

Der Oberstadtdirektor Referat für Stadtentwicklung 10.98-7	Drucksache	TCP
--	------------	-----

VORLAGE	Datum 26.09.90
---------	-------------------

Beratungsfolge	Sitzung			Beschlussvorschlag		
	Tag	öffent- lich	nicht- öffent- lich	ange- nom- men	abge- lehnt	geän- dert
<input checked="" type="checkbox"/> Planungsausschuß	10.10.90	X		X		
<input checked="" type="checkbox"/> Stadtbezirk 413	10.10.90	X		X		
<input checked="" type="checkbox"/> Wirtschaftsausschuß	19.10.90	X		X		
<input checked="" type="checkbox"/> Verwaltungsausschuß	06.11.90		X	X		
<input checked="" type="checkbox"/> Rat	13.11.90	X		Vom Rat angen. Ausgef./Amt 15		

Beteiligte Ämter 30, 61, 80	Beteiligung des Rechnungspr.-Amtes <input checked="" type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja	Annungsrecht des StBezR. <input type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/> ja	Vorlage erfolgt aufgrund Vorschl./Anreg. d. StBezR. <input checked="" type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja. Nr.
--------------------------------	---	---	---

Überschrift, Beschlussvorschlag

Zentrenkonzept "Einzelhandel" - 1. Änderung,  
Entwicklungsschwerpunkt "Hansestraße"

- In den Entwicklungsschwerpunkten für großflächigen Einzelhandel sollen in Anpassung an die Einzelhandelsentwicklung neben den Flächen für Randsortimente (5 % der Geschoßfläche, maximal 2,5 % einer Warengruppe im Randsortiment) künftig auch Flächen für Freisortimente (bis zu 3 % der Geschoßfläche) zugelassen werden. Das Zentrenkonzept ist entsprechend fortzuschreiben.
- Aus Gründen der Erhaltung und Stärkung der Attraktivität Braunschweigs als Handelszentrum der Region soll an dem Entwicklungsschwerpunkt "Hansestraße" ergänzend zu einem Baumarkt, zu Möbelhäusern und zu Teppich-Fachmärkten begrenzten Umfangs auch ein Einrichtungswarenhaus angesiedelt werden. Im Falle des Einrichtungswarenhauses sind angesichts der besonderen Vertriebs- und ganzheitlichen Angebotsformen die zulässigen Flächen für Rand- und Freisortimente sowie der zentrenverträglichen Kernsortimentsgruppen Fußboden, Bau und Garten auf insg. 6 000 m<sup>2</sup> zu begrenzen. Hierin ist eine Sonderverkaufsstelle des Bereiches Familie/Freizeit/Sicherheit ("Family-Shop") mit einer Geschoßfläche von max. 100 m<sup>2</sup> zulässig.  
  
Von den im Entwicklungsschwerpunkt zulässigen Freisortimenten sind die auf Seite 22 des Zentrenkonzeptes aufgeführten Warengruppen ausgeschlossen.
- Unter Berücksichtigung dieser Maßgaben ist für den Entwicklungsschwerpunkt "Hansestraße" ein Bebauungsplan mit den Ausweisungen SO-Bau/Garten/Kfz, SO-Möbel/Teppich und SO-Einrichtungswaren aufzustellen.
- Die Verwaltung wird gebeten, für den Entwicklungsschwerpunkt Hansestraße Vorschläge für eine ÖPNV-Anbindung zur Innenstadt einschl. der notwendigen verkehrlichen Erschließung dieser Anlage zu unterbreiten.

In den vorangegangenen Jahren haben sich in dem Branchensegment der Möbel- und Einrichtungshäuser im wesentlichen zwei Angebots- und Vertriebsformen durchgesetzt, denen sich ein Standort wie Braunschweig nicht entziehen kann, wenn er seine oberzentrale Versorgungsfunktion weiterhin wirksam wahrnehmen oder stärken will:

- Ein modernes Möbelhaus qualifiziert sich durch eine relativ große Möbelausstellungsfläche (20 000 bis 30 000 qm) und einen guten Beratungsservice. Eingebettet in ein solches Möbelhaus sind in mehr oder weniger begrenztem Umfang auch Teppichfachmärkte.

Zur Abgrenzung von anderen Anbietern in der Möbelbranche und zur Schaffung einer eigenen Identität werden darüber hinaus stets an die Ware Möbel angelehnte Einrichtungsgegenstände (Randsortimente) und in geringem Umfang auch andere Waren (sog. Freisortimente) gehandelt, die nur noch entfernt etwas mit Möblieren und Einrichten einer Wohnung oder eines Heimbüros zu tun haben.

