



Bild: Dieter Heitefuß, 2009



Braunschweig

Die Löwenstadt

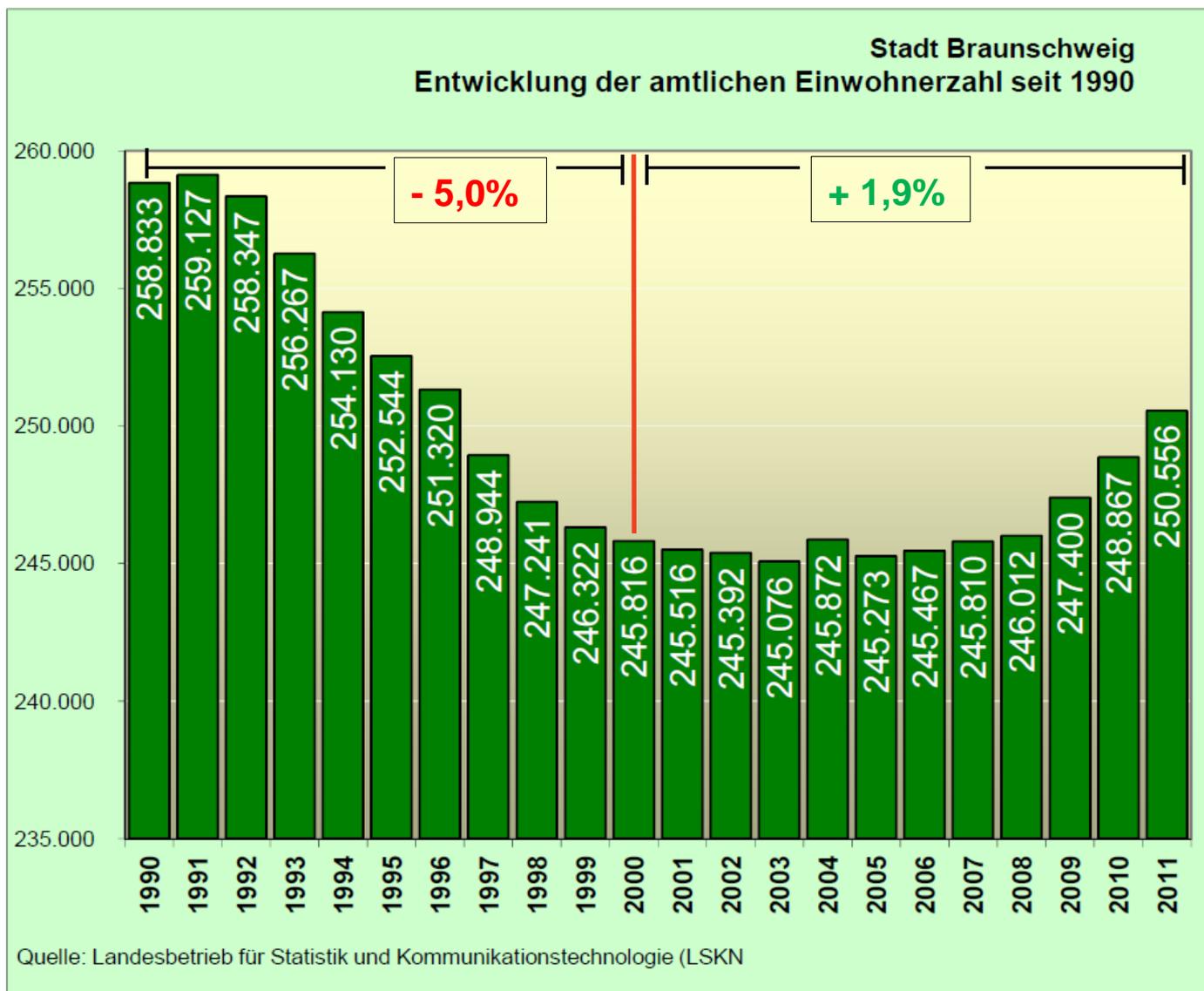
Demografische Perspektiven und Handelsentwicklung

Braunschweig im Kontext der Region

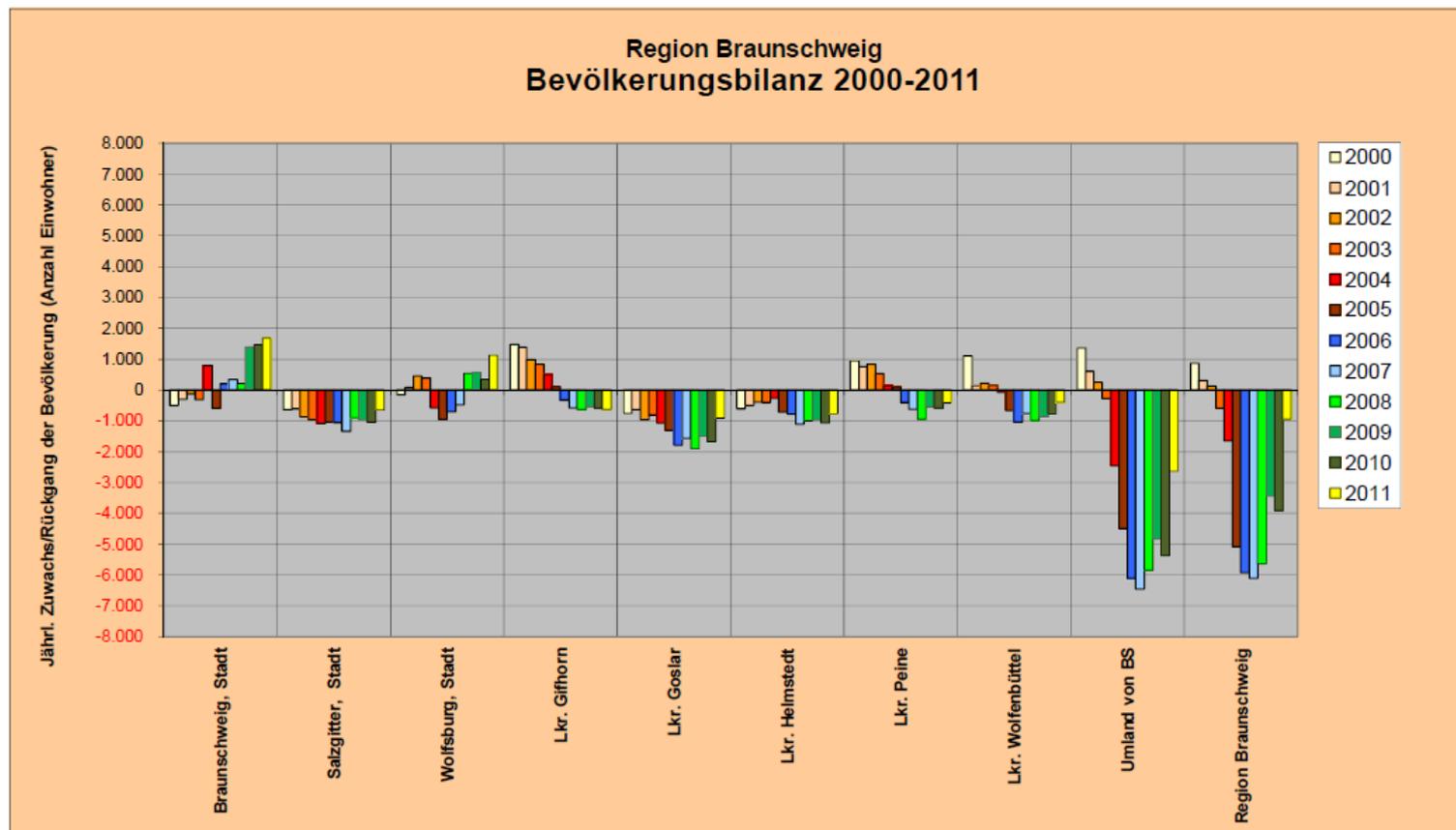


Gliederung

- 1. Bevölkerung und Handel: Bestand und Entwicklung**
- 2. Demografische Perspektive Braunschweigs**
- 3. Demografie – Arbeitswelt – Handel**
- 4. Handel im Wandel**
- 5. Wo wollen wir hin?**
- 6. Schluss / Ausblick**



