

**Protokoll**

über die gemeinsame jeweils 1. Sitzung der **Fachausschüsse Bau, Umwelt, Stadtentwicklung sowie Wirtschaft und Kultur** des Beirates Huchting, am Dienstag, dem 23.01.2018, im Sitzungszimmer des Ortsamtes Huchting, Franz-Löbert-Platz 1

<b><u>Anwesend:</u></b> vom Ortsamt	Herr Schlesselmann
vom FA BUS	Frau Mollenhauer-Thein, Frau Otto-Kleen, Herr Bries, Herr Fangmann (für Herrn Rehbohm), Herr Grohn, Herr Horn, Herr Krüger (für Frau Radke), Herr Minne, Herr Rietz
vom FA WiKu	Frau Brkic, Frau Otto-Kleen, Herr Bodeit, Herr Böse (für Herrn Sahin), Herr Fangmann, Herr Hamen, Herr Horn, Herr Krüger (für Herrn Redder), Herr Rietz
Gäste	Frau Halves und Herr Stolle (beide SUBV) Herr Nowak (Handelskammer Bremen)

Die Sitzung wird um 18:05 Uhr mit der Begrüßung der Gäste und der Ausschussmitglieder eröffnet. Die fristgemäße Einladung und die Beschlussfähigkeit werden festgestellt.

Das Protokoll der 1. Sitzung 2016 des FA WIKU wird einstimmig bei einer Enthaltung genehmigt.

Das Protokoll der 4. Sitzung 2017 des FA BUS wird einstimmig bei einer Enthaltung genehmigt.

Die mit der Einladung versandte Tagesordnung wird wie folgt festgestellt:

**A. Öffentlicher Teil der Sitzung:**

**Tagesordnung – öffentlicher Teil:**

1. Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentren Huchting
2. Verschiedenes

## **TOP 1: Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentren Huchting**

Herr Nowak erläutert anhand einer Präsentation die aktuelle Entwicklung im Einzelhandel. Für Huchting gibt es positive Fantasien. Laut Rückkopplung von Entwicklern werden hier positive Entwicklungschancen gesehen. Aus globaler Betrachtung stellt der Einzelhandel die drittgrößte Wirtschaftsbranche mit einem Umsatz von ca. 470 Mrd. Euro dar. Davon entfallen rd. 42 Mrd. Euro auf den Online-Handel. Bundesweit gibt es 354.000 Unternehmen. Die Verkaufsfläche beträgt 123,7 Mio. qm, wobei die Flächenproduktivität sinkt und ein Verdrängungsprozess besteht. Es sind 3 Mio. Menschen im Einzelhandel tätig (38% Vollzeit, 33% Teilzeit, 29% geringfügig Beschäftigte). Im Lebensmittelbereich haben allein Edeka, Rewe, Aldi und die Schwarz-Gruppe (Lidl, Kaufland) 90% Marktanteil. Der Anteil des Einzelhandels am Warenkorb nimmt langsam aber stetig ab (2000: 35,8%; 2014: 28,6%). Die Branche zeichnet eine hohe Wettbewerbsintensität aus. Branchengrenzen sind aufgehoben. Lebensmittelmärkte bieten Non-Food an etc. Außerdem geht er auf die zunehmende Digitalisierung ein und erläutert die Begriffe Plattformökonomie (z.B. Amazon) und Multichanneling (unterschiedliche Kommunikations- und Vertriebswege). Durch den internationalen Handel gehen dem Staat Steuereinnahmen von rd. 800 Mio. Euro verloren und führt zu einer Ungleichbehandlung hiesiger Unternehmen. Den Tante-Emma-Laden gibt es nicht mehr. Kunden kommen immer seltener in die Zentren. Einkaufen soll einen Erlebnischarakter haben und wird zu einem Element der Freizeitgestaltung. Der Handel befindet sich in der stärksten Veränderung seit Einführung der Selbstbedienung in den 60er Jahren. Zitat des ZALANDO-Gründers: „Würde Handel heute erfunden werden, dann gäbe es keine Läden.“ AMAZON: Alle Produkte auf der ganzen Welt verfügbar und holt die Menschen ab: Bequemlichkeit, Auswahl, Service, Preise. 30% Marktanteil am Onlinehandel. Manko: Retourenproblematik. Deutschland ist nach den USA der wichtigste Markt. Die ersten 3 Online-Riesen haben mehr Umsatz als die folgenden Plätze 4 – 100. Der Onlinehandel gewinnt weitere Anteile. Schätzungsweise 50.000 Unternehmen werden bis 2020 vom Markt verschwinden. Besonders kleine Betriebe könnten durch die Digitalisierung endgültig abgehängt werden. Der stationäre Handel hängt zunehmend von der Gesamtinszenierung ab, Tendenz: Zentren als Erlebnis-, Freizeit- und Dienstleistungswelten. Stärkere Konzentration des Angebotes auf „Kristallisationskerne“; das „Zentrum im Zentrum“ gewinnt an Bedeutung. Handel wird noch mehr Teil einer Gesamtinszenierung (Gastronomie, Dienstleistung, Kultur, Ärztehaus, Bibliothek). Die Kundenbindung wird schwieriger; der Kunde ist „multioptional“. Kleinere Fachgeschäfte (Fahrräder, Schmuck, Haushaltswaren, mittelfristiger Bedarf, Bücher) tragen die Hauptlast des Wandels, werden stärker verdrängt, müssen neue (gemeinsame) Strategien entwickeln. An einigen Orten (Stadttrand, ländliche Region) kann die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs noch schwieriger werden. Online kommt absehbar an erste Sättigungsgrenzen die Trennung der Vertriebswege hebt sich weiter auf. Die heutige Struktur in den Stadtteilen kommt der Entwicklung nicht vielerorts nicht hinterher. Man müsse sich die Entwicklung und sein eigenes Verhalten vor Augen führen. Sollten sich die Entwicklungen derart fortsetzen, hätte das erschreckende Auswirkungen für den noch vorhandenen Einzelhandel. Man müsse das Stadtteilzentrum als städtebauliche Einheit mit einem räumlichen Zusammenhang sehen und durch Maßnahmen stabilisieren und unterstützen. Stadtteilzentren sind i.d.R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge, wohnortnah, bieten Nah- und Grundversorgung, aber auch Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs, LM Vollsortimenter und/oder Discounter sowie zentrentypische Dienstleistungen, Bank, Versicherung, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen. Stellt sich die Frage, was die (Orts-)Politik leisten kann, um Zentren zu erhalten?

