

Stadt Braunschweig

Stellungnahme der Verwaltung

	<i>Fachbereich/R eferat</i>	<i>Nummer</i> 7388/08
zum Antrag Punkt 11 der Fraktion CDU - Fraktion, v. 18. Sept. 08	Datum 22. September 2008	
	Genehmigung	
Überschrift Auswirkungen der Schlossarkaden und der Schlossrekonstruktion auf den Städtebau und die Stadtentwicklung der Stadt Braunschweig - eine Zwischenbilanz	Dezernenten Dez. III	
Verteiler Rat	Sitzungstermin 30. Sept. 08	

Im Zusammenhang mit der aktuellen Diskussion zum Thema „Schloss“ in der letzten Ratsitzung am 8. Juli 2008 ist u. a. aus den Reihen des Rates die Frage aufgetreten, zu welchen Auswirkungen der Bau der SchlossArkaden sowie der Schlossrekonstruktion auf den Städtebau und die Stadtentwicklung der Stadt Braunschweig geführt hat.

Um diese Frage umfassend beantworten zu können, hat die Verwaltung auch Externe gebeten, eine (Zwischen-) Bilanz zu ziehen. Dabei hat sich folgendes Bild ergeben:

I. Externe Sicht

- **Industrie- und Handelskammer Braunschweig**

„Vor dem Bau der Schlossarkaden waren die Befürchtungen riesengroß und drohten das Projekt in Frage zu stellen: Der Bohlweg kann den zusätzlichen Einkaufsverkehr nicht verkraften, der Rückstau an den Einfahrten zum ECE-Center blockieren die ganze Straße, die Fußgänger können die Verkehrsschneise nicht überqueren und die Innenstadt nicht mehr erreichen und, und, und ... Nach über einem Jahr Betrieb lässt sich ein erfreuliches Fazit ziehen: *Der tägliche Verkehrsstau bleibt aus. Alles läuft bestens, und nicht etwa, weil Autos und Fußgänger weggeblieben wären, sondern trotz der Tatsache, dass die Flaniermeile immer mehr Leute anzieht.* Auch nicht deshalb, weil die Straße verbreitert worden wäre, sondern trotz der Tatsache, dass man den Verkehrsraum um ein Drittel verschmälert hat. ...“

*(Schlossarkaden: Wo bleibt das Verkehrs-Chaos;
IHK-Wirtschaft 7/2008, S. 10)*

- **Arbeitsausschuss Innenstadt**

„ ... Vorab sei betont, dass der AAI die Ansiedlung der Schloss-Arkaden als eine grundlegend richtige Entscheidung betrachtet. Wichtig für die optimale Integration des Centers in das innerstädtische Netzwerk war zum einen die Forderung vom AAI und der IHK nach entsprechenden städtebaulichen Integrationsmaßnahmen sowie deren konsequente Umsetzung, die auf Basis des Konzeptes von Herrn Prof. Dr. Ackers stattgefunden haben.

Zum anderen war und ist auch weiterhin das in hervorragender Kooperation zwischen dem AAI und der Braunschweig Stadtmarketing GmbH praktizierte Citymarketing ein maßgeblicher Faktor für die bisherige positive Entwicklung seit der Eröffnung der SchlossArkaden. In diesem Zusammenhang ist es aus Sicht des AAI u.a. sehr wichtig, die westliche Innenstadt zeitnah an die mittlerweile gut gestalteten Wegebeziehungen zwischen östlicher und KernInnenstadt anzubinden (bspw. Baumaßnahmen Bankplatz, Aufwertung des Bereiches Neue Straße zwischen Handelsweg und Karstadt, Erstellung und Umsetzung des Twetenkonzeptes etc.).

Das Centermanagement der SchlossArkaden scheint nicht zuletzt durch die Mitgliedschaft im AAI selbst von dem Kooperationsprinzip zwischen Center und Innenstadthandel überzeugt zu sein. Zahlreiche gemeinsame Maßnahmen und enge Abstimmungen zwischen Center und AAI zeigen, dass hier eine funktionierende Kooperation existiert, die eine weitere wichtige Grundlage für die gute Entwicklung der Braunschweiger Innenstadt darstellt.