Entwicklung der amtlichen Einwohnerzahlen in der Region Braunschweig bis 31.12.2011





1) Bevölkerung und Handel: Bestand und Entwicklung (I)

Verkaufsflächen:

- Innenstadt: ca. 200.000 qm
- ESP¹⁾: ca. 240.000 qm
→ für örtliche und überörtliche Kunden
- OT²⁾, ZVB³⁾, NVZ⁴⁾: ca. 110.000 qm
→ für örtliche Kunden

1) Entwicklungsschwerpunkt für großflächigen Einzelhandel

2) Ortsteile

3) Zentraler Versorgungsbereich

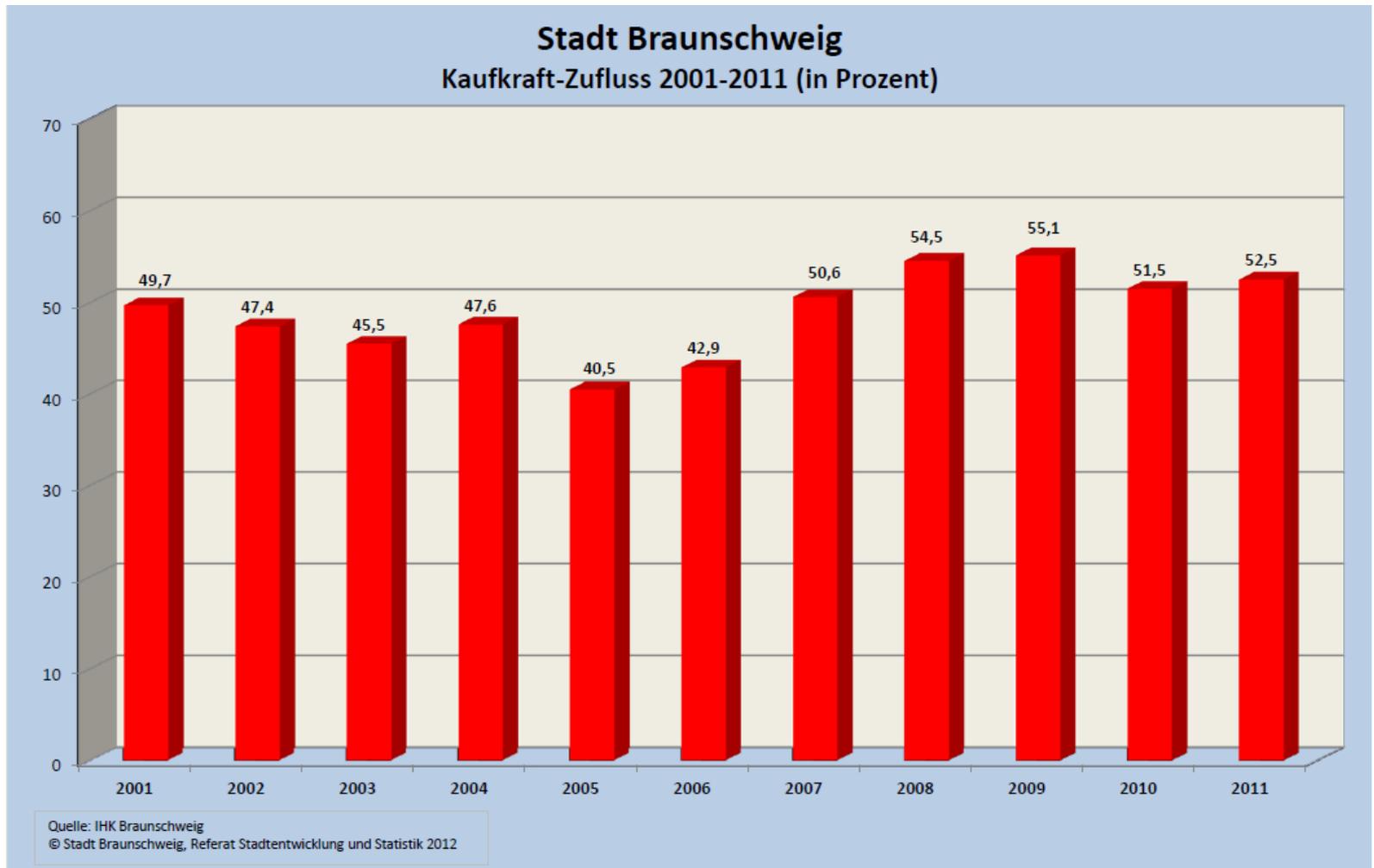
4) Nahversorgungszentrum



1) Bevölkerung und Handel: Bestand und Entwicklung (II)

Verkaufsflächen (periodischer Bedarf):

- Lebensmittel:
ca. 85.000 - 90.000 qm
- Drogeriewaren:
ca. 25.000 - 30.000 qm
- übriger periodischer Bedarf:
ca. 5.000 - 10.000 qm



Einzelhandelsregion Braunschweig Umsatz 2001-2011 (in Mio. Euro)

■ Stadt Braunschweig ■ Region Braunschweig



Quelle: IHK Braunschweig
© Stadt Braunschweig, Referat Stadtentwicklung und Statistik 2012

Zentrenkonzept 2000
Großflächiger Einzelhandel
(über 1200 m² GF)

Karte A

Entwicklungsschwerpunkte für großflächigen, zentrenunschädlichen Einzelhandel

Entwicklungsgeschehen
1990 - 2000 - 6/2011

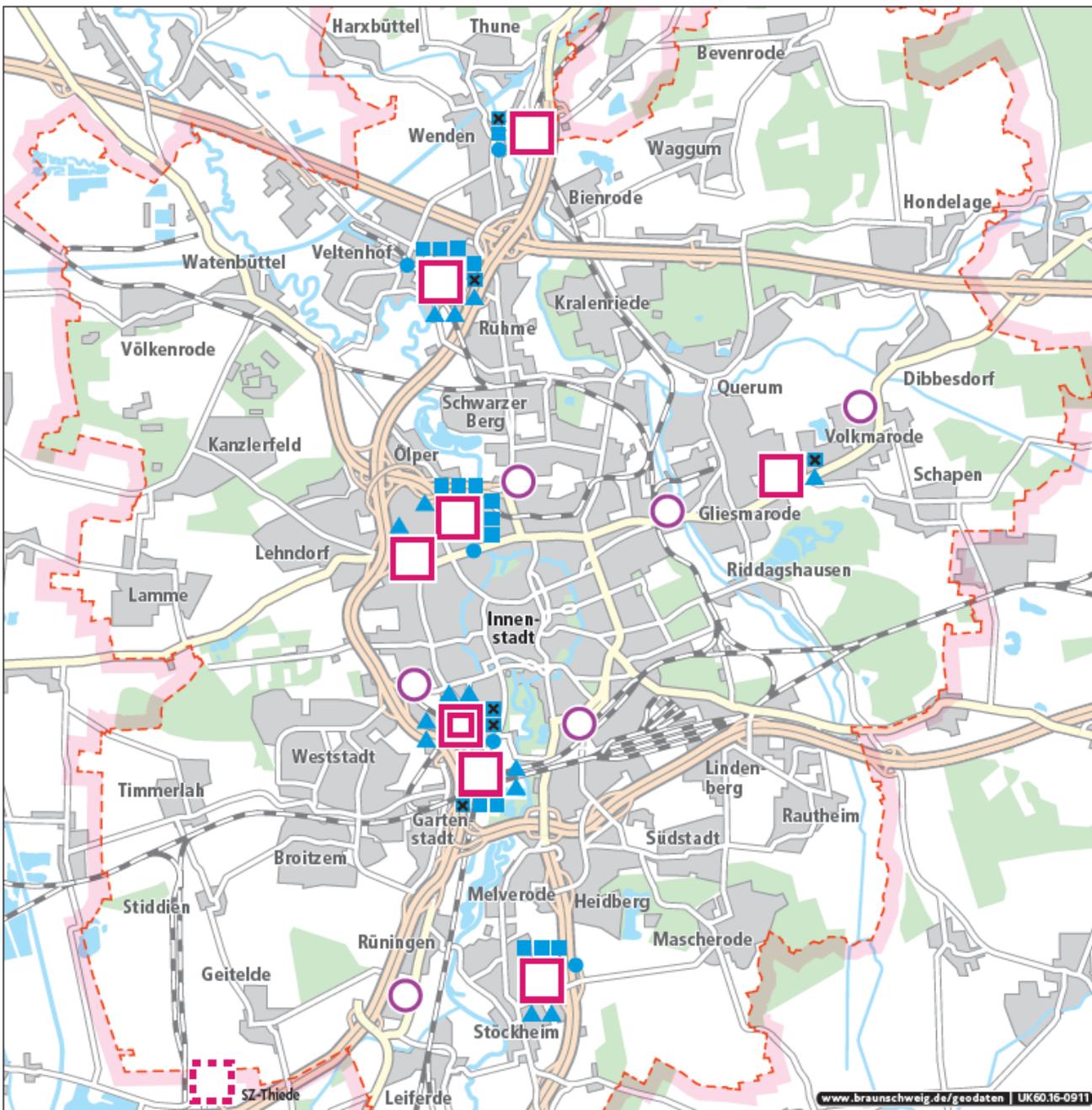
-  vorhandener Schwerpunkt mit Erweiterungsmöglichkeiten
-  vorhandener Schwerpunkt z.T. mit Neuordnungsbedarf
-  Solitärstandort eines großflächigen Marktes