Beispiele:

- Klares Bekenntnis zum örtlichen Handel
- Offizielle Parkplätze und „geduldetes Parken“ erhalten (Brötchentaste)
- Stadtteilveranstaltungen mit dem Handel planen und durchführen
- Versorgungsangebot in Kenntnis der Marktlage mehr würdigen, es geht um Chancen, auch für den Stadtteil!

- Handel über Veränderungen (z. B. Baumaßnahmen) aktiv informieren, bzw. Dialog mit dem Handel/den Werbegemeinschaften suchen
- Zentrenkonzepte unterstützen, da diese die Stärkung (noch) vorhandener Strukturen anstreben
- Unternehmertum neu bewerten und fördern, z. B. durch Initiativen in und für Schulen, Migranten - Selbstständigkeit als Chance
- „Sozialromantik“ vermeiden, Kunden stimmen mit den Füßen ab was, wo und zu welchem Preis der Handel anbietet
- Digitalisierungsstrategien unterstützen

Was kann die Handelskammer leisten, um Zentren zu erhalten?

- Sensibilisieren: Für Belange der Quartiere werben
- Schreiben und Diskutieren: Grundsatzpapier Stadtteilzentren (2013), Einzelhandelsreport Stadtteilzentren (2012)
- Vernetzen: AK der Werbe- und Interessengemeinschaften seit 2001
- Fordern: Kernthesen pro Stadtteil formulieren und einbringen
- Best Practice zeigen: Standortgemeinschaften fördern, Ansätze zur Neuorganisation des Handels bekannt machen
- Informieren: Besuche in Hamburg, Düsseldorf etc., um andere
- Entwicklungen/Standortstärken/Problemlösungen kennen zu lernen
- Beraten: Gründer/-innen begleiten, Kontakt zu Händler/-innen halten
- Unterstützen: Nutzung des eigenen Netzwerks für Dritte
- Begleiten: Z. B. die Erstellung des Zentrenkonzeptes

Aus den Ausschüssen wird auf die Wichtigkeit der Erreichbarkeit des Einzelhandels hingewiesen. Dabei spiele der ÖPNV einschließlich des Busringverkehrs eine wesentliche Rolle. Auch die vorhandenen Stellplätze seien für den Erhalt des Einzelhandels besonders wichtig. Es wird auf das Problem hingewiesen, dass sich im Umland zunehmend Gewerbe und Einzelhandel ansiedle.

Herr Nowak entgegnet, dass bspw. durch den Kommunalverbund Niedersachsen/Bremen gegengesteuert werde und durch die Aufstellung von Stadtteilzentrenkonzepten Steuerungsinstrumente entwickelt werden.

Aus den Ausschüssen wird gefordert, im Zeitalter der Digitalisierung und Industrie 4.0 entsprechende Arbeitsplätze in Huchting anzusiedeln. Außerdem wird festgestellt, dass Huchting bei der WFB vergessen werde. Es wird außerdem angemahnt, die Zusammenarbeit zwischen WFB, Handelskammer und Beirat zu verbessern.

Herr Nowak erklärt, dass die WFB mehr im Hintergrund agiere. Aufgabe sei es, Entdeckungsräume zu schaffen.

