



Stadt Braunschweig

**Zentrenkonzept
Einzelhandel**

**Schriften der Stadt Braunschweig
zur kommunalen Planung
Reihe 1 - Heft 45**

Herausgeber:

Stadt Braunschweig, Referat für Stadtentwicklung
Redaktion: Dr. Wilhelm Dehmel (61.11), Ulrich Kegel (12/10.98),
Hermann Klein (10.98), Claus Schwedler (61.1)

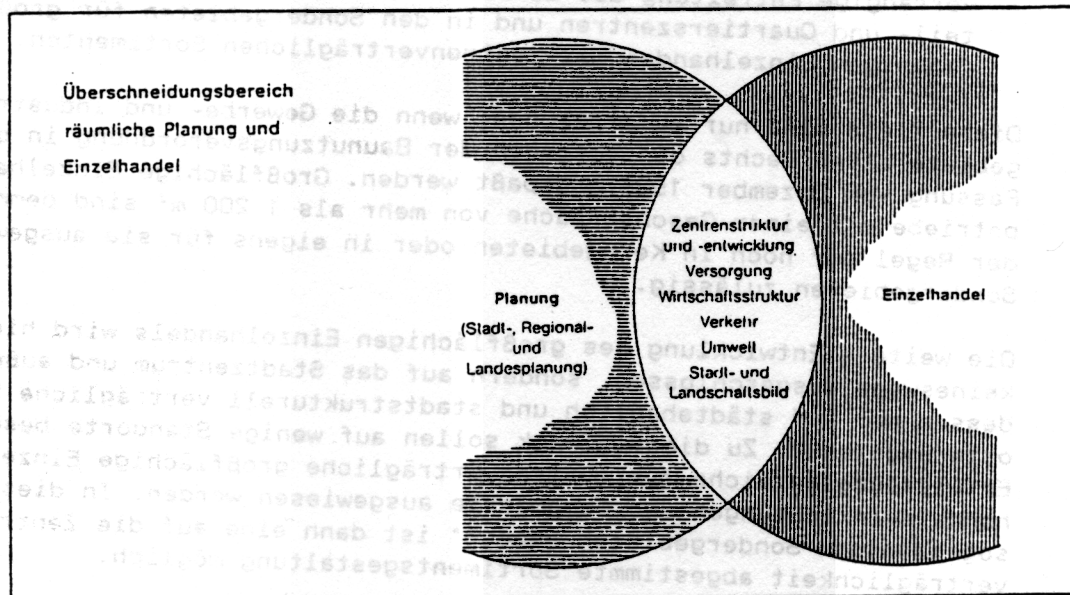
| | | |
|------|--|----|
| 1. | Einleitung | 1 |
| 2. | Die Einzelhandelsentwicklung seit Mitte der 80er Jahre | 4 |
| 2.1 | Allgemeine Problemdarstellung | 4 |
| 2.2 | Zahlen zur Einzelhandelsentwicklung | 6 |
| 3. | Leitlinien für die Einzelhandelsentwicklung | 9 |
| 3.1 | Städtebauliche und wirtschaftspolitische Zielsetzungen | 9 |
| 3.2 | Städtebauliche Steuerungsmöglichkeiten | 11 |
| 4. | Analyse vorhandener und künftiger Standorte zur Entwicklung des großflächigen Einzelhandels | 13 |
| 4.1 | Stöckheim | 13 |
| 4.2 | Rünigen | 14 |
| 4.3 | Friedrich-Seele-Straße | 14 |
| 4.4 | Otto-von-Guericke-Straße/Frankfurter Straße | 15 |
| 4.5 | Celler Straße/Varrentrappstraße | 15 |
| 4.6 | Hamburger Straße/Schützenplatz | 15 |
| 4.7 | Hansestraße/A 391 | 16 |
| 4.8 | Wendebrück | 16 |
| 4.9 | Berliner Straße (Gliesmarode-West) | 16 |
| 4.10 | Berliner Straße (Gliesmarode-Ost) | 16 |
| 4.11 | Berliner Heerstraße (Volkmarode) | 17 |
| 5. | Zusammenfassende Standortbewertung | 17 |
| 6. | Sortimentsgestaltung großflächiger Einzelhandelsbetriebe an peripheren Standorten | 19 |
| 7. | Genehmigungsvoraussetzungen für großflächige Einzelhandels- einrichtungen (über 1 200 m ² Geschoßfläche) | 21 |
| 7.1 | Entwicklungsschwerpunkte | 21 |
| 7.2 | Standorte außerhalb der Entwicklungsschwerpunkte | 22 |
| 8. | Handel in Gewerbegebieten | 23 |
| 9. | Entwicklungsleitlinien für "kleinere" Einzelhandels- einrichtungen (unter 1 200 m ² Geschoßfläche) | 23 |
| 10. | Schlußbetrachtung | 25 |
| | Literaturverzeichnis | 26 |
| | Anlagen | |

1. Einleitung

Die Vorgaben des Zielkonzeptes Wirtschaftsförderung, 3. Fortschreibung 1985 für den Teilbereich Einzelhandel (S. 36 - 40), haben sich als nicht mehr ausreichend erwiesen.

Die Bemühungen des Einzelhandels, sich u. a. wegen der vergleichsweise günstigen Grundstückspreise verstärkt in Gewerbe- und Industriegebieten anzusiedeln, höhlen zunehmend die gewachsene Zentrenstruktur der Stadt aus. Sie verschlechtern nicht nur die Versorgungslage in einzelnen Stadtquartieren, sondern beeinträchtigen auch eine zweckgerechte Entwicklung der ausgewiesenen Gewerbe- und Industriegebiete. Die vom Rat per Satzungsbeschluß festgestellten Ziele der verbindlichen Bauleitplanung werden unterlaufen, und die städtebauliche Ordnung wird auf diese Weise in vielen Teilen der Stadt in Frage gestellt.

Das Eindringen des vorwiegend überregional operierenden Einzelhandels in Gewerbegebiete führt dort zu erheblichen Grundstückspreissteigerungen, so daß örtliche Gewerbe- und Handwerksbetriebe oft entweder unmittelbar verdrängt oder in ihren Erweiterungsmöglichkeiten eingeschränkt werden. Der Einzelhandel unterläuft in diesen Fällen die langfristigen wirtschaftsförderungspolitischen Zielsetzungen der öffentlichen Hand.



In der Vergangenheit war mit der Expansion des Einzelhandels außerhalb der gewachsenen Zentren (City und Stadtteilzentren) eine Angebotsverlagerung und teilweise auch eine allgemeine Angebotsverbesserung verbunden. Inzwischen bereitet diese unvermindert anhaltende Entwicklung jedoch zunehmend städtebauliche Probleme. Wenn sich viele Einzelhandelsbetriebe vorzugsweise nicht "in", sondern "zwischen" gewachsenen Stadtteilzentren ansiedeln, gefährden sie unmittelbar die funktionierenden, wohnungsnahen Versorgungsstrukturen der umliegenden Stadtquartiere.

Um dieser für die Stadt insgesamt schädlichen Entwicklung rasch und wirksam zu begegnen, muß bei der Genehmigungspraxis für Einzelhandels-einrichtungen auf der Grundlage des bisherigen Zielkonzeptes Wirtschaftsförderung eine Kurskorrektur erfolgen.

Das im Herbst 1988 in das Beteiligungsverfahren gegebene "Zentrenkonzept" hatte hierzu bereits Vorschläge unterbreitet, die jedoch bei den beteiligten Verbänden auf Kritik gestoßen waren. Unter Beachtung der vorgetragenen Bedenken waren bei der zu erarbeitenden Fortschreibung des Zielkonzepts Wirtschaftsförderung, Teilbereich Einzelhandel, folgende Ziele zu beachten:

- Erhaltung und Stärkung der Attraktivität und der Angebotsvielfalt der Braunschweiger Innenstadt und der Funktion Braunschweigs als Oberzentrum der Region,
- Sicherung der wohnungsnahen Versorgungsfunktion in den Stadtquartieren,
- Wahrung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung in allen Versorgungszentren und Gewerbegebieten,
- langfristige Sicherung eines ausreichenden Gewerbe- und Industrieflächenangebotes für Handwerk, Produktion und Industrie in allen Teilen der Stadt zu angemessenen Preisen und
- vorrangige Entfaltung des Einzelhandels in der City, in den Stadtteil- und Quartierszentren und in den Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel mit zentrenverträglichen Sortimenten.

Diese Ziele sind nur zu erreichen, wenn die Gewerbe- und Industriegebiete alten Rechts den Vorgaben der Baunutzungsverordnung in der Fassung vom Dezember 1986 angepaßt werden. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Geschoßfläche von mehr als 1 200 m² sind demnach in der Regel nur noch in Kerngebieten oder in eigens für sie ausgewiesenen Sondergebieten zulässig.

Die weitere Entwicklung des großflächigen Einzelhandels wird hierdurch keineswegs ausgeschlossen, sondern auf das Stadtzentrum und außerhalb dessen nur auf städtebaulich und stadtstrukturell verträgliche Standorte umgelenkt. Zu diesem Zweck sollen auf wenige Standorte beschränkt Entwicklungsbereiche für zentrenverträgliche großflächige Einzelhandelseinrichtungen und Fachmärkte ausgewiesen werden. In diesen sogenannten "Sondergebieten Handel" ist dann eine auf die Zentrenverträglichkeit abgestimmte Sortimentsgestaltung möglich.

Als zentrenverträglich gelten Fachmärkte, die sperrige Güter verkaufen oder produktbedingt große Ausstellungsflächen benötigen, wie etwa Möbel-, Bau- oder Gartenmärkte. Als zentrenschädlich gelten dagegen Verbrauchermärkte oder die Häufung mehrerer rechtlich selbständiger Einzelhandelsbetriebe (Shop-in-Shop-System) oder Fachmärkte, die zusammen betrachtet dem Charakter eines Verbrauchermarktes sehr nahe kommen.

Neben der Problematik des großflächigen Einzelhandels entwickeln sich auch Betriebsgrößen unterhalb 1 200 m² Geschoßfläche in den normalen Gewerbe- und Industriegebieten mit allen negativen Folgewirkungen auf die städtische Zentrenstruktur. Wohnungsferne Häufungen derartiger kleinerer bis mittelgroßer Märkte in Gewerbegebieten, z. B. ein Fachmarkt für Elektronik, Lampen und/oder Spielwaren in der vorgenannten Größenordnung im Umfeld eines Lebensmitteldiscounters, womöglich noch angereichert um einen kleinen Schuhmarkt, haben zur Folge, daß zu Lasten der gewachsenen und funktionierenden örtlichen Versorgungszentren in der Umgebung nach und nach Kaufkraftströme in z. T. erheblichem Umfang abgesogen werden. Hierbei ist außerdem zu bedenken, daß

dieser Einzelhandel vom Flächenbedarf her zwar in Gewerbegebiete passen mag, daß umgekehrt aber die verdrängte gewerbliche Nutzung nicht in die möglicherweise brachfallenden Einzelhandelsflächen in den Stadtteil- und Quartierszentren paßt.

Um auch diese Entwicklung im Sinne der städtebaulichen Ordnung steuernd begleiten zu können, sind entsprechende bauleitplanerische Konsequenzen zu ziehen und in die Fortschreibung des Zielkonzeptes Wirtschaftsförderung einzuarbeiten. Es handelt sich hier vor allem um bedarfs- und fallbezogene Änderungen von Bebauungsplänen in den für Einzelhandelsbetriebe dieser Größenordnung attraktiven Gewerbe- und Industriegebieten.

Der Rat der Stadt Braunschweig hat daher am 11.07.1989 beschlossen, das Zielkonzept Wirtschaftsförderung aus dem Jahre 1985 für den Teilbereich Einzelhandel unter Beachtung der o. a. Ziele fortzuschreiben. Diesen Zielvorgaben folgend, sind:

- die nach altem Baurecht (vor 1977) ausgewiesenen Gewerbe- und Industriegebiete auf den Stand der Baunutzungsverordnung von 1986 zu bringen (großflächiger Einzelhandel mit einer Geschoßfläche von mehr als 1 200 m² ist in der Regel nur in Kern- und Sondergebieten zulässig),
- Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben auch unterhalb der Größenordnung von 1 200 m² Geschoßfläche in Gewerbe- und Industriegebieten nur zuzulassen, wenn die wohnungsnahе Versorgung in den Siedlungsbereichen bzw. die Funktion der Stadtteilzentren nicht beeinträchtigt werden und
- auf wenige Standorte beschränkt Entwicklungsbereiche für zentrenverträgliche, großflächige Einzelhandelseinrichtungen und Fachmärkte auszuweisen ("SO-Handel" Gebiete), die u. a. geeignet sind, die oberzentrale Funktion Braunschweigs zu stärken. Entsprechende Aufstellungsbeschlüsse sind herbeizuführen.

Mit diesem Grundsatzbeschuß wurde eine einheitliche und für Investoren nachvollziehbare Entscheidungsgrundlage geschaffen.

Die Verwaltung hat daraufhin in Zusammenarbeit mit dem Braunschweiger Einzelhandelsverband, dem Arbeitsausschuß Innenstadt und der IHK Braunschweig die vorliegende Version der Fortschreibung zur weiteren Entwicklung des Einzelhandels in Braunschweig erarbeitet. Dabei galt es, die berechtigten Belange des etablierten Handels, die Belange des Verbrauchers, die Zentrenstruktur und die markt- bzw. betriebswirtschaftlichen Veränderungsprozesse des Einzelhandels zu berücksichtigen. Allein die starre Festschreibung vorhandener Einkaufszentren würde der weiteren Entwicklung des Handels schweren Schaden zufügen und damit den Standort Braunschweig insgesamt gefährden. Andererseits würde eine zu liberale Genehmigungspraxis unter Inkaufnahme eines ungehemmten Verdrängungswettbewerbes die Versorgungsstrukturen der Stadt und des Umlandes in einer Weise verändern, die die Verödung der Innenstadt und einiger Nebenzentren zwangsläufig zur Folge hätte. Mit dem Zentrenkonzept soll zwischen diesen beiden Extrempositionen ein für die Stadt, für den Handel, für den Verbraucher und für die Region sinnvoller Weg beschritten werden. Die insgesamt vielleicht restriktiv erscheinende Handhabungsweise der Einzelhandelsproblematik ist lediglich eine Umsetzung der rechtlichen Vorgaben des Gesetzgebers. Sie steht in vollem Einklang mit dem Vorgehen vieler Städte, die sich in einer vergleichbaren Situation befinden.

2. Die Einzelhandelsentwicklung seit Mitte der 80er Jahre

2.1 Allgemeine Problemdarstellung

Bis in die Mitte der 80er Jahre hat die außerordentliche Expansion der SB-Warenhäuser und großen Verbrauchermärkte nicht nur die Einzelhandelsentwicklung nachhaltig beeinflusst, sondern vor allem auch die gewachsene Zentrenstruktur und damit die Nahversorgung insbesondere der Grund- und Nebenzentren in den Städten und auf dem Lande erheblich gefährdet und in Einzelfällen auch zerstört. Mittlerweile hat der Konzentrationsprozeß des Handels und der Drang zum großflächigen Angebot praktisch alle übrigen Warenangebote erfaßt. Der Schuhmarkt, der Textilmarkt, selbst der Spielzeugmarkt oder der Literaturmarkt auf der grünen Wiese ist keine Utopie mehr, sondern Wirklichkeit im Umfeld deutscher Großstädte. Auch Möbelhäuser und Möbelmärkte haben zusehends ihr Angebot erweitert und stellen sich heute als vollwertige Einrichtungshäuser mit einem sehr breiten Randsortiment außerhalb der Innenstädte dar.

Anlässlich eines "Möbel-Hearings" im Januar 1988, das sich sowohl mit der generellen Entwicklung des Möbeleinzelhandels wie auch der speziellen Entwicklung im Raum Braunschweig auseinandersetzte, wurde der Drang des Handels zur Flächenexpansion letztlich als betriebswirtschaftliche Notwendigkeit in Anpassung an die Kundenwünsche nachgewiesen. Gleichzeitig konnte herausgestellt werden, wie sehr besonders große Möbelhäuser, wie etwa Möbel-Kraft in Bad Segeberg, zu einem regelrechten "Möbeltourismus" führen. Großbetriebe dieser Art machen Lage und sind letztlich marktbeherrschend. Will ein Oberzentrum in Anbetracht dieser Entwicklung sich zukünftig auch weiterhin als qualifizierter Einzelhandelsstandort behaupten, so sind zwangsläufig dem jeweiligen Fach-einzelhandel geeignete Entwicklungsmöglichkeiten einzuräumen.