Ansiedlungen und Erweiterungen in Entwicklungsschwerpunkten

-  1990 - 1997
-  1997 - 2000
-  2001 - 06/2011
-  aufgebener Fachmarkt (2001-6/2011)

1: 60 000  3 km

Quelle: Stadt Braunschweig, Referat Stadtentwicklung und Statistik
Kartographie und Copyright
Stadt Braunschweig, Abt. Geoinformation, © 08/2011



Veränderungen der Lebensmittelmärkte 2001 - 6/2011

Veränderungszeitraum

2001-2004 2005-6/2011

- | | | |
|--|--|--|
| | | Neubau |
| | | Vergrößerung |
| | | Wiedereröffnung nach längerem Leerstand |
| | | Betreiber- und Sortimentswechsel (Vollsortimenter zu Discounter) |
| | | Betreiber- und Sortimentswechsel (Discounter zu Vollsortimenter) |
| | | Aufgabe des Standortes |

Betriebsgrößen nach Verkaufsfläche (VK)

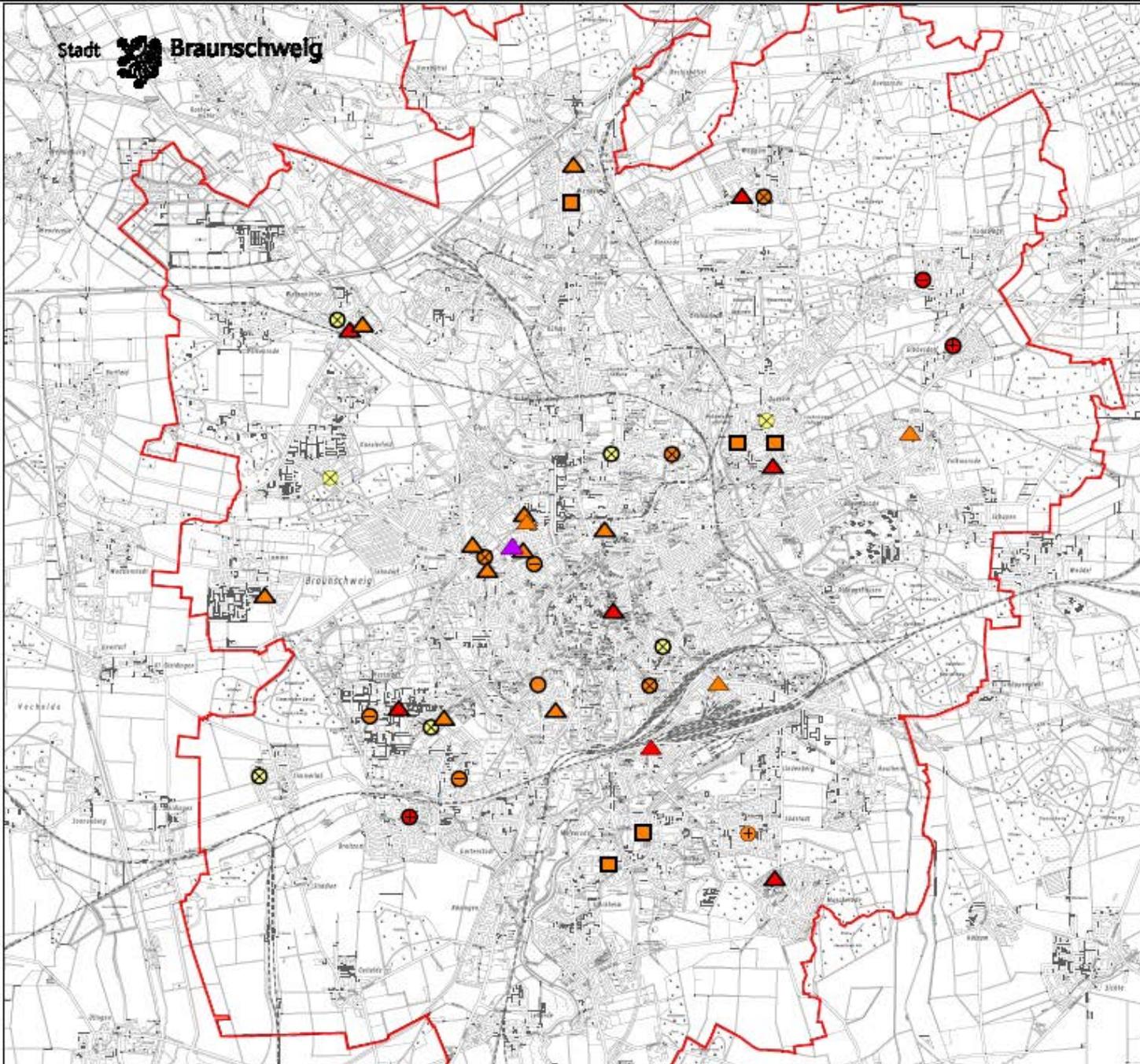
- | | |
|--|--|
| | SB-Laden (bis 400 m ² VK) |
| | SB-Markt (401 - 800 m ² VK) |
| | Supermarkt (801 - 1500 m ² VK) |
| | Verbrauchermarkt (>1501 m ² VK) |

