.2023. Aufgrund des engen Zeitkorridors ist gleichzeitig für das Jahr 2021 die Bereitstellung außerplanmäßiger Haushaltsmittel für den Projektstart entschieden worden. Die Ansätze 2022 sind daher entbehrlich.   |             |                    |              |             |              |         |              |         | einmalig     |       |             |
|                                       |              |   | 431810<br>Zuschuss an übrige Bereiche    |  | - 1.500.000 |                    |              | + 1.800.000 |              | 0       |              | 0       |              |       |             |
|                                       |              |   |  |  |             | - 1.700.000        |              |             | 0            |         | 0            |         | 0            |       |             |
| 97                                    | 1.57.5711.01 | Steuerungsunterst. Wifö. und Stadtmark. | 431810<br>Zuschuss an übrige Bereiche    | „ <b>Jobmotor Energiewende</b> “ des IKS 2.0 ( <b>Integriertes Klimaschutzkonzept</b> ). Der Begegnung des Fachkräftemangels sowie die Umsetzung werden als regionales Thema gesehen. Die Stadt Braunschweig ist seit Jahren Mitglied im Fachkräftebündnis SüdOstNiedersachsen, das als Projektträger für die Thematik gewonnen werden soll. Die administrative Zusammenarbeit mit dem Fachkräftebündnis erfolgt bereits jetzt durch Dez. VI / Stabsstelle 0800 – Wirtschaftsdezernat mit Unterstützung durch die Braunschweig Zukunft GmbH. |             |                    |              |             |              |         |              |         | für 3 Jahre  |       |             |
|                                       |              |   |  |  |             |                    | + 50.000     |             | + 50.000     |         | + 50.000     |         | 0            |       |             |

## Betreff:

**Meilensteine der Braunschweiger Wissenschaft als  
stadtgestalterische Elemente**

## Empfänger:

Stadt Braunschweig  
Der Oberbürgermeister

## Datum:

13.01.2022

## Beratungsfolge:

|   |            | Status |
|---|------------|--------|
| Wirtschaftsausschuss (Vorberatung)                  | 25.01.2022 | Ö      |
| Ausschuss für Planung und Hochbau (Vorberatung)     | 26.01.2022 | Ö      |
| Ausschuss für Kultur und Wissenschaft (Vorberatung) | 28.01.2022 | Ö      |
| Verwaltungsausschuss (Vorberatung)                  | 08.02.2022 | N      |
| Rat der Stadt Braunschweig (Entscheidung)           | 15.02.2022 | Ö      |

**Beschlussvorschlag:**

Durch Gestaltungselemente in der Innenstadt soll dazu beigetragen werden, dass wissenschaftliche Aktivitäten und Errungenschaften der Region stärker in das Bewusstsein der Menschen gerückt werden. Denkbar wären beispielsweise „Wissenschaftsstufen“ als dauerhafte Installation. Dabei soll insbesondere die Eignung der (derzeit in der Planung befindlichen) Oker-Sitzstufen zwischen dem Friedrich-Wilhelm-Platz und dem Alten Bahnhof (Beschlussvorlage 21-17115) geprüft werden.

**Sachverhalt:**

Laut des Statistikamtes der Europäischen Union ist die Region Braunschweig die forschungsintensivste Region Europas.<sup>[1]</sup> Als „Stadt der Wissenschaft“ sehen wir uns in der Verantwortung, niedrigschwellige Angebote der Wissenschaftskommunikation zu schaffen. Braunschweig sollte im Alltag der Menschen als Wissenschaftsstadt sichtbar sein. Dafür sind Konzepte notwendig, durch die Bürgerinnen und Bürger sowie Besucherinnen und Besucher der Stadt aktiv und niedrigschwellig über die lokalen Forschungseinrichtungen sowie Meilensteine der Braunschweiger Wissenschaftsgeschichte informiert werden. Dies kann zu einer stärkeren Identifikation der Menschen mit unserer Stadt beitragen.