Sowohl das GfK-Gutachten aus dem Jahr 1980 als auch die späteren Fortschreibungen des Zielkonzeptes Wirtschaftsförderung gingen prinzipiell davon aus, daß Fachmärkte, die sperrige Güter verkaufen, im weitesten Sinne zentrenunschädlich und im allgemeinen marktverträglich seien. Die Anreicherung von sogenannten Randsortimenten nicht nur in Möbelhäusern, sondern auch in Baumärkten und anderen Fachmärkten führt jedoch dazu, daß zunehmend auch Waren des täglichen Bedarfs und in Einzelfällen sogar schon höherwertige, citytypische Waren angeboten werden.

Fachmärkte suchen möglichst die Nachbarschaft von SB-Märkten und Lebensmittelmärkten jeglicher Größenordnung, um auf diese Weise gegenseitig vom Kundenzulauf zu profitieren. Diese Entwicklung wiederum führt zur Entstehung ungeplanter, funktional nicht eingebundener Einkaufszentren in Streulage, von denen erhebliche Auswirkungen auf die gewachsene Zentrenstruktur der Städte und Gemeinden ausgehen können.

Es muß auch damit gerechnet werden, daß Fachmärkte in weitere Sortimentsbereiche eindringen und wegen ihrer Größe und ihrer Marketingstrategie nicht ausschließlich in vorhandene Marktbereiche integrierbar sind. Je nach Sortiment werden unterschiedlich große Geschäftsflächen benötigt. So ist ein Schuhgeschäft mit Selbstbedienung auf 700 oder 800 m² Geschoßfläche ebenso ein Fachmarkt wie ein Möbelmarkt mit 15 000 m².

Die Vertriebsform Fachmarkt nutzt konsequent die mit der EDV-kontrollierten Logistik eröffneten Rationalisierungsmöglichkeiten. Es sind daher vorwiegend die bekannten großen, national und international operierenden Handelshäuser und Warenhauskonzerne, die unter neuem Namen in den expandierenden Fachmarktbereich eindringen. Sie bauen hierdurch einerseits Konkurrenz zu ihren traditionellen Kaufhäusern in den Innenstädten auf, andererseits profitieren sie von den in den Außenbereichen zusätzlich erzielbaren Umsätzen und stärken durch dieses zweite Standbein ihre Marktposition insgesamt (vgl. Anlage 1).

Nicht nur die rationellen Einkaufs- und Vertriebssysteme, sondern auch die im Vergleich zu zentralen Lagen deutlich niedrigeren Grundstückspreise in Gewerbegebieten ermöglichen es den Fachmarktbetreibern, in großen, meist in sehr einfacher Bauweise errichteten Verkaufsstätten ihre Waren zu vergleichsweise niedrigen Preisen anzubieten. Dem kurzfristigen Preisvorteil für die privaten Verbraucher stehen jedoch höhere öffentliche Aufwendungen gegenüber: Flächenverbrauch, Flächenversiegelung, zusätzlicher direkter und indirekter Erschließungsaufwand, Umweltbelastungen u. a. durch längere Pkw-gebundene Einkaufswege und den einsetzenden Fachmarkt-tourismus.

Für die Ansiedlung von Fachmärkten werden weitgehend ausgewiesene Gewerbegrundstücke nachgefragt. Wertvolle Gewerbegrundstücke diesen Nutzungen zu überlassen, die bezogen auf die Fläche bekanntlich wenig Dauerarbeitsplätze bieten, wird nicht nur städtebaulich, sondern auch wirtschaftspolitisch angesichts der steigenden Knappheit *) an Grundstücken für Arbeitsstätten zunehmend problematisch.

Gleichzeitig zeichnet sich der Trend ab, weniger Ware auf mehr Fläche anzubieten. Die Tatsache, daß die Flächenumsätze sinken, d. h. für gleiche oder nur noch geringfügig steigende Umsätze sehr viel mehr Fläche in Anspruch genommen wird, macht die Fachmarktentwicklung zu einer wesentlichen Steuerungsaufgabe für die gesamtstädtische Flächen-disposition.

Der übrige Einzelhandel sucht sich ebenfalls, u. a. wegen der vergleichsweise niedrigen Bodenpreise, Grundstücke in attraktiver Lage der Gewerbe- und Industriegebiete. Aufgrund der Finanzkraft der Einzelhandelsketten führt dies dort zu erheblichen Grundstückspreissteigerungen, so daß örtliche Gewerbe- und Handwerksbetriebe oft entweder unmittelbar verdrängt oder in ihren Erweiterungsmöglichkeiten eingeschränkt werden. Der Einzelhandel beeinträchtigt in diesen Fällen eine zweckgerechte Entwicklung der ausgewiesenen Gewerbe- und Industriegebiete und unterläuft die langfristigen städtebaulichen und wirtschaftspolitischen Zielsetzungen der öffentlichen Hand.

Die PROGNOSE-AG Basel hat im Jahr 1986 ein Gutachten zur Entwicklung des Einzelhandels in Braunschweig erarbeitet und kommt zu dem Ergebnis, daß im Interesse des Handelsstandortes Braunschweig ein Standortkonzept für die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels bzw. des Einzelhandels überhaupt erstellt werden müsse. Verstärkt wird dieser Vorschlag durch das Vorliegen einer größeren Zahl von Anträgen zur Errichtung und Erweiterung von Möbeleinrichtungshäusern außerhalb der Braunschweiger Innenstadt. Obendrein betreiben Nachbargemeinden planerische Vorkehrungen mit dem Ziel, in unmittelbarer Nähe zur Stadtgrenze Braunschweigs Fachmärkte anzusiedeln, und zwar möglichst in Kombination mit

*) (u. a. auch wegen der Zurückhaltung bei der Ausweisung neuer Bauflächen infolge stärkerer Berücksichtigung von Natur- und Umweltschutzbelangen sowie sparsamem Umgang mit Grund und Boden)

mittleren und kleineren Verbrauchermärkten. Derartige extern gelegene, nicht integrierte Zentren bedürfen zwar grundsätzlich einer Genehmigung durch die Bezirksregierung, aber es hängt von jedem Einzelfall ab, ob die Rechtsinstrumentarien ausreichen, solch eine Neuplanung zugunsten der Versorgungsstrukturen innerhalb und außerhalb der Stadt zu verhindern.

2.2 Zahlen zur Einzelhandelsentwicklung

Trends auf Landesebene

Nach Vorliegen der Handels- und Gaststättenzählung 1985 können im Vergleich zur vorangegangenen Zählung 1979 die Veränderungen im Einzelhandel nach Größe, Struktur und Wirtschaftsgruppen relativ genau beobachtet und bewertet werden. Danach hat sich in der ersten Hälfte der 80er Jahre eine erhebliche Verkaufsflächenausweitung vollzogen. Die größte Entwicklungsdynamik konzentrierte sich auf den Stadtrandbereich und auf die Braunschweig umgebenden Mittelzentren, während die Kernstadt ebenso wie der ländliche Raum eher Tendenzen zur Stagnation erkennen lassen. Dennoch besitzt die Großstadt nach wie vor die Spitzenposition in der Versorgungsqualität und -quantität.

Die Veränderungen im Einzelhandel vollzogen sich keineswegs einheitlich. Vielmehr gibt es auffällige branchenspezifische Unterschiede. Nur beim Einzelhandel mit Einrichtungsgegenständen, pharmazeutischen/medizinischen/kosmetischen Erzeugnissen und sonstigen Waren ist bei allen einbezogenen Merkmalen eine deutliche überdurchschnittliche Expansion zu erkennen, wobei die zuletzt genannte Gruppe vor allem den Einzelhandel mit gemischtem Sortiment umfaßt, wie er für Warenhäuser und Verbrauchermärkte typisch ist. Eine relativ starke Expansion findet auch beim Einzelhandel mit Fahrzeugen und Fahrzeugteilen statt.

Gegenläufig hierzu zeigt sich im Einzelhandel mit Nahrungsmitteln eine Stagnation und Konzentrationstendenz. Der Umsatz konnte zwar gesteigert werden, doch nahm die Zahl der Beschäftigten und noch deutlicher die der Arbeitsstätten ab. Daran dürfte sich einerseits die Schließung weiterer Kleinbetriebe (Tante-Emma-Läden) und andererseits der höhere Personalwirkungsgrad in größeren Lebensmittelmärkten manifestieren. Eine teilweise ähnliche Entwicklung vollzieht sich auch im Einzelhandel mit Textilien. Die fortgesetzten Rationalisierungsbemühungen sind zwar unverkennbar, aber der Rückgang der Arbeitsstätten ist vergleichsweise gering, was auf die zunehmende Bedeutung von Kleinbetrieben (Boutiquen usw.) hinweist.

Insgesamt scheint sich die Beobachtung zu bestätigen, daß im Einzelhandel mit Standard- und Massenprodukten (z. B. Nahrungsmittel) die Tendenz zur betrieblichen Konzentration ungebrochen ist, während sich in manchen Marktnischen verstärkt Kleinbetriebe etabliert haben. Dieser Entwicklungstrend ist in der Braunschweiger Innenstadt nach wie vor deutlich zu sehen.

Die stärkste Entwicklungsdynamik zeigte sich landesweit im betrachteten Zeitraum (1979 bis 1985) bei den SB-Warenhäusern und Verbrauchermärkten, die von einem nur geringen Bestand im Jahr 1979 ausgehend mittlerweile die Betriebszahlen der konventionellen Waren- und Kaufhäuser übertroffen haben, obwohl auch diese noch expandierten. Eine recht starke Expansion ist auch bei den Supermärkten zu verzeichnen, deren Umsatz 1984 den der übrigen Nahrungs- und Genußmittelgeschäfte über-runden konnte. Sie werden damit immer mehr zur Standarderscheinungsform im Einzelhandel mit Nahrungsmitteln. Die schon angesprochenen übrigen

Nahrungs- und Genußmittelgeschäfte sind in diesem Zeitraum um ca. 21 % zurückgegangen (Landesdurchschnitt). Damit zeichnet sich auch hier der Niedergang der kleineren Lebensmittelgeschäfte deutlich ab. Eindeutige Zuwächse sind beim restlichen stationären Einzelhandel (z. B. Kioske, Tankstellen, Handel vom Lager etc.) erkennbar.

Stadt Braunschweig

Aus Gründen der statistischen Geheimhaltung konnte eine Auswertung der Handels- und Gaststättenzählung 1985 nicht nach den für Braunschweig üblichen statistischen Bezirken vorgenommen werden, sondern es waren vielmehr 13 stadtstrukturelle Bereiche zu definieren. Bei der vorliegenden Auflistung wurden lediglich die Ladengeschäfte, so auch Ausstellungsräume und Verbrauchermärkte berücksichtigt, da nur für die Ladengeschäfte Vergleichszahlen aus dem Jahr 1979 vorlagen. Nicht berücksichtigt sind in der Auflistung der Markt- und Straßenhandel, der Versandhandel, Kioske und feste Straßenverkaufsstände, der Handel vom Lagerplatz, freie Tankstellen, Agenturtankstellen und sonstige Betriebsformen, z. B. der Automatenverkauf.

Unter dieser einschränkenden Darstellung ergeben sich in der Zeit von 1978/79 bis 1984/85 folgende wesentliche Veränderungsgrößen für Braunschweig:

Im Vergleichszeitraum ist die Zahl der Ladengeschäfte um 88 auf 1 306 Einheiten gesunken. Durch diesen generellen Rückgang von Arbeitsstätten und die Rationalisierungsbemühungen des Handels sank die Zahl der Beschäftigten um 1 479 auf 11 969 Personen (- 11 %), wobei die größten Verluste im Bereich 1 "Innenstadt" und im Bereich 2 "Verbrauchermärkte und SB-Zentren" zu beklagen sind. Die Umsätze stiegen in Braunschweig geringfügig von 2,02 Mrd. DM auf 2,39 Mrd. DM, preisbereinigt sind jedoch reale Umsatzeinbußen von 5,9 % in der ersten Hälfte der 80er Jahre zu beobachten (siehe Anlage 2).

Am stärksten sind von den realen Umsatzeinbußen die Braunschweiger Innenstadt und fast alle Stadtrandbereiche betroffen. Auch im Bereich 2, in dem sich große Verbrauchermärkte und SB-Zentren befinden (siehe Anlage 2, Abbildung 1), waren reale Umsatzeinbußen zu verzeichnen, jedoch ist hierbei zu bedenken, daß hier nicht nur die Verbrauchermärkte und SB-Zentren selbst statistisch berücksichtigt sind, sondern alle Ladengeschäfte. In diesem Bereich gab es in der ersten Hälfte der 80er Jahre auch eine Reihe von Ladenschließungen (siehe Anlage 2, Tabelle 3).

Im Bereich 2 "Verbrauchermärkte und SB-Zentren" nahm die Zahl der Ladengeschäfte mit 65 Einheiten mit Abstand am stärksten ab. Diese Abnahme entspricht 73,9 % aller Verluste an Ladengeschäften in Braunschweig zwischen 1979 und 1985! Bei den Verlusten an Ladengeschäften im Bereich 2 handelt es sich nicht nur um kleinere Geschäftseinheiten, sondern vereinzelt auch um großflächige Einzelhandelsbetriebe.

Der Konzentrationsprozeß im Einzelhandel hält unvermindert an. Er führt vor allem in der Nähe von Verbrauchermärkten und größeren SB-Märkten zu erheblichen Verdrängungseffekten. So ist z. B. nach der Ansiedlung eines großen Verbrauchermarktes im Osten der Stadt zwischen 1979 und 1985 in den Stadtteilen am östlichen Stadtrand eine Verkaufsflächenreduzierung von 40 % (insgesamt - 6 000 m²) eingetreten. Im gleichen Zeitraum

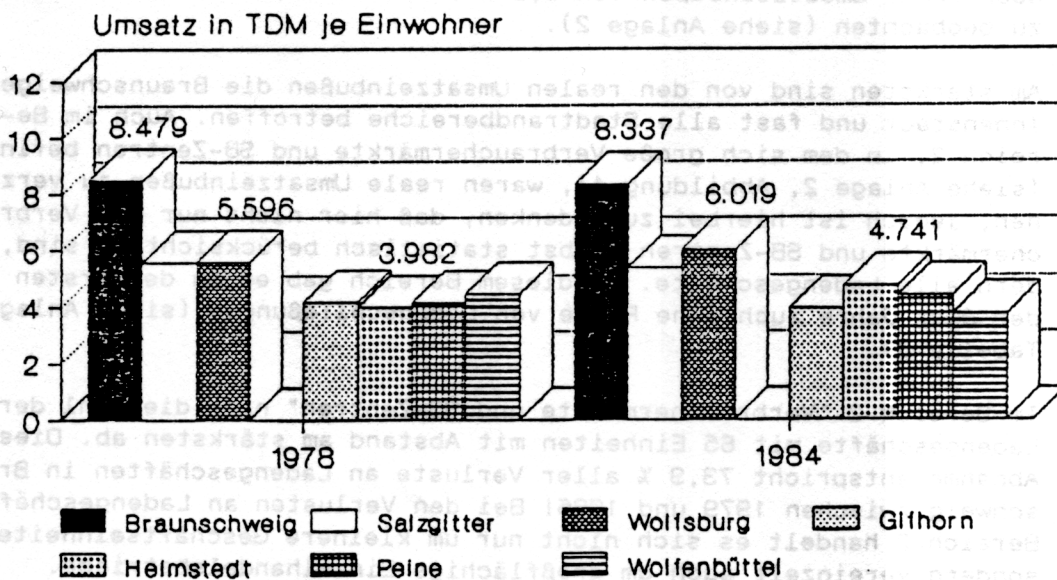
wurde die Zahl der Beschäftigten um die Hälfte (insgesamt - 222 Beschäftigte) reduziert. Die negativen Folgewirkungen dieser Entwicklung sind nicht nur auf dem Arbeitsmarkt, sondern verstärkt auch im Ausbildungsbereich spürbar.

Der Abnahme der Beschäftigten im Einzelhandel steht jedoch gleichzeitig eine beträchtliche Verkaufsflächenzunahme gegenüber. In den vergangenen 3 Jahren stieg die Verkaufsfläche außerhalb der Braunschweiger Innenstadt um ca. 50 000 m² auf 850 000 m² an (+ 6,2 %). Die vielen vorliegenden Anfragen und Bauanträge (mehr als 60 000 m²) sind eher ein Anzeichen für eine Beschleunigung der Verkaufsflächenzuwächse als für eine Beruhigung der Entwicklung.