Hierzu weist ein Ausschussmitglied auf die im vergangenen Jahr gemeinsam mit der Studentengruppe der TU Kaiserslautern diskutierten Ideen. Dieser Weg müsse weiter verfolgt werden.

Herr Stolle erläutert anhand einer Präsentation (siehe Anlage 1) die Grundlagen für Zentren- und Nahversorgungskonzepte. Diese dienen als Leitbild und als planerisches und baurechtliches Steuerungsinstrument mit bestimmten Ansiedlungsregeln für den Einzelhandel. Er geht auf das letzte Stadtteilkonzept ein, welches im Jahre 2009 verabschiedet wurde. Die Welt habe sich weitergedreht und es müsse nun das Stadtteilzentrenkonzept fortgeschrieben werden. Zur Unterstützung sei ein Gutachterbüro aus Dortmund beauftragt worden, welches bereits an dem vorherigen Konzept mitgewirkt habe. Ziele sind die

Sicherung und der Ausbau der raumordnerischen Versorgungsfunktion Bremens als Oberzentrum für die Region, die Sicherung seiner polyzentrischen Struktur, Stärkung der Zentren in Stadt und Region, Stärkung und Sicherung der Nahversorgung, die bessere Ergänzung der Einzelhandelsstandorte untereinander und die Konzentration des Einzelhandels auf ausgewählte Standorte unter Berücksichtigung der Sortiments- und Größenstrukturen. Mit Hilfe der Bremer Sortimentsliste werden zentrenrelevante Sortimente von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten abgegrenzt (siehe Anlage 2). Außerdem soll die Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe und mehr Planungssicherheit, mehr Investitionssicherheit für neue und alte Investoren erreicht werden. Das Städtebaurecht bietet Möglichkeiten zum Schutz der Zentren („zentrale Versorgungsbereiche“).

Anhand einer Karte (s. Präsentation, Anlage 1) stellt Herr Stolle die Ausdehnung der Stadtteilzentrens Huchting mit Einzelhandelsbetrieben inkl. Roland-Center dar. Außerdem wird der Einzelhandelsbestand im gesamten Stadtteil aufgrund einer Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe in Bremen aufgeführt.

Hierzu wird aus den Ausschüssen und dem Publikum darauf hingewiesen, dass in Grolland diverse Betriebe in der Bestandsaufnahme fehlen.

Es entsteht eine lebhafte, kontroverse Diskussion über die sinnvolle und bedarfsgerechte Ausdehnung des Stadtteilzentrens sowie die notwendigen Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels auch außerhalb dieses Zentrums.

Frau Halves erläutert in diesem Zusammenhang die Voraussetzungen und Abgrenzungen bezüglich der Großflächigkeit von Gebäuden. Während ein Nahversorger mit bis zu 800 qm außerhalb eines Stadtteilzentrens grundsätzlich zur lokalen Versorgung errichtet werden kann, sollen sich Einzelhandelsbetriebe über dieser Größenordnung nur in Stadtteilzentren ansiedeln. Trotz zentrenrelevanter Sortimente wäre ein Stoff- und Deckenladen oder ein Handy-Shop grundsätzlich genehmigungsfähig.

Im Hinblick auf aus den Ausschüssen geäußerte Bedenken und Probleme insbesondere im Bereich Alte Heerstraße entgegnet sie, dass es Konzepte wie beispielsweise Rewe-City gebe, die solche Bereiche bedienen. Außerdem gehe man mit Augenmaß vor. So ist eine Betriebserweiterung um einen Back-Shop und den Anbau eines Leergutlagers bei Überschreitung der Grenze zur Großflächigkeit bewilligt worden.

Es wird aus den Ausschüssen und dem Publikum auf das Fehlen eines Nahversorgers im Ortsteil Sodenmatt hingewiesen.

Ein Zuhörer bittet um Mitteilung in Form einer „Positivliste“, was in den verschiedenen Bereichen zulässig ist.

Der Bereich nördlich des sogenannten Kreisels und vor allem der Bereich „Vida“ solle nach Auffassung von Ausschussmitgliedern in das Stadtteilzentrum als Potentialfläche einbezogen werden.

Frau Halves ergänzt, dass auch das Areal des jetzigen Ortsamtes und der Recyclingstation Obervielander Straße zum Stadtteilzentrum gehörten. Willakedamm liege dagegen nicht mehr im Stadtteilzentrum.

Herr Stolle erklärt, dass mit dem Konzept die Entwicklung des Einzelhandels gesteuert werden soll. Dies geschehe in regionaler Kooperation im Rahmen des Kommunalverbundes. Es erfolge eine weitere Beteiligung des Beirates und eine Vorstellung der Ergebnisse im Beirat Mitte 2018.

**TOP 2: Verschiedenes** ./.

Ende des öffentlichen Teils der Sitzung um 20:20 Uhr.

gez.  
Bodeit  
(Fachausschusssprecher)

gez.  
Rietz  
(Fachausschusssprecher)

gez.  
Schlesselmann  
(Vorsitz und Protokoll)