M 1: 60000

Karte B



Fachbereich Stadtplanung und Umweltschutz
61.5
6/2011

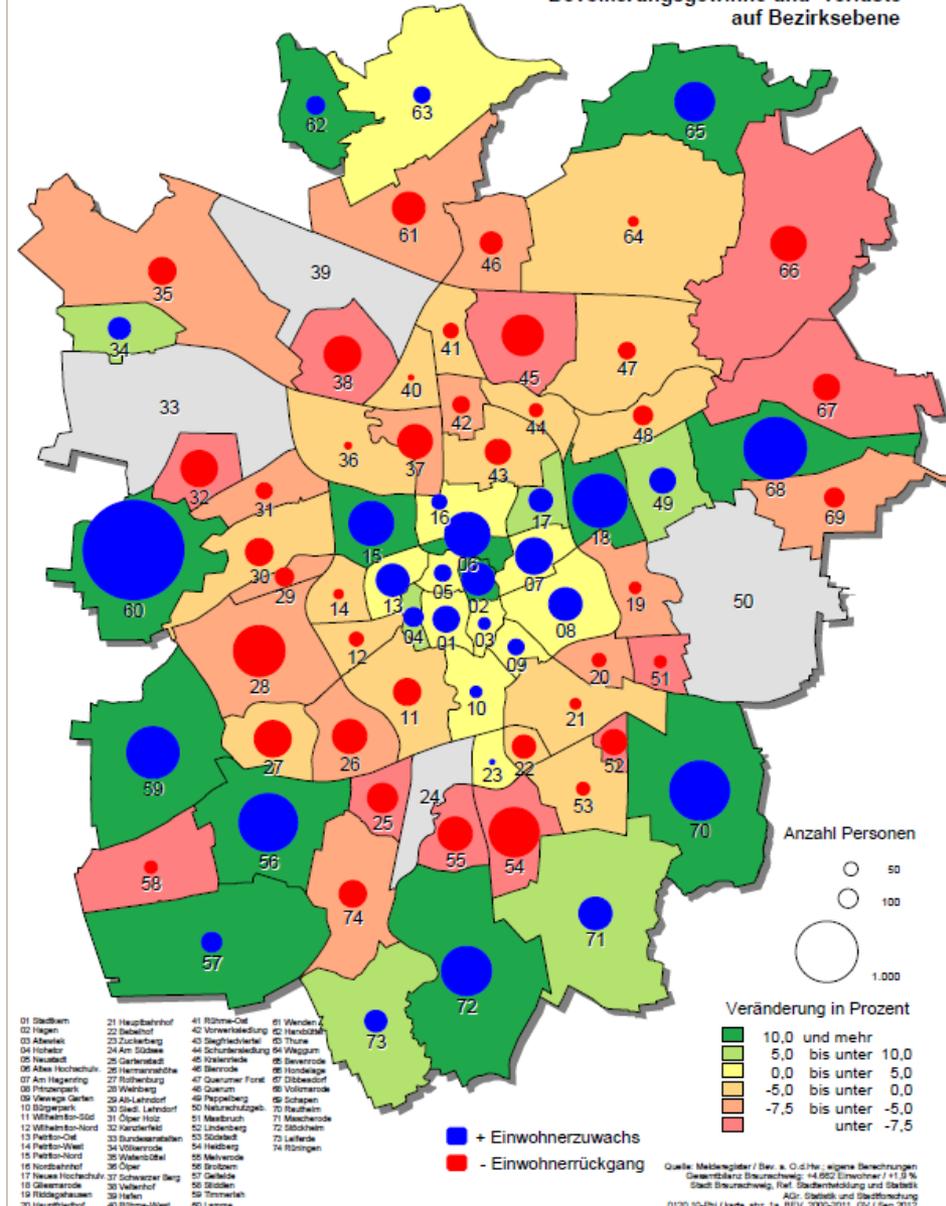


Bevölkerungsentwicklung der Statistischen Bezirke von 2000 bis 2011
Rangfolge der Bezirke mit den höchsten Einwohnergewinnen und -verlusten



Quelle: Melderegister; eigene Berechnungen
Stadt Braunschweig / Ref. Stadtentwicklung und Statistik / 0120.10-Phi / sbz_basis 1a

Bevölkerungsentwicklung 2000 - 2011
Bevölkerungsgewinne und -verluste auf Bezirksebene



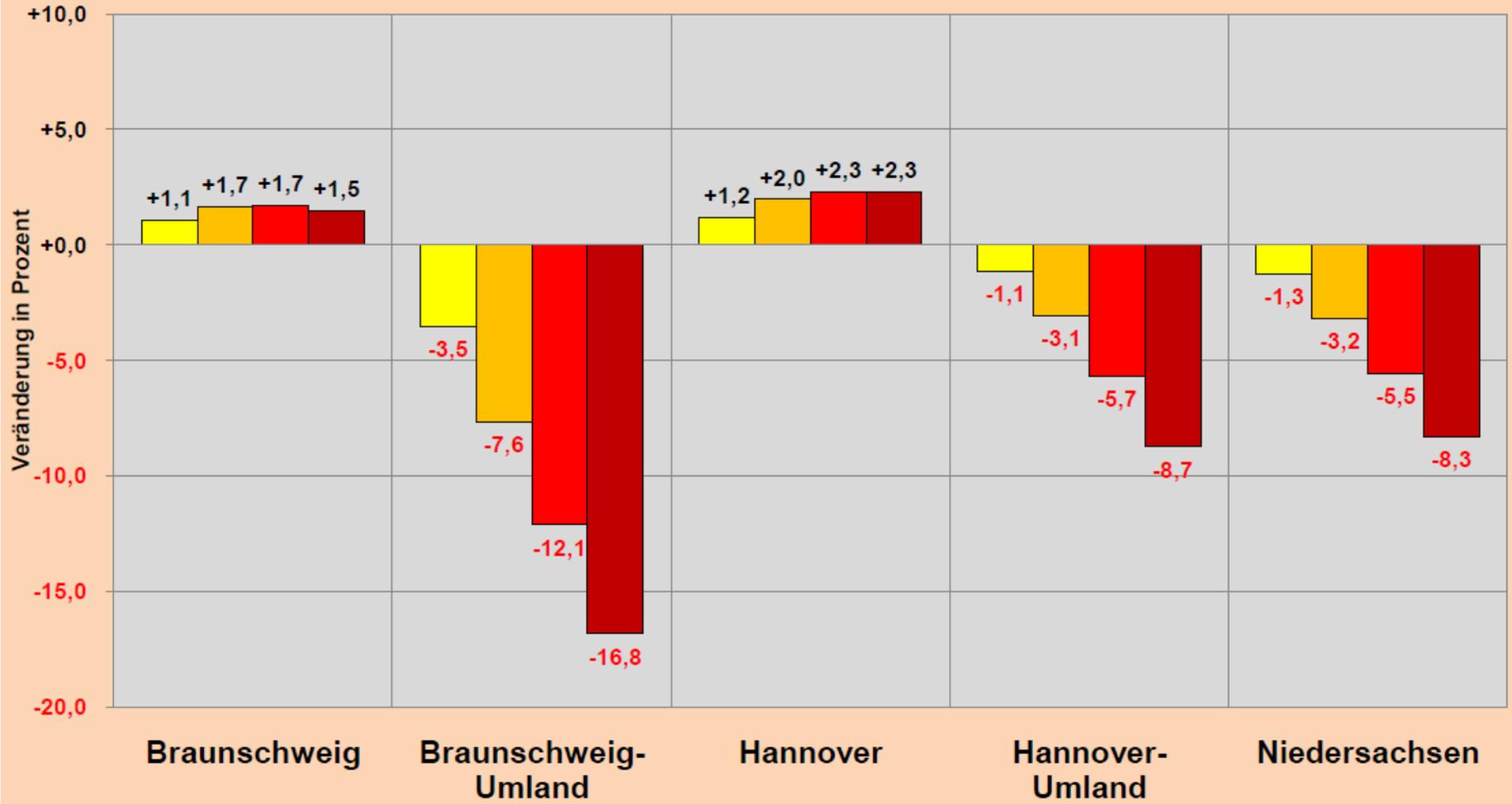
Quelle: Melderegister / Bev. u. O.d.H.; eigene Berechnungen
Gesamtwert Braunschweig: +4.662 Einwohner / +13,1 %
Stadt Braunschweig, Ref. Stadtentwicklung und Statistik
AG: Statistik und Stadtplanung
0120.10-Phi / karte_sbz_1a_BEV_2000-2011_OV / Sep 2012

2) Demografische Perspektive Braunschweigs (I)