Region Braunschweig

Die Auswertung der Handels- und Gaststättenzählung zeigt, daß die Oberzentren nach wie vor gerade durch die großflächigen Einzelhandelsangebote einen erheblichen Bedeutungsüberschuß für die gesamte Region haben. Geht man daher mit den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zu restriktiv um, so verliert ein solches Zentrum zwangsläufig an Kaufkraftzuflüssen aus dem Umland, weil dann die Kaufkraftströme mehr in die umgebenden Mittelzentren oder in Stadtrandlagen außerhalb der Gemeinde gelenkt werden. Diese Entwicklung ist der folgenden Grafik zu entnehmen:

Einzelhandelsumsätze in der Region Braunschweig 1978 und 1984



Quelle: Nds. Landesverwaltungsamt (u. eigene Zusammenstellung)

In der Grafik werden die Umsätze je Einwohner in den kreisfreien Städten und Landkreisen des Großraumes Braunschweig für die Erhebungsjahre 1978/79 und 1984/85 dargestellt. Dabei sind die Ergebnisse des Jahres 1984/85 auf die Preise von 1978/79 umgerechnet worden. Es ist daher ein unmittelbarer Vergleich dieser beiden Erhebungsjahre möglich.

Während beispielsweise in Wolfsburg der Umsatz je Einwohner im Einzelhandel zwischen 1978 und 1984 von 5 596 DM auf 6 019 DM preisbereinigt zunahm, mußte in Braunschweig ein leichter Rückgang von 8 479 DM auf 8 337 DM hingenommen werden. Im Salzgitter-Gebiet ist eine leichte Zunahme festzustellen. In den Braunschweig umgebenden Landkreisen gibt es höchst unterschiedliche Entwicklungen: Umsatzeinbußen hatten die Landkreise Gifhorn und Wolfenbüttel zu verzeichnen, während die Landkreise Helmstedt und Peine mit deutlichen Zuwächsen aufwarten. Die Zuwächse in Wolfsburg sind auf den damaligen Ausbau der Wolfsburger Innenstadt zurückzuführen, während die Zuwächse im Landkreis Helmstedt unter anderem auf den Bau eines großen Verbrauchermarktzentrums im Südosten Wolfsburgs zurückzuführen sind. Der Zuwachs im Landkreis Peine ist mit dem Ausbau der Peiner Innenstadt und mit dem Bau des großen Einkaufszentrums in Gadenstedt zu begründen.

Der Landkreis Gifhorn hat zweifelsfrei Kaufkraft an Wolfsburg und an die Verbrauchermärkte und Fachmärkte in Braunschweig verloren, eine Feststellung, die auch durch das Prognos-Gutachten bestätigt wird. Die starken Umsatzverluste pro Einwohner im Landkreis Wolfenbüttel haben die von Süden gut erschlossenen Verbrauchermärkte in Stöckheim und an der Frankfurter Straße verursacht. Die Umsatzrückgänge in Braunschweig sind daher vor allem auf die Verluste in der Innenstadt in der ersten Hälfte der 80er Jahre zurückzuführen. Die großen Verbrauchermarkt- und Fachmarktzentren Braunschweigs waren und sind in der Lage, Kaufkraft auch aus dem Umland zu binden; ohne deren Existenz in Braunschweig wären noch größere Umsatzverluste eingetreten!

Der Handelsplatz Braunschweig ist nur zu stärken bzw. zu halten, wenn zum einen in der Innenstadt ein hochqualifiziertes, breitgefächertes und interessant dargebotenes Angebot unterbreitet wird und wenn zum anderen zur Abschöpfung der Massenkaufkraft auch aus dem Umland entsprechende Fachmarktzentren vorhanden sind. Die oben aufgeführten Zahlen sprechen für sich, es besteht offensichtlich ein erheblicher Handlungsbedarf.

3. Leitlinien für die Einzelhandelsentwicklung

3.1 Städtebauliche und wirtschaftspolitische Zielsetzungen

Die städtebaulich-funktionale Gliederung des Stadtgebietes darf durch die dynamische Entwicklung des großflächigen (über 1 200 m² GF) und des "kleineren" (unter 1 200 m² GF) Einzelhandels nicht in Frage gestellt werden. Weder die zufällige Agglomeration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, noch der Ausbau und die Errichtung von Handelsbetrieben in Gewerbegebieten oder an verkehrlich und funktional schlecht eingebundenen Standorten können künftig zugelassen werden, weil andere, raumbeanspruchende Nutzungen in ihrer Entwicklung behindert würden und weil generell die Zentrenstruktur und das jeweilige Erschließungssystem, mit teuren öffentlichen Mitteln errichtet, empfindlich gestört würde.

Für die künftige Entwicklung Braunschweigs ist die räumliche Verteilung von großflächigen und "kleineren" Einzelhandelsbetrieben gleichermaßen von Bedeutung. Die "kleineren", stärker nach innen gerichteten Einzelhandelsprojekte erfordern aus städtebaulichen und wirtschaftspolitischen Gründen eine ebenso große Aufmerksamkeit wie solche Projekte, die wegen ihrer Größe mehr auf Außenwirkung angewiesen sind. Während auf der einen Seite die Attraktivität und Angebotsvielfalt der City zu erhalten und die Funktion Braunschweigs als Oberzentrum der Region zu stärken ist, gilt es auf der anderen Seite in allen Teilen der Stadt die Nahversorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu gewährleisten und gleichzeitig ein ausreichendes Gewerbe- und Industrieflächenangebot zu angemessenen Preisen zu sichern.

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen haben in der Vergangenheit aufgrund der baurechtlichen Verhältnisse über das gesamte Stadtgebiet verstreut Gewerbegebiete teilweise oder ganz für sich in Anspruch nehmen können. Durch eine aggressive Bodenpreispolitik gelang es ihnen sehr leicht, gewerbliche Nutzungen aus den eigens für sie vorgesehenen Gebieten zu verdrängen. Für örtliche Gewerbe- und Handwerksbetriebe wertvolle, relativ gut erschlossene innerstädtische Gewerbeflächen wurden knapp. Um Flächenengpässe zu vermeiden und um dem verarbeitenden und produzierenden Gewerbe ausreichend Entwicklungsspielräume zu gewähren, müssen zum Ausgleich am Rande der Stadt mit viel Aufwand neue Gewerbegebiete erschlossen werden. Ziel der neuen Einzelhandelspolitik der Stadt ist es daher, künftig diesen folgenreichen Verdrängungsprozeß bereits in seinen Ansätzen möglichst zu vermeiden.

Auf der Suche nach neuen Standorten für die weitere Entwicklung des großflächigen Einzelhandels in Braunschweig sind vorhandene bzw. im Ausbau befindliche oder geplante Erschließungssysteme von zentraler Bedeutung. Es ist weniger eine reine Unterbringungsfrage, sondern vielmehr eine Frage der Kapazität des Erschließungssystems.

Künftig soll sich der großflächige Einzelhandel außer in der Innenstadt nur noch an einigen wenigen räumlich und funktional eingebundenen Standorten konzentrieren und vom städtebaulichen Erscheinungsbild her einfügen. Die Handelseinrichtungen sollen dort eine "Adresse" darstellen und die oberzentrale Funktion Braunschweigs stärken helfen, ohne die Bedeutung und Leistungsfähigkeit der City nachhaltig zu beeinträchtigen. Die Attraktivität eines Standortes für den Handel hängt auch davon ab, wie sich die städtebauliche Umgebung darstellt. Großflächige Einzelhandelsbetriebe entfalten wegen ihrer speziellen Ausprägung eine erhebliche städtebauliche Wirkung, ihrem Einfügen - auch in gestalterischer Hinsicht - muß daher besondere Beachtung gewidmet werden.

Damit die Anziehungskraft der großflächigen Einzelhandelsstandorte nicht etwa zu einem Ungleichgewicht der Einzelhandelsversorgung im Stadtgebiet führt, soll deren Warenangebot auf Sortimente beschränkt werden, die die Funktionsfähigkeit der City und vor allem der Stadtteilzentren nicht beeinträchtigen.

Der "kleinere" Einzelhandel hat sich in der jüngsten Vergangenheit zunehmend in Gewerbegebieten niedergelassen, die oft nicht "in", sondern "zwischen" örtlichen Versorgungszentren liegen. Auch der kleinere Einzelhandel hat so zu bodenpolitischen Spannungen in Gewerbegebieten und den oben skizzierten Folgewirkungen beigetragen. Das besondere städtebauliche Problem liegt hier in der Vielzahl der Fälle und der Vielzahl der betroffenen bzw. potentiell gefährdeten örtlichen Versorgungszentren.

"Kleinere" Einzelhandelseinrichtungen sollen künftig verstärkt inmitten oder am Rande der örtlichen Versorgungszentren der Stadt untergebracht werden, einerseits um vor Ort eine ausreichende wohnungsnah Versorgung aller Altersgruppen zu gewährleisten und (Pkw-) verkehrserzeugende Einkaufsfahrten zu minimieren und andererseits um die funktionierenden traditionellen Einkaufsbereiche zu stabilisieren.

Die Stabilisierung der örtlichen Versorgungszentren durch Angebotsanreicherung bzw. -vervollständigung ist zugleich ein Instrument zur Entlastung der großen Einzelhandelsballungen außerhalb der City und zur gleichmäßigeren Auslastung der städtischen Verkehrsinfrastruktur. Diese Vorgehensweise fügt sich ein in die u. a. auch im Konzept "Flächenvorsorge Wohnen 1989" zum Ausdruck kommende Strategie der Stadt, die verschiedenen Angebote und Lasten nach Möglichkeit gleichmäßig auf alle Stadtgebiete zu verteilen.

Die handelsmäßige Funktionsvielfalt der Braunschweiger Innenstadt und der Stadtteilzentren darf durch die Ansiedlung oder Erweiterung von großflächigen und/oder "kleineren" Einzelhandelseinrichtungen nicht gefährdet werden. Das vorliegende Konzept soll daher die Grundlage sein, um eine zweckmäßige Arbeitsteilung bei der Versorgung der Stadtquartiere mit Einzelhandelsgütern zu erreichen. Bestimmte Warengruppen können hierbei der Innenstadt sowie den gewachsenen Nahversorgungs- und Stadtteilzentren vorbehalten bleiben, während andere, vor allem großflächig darzubietende, sperrige Warengruppen des seltenen Bedarfs, vorwiegend in den großflächigen Einzelhandelszentren angeboten werden können.

3.2 Städtebauliche Steuerungsmöglichkeiten

Auf der Grundlage der 3. Fortschreibung des Zielkonzeptes Wirtschaftsförderung aus dem Jahre 1985 hat die Stadt versucht, durch Anpassung an die jeweilige Situation den Bedürfnissen der Handelsentwicklung in Braunschweig gerecht zu werden. Diese Verfahrensweise zeichnete sich durch eine hohe Flexibilität aus, berücksichtigte jeweils aktuelle Strömungen, war je nach Investor sehr individuell und weitgehend standortungebunden.

Die Folgen dieser Verfahrensweise sind beispielsweise diverse im Stadtgebiet befindliche sowohl großflächige als auch "kleinere" Einzelhandelseinrichtungen an räumlich-funktional schlecht eingebundenen Standorten. Ergänzt durch in der Nachbarschaft befindliche Betriebe (Kfz-Handel etc.) konnten - planerisch oft ungewollt - neue Einzelhandelszentren entstehen, die den Anforderungen an eine geordnete städtebauliche Entwicklung und den funktionalen Ansprüchen nicht genügen.

Diese mehr oder weniger aus den Zufälligkeiten des Immobilienmarktes entstandenen, städtebaulich und funktional nicht eingebundenen, meist auch keiner Sortimentsbeschränkung unterliegenden Einkaufszentren wirken sich insbesondere auf die in der Umgebung gelegenen, die wohnungsnah Versorgung gewährleistenden Quartierszentren nachteilig aus.

Die Erfahrung in anderen Städten hat gezeigt, daß durch Schaffung neuer Einzelhandelsflächen beispielsweise an den Schnittstellen zweier Nahversorgungsbereiche kaum eine wesentlich erhöhte Bindung der örtlich vorhandenen Kaufkraft erreicht wird. Stattdessen ist damit fast immer ein weiteres Absinken der Kapazitätsauslastung, folglich auch der Rentabilität der Läden in den wohnungsnahen Quartierszentren verbunden. Da die Rentabilität von Einzelhandelsbetrieben mit Nahversorgungsfunktion bereits ohnehin relativ gering ist, hat eine weitere Schwächung der Rentabilität häufig die Betriebsaufgabe zur Folge. Im Ergebnis führt so die Schaffung zusätzlicher Einzelhandelsflächen außerhalb von Nahversorgungszentren zur Vernichtung von Geschäftsflächen innerhalb dieser Zentren, wodurch letztlich nicht nur keine Verbesserung des alten Zustandes, sondern vielmehr eine empfindliche Verschlechterung der Nahversorgung der Bevölkerung und letztlich eine funktionale und städtebauliche Erosion intakter Quartierszentren ausgelöst wird.

Großflächige Einzelhandelsangebote werden, wenn sie isoliert über das ganze Stadtgebiet verstreut sind, für den Kunden unüberschaubar und mangels Vergleichsmöglichkeiten kommt es zu einer generellen Angebotsverflachung (was auf den ersten Blick der City zugute kommt). Andererseits haben solche schlecht eingebundenen großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur eine geringe regionale Ausstrahlung und vermindern dann im ganzen die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Braunschweig.

Da in der Vergangenheit manchmal Investoren durch Veränderungssperren oder durch ein langwieriges Bauleitplanverfahren an einer Realisierung ihrer Vorhaben gehindert wurden, entstand zu Unrecht der Verdacht eines von der Gemeinde betriebenen Konkurrenzschutzes. Um diesen Verdacht auszuschalten und Gleichbehandlung in der Abwägung zu belegen, wird verschiedentlich von den Verwaltungsgerichten ein nachvollziehbares und vom Rat beschlossenes Konzept verlangt.

Auf der Grundlage des Städtebaurechts ist die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung einer Stadt im begrenzten Umfang möglich. Durch Aufstellung eines städtebaulich begründeten Standortkonzeptes, welches mit Hilfe der Bauleitplanung in geltendes Ortsrecht umzusetzen ist, kann die räumliche Verteilung von Einzelhandelsnutzungen gesteuert werden. Daneben kann auch die Ansiedlung bestimmter Arten von Einzelhandelsnutzungen in bestimmten Baugebieten ausgeschlossen bzw. in bestimmte Baugebiete gelenkt werden. Die Ansiedlung und Entfaltung einzelner Nutzungsarten kann jedoch nicht im gesamten Stadtgebiet verhindert werden. Wenn einzelne Nutzungen in bestimmten Baugebieten ausgeschlossen werden sollen, sind dieser Nutzung im Gegenzug an anderer Stelle geeignete Entwicklungsmöglichkeiten einzuräumen. Angesichts des bestehenden Handlungsdrucks soll nach diesem Prinzip die räumliche Entwicklung des Einzelhandels in Braunschweig steuernd begleitet werden.

In den beiden folgenden Kapiteln werden daher vorhandene und potentielle großflächige Einzelhandelsstandorte in Braunschweig untersucht und im Hinblick auf ihre Entwicklungsfähigkeit bewertet. Anschließend werden die für eine zentrenverträgliche Sortimentsgestaltung zu berücksichtigenden Gesichtspunkte erläutert.

4. Analyse vorhandener und künftiger Standorte zur Entwicklung des großflächigen Einzelhandels

Die Standortanalyse basiert auf einer Untersuchung des großflächigen Einzelhandels in Braunschweig. Unter den außerhalb der Innenstadt ansässigen großflächigen Einzelhandelseinrichtungen (siehe Anlage, Karte 1) wurde zunächst eine Vorauswahl getroffen. Danach wurden jene Objekte und Standorte in der Untersuchung nicht weiter verfolgt, bei denen eine weitere Ausdehnung aufgrund der

- konkreten Grundstückssituation (keine Flächenreserve, schutzbedürftige Nutzung in der Umgebung usw.),
- Erschließungsengpässe (fehlende Parkmöglichkeit, den allgemeinen Verkehrsfluß beeinträchtigender Anschluß an das öffentliche Straßennetz usw.)
- oder anderer städtebaulicher Restriktionen

insgesamt nicht möglich bzw. planerisch nicht sinnvoll ist. Hierbei wurde insbesondere auch auf die Sicherung der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen und die geordnete städtebauliche Entwicklung geachtet.

Bei der Standortanalyse galt es, eine wichtige, städtebaulich begründete Zielvorgabe zu berücksichtigen, die besagte, zukünftig großflächige Einzelhandelseinrichtungen in erster Linie dort anzusiedeln, wo sich derartige Einrichtungen bereits niedergelassen haben und der Standort räumlich und funktional verträglich ist. Diese Gesichtspunkte hatten daher bei der Bewertung der verbleibenden und möglichen neuen Standorte hinsichtlich ihrer Eignung für die Ansiedlung zusätzlicher großflächiger Einzelhandelsbetriebe besonderes Gewicht.