Als Zwischenbilanz kann festgestellt werden, dass der Effekt des massiven Kaufkraftabflusses aus anderen innerstädtischen Bereichen – zumindest in dem befürchteten Maße – überwiegend ausgeblieben ist. Um weiterhin zu vermeiden, dass lediglich eine Umverteilung der Kaufkraft, sondern viel mehr eine Neukundengewinnung aus neuen Quellmärkten stattfindet, ist eine überregionale Ausrichtung der Marketingmaßnahmen der Innenstadt von großer Bedeutung.

Die Rekonstruktion des Residenzschlosses ist darüber hinaus auch aus touristischer Sicht ein Gewinn für Braunschweig. Die Neugier und das historische Interesse der Besucher ergänzen die Bemühungen des Handels um Aufmerksamkeit und höhere Freqüentierung der Stadt und sind auch für den Innenstadthandel von Vorteil.

(Schreiben des AAI vom 27. August 2008)

- **Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

„ ... Die Realisierung der Integrationsüberlegungen auch im Städtebau und Citymarketing war eine äußerst wichtige Grundlage für das Funktionieren der Innenstadtaktivitäten und -entwicklung. Sie waren die Voraussetzung für die Stärkung des AAI als zentralen Partner im Innenstadtmarketing und die Umsetzung der umfangreichen Marketingmaßnahmen vor, mit und nach Eröffnung des Einkaufszentrums. ...

Unsere Bewertung der Auswirkungen stützen wir auf verschiedene Studien, die den Erfolg der Maßnahmen bzw. die positive Entwicklung belegen. ... Darüber hinaus haben wir folgende strukturelle Entwicklung beobachtet:

- *Keine Zunahme an Leerständen, sondern vielmehr eine weitgehende Aufwertung des Einzelhandelbesatz (Damm Zara, H&M, Woolworth, Jack & Jones, Peek & Cloppenburg) und der Immobilien, teils sogar Beseitigung langer Leerstände (Ann-Christin, Kimmich-Haus, Betten Gebers u.a.). Entstehende Leerstände werden nach wie vor zügig wieder besetzt, auch insofern, dass in der Innenstadt entbehrliche Nutzungen (1-Euro-Shops u.ä.) abnehmen und durch hochwertigeren Besatz ersetzt werden.*
- *Aus touristischer Sicht stieg die Attraktivität, aus Handelssicht natürlich auch durch die Kombination der touristischen Attraktion „Schloss“ und dem zusätzlichen Angebot an Waren in Schloss-Arkaden und Innenstadt.*

- Zur weiteren qualitativen Bewertung der Entwicklung haben sich BSM und AAI entschieden, an der zuletzt 2004 durchgeführten Besucherumfrage der BAG teilzunehmen, die vom 9.-11. Oktober 2008 durchgeführt wird. Zur ergänzenden Bewertung der Frequenzen wird momentan überlegt, parallel auch Frequenzmessungen in der Innenstadt durchzuführen. Gemeinsam werden diese sicherlich fundierte Ergebnisse zur Bewertung der Entwicklung liefern.

Die mit AAI und AAP erreichte Basis zur Finanzierung des Marketings für Innenstadt und Einkaufsstadt ist solider Ausgangspunkt für die weitere Entwicklung. Der neu gegründete ATB arbeitet in enger Abstimmung auf ergänzende Maßnahmen in weiteren Quellmärkten hin. Grundsätzlich schätzen wir deshalb auch die weitere Entwicklung grundsätzlich positiv ein. Allerdings wird uns die Konsumententwicklung im Einzelhandel sowie die kaum mehr steigerbare, ggf. eher rückläufige Entwicklung der Sponsoringbereitschaft Dritter vor neue Herausforderungen stellen. ...“