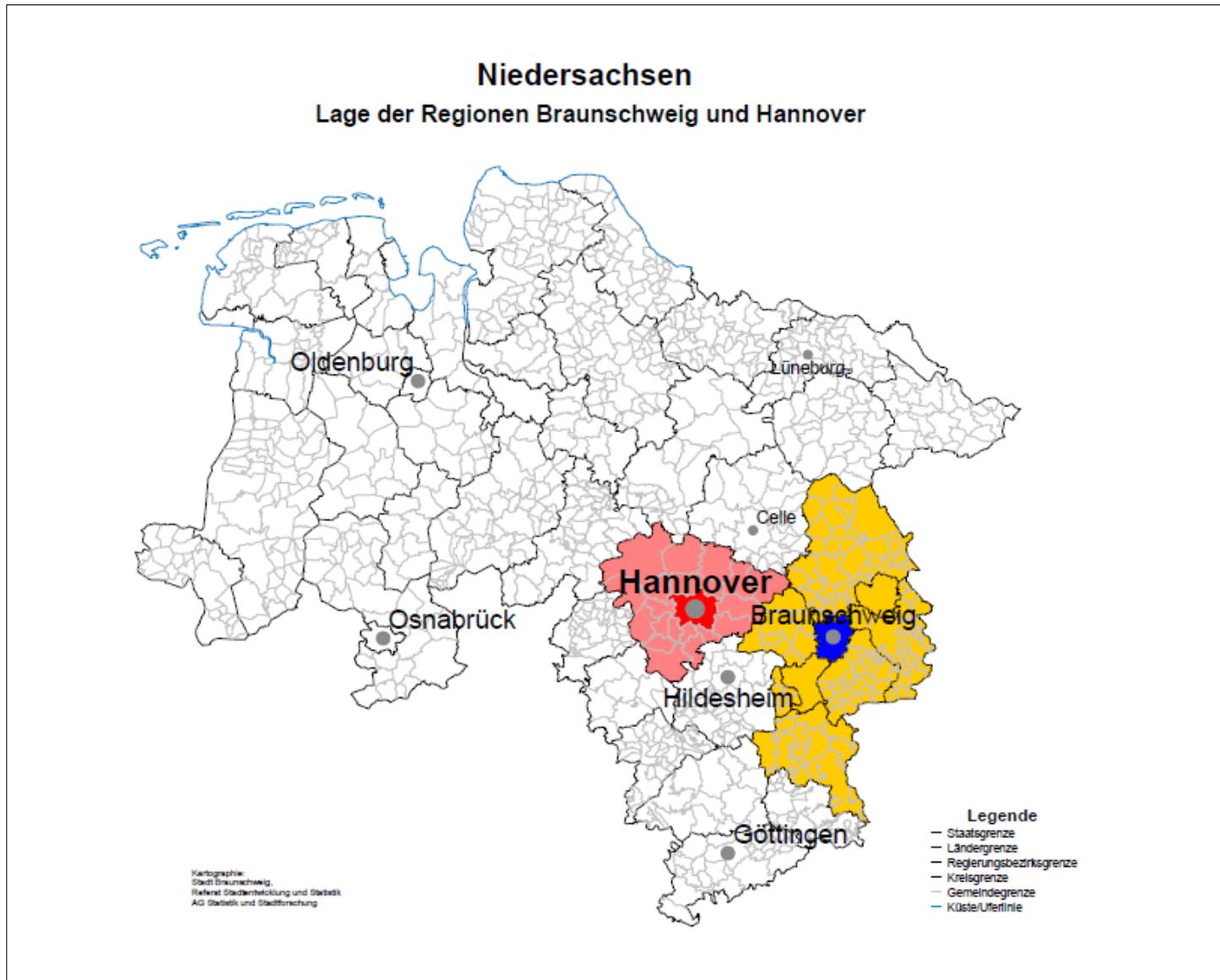
Braunschweig: bis 2020 / 2025 relativ stabile Einwohnerzahl;
wird etwa bei 250.000 (+/- 2 %) liegen

Bevölkerungsentwicklung 2010 bis 2030 (NBank-/NIW-Prognose)

■ 2010 bis 2015
 ■ 2010 bis 2020
 ■ 2010 bis 2025
 ■ 2010 bis 2030



Quelle: NIW-Bevölkerungsprognose 2010-2030; eigene Berechnungen
Stadt Braunschweig / Referat Stadtentwicklung und Statistik / 0120.10-phi / Mapped-Grf1_Klein (2)





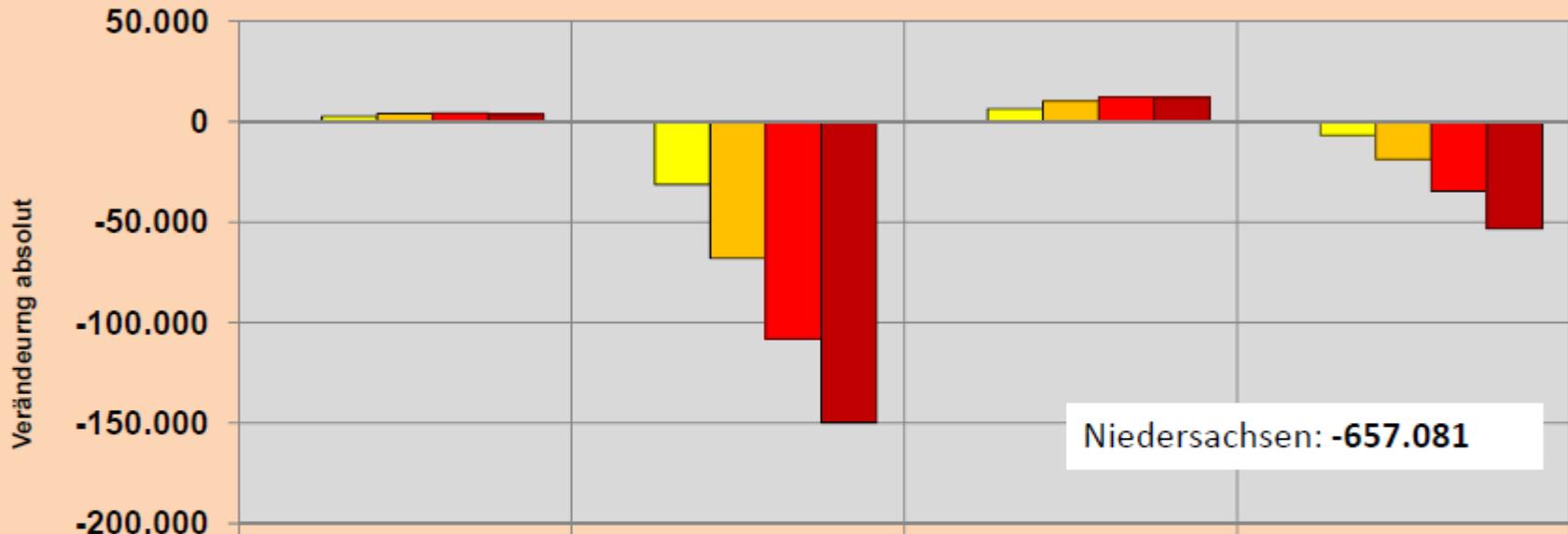
2) Demografische Perspektive Braunschweigs (II)

Braunschweig: bis 2020 / 2025 relativ stabile Einwohnerzahl;
wird etwa bei 250.000 (+/- 2 %) liegen

Das Umland: verliert bis 2030 rund **150.000 Einwohner**

Bevölkerungsentwicklung 2010 bis 2030 (NBank-/ NIW-Prognose)

■ 2010 bis 2015
 ■ 2010 bis 2020
 ■ 2010 bis 2025
 ■ 2010 bis 2030



Niedersachsen: -657.081

	Braunschweig	Braunschweig-Umland	Hannover	Hannover-Umland
Stand 2010	247.400	891.233	520.966	609.296
2010 bis 2015	+2.692	-31.334	+6.276	-6.805
2010 bis 2020	+4.091	-68.065	+10.305	-18.714
2010 bis 2025	+4.289	-108.011	+12.048	-34.588
2010 bis 2030	+3.705	-149.899	+11.914	-53.273

Quelle: NIW-Bevölkerungsprognose 2010-2030; eigene Berechnungen
Stadt Braunschweig / Referat Stadtentwicklung und Statistik / 0120.10-phi / b_original_Philip_NIW_Bevölkerungsprognose_2010_BS_3+5_Klein_NEU (2)_original_Philipp.xls-Gf2_Klein (2)



2) Demografische Perspektive Braunschweigs (III)

Braunschweig: bis 2020 / 2025 relativ stabile Einwohnerzahl;
wird etwa bei 250.000 (+/- 2 %) liegen

Das Umland: verliert bis 2030 rund **150.000 Einwohner**

→ anfangs ca. **-6.400** , ab 2025 ca. **-8.400** Einwohner pro Jahr

Umsatzrückgang pro Jahr:

→ anfangs **-31 Mio. Euro** , ab 2025 **-41,5 Mio. Euro**

Stadt



Braunschweig

Stadtbezirke

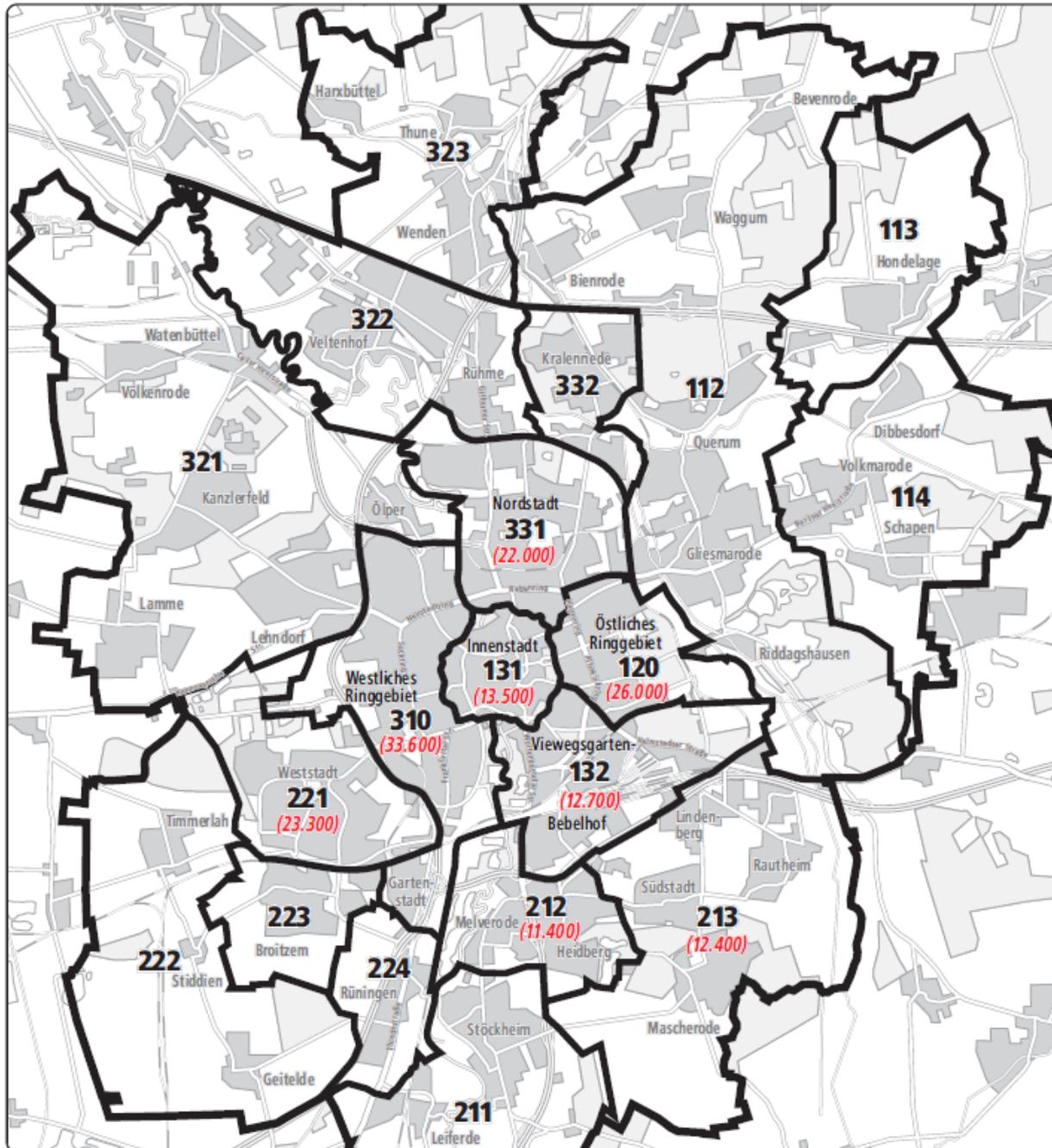
112 Grenze u. Nummer des Stadtbezirks

(13.500) Einwohnerzahl des Stadtbezirks

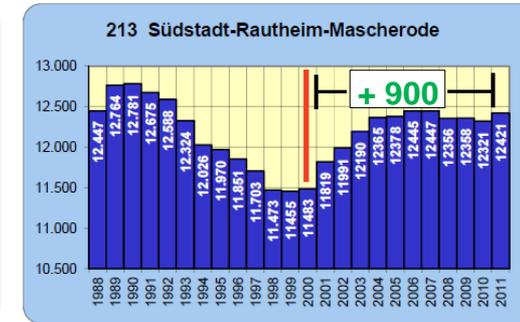
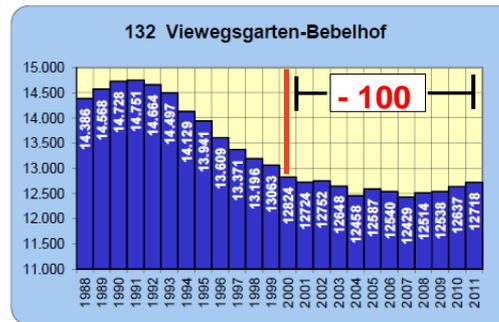
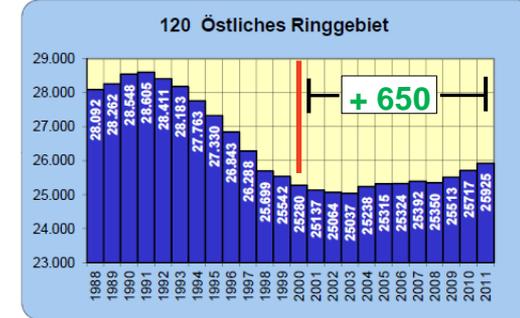
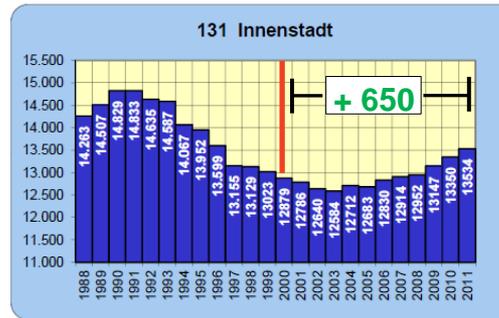
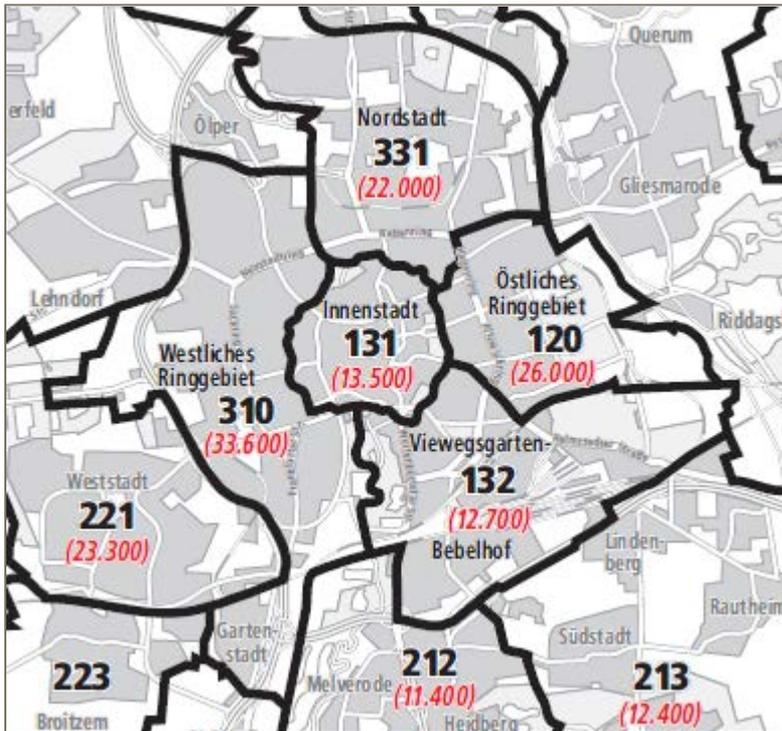
- 112 Wabe-Schunter-Beberbach
- 113 Hondelage
- 114 Volkmarode
- 120 Östliches Ringgebiet
- 131 Innenstadt
- 132 Viewegsgarten-Bebelhof
- 211 Stöckheim-Leiferde
- 212 Heidberg-Melverode
- 213 Südstadt-Rautheim-Mascherode
- 221 Weststadt
- 222 Timmerlah-Geitelde-Stiddien
- 223 Broitzem
- 224 Rünigen
- 310 Westliches Ringgebiet
- 321 Lehdorf-Watenbüttel
- 322 Veltenhof-Rühme
- 323 Wenden-Thune-Harxbüttel
- 331 Nordstadt
- 332 Schunteraue