Nachstehende Faktoren waren in der Standortbewertung ebenfalls von Belang:

- vorhandene, bereits erschlossene Flächenreserven,
- städtebauliche Verträglichkeit,
- verkehrsgünstige Lage,
- Größe und Erschließbarkeit des künftigen Erweiterungsgeländes,
- möglichst geringe öffentliche Vorleistungen,
- Verfügbarkeit der Erweiterungsflächen und
- Umfang der notwendigen planungsrechtlichen Maßnahmen.

Insgesamt wurden 11 Standorte näher betrachtet, die nachfolgend im einzelnen beschrieben werden.

4.1 Stöckheim

Am Standort Stöckheim, der unmittelbar an der A 395, Abfahrt Stöckheim, liegt, haben sich bereits einige großflächige Einzelhandelseinrichtungen angesiedelt: Blau-Gelb, Bauhaus, Möbelzentrum Stöckheim, Matthiesen Textil, ein Camping- und ein Blumenfachmarkt. Dieses Angebot wird ergänzt durch einen Händler für Büroeinrichtungen, einen Autohändler und ein Bowling-Center. Im nördlichen Bereich hat sich kleinteiliges Gewerbe angesiedelt. Die Firma HESS-Druck befindet sich als einziger größerer Betrieb des produzierenden Gewerbes in diesem Gebiet.

Der Standort Stöckheim ist somit eindeutig von großflächigem Einzelhandel geprägt. Es bestehen zur Zeit noch kleinere Entwicklungsreserven, z. B. in dem Bereich des ehemaligen Autokinos. Die Erschließung des Gebietes erfolgt von Süden. Sie ist zur Zeit gerade noch ausreichend.

Aufgrund der vorhandenen Angebotsstruktur ist dieser Standort prädestiniert für die Ansiedlung weiterer, innenstadtunschädlicher großflächiger Einzelhandelseinrichtungen. Im Flächennutzungsplan sind in Richtung Norden, entlang der A 395, gewerbliche Bauflächen dargestellt, deren Erschließung für eine deutliche Ausdehnung des Gewerbe- und Einzelhandelflächenangebots in Frage kommt. Eine Aufschließung dieses Gebietes um "Die Horst" ist kurzfristig nicht realisierbar, da für eine funktionierende Verkehrsanbindung der Ausbau des Schlesiendamms mit Anschluß an die A 395 Voraussetzung ist. Bei künftigen Planungen, insbesondere bei der Verkehrsführung und Gebietsgliederung, ist die Nähe der Wohnbebauung entlang der Trakehenstraße zu berücksichtigen.

4.2 Rünigen

An dem Standort Rünigen haben sich auf gut einem Drittel der Fläche bereits großflächige Handelseinrichtungen angesiedelt: Tengemann, Karstadt (Teppichboden-Center für Selbstabholer), Metro. Die übrigen zwei Drittel sind überwiegend von kleingewerblicher Nutzung gekennzeichnet. Das Gebiet wird derzeit am südlichen Rand durch eine Reihe von Musterhäusern eingefasst.

Im Flächennutzungsplan sind südlich und östlich des Gebietes weitere gewerbliche Bauflächen dargestellt. Die Teilfläche östlich der B 248 scheidet vorerst für eine Inanspruchnahme aus, da sich hier eine der größten Gärtnereien Braunschweigs befindet und weiterentwickelt.

Das südlich an die Musterhauszeile anschließende Gelände steht für eine Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen nicht zur Verfügung, da es gemäß der Gewerbeentwicklungsplanung als einziger neuer Gewerbestandort im Süden Braunschweigs zur Flächenvorsorge für kleinere und mittlere Betriebe benötigt wird. Die im Gewerbegebiet Rünigen ansässigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe sind grundsätzlich nur als eine Ausnahmeerscheinung anzusehen.

Aus verkehrlichen und funktionalen Gründen können in Rünigen keine weiteren publikumsintensiven großflächigen Handelseinrichtungen zugelassen werden. Die ohnehin stark befahrene Ortsdurchfahrt Rünigen ist für ein wesentlich stärkeres Verkehrsaufkommen nicht ausgelegt, und die Anbindung an die A 39 besitzt nur noch eine geringe zusätzliche Aufnahmekapazität.

4.3 Friedrich-Seele-Straße

Der Standort Friedrich-Seele-Straße besitzt einen überwiegend gewerblichen Gebietscharakter. Unter den größeren Gewerbebetrieben befinden sich hier neben der Klavierfabrik Schimmel, Auslieferungslager, Stahlbaubetriebe, Autowerkstätten, die Firma Commodore und zahlreiche andere, kleinere Gewerbebetriebe. Innerhalb dieser Gebietsstruktur bilden der Cash + Carry Markt und eine Tennishalle mit Squash-Center eine Ausnahme.

Angesichts der Nähe zu der an der Frankfurter Straße und der Otto-von-Guericke-Straße entstandenen umfangreichsten Ballung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen außerhalb der Braunschweiger Innenstadt sollen die Flächenreserven im Bereich der Friedrich-Seele-Straße ausschließlich reinen gewerblichen Nutzungen vorbehalten bleiben, um einerseits eine ungehemmte Expansion der Einzelhandelsflächen im Umfeld der Frankfurter Straße als "Nebencity" zu vermeiden und um andererseits nahe der Weststadt Flächen für kleinteilige, die umgebenden Stadtquartiere bedienende Gewerbe- und Handwerksbetriebe zur Verfügung zu haben.

4.4 Otto-von-Guericke-Straße/Frankfurter Straße

In diesem Standortbereich hat sich der großflächige Einzelhandel bereits so stark etabliert, daß kaum oder keine Flächenreserven für weitere Ansiedlungen dieser Art mehr bestehen. Wegen der Einkaufsattraktivität dieses Gebietes und der Häufung von zentrenschädlichen Nutzungen bzw. Warenangeboten sollen nach der städtebaulichen und funktional noch vertretbaren Arrondierung im Westen (Bereich zwischen Stobwasserstraße, Frankfurter Straße und Westtangente) keine weiteren Einzelhandelsnutzungen zugelassen werden. Mit der Arrondierung ist die räumliche Entwicklung der größten Ballung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen außerhalb der Braunschweiger Innenstadt als abgeschlossen zu betrachten.

4.5 Celler Straße/Varrentrappstraße

Am Standort Celler Straße/Varrentrappstraße haben sich bereits mehrere großflächige Handelseinrichtungen niedergelassen (real-kauf Baumarkt, Autohändler, Holzhandlung Becker, Schaper Cash + Carry Markt). Der Bereich ist durch den Autobahnanschluß gut an das überörtliche Verkehrsnetz angebunden. Lediglich der Zugang von Süden, an der Schnittstelle Celler Straße/ehemalige Bahntrasse, ist z. Z. noch unbefriedigend gelöst. Ein Großteil des Geländes war bisher durch eine mehr oder weniger diffuse Nutzung gekennzeichnet. Geänderte Eigentumsverhältnisse haben inzwischen den Weg für eine sinnvolle Neuordnung des Areals freigemacht.

Der Standort ist für den Ausbau zu einem Schwerpunkt für den großflächigen Einzelhandel gut geeignet, da er auf einer bestehenden Entwicklung aufbaut, regional recht gut erschlossen ist und nach einer umfassenden Neuordnung vergleichsweise großen Entwicklungsspielraum bietet.

4.6 Hamburger Straße/Schützenplatz

An der Hamburger Straße, in Höhe des Schützenplatzes, befindet sich ein Möbel-SB-Lager und ein großes SB-Warenhaus der Firma Allkauf. Der Schützenplatz hat Bedeutung für die gesamte Stadt Braunschweig. Er ist ein ausgezeichnete Standort für repräsentative Veranstaltungen, die die oberzentrale Funktion Braunschweigs nach innen und außen deutlich machen. Aufgrund dieser Aufgabe soll der Schützenplatz im Rahmen des Standortkonzeptes für den großflächigen Einzelhandel nicht weiter verfolgt werden.

4.7 Hansestraße/A 391

Südlich des Gewerbegebietes an der Hansestraße befindet sich eine ca. 12 ha große ungenutzte Fläche (ehemalige Kippe Veltenhof). Sie ist zur Zeit noch im Besitz des Bundes. Verkaufsverhandlungen zwischen der zuständigen OFD Hannover und der Stadt Braunschweig haben bereits stattgefunden und sind inhaltlich weitgehend abgeschlossen.

Das Gelände eignet sich wegen der Nähe zur Autobahn und zur Straßenbahn hervorragend als neuer Standort für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe. In der Nachbarschaft befinden sich z. Z. bereits ein Textil-Lagerverkauf, mehrere größere Kfz.-Betriebe (z. B. Renault) und zwei große Wohnwagenhändler. Der Standort ist räumlich und funktional verträglich und könnte durch ein Großprojekt städtebaulich gut eingefaßt werden.

4.8 Wendebrück

An dem Standort Wendebrück haben sich bereits einige großflächige Einzelhandelseinrichtungen (Möma, ein Selbstbaumarkt sowie ein Farben- und Tapetenmarkt) angesiedelt. Der Standort ist für den Ausbau zu einem großflächigen Einzelhandelsschwerpunkt gut geeignet, da er auf einer bestehenden Entwicklung aufbaut und unmittelbar an einer künftigen Abfahrt der A 391 - Richtung Gifhorn - liegt. Die Flächen beiderseits des Bahnhofs Wenden-Bechtsbüttel können relativ leicht angeschlossen werden, allerdings ist der Flächenzuschnitt zwischen den Verkehrstrassen eingeengt. Durch die Fertigstellung der A 391 wird zukünftig das Verkehrsaufkommen auf der B 4 abnehmen. Dadurch kann die westliche Teilfläche leichter angebunden und die einzurichtende Kreuzung weniger aufwendig ausgelegt werden. Da sich auf der westlichen Teilfläche ein Brennstofflager befindet, ist die maximal mögliche Ausdehnung dieses Gebietes im Rahmen der Bauleitplanverfahren noch im einzelnen zu klären.

4.9 Berliner Straße (Gliesmarode-West)

Am Westende der Berliner Straße hat die Firma real-kauf in Höhe der Kurzekampstraße einen Baumarkt errichtet und die Ergänzung um ein Garten-Center beantragt. Eine Überprüfung der Erschließungssituation hat ergeben, daß der durch das Gartencenter verursachte relativ geringe zusätzliche Verkehr ohne Nachteile für den Verkehrsfluß auf der Berliner Straße abgewickelt werden kann. Die Ansiedlung weiterer großflächiger Einzelhandelseinrichtungen würde an dieser Nahtstelle zwischen östlichem Ringgebiet und Gliesmarode in funktionaler Hinsicht jedoch zahlreiche negative Folgewirkungen verursachen und letztlich die geordnete städtebauliche Entwicklung beider Stadtquartiere gefährden. Die Garten- und Baumarkteinheit ist somit die einzige, an dieser Stelle noch als raumverträglich und erschließbar anzusehende Nutzung.

4.10 Berliner Straße (Gliesmarode-Ost)

Am Ostende der Berliner Straße haben sich in dem Bereich zwischen Petzvalstraße und Moorhüttenweg bereits mehrere großflächige Einzelhandelseinrichtungen niedergelassen (ein Verbrauchermarkt, ein Möbelhaus, ein Wand- und Bodenmarkt und ein Jalousienhändler). Der Bereich ist über die Berliner Straße sowohl aus Richtung Stadt als auch von außerhalb gut zu erreichen. Im südwestlichen Teil des Geländes, wo die alten Voigtländer-Gebäude mit Nachfolgenutzungen belegt sind, ist die kleinräumige Erschließung und die Unterbringung des ruhenden Verkehrs noch unbefriedigend gelöst. Durch eine Neuordnung dieses Bereiches können an diesem Standort noch Entwicklungsreserven aktiviert werden.

Der Standort Gliesmarode-Ost eignet sich grundsätzlich für den Ausbau zu einem künftigen Entwicklungsschwerpunkt für den großflächigen Einzelhandel, da er auf einer bestehenden Entwicklung aufbaut, durch die B 248 regional recht gut erschlossen ist und nach einer Neuordnung den für eine Weiterentwicklung nötigen Spielraum bietet.

4.11 Berliner Heerstraße (Volkmarode)

Am Ortsausgang des Stadtteils Volkmarode befindet sich das Möbelhaus Roller (ehemals Wallach). In dem Gewerbegebiet auf der anderen Seite der Straße (B 248) sind außer einem Spezialgeschäft für Büromöbel und einem Kfz-Händler überwiegend Gewerbebetriebe ansässig. Es handelt sich hier um einen räumlich und funktional relativ isoliert gelegenen Standort. Aus städtebaulicher Sicht besteht derzeit keine Notwendigkeit für dessen Ausbau zu einem eigenständigen Schwerpunkt für den großflächigen Einzelhandel. Die weitere Entwicklung dieses Standortes soll sich daher bis auf weiteres nur im Rahmen des Bestandes bewegen. Für den Fall, daß der Entwicklungsspielraum des weiter stadteinwärts gelegenen Standortbereiches Gliesmarode-Ost mittel- oder langfristig ausgeschöpft sein sollte, ist eine an das Roller-Gelände angelehnte, maßvolle Erweiterung der Einzelhandelsflächen denkbar. Aufgrund der Lage am Ortseingang und der Nachbarschaft zum Siedlungserweiterungsbereich Volkmarode-Nord wird im Rahmen der Bauleitplanung den Gesichtspunkten der kleinräumigen Erschließung und der visuellen Einbindung dieses Standortes besondere Aufmerksamkeit zu schenken sein.

5. Zusammenfassende Standortbewertung

Die Analyse und Bewertung der vorhandenen und potentiellen Standorte erfolgte unter der Prämisse, in Braunschweig großflächige Einzelhandelsbetriebe zukünftig an räumlich und funktional verträglichen Standorten anzusiedeln, an denen Einrichtungen dieser Art bereits existieren. Am Ende stellten sich fünf Standorte heraus, die sich für den Ausbau zu Entwicklungsschwerpunkten für den großflächigen Einzelhandel eignen (siehe Anlage, Karte 2). In zwei der fünf Fälle besteht die Entwicklung in erster Linie nur aus einer Neuordnung der bereits vorhandenen Einzelhandelsnutzungen.

Die ermittelten Standorte unterscheiden sich im wesentlichen durch den Umfang der Maßnahmen, die in die Wege zu leiten sind, um die für eine Weiterentwicklung notwendigen Flächen zur Baureife zu führen. Im Bereich der ehemaligen Kippe Veltenhof (Hansestraße/A 391) können ohne großen Erschließungsaufwand kurzfristig zusätzliche Flächen für großflächige Einzelhandelsprojekte zur Verfügung gestellt werden, die in den anderen Entwicklungsschwerpunkten nicht oder nicht so rasch realisiert werden können. An den Standorten Wendebrück und Stöckheim ist der Grunderwerb und die Erschließung der Erweiterungsbereiche mit mehr Aufwand und zeitlichem Vorlauf verbunden. Im Unterschied dazu ist für den Ausbau der Standorte Celler Straße und Gliesmarode-Ost eine z. T. grundlegende Neuordnung der zur Verfügung stehenden Flächen erforderlich.

In der "Nebencity" an der Otto-von-Guericke-Straße ist der großflächige Einzelhandel in allen Variationen bishin zum Verbrauchermarkt vorhanden. Der Bereich ist aus weiten Teilen des Stadtgebietes gut zu erreichen. Die Kapazität des Erschließungssystems ist voll ausgelastet. Durch die räumlich und funktional noch vertretbare Arrondierung im Westen kann dem bestehenden Entwicklungsdruck nachgegeben und der Ausbau dieses Schwerpunktstandortes zum Abschluß gebracht werden.

Im Süden Braunschweigs kann der Standort Stöckheim als Schwerpunkt für zentrenunschädlichen großflächigen Einzelhandel weiterentwickelt werden. Mehrere Einzelhandelsbetriebe haben sich hier bereits etabliert. Sie liegen sehr verkehrsgünstig an der A 395. Am Standort sind noch Flächenreserven in geringem Umfang vorhanden. Nach Norden hin ist eine beträchtliche Gebietserweiterung möglich. Zur Zeit besteht jedoch kein unmittelbarer Entwicklungsdruck und die Realisierung des für die Erschließung erforderlichen Schlesiendamms kann voraussichtlich nicht kurzfristig erfolgen.