(Schreiben der Braunschweig Stadtmarketing GmbH vom 28. August 2008)

- **Prof. Walter Ackers**

„... Vergleicht man den Zustand der Innenstadt 2003 mit dem heutigen Stand, also fünf Jahre später, so muss ein erheblicher Entwicklungsschub konstatiert werden. Dieser war erhofft, aber konnte in diesem Umfang von niemandem vorhergesagt werden. Geopfert wurde ein Park, der durch Verkehrsanlagen stadträumlich, funktional und sozial nie wirklich integriert war. Der Gewinn für die Stadt jedoch ist unbestreitbar und vielschichtig. Man muss nicht Anhänger des kommerziellen Konzepts der Schlossarkaden sein, um festzustellen, dass die Stadt die Investition erfolgreich für ihre Innenstadtentwicklung genutzt hat. Ein buchstäblich unüberwindbares Problem, die innerstädtische Zonengrenze Bohlweg, konnte beseitigt werden. Die Maßnahmen zur Umgestaltung des öffentlichen Raumes zeigen Wirkung – und dies rechtzeitig vor der Eröffnung der Schlossarkaden. Es wurde eine Fülle privater Investitionen angeregt, die die Innenstadt als Oberzentrum in seiner Handelsfunktion, aber auch in seiner kulturellen und historischen Funktion nachweislich gestärkt haben. Braunschweig ist attraktiver geworden.

Eine vielfach befürchtete Schwächung der bisherigen Handelsmitte ist nicht eingetreten – die Isolierung eines neuen Einkaufssystems „Mall“ ebenso wenig. Der Austausch über den Bohlweg hinweg in den Westen der Stadt wird breit angenommen. Gastronomie und Handel erleben einen sichtbaren Aufschwung. Die allgemeine konjunkturelle Stärke der letzten Jahre hat dies sicherlich unterstützt, die vielfachen Bau- und Umbaumaßnahmen waren hierfür jedoch Voraussetzung und Auslöser.

Es sollte allen Beteiligten Mut gemacht werden, auch bei allen anstehenden Maßnahmen diese Maßstäbe in der Gestaltung des öffentlichen Raums anzusetzen. Derartige Impulse werden viele private Folgeinvestitionen in die Substanz auslösen und zur Aufwertung des Standorts beitragen. Große Teile der Innenstadt bedürfen dieser öffentlichen wie privaten Zuwendung dringend.“

*(Städtebauliche Integration der Schlossarkaden – eine Bilanz)
Der vollständige Text dieser Bilanz sowie sämtliche Gutachten sind unter www.staedtebau-ackers.de als Download verfügbar.*