Beispielsweise könnten „Wissenschaftsstufen“ an einem zentralen Ort in Braunschweig entstehen. Idealerweise werden dafür bereits vorhandene oder bereits in der Planung befindliche großflächige Stufen mit hoher Verweildauer in der Innenstadt ausgewählt. Als besonders geeignet erscheinen daher die (derzeit in der Planung befindlichen) Oker-Sitzstufen zwischen dem Friedrich-Wilhelm-Platz und dem Alten Bahnhof (Beschlussvorlage 21-17115), die ein bedeutender Anziehungspunkt mit Kommunikationsmöglichkeit in der Innenstadt werden könnten.

Die gewählten Stufen sollen möglichst großflächige Fronten besitzen, auf denen die Meilensteine beispielsweise in chronologischer Reihenfolge dargestellt werden. Die dargestellten Informationen sollen dabei auf die wesentlichen Kernaussagen beschränkt werden, beispielsweise durch ein Symbol und eine Jahreszahl in Kombination mit einem kurzen erläuternden Satz. Gestalterisch ist eine attraktive Form- und Farbensprache beispielsweise durch die Gestaltung der Sitzstufen entsprechend eines



Regenbogenfarbspektrums denkbar. Es ist zu prüfen, inwieweit lokale Kunstkollektive oder Kunsthochschulen in die Skizzierung und Umsetzung einbezogen werden können. Eine vereinfachte Skizze für eine solche Gestaltung ist dem Anhang zu entnehmen. Zu beachten ist dabei, dass es sich bei den darin enthaltenen Informationen lediglich um Beispiele handelt, die der reinen Visualisierung der Idee dienen, die jedoch keinen Einfluss auf die ausgewählten Meilensteine haben sollten.

Bei den dargestellten Meilensteinen kann es sich um lokale wissenschaftliche Einrichtungen sowie bedeutsame wissenschaftliche Errungenschaften, Ereignisse, Erfindungen oder Personen handeln, die einen starken Bezug zur Stadt Braunschweig besitzen. Es ist zudem zu prüfen, welche Möglichkeiten eines Auswahlprozesses der dargestellten Meilensteine bestehen. Denkbar ist dabei, dass lokale Akteure wie wissenschaftliche Einrichtungen, das Stadtmarketing, das Haus der Wissenschaft, die ForschungRegion sowie weitere Einrichtungen in die Auswahl einbezogen werden. Eine weitere Möglichkeit besteht in einem partizipativen Prozess, bei dem sich die Bürgerinnen und Bürger sowie insbesondere Schülerinnen und Schüler im Rahmen eines Ideenwettbewerbs aktiv mit der Wissenschaftsgeschichte der Stadt auseinandersetzen und eigene Vorschläge einreichen können, aus denen dann durch eine Jury geeignete Vorschläge ausgewählt werden.

Sollte eine stufenartige Darstellung nicht möglich sein, so ist zu prüfen, in welcher alternativen Form bzw. an welchen alternativen Standorten eine solche dauerhafte Installation erfolgen könnte. Alternativ zum historischen Bezug könnte der Schwerpunkt der dargestellten Meilensteine ebenso auf den aktuell in Braunschweig ansässigen wissenschaftlichen Einrichtungen sowie deren herausragenden Aktivitäten liegen. Zudem ist denkbar, diese Installation in einen größeren Kontext von mehreren aufeinander aufbauenden Elementen der lokalen Wissenschaftskommunikation einzubetten. Beispielsweise könnte die 1000-Jahr-Feier der Stadt im Jahr 2031 zum Anlass genommen werden, an mehreren dauerhaften Stationen mit gestalterischen oder interaktiven Elementen auf Highlights der historischen oder aktuellen Braunschweiger Forschungslandschaft und die Fülle der hiesigen wissenschaftlichen Aktivitäten hinzuweisen.