In Wendebrück ist der großflächige Einzelhandel bereits mit Möbel- und Baumarktangeboten nebst Freizeiteinrichtungen präsent. Der Standort liegt sehr verkehrsgünstig im Norden der Stadt. Diese Situation wird sich noch verbessern, wenn die A 391 über den Kanal hinaus fertiggestellt ist. Durch den starken Expansionsdrang der vorhandenen Bau- und Möbelmärkte ist ein gewisser Entwicklungsdruck in diesem Bereich zu verzeichnen. Derzeit bestehen dort keine nennenswerten Reserven, so daß eine Neuaufschließung des Erweiterungsgeländes erforderlich wird.

Am Standort Celler Straße/Varrentrappstraße haben sich bereits mehrere großflächige Einzelhandelseinrichtungen angesiedelt. Das Areal liegt relativ verkehrsgünstig an der Autobahnabfahrt Celler Straße. Wenn die z. Z. ungünstig genutzten Flächen neu geordnet sind und die bessere Erschließung zur Celler Straße hin fertiggestellt ist, besteht für den großflächigen Einzelhandel die Möglichkeit, sich in diesem Bereich besser zu präsentieren. Nutzungsänderungen und Erweiterungsanträge sind ein deutlicher Hinweis auf den bestehenden Entwicklungsdruck.

An dem Standort Gliesmarode-Ost ist der großflächige Einzelhandel bereits seit einiger Zeit mit mehreren Betrieben ansässig. Mit Ausnahme des Plaza-Verbrauchermarktes handelt es sich um zentrenverträgliche Unternehmen. Der Standort an der B 248, der Haupteinfallsstraße aus Richtung Osten, mit Anbindung an die A 2 Hannover-Berlin liegt relativ verkehrsgünstig. Nach der Neuordnung und Verbesserung der Erschließung des an der Petzvalstraße gelegenen Areals kann dieser Standort in Verbindung mit dem Entwicklungsspielraum auf dem Plaza-Gelände zu einem tragfähigen Schwerpunkt für den großflächigen Einzelhandel ausgebaut werden. Nutzungsänderungs- und Bauanträge deuten auf einen gewissen Entwicklungsdruck an dieser Stelle hin.

Der Standort Hansestraße/A 391 ist wegen der vorhandenen Einrichtungen in der Nachbarschaft faktisch bereits heute ein günstiger Standort für großflächigen Einzelhandel. Er kann jederzeit weiterentwickelt werden, sofern die Grundstücke durch die Stadt oder durch potentielle Investoren vom Bund erworben werden. Entwicklungsdruck ist für dieses Gebiet bereits erkennbar. Die Vorzüge dieses Standortes liegen in der äußerst verkehrsgünstigen Lage, vor allem für überregional orientierte Handelseinrichtungen, der Verfügbarkeit von großen Grundstücken und der Möglichkeit, rasch die notwendigen baurechtlichen Voraussetzungen schaffen zu können.

Mit dem vorhandenen großflächigen Einzelhandelszentrum an der Otto-von-Guericke-Straße, einem kurzfristig und vier mittel- bis langfristig ausbaufähigen Standorten verfügt Braunschweig über ein für die Versorgung der Stadt und der Region angemessenes Netz von Entwicklungsschwerpunkten für den großflächigen, zentrenunschädlichen Einzelhandel.

6. Sortimentgestaltung großflächiger Einzelhandelsbetriebe an peripheren Standorten

Die von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ausgehenden städtebaulichen und wirtschaftspolitischen Probleme liegen nicht allein in der Größe und der Standortwahl dieser Einrichtungen begründet, sondern auch und gerade in der Zusammenstellung ihrer Warensortimente. Wie oben bereits erläutert, sind sowohl die City als auch die Nebenzentren in ihrer Funktionsfähigkeit gefährdet. Während Verbrauchermärkte in erster Linie ein Gefährdungspotential für örtliche Versorgungszentren darstellen, gehen für die City eher Gefahren von bestimmten Fachmärkten aus.

Aus städtebaulichen Gründen ist es zweckmäßig, sperrige und großflächig darzubietende Waren des seltenen Bedarfs, für die in der City und in den Nahversorgungszentren kein Platz vorhanden oder zu schaffen ist, an Standorten zu konzentrieren, die außerhalb dieser Zentren liegen. Nach jüngsten Untersuchungen in den mit Braunschweig vergleichbaren Städten Münster und Osnabrück kommen verschiedene Gutachter in weitgehender Übereinstimmung zu dem Ergebnis, daß die Gruppen "Bau- und Heimwerkermarkt", "Garten-Center", "Kfz-Bedarf" und "Möbel-Markt" keine wesentlichen Auswirkungen auf gewachsene Zentren befürchten lassen, sofern bei letzterem Randsortimente nicht eine wesentliche Rolle spielen (vgl. Anlage 3, Punkt 3). Bei diesen Warengruppen ist auch eine produktbedingte Notwendigkeit zum Verkauf auf großer Fläche an peripheren Standorten nachvollziehbar. Die Liste der zentrenverträglichen Märkte mit großem Flächenbedarf kann noch um die Gruppen "Wohnwagen- und Campingfahrzeuge" und "größtenteils Sportgeräte" (z. B. Boote und Bootsanhänger) ergänzt werden.

Bei allen anderen Warengruppen kann demzufolge eine erhebliche zentrenschädigende Wirkung unterstellt werden. Sie können problemlos in den Zentren untergebracht werden. Sie sollten daher nicht in separaten Standorten für großflächigen Einzelhandel, sondern je nach Versorgungsfunktion, in der City oder den örtlichen Versorgungszentren angesiedelt werden.

Bei den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungs-Elektronik, Fotoartikel, Spielwaren und Literatur ist anders als bei "Möbeln" keine produktbedingte Notwendigkeit zur Auslagerung aus der City oder den Nebenzentren zu erkennen. Das gleiche trifft für die Warengruppen Lebensmittel, Getränke und Drogerieartikel zu. Deren Auslagerung würde auch der allgemeinen Verpflichtung widersprechen, die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu gewährleisten und auszubauen.

Die Randsortimentsgestaltung großflächiger Einzelhandelsbetriebe kann mit städtebaurechtlichen Mitteln nur in begrenztem Rahmen wirksam und nachhaltig beeinflußt werden. Randsortimente sind heute je nach Fachmarktsparte mehr oder weniger üblich. Sie können dem großflächigen Einzelhandel auch zugestanden werden, solange bzw. sofern dadurch keine Gefährdung intakter Zentren zu befürchten ist. Will man aus Gründen der städtebaulichen Ordnung jeweils mehrere großflächige Einzelhandelseinrichtungen an einigen wenigen Schwerpunkten konzentrieren, ohne jedoch die Verkaufsflächen für Randsortimente und die zulässigen Randsortimente eigens zu bestimmen, so ist nicht auszuschließen, daß je nach Umfang und Arrangement der Randsortimentsflächen neben dem eigentlichen zentrenunschädlichen Fachmarkt ein verbrauchermarktähnliches Warenangebot oder eine innenstadttypische Sortimentspalette zusammengestellt

werden kann. Dies würde allerdings dem wirtschaftspolitischen und städtebaulich begründeten Ziel der funktionalen Arbeitsteilung zwischen City, örtlichen Versorgungszentren und Standorten mit zentrenunschädlichem großflächigen Einzelhandel widersprechen.

Um der Forderung nach Randsortimenten und der Forderung nach Zentrenverträglichkeit Rechnung zu tragen, ist es erforderlich, einzugrenzen,

- was unter einem bestimmten "Kernsortiment" (z. B. Sportgeräte oder Möbel) jeweils noch als "dazugehöriges Randsortiment" bezeichnet werden kann und

- welche Geschoßfläche bzw. welcher Geschoßflächenanteil für Randsortimente aufgrund der potentiellen Folgewirkungen auf die städtische Zentrenstruktur städtebaulich noch vertretbar erscheint.

Die Zuordnung von Randsortimenten zu einem bestimmten Kernsortiment soll hier nur exemplarisch erfolgen. Unter dem Kernsortiment "Möbel" können 'Kücheneinbaugeräte', als dem Kernsortiment unmittelbar zugeordnetes Randsortiment bezeichnet werden. Dagegen können (freistehende) Elektro- großgeräte, wie Herde, Gefrierschränke, Nähmaschinen, Waschmaschinen, Trockner etc. nicht mehr unmittelbar dem Oberbegriff "Möbel" zugeordnet werden.

Bei der Bemessung von Flächen für Randsortimente innerhalb eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes ist das Kriterium der Großflächigkeit erneut zu berücksichtigen. Ein Beispiel: Werden in einem Möbelhaus mit 30 000 m² Geschoßfläche 5 % für nicht näher definierte Randsortimente reserviert, so werden diese eine Ausdehnung von 1 500 m² haben. Nach der Rechtsprechung zu § 11 Abs. 3 BauNVO wäre bei Geschoßflächen dieser Größenordnung bereits die Schwelle zur Großflächigkeit überschritten. Genau genommen könnte auf diese Weise je nach Sortimentzusammenstellung ein eigenständiger großflächiger Fachmarkt unter dem Dach eines 30 000 m² umfassenden großflächigen Fachmarktes entstehen.

Um eine derartige Entwicklung zu vermeiden, bedarf es einer Beschränkung der zulässigen Randsortimente und/oder einer Geschoßflächenbegrenzung einzelner Randsortimentswarengruppen. Würde eine Begrenzung auf 2,5% der Geschoßfläche vorgenommen, so würden in Fortführung des Beispiels auf eine Randsortimentswarengruppe 750 m² Geschoßfläche entfallen können. Nach derzeitigem Kenntnisstand handelt es sich bei diesen 2,5% um eine Größenordnung, die keine wesentlichen Auswirkungen auf die gewachsenen Zentren der Stadt befürchten läßt, auch nicht wenn sich in einem Standort mehrere großflächige Einzelhandelsbetriebe ansiedeln.

Die Begrenzung der Gesamtflächen für Randsortimente auf 5 % stellt eine Obergrenze dar. Sie sollte aus städtebaulichen Gründen nicht überschritten werden, wie die folgende Beispielrechnung zeigt: Beträgt der maximal zulässige Flächenanteil für Randsortimente beispielsweise 10 %, so überschreiten im Vergleich zu dem o. a. Beispiel bereits bei halb so großen großflächigen Einzelhandelseinrichtungen - also bei 15 000 m² - die Randsortimentsflächen die Schwelle zur Großflächigkeit.

Wer die Einzelhandelsentwicklung sowohl in den Innenstädten als auch an den peripher gelegenen Fachmarktstandorten verfolgt, wird ein zunehmendes Angebot an nicht fachmarktspezifischen Waren, die gern saisonal oder beliebig variiert werden, vorfinden. Der ansässige Handel nutzt hier in vollem Umfang alte Rechte aus. Will man die Wettbewerbsfähigkeit neu ansiedelnder großflächiger Einzelhandelsbetriebe nicht von vornherein einschränken, sondern ihnen einen langfristig marktgerechten und städtebaulich vertretbaren Handlungsspielraum gewähren, sollte diesen Betrieben neben den Randsortimenten in geringem Umfang (bis zu 3 % der Geschoßfläche) auch sogenannte "Freisortimente" - unter Ausschluß zentrenschädigender Warengruppen - zugestanden werden.

Nach derzeitigem Kenntnisstand kann der Forderung nach Rand- und Freisortimenten und der Forderung nach der Zentrenverträglichkeit dieser Sortimente ausreichend Rechnung getragen werden, wenn die Fläche einer einzelnen Randsortimentswarengruppe 2,5%, die Fläche aller Randsortimente insgesamt 5 % und die Fläche der erlaubten Freisortimente max. 3 % der Geschoßfläche eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes nicht überschreitet.

7. Genehmigungsvoraussetzungen für großflächige Einzelhandelseinrichtungen (über 1 200 m² Geschoßfläche)

7.1 Entwicklungsschwerpunkte

In den Entwicklungsschwerpunkten für den großflächigen Einzelhandel (siehe Anlage, Karte 2) sollen sich Einzelhandelseinrichtungen und Fachmärkte ansiedeln können, die hauptsächlich großflächig darzubietende, sperrige Waren des seltenen Bedarfs anbieten und aufgrund ihrer Sortimentsgestaltung nicht die Entwicklung oder Funktionsfähigkeit der örtlichen Versorgungszentren und der City beeinträchtigen oder gefährden. In den Entwicklungsschwerpunkten können daher folgende, als zentrenunschädlich angesehene Warengruppen (Kernsortimente) angeboten werden:

- Möbel (incl. Teppiche in begrenztem Umfang)
- Gartenbedarf
- Baubedarf
- Großteilige Sportgeräte (z. B. Boote und Bootsanhänger)
- Wohnwagen/Campingfahrzeuge
- Kraftfahrzeuge und Zubehör

Neben dem Kernsortiment können in eindeutig abgegrenzten Bereichen eines Einzelhandelsbetriebes, die insgesamt nicht mehr als 5 % der Geschoßfläche ausmachen, auch an das Kernsortiment angelehnte Randsortimente angeboten werden, wobei auf eine einzelne Randsortimentswarengruppe nicht mehr als 2,5% der Geschoßfläche entfallen darf. Zusätzlich zu den Randsortimenten können auf maximal 3 % der Geschoßfläche auch sogenannte "Freisortimente" (ausgenommen zentrenschädigende Warengruppen, s. 22) angeboten werden, die nicht in unmittelbarem Zusammenhang zum Kernsortiment stehen. Die rechtsverbindliche Festlegung und Abgrenzung von Kern-, Rand- und Freisortimenten sowie der zulässigen Flächenanteile bleibt dem jeweiligen Bauungsplanverfahren bzw. dem einzelnen Baugenehmigungsverfahren vorbehalten.

Zu den Warengruppen, die in den Entwicklungsschwerpunkten nicht genehmigungsfähig sind, - auch nicht als Rand- oder Freisortiment - zählen grundsätzlich:

- Lebensmittel und Getränke
- Fotoartikel und optische Geräte
- Spielwaren
- Uhren und Schmuck
- Literatur
- Bekleidung
- Radio- und TV-Geräte
- Schuhe und Lederwaren
- Unterhaltungselektronik und Computer
- Drogerieartikel (Körper- und Haushaltspflegemittel)

Da die Entwicklungsschwerpunkte nur zentrenverträglichen, großflächigen Einzelhandelseinrichtungen vorbehalten bleiben sollen, sind SB-Märkte und Verbrauchermärkte grundsätzlich nicht zulässig.

Von diesem Grundsatz des Zentrenkonzeptes kann in einem besonders begründeten Einzelfall abgewichen werden, sofern durch das betreffende Einzelhandelsvorhaben nicht die Angebotsvielfalt und Attraktivität der Innenstadt und vor allem nicht die Funktionsfähigkeit bestehender Nahversorgungszentren beeinträchtigt werden. Es obliegt dem Projektträger, durch anerkannte Gutachter im einzelnen nachzuweisen, daß eine Beeinträchtigung oder gar eine Gefährdung der Zentren nicht zu befürchten ist.

7.2 Standorte außerhalb der Entwicklungsschwerpunkte

Nach der bisherigen Verfahrensweise gemäß Zielkonzept Wirtschaftsförderung 1985 waren Erweiterungen oder Umnutzungen großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an vorhandenen Standorten im Regelfall genehmigungsfähig. Wenn jedoch dem großflächigen Einzelhandel einerseits einzelne Entwicklungsschwerpunkte zugewiesen werden, sind andererseits auch Aussagen über die Entwicklung derartiger Einrichtungen zu treffen, die an Standorten außerhalb der dargestellten Schwerpunkte bereits ansässig sind, um auch hier eine geordnete städtebauliche Entwicklung zu gewährleisten.

Wie aus der Standortanalyse (siehe Punkt 4) hervorgeht, ist eine räumliche Ausdehnung dieser "externen" Standorte und eine wesentliche Erweiterung der dort z. Z. bestehenden Gebäude und Anlagen nicht möglich oder aus städtebaulichen und räumlich-funktionalen Gründen nicht zu vertreten. Entwicklungsmöglichkeiten bestehen lediglich innerhalb des durch die Rechtsprechung eng abgegrenzten Rahmens des Bestandschutzes, der für jeden Einzelfall gesondert zu prüfen ist.

An den "externen" Einzelhandelsstandorten ist daher innerhalb der z. Z. bestehenden Substanz eine Entwicklung (z. B. Nutzungsänderung, marginale Erweiterung, Umstrukturierung oder Sortimentsumstellung) zulässig, sofern

- ausschließlich zentrenverträgliche Warensortimente angeboten werden (vergl. Punkt 7.1),
- die großflächige Einzelhandelseinrichtung regional unbedeutend ist,
- kein Agglomerationsansatz gegeben ist oder gefördert wird und
- die in den umliegenden örtlichen Versorgungszentren bestehende wohnungsnah Grundversorgung oder deren Verbesserung nicht gefährdet bzw. die Funktionsfähigkeit dieser Zentren nicht beeinträchtigt wird.