- Ein **Einrichtungswarenhaus**, wie z. B. "IKEA", unterscheidet sich in seiner Konzeption wesentlich von herkömmlichen Möbelhäusern, denn aus dem Gesamtspektrum der Wohnungsmöblierungsmöglichkeiten wird nur eine bestimmte Stilrichtung angeboten. Das besondere Kennzeichen dieses Typs ist

- die bekannte, der speziellen Design- und Marketingidee entsprechende ganzheitliche Präsentation von Möbeln und Wohnungsausstattungsutensilien als funktionale und ästhetische Einheit,
- der hohe Anteil an SB-Mitnahmemöbeln aller Art, die sich der Kunde nach eigenen Vorstellungen zusammenstellen und aus dem Regal in den Einkaufswagen sofort mit nach Hause nehmen kann, um sie dort selbst zu montieren und
- das breite, auf die Stilrichtung, nicht die Sortimentstiefe abgestellte, der Wohnungsausstattung im weitesten Sinne dienende SB-Warenangebot.
- Das Einrichtungswarenhaus beinhaltet u. a. auch Segmente eines Baumarktes, eines Gartencenters oder eines Teppichfachmarktes.

Diese Angebots- und Vertriebsform verlangt eine große Präsentationsfläche, ohne dabei annähernd die gleiche Flächengröße und -konstellation wie bei den vorgenannten Möbelhäusern zu erreichen. Flächen für Wohnungseinrichtungs- und Ausstattungsausstattungsutensilien haben bei einem derartigen Einrichtungswarenhaus konzeptionsbedingt eine größere Bedeutung. Eine Aufschlüsselung nach einzelnen Warengruppen ist wegen des Warenhauscharakters nicht mehr möglich. Es muß daher bei dieser Vertriebsform eine maximale Fläche ("Markthalle") definiert werden. Sie erreicht heute in der Regel eine Größenordnung von 6 000 qm.

Möbel- und Einrichtungswarenhäuser der beschriebenen Art haben einen Einzugsbereich mit einem Radius von ca. 80 bis 100 km. Sie erfordern daher Standorte mit guter örtlicher und überörtlicher Erreichbarkeit und ausreichenden Flächen für die baulichen Anlagen. In Braunschweig werden diese Voraussetzungen gegenwärtig nur an dem Standort Hansestraße erfüllt.

In den meisten Fachmarktbereichen, so hat die Praxis gezeigt, reichen zur Abrundung des Warenangebotes Flächen für an das Kernsortiment angelehnte Randsortimente in einer Größenordnung bis zu 5 % der Geschoßfläche in der Regel nicht mehr aus. Oft werden darüber hinaus in begrenztem Umfang auch vom Kernsortiment unabhängige sog. Freisortimente angeboten. In allen Fachmarktbereichen haben die Bestrebungen zur Abgrenzung gegenüber anderen Anbietern der Branche allmählich zur Ausdehnung der Flächen für Rand- und Freisortimente geführt. Dies ist nicht zuletzt auch bei den meisten in der Region ansässigen Fachmärkten zu beobachten.

Es wäre wettbewerbsverzerrend, würde neuen Ansiedlern mit großem Kundenanziehungspotential - unter Berücksichtigung der Zentrenverträglichkeit - nicht annähernd der Handlungsspielraum gewährt, den die Ansässigen bereits seit langem für sich in Anspruch nehmen. Mit einer Planung zur Ansiedlung nicht wettbewerbsfähiger Fachmärkte wäre weder dem Bürger, noch dem ansässigen Handel gedient. Dies würde letztlich auch der Verpflichtung widersprechen, eine geordnete städtebauliche Entwicklung in der Stadt zu gewährleisten.

In Anerkennung und Anpassung an die vorherrschenden Marktbedingungen sollen daher zukünftig in den Entwicklungsschwerpunkten zusätzlich zu den erlaubten 5 % an Randsortimentsflächen, von denen 2,5 % auf eine Warengruppe entfallen dürfen, auch Flächen für sogenannte Freisortimente in einer Größenordnung von bis zu 3 % der Geschosfläche zugelassen werden. Zu diesen Freisortimenten zählen jedoch nicht die Warengruppen Lebensmittel und Getränke, Spielwaren, Literatur, Radio- und TV-Geräte, Unterhaltungselektronik und Computer, Fotoartikel und optische Geräte, Uhren und Schmuck, Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Drogerieartikel.

Die entsprechend geänderten Passagen des Zentrenkonzeptes, Stand Dezember 1989, sind beigelegt.

Mit dem Ausbau des Standortes Hansestraße zu einem großflächigen Einzelhandelschwerpunkt für Baubedarf sowie für Möbel und Einrichtungswaren ist nicht nur eine Verbesserung und Komplettierung des am Ort verfügbaren Warenangebotes, sondern auch eine über den üblichen Einzugsbereich hinaus wirkende Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsplatzes Braunschweig verbunden. Er ist Voraussetzung, um einen großen Teil der zur Zeit noch aus der Region und ihrer Umgebung in andere Geschäftszentren abfließenden Kaufkraft zurückzugewinnen bzw. in der Region zu binden und auf diese Weise insgesamt eine Stärkung der oberzentralen Funktion und der Einzelhandelszentralität Braunschweigs zu erreichen.

Wenn es darüber hinaus gelingt, im Bereich der Autobahnabfahrt "Hansestraße" auch einen regionsweit bekannten Einkaufs- P+R-Standort einzurichten, so würde dies aufgrund der durch den Entwicklungsschwerpunkt zusätzlich induzierten Kundenströme aus dem Umland unmittelbar auch dem Handel in der Braunschweiger Innenstadt zugute kommen können.



Dr. Bräcklein