Kartographie und ©opyright:
 Stadt Braunschweig,
 Fachbereich Stadtplanung u. Umweltschutz,
 Abteilung Geoinformation, 09/2012



Einwohnerentwicklung in zentralen Stadtbezirken 1988 – 2011





2) Demografische Perspektive Braunschweigs (IV)

Voraussetzungen für eine stabile Einwohnerzahl

- überregional und international wettbewerbsfähige Arbeitsplätze, verstärkt auch für Frauen, für Migranten und für Teilzeit geeignet
- nachfragegerechtes Angebot an Wohnbauland und Wohnungen
- ausreichende Kinderbetreuungs- / Altenbetreuungsangebote
- bedarfsgerechte Bildungs- und Qualifizierungsangebote
- motivierte Auszubildende (bei sinkenden Jahrgangsstärken!)
- qualifizierte Nachwuchs-, Fach- und Führungskräfte
- „KVP*“ bei Wissensvernetzung und Wissenstransfer

* Kontinuierliches Verbesserungsprogramm



2) Demografische Perspektive Braunschweigs (V)

Voraussetzungen für eine stabile Einwohnerzahl

- Neue, zusätzliche attraktive Arbeitsplätze, und zwar
 - verstärkt auch für Frauen,
 - für Migranten - und verstärkt auch für Migrantinnen,
 - für an Teilzeitarbeit interessierte, Kinder erziehende Mütter und Väter,
 - für an Teilzeitarbeit interessierte, Familienangehörige pflegende Erwerbspersonen



2) Demografische Perspektive Braunschweigs (VI)

↗ leicht steigende Einwohnerzahl:

nur in OT* mit Neubaugebietsmöglichkeiten oder mit Siedlungsflächen zur Umnutzung in Wohnbauland

⇒ relativ stabile Bevölkerungsentwicklung:

in OT* mit Möglichkeiten zur Siedlungsarrondierung oder Nachverdichtung

↘ sinkende Bevölkerungszahl:

in OT* ohne Neubau- oder Umnutzungsmöglichkeiten für Wohnen (alterungsbedingte Vereinzelnung)

↘ sinkende Bevölkerungszahl:

in stark verdichteten OT* (geringere Belegungsdichte)

* Ortsteile

3) Demografie – Arbeitswelt – Handel (I)

Veränderungen 2000 – 2009/2010

Braunschweig: + 3.051 Einwohner
+ 5.904 Teilzeitarbeitsplätze
- 4.371 Vollzeitarbeitsplätze
-20 Mio. Euro EH-Umsatz

(2001-2009: - **34 Mio.** Euro EH-Umsatz)

Das Umland: - 34.969 Einwohner
+ 11.699 Teilzeitarbeitsplätze
- 16.009 Vollzeitarbeitsplätze
-177 Mio. Euro EH-Umsatz

(2001-2009: - **303 Mio.** Euro EH-Umsatz)



3) Demografie – Arbeitswelt – Handel (II)

Veränderungen 2000 – 2009/2010

Braunschweig:

+ 3.051 Einwohner
+ 5.904 Teilzeitarbeitsplätze
- 4.371 Vollzeitarbeitsplätze
- 20 Mio. Euro EH-Umsatz

(2001-2009: - 34 Mio. Euro EH-Umsatz)

Das Umland:

- 34.969 Einwohner
+ 11.699 Teilzeitarbeitsplätze
- 16.009 Vollzeitarbeitsplätze
- 177 Mio. Euro EH-Umsatz

(2001-2009: - 303 Mio. Euro EH-Umsatz)

Faktor Wolfsburg:

- 354 EW
+ 4.866 TZA
+ 6.192 VZA

Das „restliche“ Umland:

- 34.615 EW
+ 6.833 TZA
- 22.201 VZA

Entwicklung der Erwerbsbevölkerung (15 - 65 Jahre) 2010 bis 2030 (NBank-/NIW-Prognose)

2010 bis 2015
 2010 bis 2020
 2010 bis 2025
 2010 bis 2030



Quelle: NIW-Bevölkerungsprognose 2010-2030; Berechnungsstand 09/2010; eigene Berechnungen
Stadt Braunschweig / Referat Stadtentwicklung und Statistik / HÜ / 2011-09-15_Vortrag_KL_IHK/aha-Gf1_KL

Entwicklung der Erwerbsbevölkerung (15 - 65 Jahre) 2010 bis 2030 (NBank-/NIW-Prognose)

2010 bis 2015
 2010 bis 2020
 2010 bis 2025
 2010 bis 2030



	Braunschweig	Braunschweig-Umland	Hannover	Hannover-Umland
Stand 2010	165.216	569.979	352.615	387.997
2010 bis 2015	2.663	-18.434	6.728	-5.417
2010 bis 2020	2.582	-51.643	7.882	-19.413
2010 bis 2025	0	-94.270	4.618	-39.397
2010 bis 2030	-4.380	-145.337	-3.689	-66.552

Quelle: NIW-Bevölkerungsprognose 2010-2030; Berechnungsstand 09/2010; eigene Berechnungen
Stadt Braunschweig / Referat Stadtentwicklung und Statistik / HÜ / 2011-09-15_Vortrag_KI_IHK-Leisa-Grfz_Klein



4) Handel ist Wandel (I)

Kontinuierlicher Veränderungsdruck

■ **Innenstadt:**

- Erhebliche Verkaufsflächenaufstockung der letzten Jahre gilt es zu verkraften
- Vermietungsschwierigkeiten von Ladenflächen jenseits der 1 a- und 1 b-Lagen.

■ **City-Randlagen:**

Anschluss halten an die Top-Einkaufslagen erfordert:

- gesunden / 'wertigen' Mietermix, erreichbar durch
- zurückhaltende Renditeerwartung,
- hohe Flexibilität und
- langen Atem der Eigentümer

4) Handel ist Wandel (II)

Kontinuierlicher Veränderungsdruck

- **Entwicklungsschwerpunkte:**
 - Zunehmende Vermarktungsschwierigkeiten für aufgegebene Objekte mit mittelmäßiger Gestalt-, Erschließungs- oder Lagequalität
 - Neue Verkaufsflächen hier führen zu Flächenüberhängen dort (Trading down, Leerstand, „Kreativräume“)



4) Handel ist Wandel (III) Kontinuierlicher Veränderungsdruck

- **ZVB¹⁾ / NVZ²⁾ in den Ortsteilen:**
 - Alterung, Einwohnerrückgang und Generationenwechsel
 - SB-Warenhäuser („*einmal hin, alles drin*“)
 - Eigentümer- / inhabergeführte Geschäfte, mit mäßigem Ertrag, oft ohne Nachfolgelösung
 - kleine Ladeneinheiten, kleinteilige Eigentümerstruktur, beengte Grundstücks- und Erschließungsverhältnisse
 - oder: externer/ internationaler Eigentümer („Heuschrecken“)

1) Zentraler Versorgungsbereich

2) Nahversorgungszentrum

4) Handel ist Wandel (IV)

Zentrenkonzept Einzelhandel, Neuauflage 2009:

„Aufgrund der zum Teil sehr dynamischen Entwicklung der vergangenen Jahre gibt es inzwischen insbesondere an der Peripherie ein Überangebot an großflächigen Verkaufsflächen, für die sich kaum mehr zentrenverträgliche Nachfolgenutzungen finden lassen.

Weitere Ansiedlungen von Fach- oder Nahversorgungsmärkten außerhalb der Bereiche, wo nachweislich Handlungsbedarf besteht, würden somit zu Leerstand und Einzelhandelsbrachen in den Zentren oder am Rande von zentralen Einkaufslagen führen.