8. Handel in Gewerbegebieten

Gemäß den Bestimmungen der Baunutzungsverordnung 1986 sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit mehr als 1 200 m² Geschoßfläche nur noch in Kerngebieten und in eigens für sie ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Eine Ansiedlung derartiger Einrichtungen in Misch-, Gewerbe- oder Industriegebieten ist somit nicht mehr genehmigungsfähig. Dies hat der Rat der Stadt auch in seinem Grundsatzbeschuß vom Juli 1989 zur Fortschreibung des Zielkonzeptes Wirtschaftsförderung 1985, Teilbereich Einzelhandel, bereits deutlich gemacht.

Großhandel bleibt in Gewerbegebieten weiterhin zulässig. Ein "Verkauf ab Lager" an Endverbraucher ist dort allerdings nicht zulässig.

Darüber hinaus sind in Gewerbegebieten im Einzelfall ausnahmsweise auch Verkaufs- und/oder Ausstellungsflächen zulässig, wenn sie in unmittelbarem Zusammenhang mit der am Standort erfolgenden Herstellung oder Weiterverarbeitung von Waren und Gütern stehen und von untergeordneter Größe sind. Die Verkaufs- und/oder Ausstellungsflächen müssen dabei eine mit der gewerblichen Produktion oder Weiterverarbeitung in Zusammenhang stehende bauliche Anlage bilden. Ein reiner Lagerverkauf an Endverbraucher ist auch hier nicht zulässig.

Im Falle von Kfz-Betrieben ist jedoch eine Ausnahme von dieser Regelung vorgesehen. Sie sind in Gewerbegebieten weiterhin zulässig, sofern die Flächen der Reparaturwerkstätten im Vergleich zu den Verkaufs- und/oder Ausstellungsflächen nicht von deutlich untergeordneter Größe sind.

9. Entwicklungsleitlinien für "kleinere" Einzelhandelseinrichtungen (unter 1 200 m² Geschoßfläche)

Die städtebauliche Ordnung und die Entwicklungsmöglichkeiten der gewerblichen Wirtschaft werden in allen Teilen der Stadt nicht nur durch relativ wenige großflächige, sondern auch durch eine große Zahl "kleinerer" Einzelhandelseinrichtungen in zum Teil erheblichem Maße beeinflusst. Es ist ein zentrales Anliegen der Stadt, die auf unterschiedlichen Ebenen stattfindenden Entwicklungsprozesse zu strukturieren und sie steuernd zu begleiten.

In den einleitenden Kapiteln wurde bereits dargestellt, daß auf Stadtteilebene wie auf gesamtstädtischer Ebene ein Flächenengpaß für kleinteilige Gewerbe- und Handwerksbetriebe zu beklagen ist, der in vielen Fällen durch in Gewerbegebiete eindringende Einzelhandelseinrichtungen unterschiedlicher Größenordnung verursacht oder zumindest beschleunigt wurde. Es ist daher erforderlich, - ähnlich wie bei dem großflächigen Einzelhandel - auch dem stadtteilorientierten, "kleineren" Einzelhandel Bereiche zuzuweisen, in denen er sich ausdehnen und weiterentwickeln kann, um künftig eine zweckgerechte Nutzung der ausgewiesenen Gewerbegebiete zu gewährleisten.

In den Jahren 1986 und 1987 erfolgte eine Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt. Hierbei wurde zwischen Betrieben mit vorwiegend örtlicher, d. h. quartiersbezogener Versorgungsfunktion und Betrieben mit quartiersübergreifender, überörtlicher Versorgungsfunktion unterschieden. Auf der Basis dieser Erhebung konnten örtliche Versorgungsgebiete mit den für die Versorgung des jeweiligen Gebietes wichtigen Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen bestimmt werden (siehe

Anlage, Karte 3). Die in der Karte durch Punkte gekennzeichneten örtlichen Versorgungsbereiche sind in der Realität jedoch unterschiedlich groß und unterschiedlich strukturiert. Die räumliche Abgrenzung jedes einzelnen örtlichen Versorgungsbereiches und mithin die Konkretisierung der unten stehenden Leitlinien soll jedoch nicht auf der Ebene des Zielkonzeptes Wirtschaftsförderung erfolgen, sondern der vorzulegenden "Rahmenplanung Einzelhandel" vorbehalten bleiben.

Für den "kleineren" Einzelhandel sind künftig folgende Entwicklungsleitlinien zu beachten:

- In den örtlichen Versorgungsbereichen (s. Anlage, Karte 3) sind alle "kleineren" Einzelhandelseinrichtungen zulässig, insbesondere solche, die der Nahversorgung des jeweiligen Stadtteils bzw. Stadtquartiers mit Gütern des täglichen Bedarfs dienen.
- Alle außerhalb der örtlichen Versorgungsbereiche liegenden Läden genießen Bestandsschutz und können sich im gesetzlich zulässigen Rahmen erweitern.
- Außerhalb der örtlichen Versorgungsbereiche sollen an neuen Einzelhandelseinrichtungen in der Regel nur noch Kioske genehmigt werden.
- In Gewerbegebieten sollen "kleinere" Einzelhandelseinrichtungen, die der wohnungsnahen Versorgung des Siedlungsbereiches dienen, sogenannte "Betriebe der Erstversorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs" *) (insbesondere der Branchen Lebensmittel, Drogeriewaren, Textilien, Schuh- und Lederwaren), generell nicht mehr genehmigt werden.

Diese insgesamt relativ restriktiv erscheinende künftige Genehmigungspraxis ist aus städtebaulichen wie aus wirtschaftspolitischen Gründen erforderlich, denn durch die Konzentration kleinerer Einzelhandelsbetriebe in örtlichen Versorgungszentren kann deren Funktionsfähigkeit stabilisiert und die wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung gesichert oder gar verbessert werden. Hierdurch werden auch die Voraussetzungen geschaffen, einen Teil des Pkw-gebundenen und quartiersüberschreitenden Einkaufsverkehrs zu reduzieren. Gleichzeitig erhalten kleinere und mittlere Gewerbe- oder Handwerksbetriebe wieder eine reelle Chance, sich in den älteren, stadt-(teil-)nahen Gewerbegebieten zu angemessenen Konditionen niederzulassen.

*) vgl. OVG Münster, Urteil vom 10.11.1988 - 11 a NE 4/87

10. Schlußbetrachtung

Die Aufstellung eines abgestimmten Standortkonzeptes, das die Entwicklungsschwerpunkte für den großflächigen Einzelhandel mit zentrenunschädlichen Sortimenten festlegt und die hauptsächlich dem "kleineren" Einzelhandel vorbehaltenen örtlichen Versorgungsbereiche in der Stadt darstellt, schafft Klarheit für alle Beteiligten. Es bietet investitionswilligen Ansässigen wie externen Einzelhändlern einen überschaubaren Orientierungsrahmen, garantiert eine insgesamt weitgehend kontrollierbare Entwicklung und schont die knappen Gewerbeflächen.

Das Standortkonzept ermöglicht den zuständigen Stellen eine aktive Planung und Beratung zu betreiben. Auf dieser Basis läßt sich auch die Zentrenverträglichkeit neuer Projekte leichter erreichen. Die weitere Entwicklung des Einzelhandels vollzieht sich im Rahmen einer städtebaulichen Ordnung, und die Nutzung der vorhandenen oder noch im Ausbau befindlichen Infrastruktur kann optimiert werden.

Aus Sicht der Verbraucher wie der Investoren qualifiziert sich ein Standort durch seine Entwicklungsdynamik. Wenn hier in Braunschweig die Bereitschaft dokumentiert wird, zentrenverträgliche großflächige Einzelhandelseinrichtungen grundsätzlich zuzulassen und parallel dazu versucht wird, die Erreichbarkeit und das Parkraumangebot in der Braunschweiger Innenstadt zu verbessern (Parkleitsystem und Parkraumbewirtschaftung), dann betreiben die Stadt und der Handel eine sinnvolle aktive Zukunftsvorsorge für das Oberzentrum dieser Region. Das Prognosegutachten aus dem Jahre 1986 hat bereits auf verschiedene Möglichkeiten in dieser Richtung hingewiesen. Nach Lage der Dinge hat dieses Gutachten in nichts an Aktualität verloren.

Die Schaffung von Entwicklungsschwerpunkten für den großflächigen Einzelhandel ist eine wesentliche Voraussetzung, um in Zukunft eine ausgewogene Arbeitsteilung und mithin eine gegenseitige funktionale Ergänzung von City, örtlichen Versorgungsbereichen und großflächigen Einzelhandelsschwerpunkten zu erreichen. Gleichzeitig kann hierdurch die Flächenexpansion des Einzelhandels in einem vertretbaren Rahmen gehalten und in geordnete Bahnen gelenkt werden.

Mit dem vorliegenden Standortkonzept wird für die nächsten 5 bis 10 Jahre ein Entwicklungsspielraum geschaffen, wie er einerseits vom Einzelhandel benötigt wird und der sich andererseits noch in einem städtebaulich vertretbaren Rahmen hält. In dieser Zeit sollen sowohl die funktionalen Qualitäten der örtlichen Versorgungsbereiche erhalten (oder verbessert) als auch verbraucherfreundliche, leistungsfähige Fachmarktzentren aufgebaut oder weiterentwickelt werden. Das Angebot der Entwicklungsschwerpunkte erscheint als eine geeignete Maßnahme, um aus Sicht des Oberzentrums ungewollte Verbrauchermarkt- und Fachmarktzentren im näheren Umland zu verhindern, die eine erhebliche Gefahr für die Zentren der Stadt und die ländlich strukturierten Nebenzentren der umgebenden Gebietskörperschaften in wirtschaftlicher und städtebaulicher Hinsicht darstellen würden.

Literaturverzeichnis

- **Stadt Augsburg:**
Stadtentwicklungsprogramm Augsburg, Fachprogramm Arbeit und Wirtschaft, Umstellung von Bebauungsplänen auf die Baunutzungsverordnung 1977, Augsburg, 1985
- **Stadt Augsburg:**
Stadtentwicklungsprogramm Augsburg, Konzept zur Zentrenstärkung, Analysen und Vorschläge zur Förderung der Stadtteilmittelpunkte, Augsburg 1989
- **Das Braunschweiger Möbelproblem:**
in: Möbelkultur, Heft 2, 1988, S. 48 - 53
- **D. Bullinger (PROGNOS):**
Entwicklungsperspektiven Oberzentrum und Region Braunschweig - Einkaufsverhalten der Bevölkerung, verkehrliche Erreichbarkeit, Freizeit- und Kulturaspekte, Basel 1986
- **G. Epple, U. Hatzfeld:**
Großflächiger Einzelhandel und Baunutzungsverordnung, zur Wirksamkeit und Notwendigkeit planungsrechtlicher Steuerung,
in: RaumPlanung Nr. 42 (1988), S. 186 - 190
- **Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e. V. (GfK):**
Einzelhandelsuntersuchung Braunschweig 1979/80, besonders im Hinblick auf großflächige Einzelhandelsbetriebe an nicht integrierten Standorten sowie Möglichkeiten der Attraktivitätssteigerung der zentralen Versorgungsstandorte, Nürnberg 1980
- **Stadt Hannover:**
Rahmenkonzept für Einkaufsstandorte, Hannover 1985
- **U. Hatzfeld:**
Städtebau und Einzelhandel, BMBau Schriftenreihe "Städtebauliche Forschung", Heft 03.119, Bonn 1987
- **U. Hatzfeld, B. Knop:**
Fachmärkte - Eine Herausforderung für die Stadt- und Regionalplanung,
in: RaumPlanung Nr. 32 (1986), S. 59 - 66
- **U. Hatzfeld, B. Knop:**
Aspekte der Standortwahl des großflächigen Einzelhandels,
in: RaumPlanung Nr. 34 (1986), S. 159 - 163
- **H. Heimann:**
Kleine Verbrauchermärkte - Standortprobleme und Steuerungsmöglichkeiten,
in: RaumPlanung Nr. 34 (1986), S. 156 - 158

- P. G. Jansen, E. Rietmann:

Strukturelle Veränderungen im Einzelhandel - Probleme der Stadtentwicklung,
in: RaumPlanung Nr. 34 (1986), S. 142 - 145

- Stadt Münster:

Analyse und Empfehlungen zur Einzelhandelspolitik sowie zur städtebaulichen und stadtstrukturellen Rahmenpolitik für den Einzelhandel (Untersuchung der Prognos-AG im Auftrag der Stadt Münster), Wirtschaft und Wirtschaftspolitik in Münster Nr. 10, Münster 1989

- Niedersächsisches Landesverwaltungsamt:

Handels- und Gaststättenzählung 1978 und 1984, Hannover 1979 und 1985

- Der Spiegel:

Schlicht verschlafen. Der eingeseessene Handel wehrt sich gegen Spielwaren-Supermärkte - nicht immer mit fairen Methoden,
in: DER SPIEGEL, 43. Jhrg., Nr. 38, v. 18.09.1989

- D. Voigt:

Die Einzelhandelsversorgung in Niedersachsen im Wandel,
in: Statistische Monatshefte Niedersachsen, Heft 12, S. 437 - 450,
Hannover 1987

Landeshauptstadt Hannover

In den Ausschuß für Arbeitsmarkt-, Wirt-
schafts- und Liegenschaftsangelegen-
heiten

In den Bauausschuß 15.3.89

In den Ausschuß für Umweltschutz und
Grünflächen

An die Damen und Herren der Stadtbezirksräte

An die Damen und Herren des Rates

Informationsdrucksache

Nr. 313/89

mit.....Anlagen

zu Tagesordnungspunkt



Standorte für Fachmärkte in Hannover

Die Verwaltung hat im Jahre 1985 ein "Rahmenkonzept für Einkaufsstandorte" veröffentlicht. Hauptziele dieses Konzeptes waren es, die örtliche Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu sichern, die gewachsenen wohnungsnahen Marktgebiete zu stärken und die Attraktivität der Innenstadt zu erhalten. Einerseits sollten damit Ansiedlungen großflächiger SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte in nicht integrierten Lagen verhindert werden, andererseits die traditionellen Einkaufsbereiche durch geeignete Maßnahmen stabilisiert werden.

Diese Ziele wurden weitgehend erreicht und sollen auch in Zukunft gelten.

In jüngster Zeit ist erkennbar geworden, daß für eine neue Vertriebsform im Einzelhandel, die Fachmärkte, verstärkt nach Standorten in Hannover gesucht wird. Zur Zeit liegen der Verwaltung rd. 10 mehr und weniger konkrete Anfragen vor.

Es muß damit gerechnet werden, daß Fachmärkte in weitere Sortimentsbereiche eindringen und wegen ihrer Größe und ihrer Marketing-Strategie nicht ausschließlich in vorhandene Marktgebiete integrierbar sind.

Aus diesem Grunde hält es die Verwaltung für erforderlich, die in der Rahmenkonzeption für Einzelhandel vorgeschlagenen Standorte auf ihre Eignung für Fachmärkte zu überprüfen und gegebenenfalls zu ergänzen.

Zunächst soll durch eine umfassende Studie geklärt werden, welche Kaufkraftanteile die neuen Fachmärkte an sich ziehen können und welche Auswirkungen sie auf die heutige Einzelhandelsstruktur haben, um mit einem geeigneten modifizierten Konzept reagieren zu können.

1. Was sind Fachmärkte?

Die Wortverbindung Fachmarkt signalisiert Fachkompetenz in Verbindung mit Größe und Preisgünstigkeit. Im Gegensatz zu den Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern, die ein breites Warenangebot haben (von allem etwas), spezialisieren sich Fachmärkte auf ein schmales aber tiefgestaffeltes Angebot (von wenig viel): Kinderschuhe, HiFi-Elektronik, Heimwerkerbereiche etc. Je nach Sortiment benötigen

Fachmärkte unterschiedlich große Geschäftsflächen. So ist ein Schuhgeschäft auf 800 m² Geschoßfläche mit Selbstbedienung ebenso ein Fachmarkt wie ein Möbelmarkt mit 15.000 m².

Im Unterschied zu herkömmlichen Fachgeschäften, deren Kunden sich durch geschultes, fachkundiges Personal beraten lassen wollen, zielen die Fachmärkte auf Kunden, die sich selbst fachkundig gemacht haben, selbst auswählen wollen, die Ware sofort in Besitz nehmen und - in der Regel im Auto - mit nach Hause nehmen wollen.

Die Vertriebsform Fachmarkt wird besonders gefördert durch die rasche Entwicklung der computergestützten Logistik, d.h., die starke Rationalisierung des Warennachschubs. Nicht überraschend werden deshalb neue Fachmärkte fast ausschließlich von großen national und international operierenden Handelshäusern angesiedelt, darunter auch die bekannten großen Kauf- und Warenhauskonzerne, die sich im Fachmarktbereich unter neuen Namen neue und zusätzliche Absatzmöglichkeiten verschaffen.