---

[1]

[https://www.braunschweig.de/wirtschaft\\_wissenschaft/wirtschaftsfoerderung/presse/pm\\_bsz\\_eurostat\\_ranking\\_forschungsintensitaet.php](https://www.braunschweig.de/wirtschaft_wissenschaft/wirtschaftsfoerderung/presse/pm_bsz_eurostat_ranking_forschungsintensitaet.php)

**Anlagen:**  
Beispiel-Skizze

## Betreff:

**Branchenübergreifende Logistik- und Mobilitätsstudie für die Innenstadt**

## Empfänger:

Stadt Braunschweig  
Der Oberbürgermeister

## Datum:

13.01.2022

## Beratungsfolge:

Wirtschaftsausschuss (zur Beantwortung)

25.01.2022

## Status

Ö

**Sachverhalt:**

Im Rahmen der Logistik- und Mobilitätsstudie für die Innenstadt (DS.-Nr. 21-17473, diese Mitteilung wurde Ende des letzten Jahres außerhalb von Sitzungen verschickt) wurde das Thema City-Logistik analysiert und bewertet, wobei der Schwerpunkt auf der so genannten letzten Meile, also dem metaphorischen letzten Wegstück zum Nutzer, lag. Dazu wurden unter anderem im September 2020 Verkehrszählungen durchgeführt, die Wechselwirkungen von Handel und Logistik untersucht, Lösungsansätze entwickelt und ein Handlungskonzept dargestellt.

Nach den Ergebnissen der Verkehrszählungen macht der Wirtschaftsverkehr lediglich 9 % aus, wovon wiederum nur 3 % als sogenannte KEP-Verkehre, also Kurier-, Express- und Lieferlogistik, einzustufen waren. Dies sind umgerechnet lediglich 0,27 % (!) des Gesamtverkehrs und entsprachen 2020 täglich etwa 50 Fahrzeugen sowie in der Prognose für 2030 nur rund 80 Fahrzeugen (vgl. S. 37 ff. der Studie, Anlage 1 an die oben bereits erwähnte Mitteilung außerhalb von Sitzungen).

Die Studie empfiehlt die Schaffung einer Dialogplattform, einer zentralen Anlaufstelle für die Logistik und einer Vermittlungsstelle Logistikflächen (vgl. S. 66 ff.). Im Resümee der Studie (vgl. S. 79 f.) wird darüber hinaus die Umsetzung der Roadmap und frühzeitiger erster Maßnahmen im Rahmen von Modellversuchen und Pilotprojekten empfohlen. Auch wenn die Maßnahmen noch nicht feinkonzipiert werden konnten, so dürfte bei den Erstellern der Studie bereits eine Zeitplanung existieren, die über das extrem grobe Zeitraster (2021/22 – 2025 – 2030) auf S. 65 hinausgeht.

Vor diesem Hintergrund fragen wir die Verwaltung:

1. Welche Erkenntnisse liegen aus den Verkehrszählungen über die Verteilung der Ein- und Ausfahrzeiten sowie die Verweildauern der KEP-Fahrzeuge in der Innenstadt vor und welche Effekte auf den gesamten Verkehr sind in Anbetracht eines auch künftig maximal 0,5 % des Gesamtverkehrs ausmachenden Anteils der KEP-Verkehre durch KEP-spezifische Maßnahmen zu erwarten?
2. Welcher personelle, materielle und finanzielle Aufwand wird für die Umsetzung der auf den Seiten 66 ff. dargestellten Maßnahmen (mit Begründungen und konkreten Aufgabenbeschreibungen) für notwendig gehalten?
3. Welcher ungefähren Zeitschiene sollen die Maßnahmen, Modellversuche und Pilotprojekte der Frühphase mit welchen Laufzeiten folgen und wann ist spätestens mit einer ersten Evaluation dieser Frühmaßnahmen zu rechnen?