Insofern ist in Zukunft – nicht zuletzt auch aufgrund des voranschreitenden demografischen Wandels – mehr noch als in der Vergangenheit bei der Beurteilung der Zentrenverträglichkeit von neuen Einzelhandelsvorhaben zu berücksichtigen, dass die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung in den Stadtteilen und die Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Braunschweiger Innenstadt Vorrang haben (müssen) vor dem Verwertungsinteresse einzelner Grundeigentümer oder Projektentwickler.“

5) Wo wollen wir hin? (I)

Innenstadt

Sowohl kleinteiliger, abwechslungsreicher, „wertiger“ inhaber-
geführter Ladeneinzelhandel im gewachsenen Bestand
als auch nachfragegerechter Umbau/Errichtung von Ladenflächen
für Top-Filialisten

- umnutzungsbedingter Umstrukturierungsprozess bedarf eines vorausschauenden City-Managements

Sowohl Konzentration der Handels-/Immobilienentwicklung
auf den Kern / die Top-Lagen der City
als auch Stärkung der Randlagen der Innenstadt
(Handel, Kunst-/Handwerk, Dienstleistungen)

- erfolgreiches City-Marketing von AAI¹⁾ und BSM²⁾ fortsetzen, neue, zusätzliche Zielgruppen erschließen

1) Arbeitsausschuss Innenstadt

2) Braunschweig Stadtmarketing GmbH

5) Wo wollen wir hin? (II)

Entwicklungsschwerpunkte

- Bei rückläufiger Bevölkerung im regionalen Einzugsbereich:
 - Bedarf für nennenswerte Verkaufsflächenexpansion?

Grundstücks-
verwertungs-
interesse
Einzelner

versus

Zentrenverträgliche Standort-
entwicklung zur Steigerung der
Gesamtattraktivität des Marktplatzes
Braunschweig

- Was bringt der Stadt den größten Nutzen?
- Was geht dabei über den Deister?



5) Wo wollen wir hin? (III)

Stadtteile / Ortsteile

- ausgewogenes Nahversorgungsnetz, mit lokalen Händlern, Supermärkten/Vollsortimentern und Discountern
- punktuelle Vervollständigung / Ergänzung der NV-Zentren, je nach Bedarf durch Zusammenlegen kleiner Einheiten, Erweiterung am Standort oder Neuansiedlung
- Neuansiedlungen auf ZVB¹⁾ / NVZ²⁾ konzentrieren
- **keine** Ansiedlungen *zwischen* den Ortsteilen, ZVB¹⁾ oder NVZ²⁾

1) Zentraler Versorgungsbereich

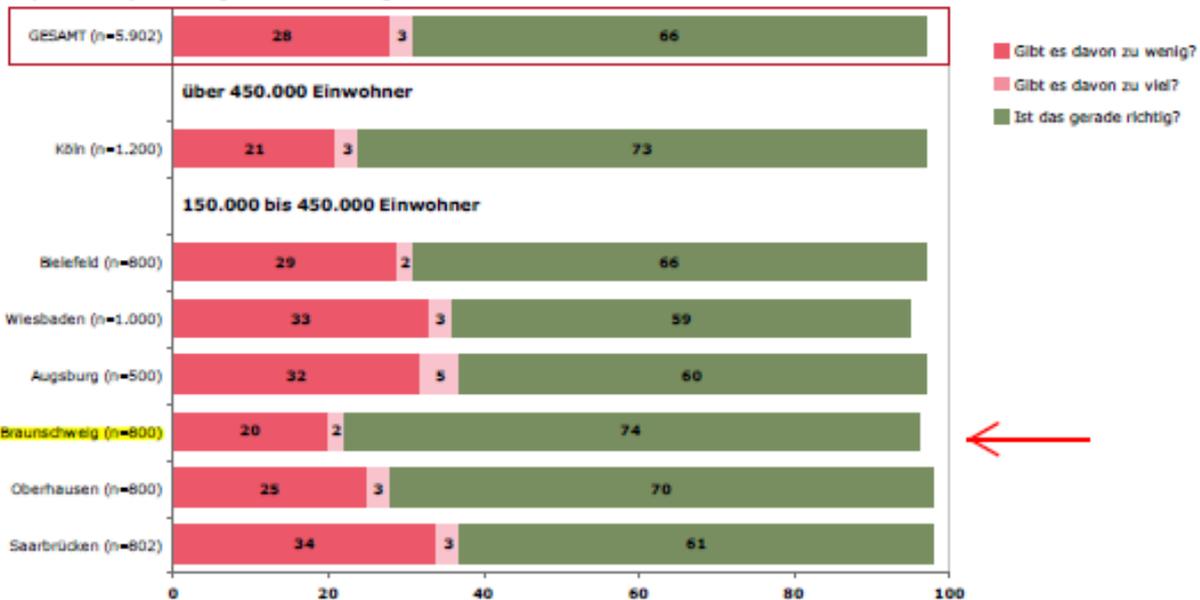
2) Nahversorgungszentrum



Engagement für ältere Menschen

- Wohnungsnahe Einkaufsmöglichkeiten -

Frage QuFam8 (Familie/Demographischer Wandel): Für die Stadt ... (Stadtname) gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie sie die Situation für ältere Menschen verbessern könnte. Was meinen Sie persönlich zu den folgenden Möglichkeiten für ältere Menschen in ... (Stadtname)? Wohnungsnahe Einkaufsmöglichkeiten



Wissen, was dahinter steckt!

■ Basis: Städte, die am Familienmodul teilgenommen haben Angaben in Prozent; an 100 Prozent fehlende Angaben = "kann ich nicht beurteilen"

Lebensqualität in deutschen Städten 2009/2010

Quelle: KOSIS-Gemeinschaft Urban Audit, VDSSt 2010



Engagement für ältere Menschen

- Wohnungsnahe Einkaufsmöglichkeiten -

- Zwei Drittel der Befragten empfinden die wohnungsnahen Einkaufsmöglichkeiten als ausreichend.
- In den Städten Köln (73%), Braunschweig (74%) und Oberhausen (70%) bewerten die Befragten dieses Engagement für ältere Menschen überdurchschnittlich als ausreichend.
- Größeres Verbesserungspotential lässt sich in Wiesbaden beobachten, hier sind nur 59% der Einwohner der Meinung, die Anzahl der wohnungsnahen Einkaufsmöglichkeiten sei gerade richtig.



6) Schluss / Ausblick (I)

Ambivalenz von Trends

- Steigendes Verkaufsflächenwachstum
- Sinkende Flächenproduktivität

- Umsatzverluste des stationären EH durch Online-Spezialisten
- Umsatzgewinne des stationären EH durch eigene Online-Sparte

- Attraktivitätsverlust durch häufigen Mieterwechsel/Ladenleerstand
- Attraktivitätsgewinn durch moderne, nachfragegerechte Läden

- Umsatzverluste durch Bevölkerungsverluste im regionalen Einzugsbereich
- Umsatzgewinne durch erhöhte überregionale kultur- und freizeit-touristische Attraktivität



6) Schluss / Ausblick (II)

Herausforderungen ins Visier nehmen

- Was kann jeder Einzelhändler selbst tun/ verändern?
- Was können AAI, ATB und BSM tun?
- Was kann die Stadt tun?
- Den Standort stärken kann man nur gemeinsam!



6) Schluss / Ausblick (III)

- Demografischer Wandel:
Schrumpfen ist keine Schande!
- Bevölkerungsrückgang bedarf planerischer Vorkehrungen,
ebenso wie Bevölkerungs- und Siedlungsflächenwachstum
- mit Konzept / geplant konsolidieren ist das Gebot der Zukunft



6) Schluss / Ausblick (IV)

- Demografischer Wandel:
Auslöser einer Trendwende?
- Wenn die Bäume nicht in den Himmel wachsen, dann
 - dürfte der Zenit der Verkaufsflächenexpansion bald erreicht sein
 - steht eine Konsolidierung des Verkaufsflächenbestandes bevor
- Konzentration statt Expansion
- Kontraktion statt Kannibalismus
- Klasse statt Masse
- Priorität für Erweiterung am funktionierenden integrierten Standort vor der Neuansiedlung in Randlage oder zwischen Zentren



Braunschweig

Die Löwenstadt



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Weitere Informationen:

*Hermann Klein
Referatsleiter*

Stadt Braunschweig
Referat Stadtentwicklung und Statistik

Reichsstr. 3
38100 Braunschweig

www.braunschweig.de/stadtentwicklung

www.braunschweig.de/stadtforschung