Die Fachmarktbetreiber verfügen über zentrale, straff organisierte Einkaufs- und Vertriebssysteme und können zu vergleichsweise niedrigen Preisen anbieten. Den kurzfristigen Preisvorteilen für die privaten Verbraucher stehen jedoch höhere öffentliche Aufwendungen gegenüber: Erschließung, Flächenverbrauch, Umweltbelastungen u.a. durch die mit dem Auto stattfindenden längeren Einkaufswege.

2. Welche Auswirkungen haben Fachmärkte?

Es gibt bislang nur Hypothesen darüber, welche Umsatzanteile neue Fachmärkte in Hannover den bestehenden Fachgeschäften in den Stadtteilen, den Kauf- und Warenhäusern und Fachgeschäften der Innenstadt, den Verbrauchermärkten und Einkaufszentren am Stadtrand und im Umland streitig machen können. Ob die verbreitete Einschätzung tatsächlich auch für Hannover zutrifft, daß die Einzelhandelsumsätze stagnieren und die für die Zukunft noch zu erwartenden Einkommenszuwächse der privaten Haushalte nicht mehr in den Warenkonsum fließen, sondern in andere Bereiche, z.B. Mieten, Dienstleistungen, Freizeitaktivitäten und Reisen, ist zu prüfen. Klärungsbedürftig ist auch, inwieweit Kaufkraft aus der Region von den Umlandgemeinden auf das Stadtgebiet gelenkt werden kann und soll.

Zur Zeit bauen die in den Innenstädten ansässigen Waren- und Kaufhäuser eigene Fachmarktketten im Bundesgebiet auf. Sie machen sich hiermit einerseits selbst Konkurrenz, andererseits nehmen sie an den Umsätzen teil und stärken sich so durch ein "zweites Bein".

Gleichzeitig zeichnet sich der Trend ab, weniger Ware auf mehr Fläche anzubieten. Das heißt, die Geschäftsflächen werden weniger intensiv genutzt. Das hat negative Auswirkungen auf das ohnehin sehr begrenzte Bauflächenbudget der Stadt. Insbesondere gilt das für die flächenextensiven Sortimente der Möbelmärkte, Kfz-Märkte, Baumärkte, Gartencenter. Die Tatsache, daß die Flächenumsätze sinken, d.h., für gleiche oder nur noch geringfügig

steigende Umsätze sehr viel mehr Fläche gebraucht und verbraucht wird, macht die Fachmarktentwicklung zu einer wesentlichen Steuerungsaufgabe für die gesamtstädtische Flächendisposition.

3. An welchen Standorten können Fachmärkte angesiedelt werden?

Neben den in der Innenstadt bestehenden Fachgeschäften haben sich eine Reihe von Fachmärkten im Ihmezentrum (Fachmarkzentrum) angesiedelt. Wenn man die Baumärkte, Teppichläden, Gartencenter, Autohändler und Möbelmärkte dazurechnet, besteht in Hannover bereits eine größere Zahl von Fachmärkten. Es muß jedoch damit gerechnet werden, daß in Zukunft noch weitere Sortimentsbereiche in Form von Fachmärkten angeboten werden (Spielwaren, Lampen, Sport- und Freizeitartikel).

Wegen ihrer für den einzelnen Verbraucher günstigen Preiskalkulation und großflächiger Stellplatzangebote können Fachmärkte Kunden aus einem weiten Einzugsbereich anziehen. Deshalb, und weil es typisch ist für Fachmärkte, daß die Kunden die oft schweren Waren gleich mitnehmen, suchen Fachmärkte Standorte, die für Autokunden leicht auffindbar sind, ausreichend Parkplätze bieten und an das überörtliche Straßennetz gut angebunden sind. Aus stadtplanerischen Gründen ist es erwünscht, daß Einkäufe, die fast nur mit dem Auto stattfinden können, nicht in der Innenstadt, sondern an Stellen erfolgen, die ohne große Belastung anderer Gebiete von Autokunden angefahren werden können.

Andererseits sollten Fachmärkte nicht ausschließlich auf Autokunden fixiert werden. Wenn es gelingt, Standorte anzubieten, die auch mit dem ÖPNV erreichbar sind, werden diese auch gerne von Fachmärkten akzeptiert.

Für die Ansiedlung von Fachmärkten werden weitgehend bisherige Gewerbegrundstücke nachgefragt. Bei der bekannten Knappheit an Grundstücken für Arbeitsstätten scheint es nicht vertretbar, wertvolle Grundstücke im Stadtgebiet allein durch Fachmärkte zu nutzen, die bezogen auf die Fläche bekanntlich wenig Dauerarbeitsplätze anbieten.

Vielmehr sollten Fachmärkte in flächensparender Bauweise errichtet und möglichst mit anderen Nutzungen kombiniert werden, wenn sie überhaupt vertretbar sein sollen.

Es muß damit gerechnet werden, daß sich Fachmärkte auch im nahen und weiteren Umland von Hannover Standorte suchen werden. Im Sinne eines sparsamen Umgangs mit dem Grund und Boden wäre es wünschenswert, wenn die Nachbargemeinden nach ähnlichen Standortkriterien (ÖPNV-Anschluß, Nutzungsmischung) über die Ansiedlung von Fachmärkten entscheiden würden.

4. Wie soll weiter verfahren werden?

Die Verwaltung wird in Kürze das bereits mehrfach erwähnte Fachgutachten vergeben (Honorarsumme voraussichtlich 50 - 60 Tsd. DM). An der Finanzierung des Gutachtens wird sich der Zweckverband

Großraum Hannover zu 50 % beteiligen. Das Gutachten wird voraussichtlich im September vorliegen und u.a. folgende Fragestellungen klären:

- Auf welches Investitionsverhalten im Fachmarktbereich muß sich die Stadt Hannover als Oberzentrum der Region einstellen?
- Welche Entwicklungen zeichnen sich für die bestehenden hannoverschen Einzelhandelsflächen und Marktbereiche ab?
- Wie werden von der Verwaltung zu entwickelnde Standortkonzepte für Fachmärkte nach den Kriterien der Betreiber beurteilt, welche Realisierungschancen haben sie?

Diese von der Verwaltung dem Gutachter zur Beurteilung vorzulegenden Standortkonzepte gehen von folgenden Kriterien aus:

- Neben den in und am Rande von Marktbereichen liegenden Standorten kommen nur solche infrage, die nicht nur mit dem Auto, sondern auch mit dem ÖPNV (in der Regel Stadtbahn) gut erreicht werden können.
- Soweit bisherige Gewerbe- oder Industrieflächen in Anspruch genommen werden, muß eine Kombination mit anderen Nutzungen wie Büros, Hotels, Wohnungen, Freizeiteinrichtungen erfolgen, um Fläche und Infrastruktur entsprechend ihrem Wert zu nutzen.
- Es müssen möglichst flächensparende Bauweisen gewählt und stadtgestalterisch ähnliche Maßstäbe angelegt werden wie an die übrigen Bauten des Einzelhandels.

Im Zusammenhang mit der Gutachtenbearbeitung wird die Verwaltung das "Rahmenkonzept für Einkaufsstandorte" ergänzen und den Ratsgremien erneut vorlegen.

Dazu ist es erforderlich, bestehende Vorstellungen mit der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer, dem Einzelhandelsverband, der Gewerkschaft Handel, Banken und Versicherungen und den Innenstadt-Anliegern direkt zu diskutieren und abzustimmen. Eine Abstimmung mit den nachbargemeinden und dem Zweckverband Großraum Hannover wird ebenfalls stattfinden.

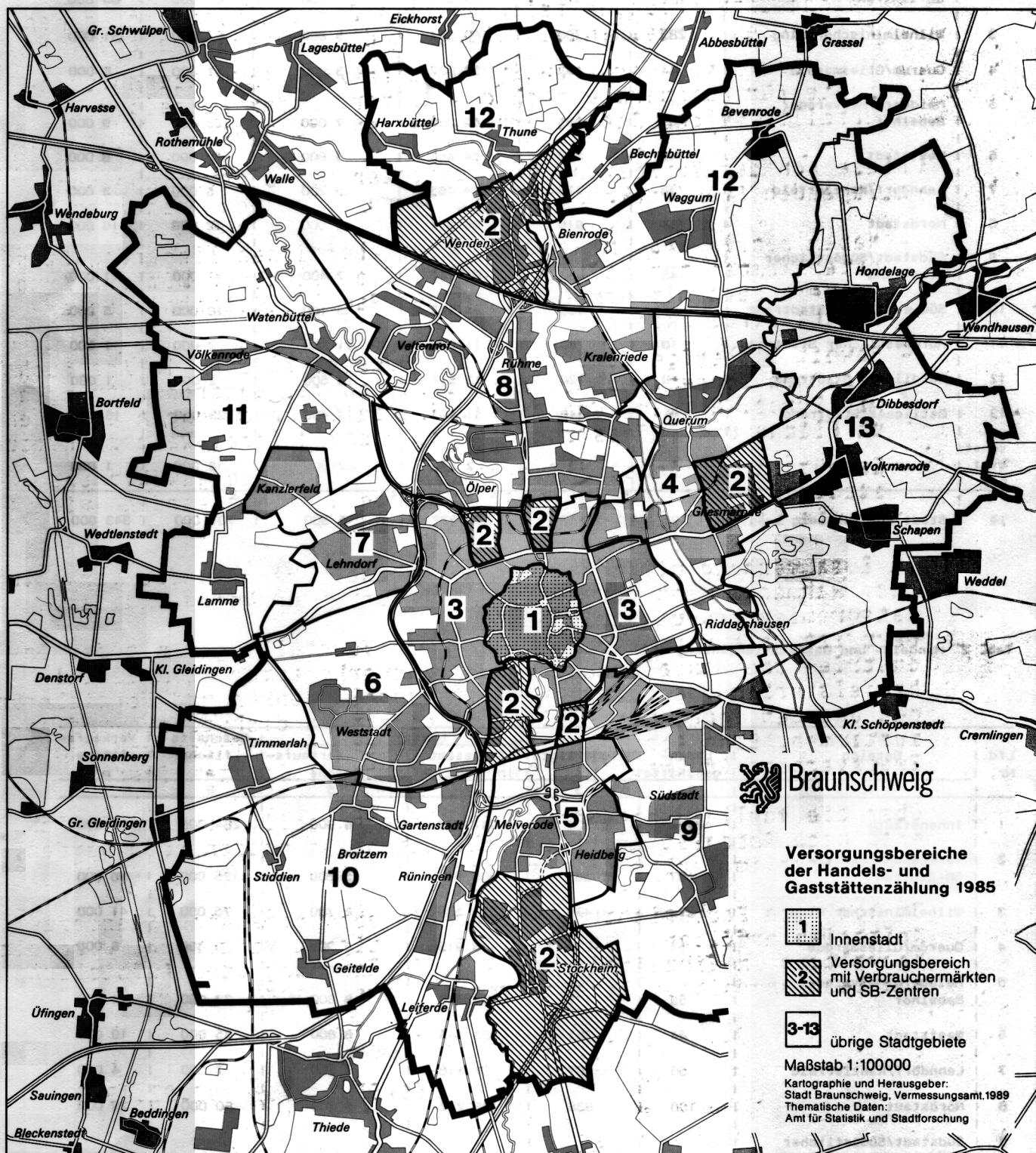
Über die vorliegenden Standortnachfragen soll, soweit möglich, erst nach Abschluß des Fachmarktgutachtens entschieden werden, d.h., erst im Herbst dieses Jahres.

Um konkrete Bauabsichten, welche die oben genannten Standortkriterien erfüllen, jedoch nicht unnötig zu verzögern, wird die Verwaltung im Einzelfall dem Rat die Änderung oder Aufstellung von Bebauungsplänen bereits vorher vorschlagen.

61/61.5/61.2 09.02.1989

Wie soll weiter verfahren werden?

Die Verwaltung wird in Kürze das bereits mehrfach erwähnte Gutachten vorlegen (Honorarsumme voraussichtlich 50 - 60 Tsd. DM). An der Finanzierung des Gutachtens wird sich der Zweckverband



Tab. 1 Handels- und Gaststättenzählung 1979

| Lfd. Nr. | Bereich | Laden- geschäfte | Beschäftigte | Umsatz 1978 | | Geschäfts- fläche m ² | Verkaufs- fläche m ² |
|-------------------------|------------------------------------|---------------------|--------------|--------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------------|
| | | | | insgesamt in 1 000 DM | je m ² Verkaufs- fläche | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Innenstadt | 448 | 7 114 | 965 699 | 6 500 | 291 000 | 149 000 |
| 2 | Verbrauchermärkte/ SB-Zentren | 172 | 1 914 | 435 829 | 5 100 | 160 000 | 85 000 |
| 3 | Wilhelminischer Ring | 283 | 1 380 | 180 571 | 5 800 | 67 000 | 31 000 |
| 4 | Querum/Gliesmarode | 44 | 183 | 23 327 | 3 900 | 11 000 | 6 000 |
| 5 | Heidberg/Melverode/ Bebelhof | 65 | 395 | 63 200 | 7 000 | 23 000 | 9 000 |
| 6 | Weststadt | 46 | 337 | 54 456 | 6 800 | 12 000 | 8 000 |
| 7 | Lehndorf/Kanzlerfeld | 33 | 176 | 24 463 | 8 200 | 5 000 | 3 000 |
| 8 | Nordstadt | 123 | 610 | 86 917 | 4 800 | 52 000 | 18 000 |
| 9 | Südstadt/Südöstlicher Stadtrand | 45 | 453 | 81 140 | 7 400 | 47 000 | 11 000 |
| 10 | Südwestlicher Stadtrand | 45 | 195 | 25 542 | 5 100 | 10 000 | 5 000 |
| 11 | Nordwestlicher Stadtrand | 18 | 86 | 11 328 | 11 300 | 2 000 | 1 000 |
| 12 | Nördlicher Stadtrand | 19 | 120 | 13 517 | 13 500 | 2 000 | 1 000 |
| 13 | Östlicher Stadtrand | 41 | 448 | 51 443 | 3 400 | 23 000 | 15 000 |
| sonst. stat. Bez. | | 12 | 37 | 2 940 | 2 900 | 2 000 | 1 000 |
| 14 | Stadt Braunschweig insg. | 1 394 | 13 448 | 2 020 372 | 5 900 | 707 000 | 343 000 |

Tab. 2 Handels- und Gaststättenzählung 1985

| Lfd. Nr. | Bereich | Laden- geschäfte | Beschäftigte | Umsatz 1984 | | Geschäfts- fläche m ² | Verkaufs- fläche m ² |
|----------|------------------------------------|---------------------|--------------|--------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------------|
| | | | | insgesamt in 1 000 DM | je m ² Verkaufs- fläche | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Innenstadt | 445 | 6 206 | 1 041 530 | 6 900 | 284 000 | 152 000 |
| 2 | Verbrauchermärkte/ SB-Zentren | 107 | 1 368 | 505 944 | 5 800 | 125 000 | 88 000 |
| 3 | Wilhelminischer Ring | 279 | 1 475 | 271 105 | 6 700 | 75 000 | 41 000 |
| 4 | Querum/Gliesmarode | 55 | 273 | 43 913 | 6 900 | 9 000 | 6 000 |
| 5 | Heidberg/Melverode/ Bebelhof | 59 | 415 | 94 326 | 8 600 | 23 000 | 11 000 |
| 6 | Weststadt | 44 | 361 | 85 445 | 8 800 | 35 000 | 10 000 |
| 7 | Lehndorf/Kanzlerfeld | 50 | 207 | 37 418 | 9 300 | 7 000 | 4 000 |
| 8 | Nordstadt | 108 | 636 | 136 232 | 4 800 | 60 000 | 29 000 |
| 9 | Südstadt/Südöstlicher Stadtrand | 55 | 503 | 105 175 | 8 800 | 37 000 | 12 000 |
| 10 | Südwestlicher Stadtrand | 43 | 209 | 22 774 | 2 900 | 11 000 | 8 000 |
| 11 | Nordwestlicher Stadtrand | 16 | 45 | 5 273 | 5 800 | 2 000 | 1 000 |
| 12 | Nördlicher Stadtrand | 13 | 45 | 3 957 | 4 700 | 1 000 | 1 000 |
| 13 | Östlicher Stadtrand | 32 | 226 | 39 224 | 4 100 | 15 000 | 9 000 |
| 14 | Stadt Braunschweig insg. | 1 306 | 11 969 | 2 392 315 | 6 500 | 684 000 | 371 000 |