**Anlagen:** keine

Betreff:

**Branchenübergreifende Logistik- und Mobilitätsstudie für die Innenstadt**

Organisationseinheit:

Dezernat VI  
0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat

Datum:

19.01.2022

Beratungsfolge

Wirtschaftsausschuss (zur Kenntnis)

Sitzungstermin

25.01.2022

Status

Ö

**Sachverhalt:**

Zur oben stehenden Anfrage der CDU-Fraktion nimmt die Verwaltung wie folgt Stellung:

Zu Frage 1.:

Aufgrund der zeitlichen Beschränkung der Belieferung der Innenstadt sollte angenommen werden können, dass sich die Ein- und Ausfahrten vornehmlich auf die Zeit vor 11 Uhr und nach 18 Uhr beschränken. Die Erhebung hat jedoch gezeigt, dass dies nicht der Fall ist. Auch nach 11 Uhr wird die Innenstadt durchgängig durch Lieferfahrzeuge frequentiert.

Über die Verweildauer der Fahrzeuge einzelner Fahrzeuge liegen keine Kenntnisse vor.

Aufgrund des geringen Anteils des KEP-Verkehrs am Gesamtverkehrsaufkommen werden die Effekte durch steuernde Maßnahmen im Logistikbereich für den Gesamtverkehr aktuell eine untergeordnete Rolle spielen. Die Auswirkungen auf den Gesamtverkehr sind jedoch nicht Gradmesser für die Beurteilung möglicher Maßnahmen zur Optimierung der Logistik sein. Mit Blick auf die Innenstadt geht es insbesondere um die Steigerung der Aufenthaltsqualität durch eine Verringerung von Lieferfahrzeugen in der Fußgängerzone. Auch Verkehrsbehinderungen durch das Parken in der zweiten Reihe sollen reduziert werden. Gleiches gilt für verdichtete Wohngebiete, die perspektivisch ebenfalls in den Blick genommen werden sollten. Mit dieser möglichen Verringerung geht auch eine Verringerung von Emissionen einher.

Zu Frage 2.:

Der Ressourcenaufwand ist von den definieren Zielsetzungen und den umzusetzenden Maßnahmen abhängig. In Wiesbaden, einer Stadt mit ähnlicher Größe wie Braunschweig, wurde ein Kompetenzzentrum City-Logistik in der Verwaltung aufgebaut und mit drei Personalstellen ausgestattet. Einen ähnlichen Bedarf sieht das Gutachterteam auch für Braunschweig, wenn alle Empfehlungen der Roadmap für das gesamte Stadtgebiet umgesetzt werden. Die notwendige finanzielle Ausstattung kann derzeit noch nicht valide abgeschätzt werden, da hierfür zunächst weitere Vorarbeiten notwendig werden (siehe Gutachten S. 62, Zielbildentwicklung etc.).

Synergien für den Aufbau erster Ressourcen ergeben sich aus dem Integrierten Klimaschutzkonzept 2.0, in dem die klimafreundliche Logistik ebenfalls eine Rolle spielt. Die Verwaltung bereitet derzeit die weitere Umsetzung vor. In diesem Rahmen hat auch die Braunschweig Zukunft GmbH ihren Ressourcenbedarf angemeldet. Für das Logistikthema müssten dabei zunächst 0,5 Vollzeitstellen und ein Sachmittelbedarf von 50.000 € bereitgestellt werden. Hiermit sollen erste Handlungsempfehlungen der

"Branchenübergreifenden Logistik- und Mobilitätsstudie für die Innenstadt" umgesetzt werden, bspw. auch durch die Initiierung von Pilotversuchen.

Zu Frage 3.:

Es wird angestrebt, in diesem Jahr erste Maßnahmen umzusetzen und Pilotversuche zu starten. Zum jetzigen Zeitpunkt können weder Aussagen zu Laufzeiten oder zur Evaluation getätigt werden, da mögliche Zeitpläne auch stark von der Schaffung notwendiger Ressourcen abhängen, die derzeit nicht vorhanden sind.

Leppa

**Anlage/n:** keine