Tab. 3 Handels- und Gaststättenzählungen 1979/1985 - Veränderungen absolut

| Lfd. Nr. | Bereich | Laden- geschäfte | Beschäftigte | Umsatz | | Geschäfts- fläche m ² | Verkaufs- fläche m ² |
|-------------------------|------------------------------------|---------------------|--------------|--------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------------|
| | | | | insgesamt in 1 000 DM | je m ² Verkaufs- fläche | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Innenstadt | - 3 | - 908 | + 75 831 | + 400 | - 7 000 | + 3 000 |
| 2 | Verbrauchermärkte/ SB-Zentren | - 65 | - 546 | + 70 115 | + 700 | - 35 000 | + 3 000 |
| 3 | Wilhelminischer Ring | - 4 | + 95 | + 90 534 | + 900 | + 8 000 | + 10 000 |
| 4 | Querum/Gliesmarode | + 11 | + 90 | + 20 586 | + 3 000 | - 2 000 | 0 |
| 5 | Heidberg/Melverode/ Bebelhof | - 6 | + 20 | + 31 126 | + 1 600 | 0 | + 2 000 |
| 6 | Weststadt | - 2 | + 24 | + 30 989 | + 2 000 | + 23 000 | + 2 000 |
| 7 | Lehndorf/Kanzlerfeld | + 17 | + 31 | + 12 955 | + 1 100 | + 2 000 | + 1 000 |
| 8 | Nordstadt | - 15 | + 26 | + 49 315 | 0 | + 8 000 | + 11 000 |
| 9 | Südstadt/Südöstlicher Stadtrand | + 10 | + 50 | + 24 035 | + 1 400 | - 10 000 | + 1 000 |
| 10 | Südwestlicher Stadtrand | - 2 | + 14 | - 2 768 | - 2 200 | + 1 000 | + 3 000 |
| 11 | Nordwestlicher Stadtrand | - 2 | - 41 | - 6 055 | - 5 500 | 0 | 0 |
| 12 | Nördlicher Stadtrand | - 6 | - 75 | - 9 560 | - 8 800 | - 1 000 | 0 |
| 13 | Östlicher Stadtrand | - 9 | - 222 | - 12 219 | + 700 | - 8 000 | - 6 000 |
| sonst. stat. Bez. | | - 12 | - 37 | - 2 940 | - 2 900 | - 2 000 | - 1 000 |
| 14 | Stadt Braunschweig insg. | - 88 | - 1 479 | + 371 944 | + 600 | - 23 000 | + 29 000 |

Tab. 4 Handels- und Gaststättenzählungen 1979/1985 - Veränderungen in vH

| Lfd. Nr. | Bereich | Laden- geschäfte | Beschäftigte | Umsatz | | Geschäfts- fläche m ² | Verkaufs- fläche m ² |
|-------------------------|------------------------------------|---------------------|--------------|--------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------------|
| | | | | insgesamt in 1 000 DM | je m ² Verkaufs- fläche | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Innenstadt | - 0,7 | - 12,8 | + 7,9 | + 6,2 | - 2,4 | + 2,0 |
| 2 | Verbrauchermärkte/ SB-Zentren | - 37,8 | - 28,5 | + 16,1 | + 13,7 | - 21,9 | + 3,5 |
| 3 | Wilhelminischer Ring | - 1,4 | + 6,9 | + 50,1 | + 15,5 | + 11,9 | + 32,3 |
| 4 | Querum/Gliesmarode | + 25,0 | + 49,2 | + 88,2 | + 76,9 | - 18,2 | 0 |
| 5 | Heidberg/Melverode/ Bebelhof | - 9,2 | + 5,1 | + 49,3 | + 22,9 | 0 | + 22,2 |
| 6 | Weststadt | - 4,3 | + 7,1 | + 56,9 | + 29,4 | + 191,7 | + 25,0 |
| 7 | Lehndorf/Kanzlerfeld | + 51,5 | + 17,6 | + 53,0 | + 13,4 | + 40,0 | + 33,3 |
| 8 | Nordstadt | - 12,2 | + 4,3 | + 56,7 | 0 | + 15,4 | + 61,1 |
| 9 | Südstadt/Südöstlicher Stadtrand | + 22,2 | + 11,0 | + 29,6 | + 18,9 | - 21,3 | + 9,1 |
| 10 | Südwestlicher Stadtrand | - 4,4 | + 7,2 | - 10,8 | - 43,1 | + 10,0 | + 60,0 |
| 11 | Nordwestlicher Stadtrand | - 11,1 | - 47,7 | - 53,5 | - 48,7 | 0 | 0 |
| 12 | Nördlicher Stadtrand | - 31,6 | - 62,5 | - 70,7 | - 65,2 | - 50,0 | 0 |
| 13 | Östlicher Stadtrand | - 22,0 | - 49,6 | - 23,8 | + 20,6 | - 34,8 | - 40,0 |
| sonst. stat. Bez. | | - 100,0 | - 100,0 | - 100,0 | - 100,0 | - 100,0 | - 100,- |
| 14 | Stadt Braunschweig insg. | - 6,3 | - 11,0 | + 18,4 | + 10,2 | - 3,3 | + 8,5 |

Tab. 5 Handels- und Gaststättenzählungen 1979/85 - Reale Umsatzveränderungen

| Lfd. Nr. | Bereich | Umsatz 1978 | Umsatz 1984 | reale Umsatzver- | reale Umsatzver- |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| | | Mio. DM | in Preisen von 1978 1) | änderung 1978/84 DM | änderung 1978/84 vH |
| | | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Innenstadt | 965 699 | 827 600 | - 138 099 | - 14,3 |
| 2 | Verbrauchermärkte/ SB-Zentren | 435 829 | 402 023 | - 33 806 | - 7,8 |
| 3 | Wilhelminischer Ring | 180 571 | 215 420 | + 34 849 | + 19,3 |
| 4 | Querum/Gliesmarode | 23 327 | 34 893 | + 11 566 | + 49,6 |
| 5 | Heidberg/Melverode/ Bebelhof | 63 200 | 74 951 | + 11 751 | + 18,6 |
| 6 | Weststadt | 54 456 | 67 895 | + 13 439 | + 24,7 |
| 7 | Lehndorf/Kanzlerfeld | 24 463 | 29 732 | + 5 269 | + 21,5 |
| 8 | Nordstadt | 86 917 | 108 250 | + 21 333 | + 24,5 |
| 9 | Südstadt/Südöstlicher Stadttrand | 81 140 | 83 572 | + 2 432 | + 3,0 |
| 10 | Südwestlicher Stadttrand | 25 542 | 18 096 | - 7 446 | - 29,2 |
| 11 | Nordwestlicher Stadttrand | 11 328 | 4 190 | - 7 138 | - 63,0 |
| 12 | Nördlicher Stadttrand | 13 517 | 3 144 | - 10 373 | - 76,7 |
| 13 | Östlicher Stadttrand | 51 443 | 31 167 | - 20 276 | - 39,4 |
| sonst. stat. Bez. | | 2 940 | - | - 2 940 | - 100,0 |
| 14 | Stadt Braunschweig insg. | 2 020 372 | 1 900 934 | - 119 438 | - 5,9 |

1) Faktor: 0,7946

Tab. 6 Wohnbevölkerung und Flächen der statistischen Bereiche (HGZ)

(Stand: 30.06.1987)

| Lfd. Nr. | Bereich | Fläche in ha | Wohnbevölkerung am 30.06.1985 |
|----------|------------------------------------|--------------|-------------------------------|
| | | 2 | 3 |
| 1 | Innenstadt | 235,3 | 14 286 |
| 2 | Verbrauchermärkte / SB-Zentren | 1 948,4 | 34 687 |
| 3 | Wilhelminischer Ring | 680,2 | 55 971 |
| 4 | Querum / Gliesmarode | 965,9 | 13 150 |
| 5 | Heidberg / Melverode / Bebelhof | 557,6 | 17 897 |
| 6 | Weststadt | 745,5 | 25 074 |
| 7 | Lehndorf / Kanzlerfeld | 597,8 | 11 827 |
| 8 | Nordstadt | 1 852,6 | 27 216 |
| 9 | Südstadt / Südöstlicher Stadttrand | 1 912,0 | 14 599 |
| 10 | Südwestlicher Stadttrand | 2 655,0 | 14 908 |
| 11 | Nordwestlicher Stadttrand | 2 064,1 | 5 522 |
| 12 | Nördlicher Stadttrand | 2 281,6 | 7 381 |
| 13 | Östlicher Stadttrand | 2 707,8 | 10 119 |
| 14 | Stadt Braunschweig insg. | 19 203,8 | 252 637 |

Begriffsbestimmungen

Absatzformen des Einzelhandels

- Markt-, Straßen- und Hausierhandel (ambulanter Handel):

Der Verkauf der Waren war nicht an einen festen Standort gebunden, sondern erfolgte überwiegend „ambulant“, z. B. auf Märkten, aus Verkaufswagen oder aus Hausbesuchen.

- Versandhandel:

Die Waren wurden mittels Katalog, Prospekt, Anzeige, Muster usw. oder durch Versandhandelsvertreter angeboten und den Käufern nach Bestellung auf dem Versandwege durch die Post oder auf andere Weise zugestellt.

- Stationärer Einzelhandel:

Der Verkauf von Waren erfolgte überwiegend direkt innerhalb einer offenen Verkaufsstelle (Ladengeschäft) oder an festem Standort. Diese Absatzform umfaßte neben den verschiedenen Erscheinungsformen von Ladengeschäften (z. B. Kaufhäuser, SB-Warenhäuser, Nahrungs- und Genußmittelgeschäfte) auch eine Reihe anderer Betriebsformen, wie Kiosk, Handel vom Lager oder Tankstelle.

Betriebsformen des Einzelhandels

Es wurden folgende Formen unterschieden:

- Markt-, Straßen- und Hausierhandel (ambulanter Handel),
- Versandhandel
- Ladengeschäfte (auch Ausstellungsraum und Verbrauchermarkt)
- Kiosk, fester Straßenverkaufsstand
- Handel vom Lager (Lagerplatz)
- freie Tankstelle (Absatz überwiegend in eigenem Namen)
- Agenturtankstelle (Absatz überwiegend in fremdem Namen)
- sonstige Betriebsform (z. B. Verkauf aus Automaten).

Vereinbarungsentwurf

Die Ansiedlung von Einkaufszentren, Verbrauchermärkten und anderen großflächigen Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und funktional nicht-integrierten Standorten kann zu Störungen des innerörtlichen und regionalen Zentrengefüges, zu Gefährdungen der Lebensfähigkeit von Stadtkernen und Stadtteilzentren und zu unzuträglichen Konkurrenzsituationen zwischen Nachbargemeinden führen. Ansiedlungen solcher Art gefährden auf längere Sicht die ausgewogene Versorgung der Bevölkerung in der Region.

Zur Vermeidung dieser negativen Auswirkungen wird von den Städten, Gemeinden und Samtgemeinden (mit ihren Mitgliedsgemeinden) Artland, Bad Essen, Bad Iburg, Bad Laer, Bad Rothenfelde, Belm, Bersenbrück, Bissendorf, Bohmte, Bramsche, Dissen a.T.W., Fürstenau, Georgsmarienhütte, Glandorf, Hagen a.T.W., Hasbergen, Hilter a.T.W., Melle, Neuenkirchen, Osnabrück, Ostercappeln, Wallenhorst, nachfolgend "Beteiligte" genannt, auf Grundlage von Beschlüssen der Vertretungskörperschaften nachstehende zwischengemeindliche Vereinbarung geschlossen. Der Landkreis Osnabrück tritt dieser Vereinbarung ebenfalls bei.

Gegenstand der Vereinbarung sind Vorhaben im Sinne des § 11 Abs.3 Baunutzungsverordnung (Einkaufszentren, Verbrauchermärkte und sonstige großflächige Einzelhandelsbetriebe), soweit sich deren Standort außerhalb von Kerngebieten oder in für sie festgesetzten Sondergebieten befindet. Einzelhandelsbetriebe gelten als großflächig, wenn ihre Geschosfläche eine Größe von 1.200 m² überschreitet. Gehen von Vorhaben mit einer Geschosfläche von unter 1.200 m² negative städtebauliche Auswirkungen i.S. des § 11 Abs.3 der Baunutzungsverordnung aus, so sind diese ebenfalls Gegenstand der vorliegenden Vereinbarung.

Die Vereinbarung bezieht sich ferner auf Nutzungsänderungen bei vorhandenen Baulichkeiten, Erweiterungen vorhandener Einrichtungen und auf jene Fälle, in denen sich die Geschosfläche mehrerer, formal unabhängiger Einzelvorhaben in einem Standortbereich auf mehr als 1.200 m² Geschosfläche summiert.

Schließlich betrifft die Vereinbarung auch die Festsetzung von Sondergebieten (großflächiger Einzelhandel) in Bebauungsplänen.

2.

Die Beteiligten werden ihre rechtsverbindlichen Bebauungspläne, in deren Geltungsbereich die Ansiedlung von Einrichtungen der in Punkt 1 bezeichneten Art zulässig ist, unverzüglich mit dem Ziel überarbeiten und ergänzen, die Bestimmungen der Baunutzungsverordnung 1986 in Kraft zu setzen; dabei wird eine möglichst frühzeitige Rechtswirksamkeit der Bebauungspläne angestrebt.

Außerdem werden die Beteiligten für Vorhaben nach Punkt 1 ihr Einvernehmen bzw. Genehmigungen nach § 34 Baugesetzbuch nicht erteilen, soweit dies gesetzlich zulässig ist. Erforderlichenfalls sind im unbeplanten Innenbereich in Gebieten, die durch die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe betroffen sind, Bebauungsverfahren einzuleiten und zügig durchzuführen.

Von den Möglichkeiten zur Sicherung der Bauleitplanung ist Gebrauch zu machen.

3.

Zur Herstellung einer zwischen den betroffenen Gemeinden abgestimmten Behandlung von Bauvoranfragen und Bauanträgen sowie zur Festsetzung von Sondergebieten für Einrichtungen der in Punkt 1 genannten Art bilden die Beteiligten eine gemeinsame Koordinierungsstelle, in der die Städte, Gemeinden und Samtgemeinden des Landkreises, der Landkreis und die Stadt Osnabrück repräsentiert sind.

Die Beteiligten leiten alle Vorhaben nach Punkt 1 der Koordinierungsstelle zu, die diese Vorhaben einzelfallbezogen mit allen betroffenen Gemeinden erörtert. Aufgabe der Koordinierungsstelle ist es, vor dem Hintergrund einer fachlichen Beurteilung einen zwischen allen Beteiligten abgestimmten Konsens über die Beurteilung der Einzelvorhaben herbeizuführen.

Die im Rahmen der fachlichen Beurteilung durch die Koordinierungsstelle zu berücksichtigenden Kriterien sind:

- > Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen nur an städtebaulich-integrierten Standorten Ansiedlungsrecht erhalten. Das Kriterium kann als erfüllt gelten, wenn sich der Standort innerhalb eines Siedlungsschwerpunktes befindet und über eine funktionale städtebauliche Beziehung zu einem Ortszentrum oder Stadtteilzentrum der jeweiligen Gemeinde verfügt. Das Vorhaben muß für die bestehenden Zentren eine stützende Funktion haben bzw. darf sich nicht störend auf die gewachsenen Bereiche auswirken.
Bei Vorhaben, die keine wesentlichen Auswirkungen auf die gewachsenen Zentren befürchten lassen, ist eine städtebauliche Integration im o.g. Sinne nicht erforderlich; dabei handelt es sich vor allem um die vier Gruppen "Bau- und Heimwerkermärkte", "Garten-Center", "KFZ-Bedarf" und "Möbelmärkte", soweit bei letzteren Randsortimente nicht eine wesentliche Rolle spielen.
- > Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen sich in funktionaler und regionaler Hinsicht in die angestrebte regionale Versorgungsstruktur einfügen. Grundsätzlich gilt, daß die Versorgungsbedeutung eines Vorhabens nach Größe und Sortiment in einem angemessenen Verhältnis zur zentralörtlichen Bedeutung der jeweiligen Ansiedlungsgemeinde stehen muß. Dabei sollte der Einzugsbereich eines großflächigen Betriebes den Verflechtungsbereich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreiten.

4.

Nach Ablauf von drei Jahren nach Unterzeichnung der Vereinbarung ist von der Koordinierungsstelle ein detaillierter Tätigkeitsbericht und eine Erfolgskontrolle vorzulegen. Soweit es sich als erforderlich herausstellt, ist von den Beteiligten über eine inhaltliche Fortschreibung der Vereinbarung zu beschließen.

5.

Der Beitritt weiterer Städte, Gemeinden und Landkreise zu dieser Vereinbarung ist möglich.

Dr. Hatfeld - 07.12.1988