II. Sonstige Fakten

- **„Regionalstudie Menschen – Märkte – Medien 2008“ im Auftrage der Magdeburger Volksstimme**
Zunahme regelmäßiger Besucher aus Sachsen-Anhalt in Braunschweig seit 2003 um gut 10 Prozent (2003: 140.000 Besucher; 2008: 157.000 Besucher)
- **Kempers-Studie**
Die Studie belegt einen Anstieg der Umsatzkennziffer (beschreibt den Umsatz je Einwohner an einem Standort) um 6,1 Prozent sowie einen Anstieg der Zentralitätskennziffer (beschreibt die Attraktivität eines Standortes als Einkaufsort) um 8,3 Prozent von 2005 bis 2007.
- **Kaufkraftdeckungsquote**
Die Kaufkraftquote (Differenz zwischen Kaufkraft in Braunschweig und dem Umsatz des Einzelhandels in Braunschweig) erhöhte sich für Braunschweig von 40,5 Prozent im Jahr 2005 um 10,1 Prozent auf 50,6 Prozent im Jahr 2007. Der Zufluss in absoluten Zahlen beträgt 607 Mio. Euro.
Der Vergleichswert für den IHK-Bezirk liegt bei 250 Mio. Euro (6,3 Prozent) und beispielsweise für die Stadt Wolfsburg bei 95 Mio. Euro (15,3 Prozent).
- **Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Einzelhandel**
Die Zahl der im Einzelhandel Beschäftigten in Braunschweig hat sich nach Rückgang von 2003 auf 2004 in den Jahren 2005 und 2006 stabilisiert und ist von 2006 auf 2007 um rund 800 Personen angestiegen. Der Anteil der im Einzelhandel Beschäftigten liegt damit in Braunschweig bei 9,2 Prozent aller Beschäftigten.
Dieser Wert liegt deutlich höher als in Wolfsburg (4,3 Prozent), im Großraum Braunschweig (7,7 Prozent) und in Niedersachsen (8,5 Prozent).
Für die Merkmalsausprägung „Beschäftigung im Einzelhandel/ Einwohner“ wird ein Bundeswert von 100 angesetzt. In Braunschweig liegt dieser Wert bei 164. Im Vergleich erreicht der Großraum Braunschweig einen Wert von 104, Niedersachsen einen Wert von 103 und die Stadt Wolfsburg von 134.
- **Zahl der Übernachtungen/ Auswirkungen auf den Tourismus**
Die Zahl der Übernachtungen stieg im Jahr 2007 um 5,1 Prozent gegenüber 2006, mit 448.565 Übernachtungen wurde der höchste Stand seit 1994 (Beginn der amtlichen Statistik) erreicht. Ein Zusammenhang mit der Schlossrekonstruktion und den SchlossArkaden wird durch die Hotelbetriebe sowohl für die Bauphase, als auch für die Eröffnungsphase ausdrücklich bestätigt.
- **Baumaßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt**
Im Kontext mit dem Bau der Schlossrekonstruktion sowie den Schloss-Arkaden wurden zahlreiche Bauanträge gestellt und zum Teil schon realisiert. Hervorzuheben sind u.a. folgende Projekte:
 - ⇒ Neubau eines Geschäftshauses Damm 16 (Woolworth, etc.)
 - ⇒ Neubau eines Geschäfts- und Bürogebäudes Bohlweg 8, 9 (Volksbank)
 - ⇒ Neubau eines Dienstleistungs- und Gesundheitszentrums, Ritterbrunnen 4, 7 (Schlosscarrée)
 - ⇒ Neubau eines Bankgebäudes mit Tiefgarage, Ritterbrunnen 1Zahlreiche Umbauten, Aufstockungen und Modernisierungen runden die innerstädtischen Geschäftsinvestitionen ab.

III. Sicht der Verwaltung

Das gesamte Bohlweg-Schlosspark-Areal ist nach Ausgrenzung aus dem öffentlichen Leben über Jahrzehnte in der Phase der autogerechten Stadt durch die Schlossrekonstruktion, die Schloss-Arkaden und die integrierenden Straßen- und Platzgestaltungen als attraktiver öffentlicher Raum wiedergewonnen.

Insbesondere am Bohlweg hat sich mit der Rekonstruktion des neoklassizistischen Residenzschlusses wieder eine neue Stadtraumqualität entwickelt. Die Anlage des neuen Schlossplatzes und der großzügige Umbau des Bohlweges zu einem begrünten Boulevard verleihen dem über Jahrzehnte heruntergekommenen Bereich Glanz und Noblesse. Mit diesen durchgreifenden Verbesserungen sind nicht nur städtebauliche und ästhetische Aufwertungen erzeugt, sondern ebenso die Identitätsmöglichkeiten der Stadt verstärkt.

Durch die Entscheidung für weitreichende flankierende Maßnahmen in einigen entscheidenden innerstädtischen Straßen und Plätzen zeitgleich mit den Neubaumaßnahmen 2006 und 2007 (Steinweg, Münzstraße, Langer Hof, Platz der Deutschen Einheit, Domplatz, Platz am Ritterbrunnen, St.-Nicolaiplatz, Herzogin-Anna-Amalia-Platz, Am Schlossgarten) wurde das Stadtbild Braunschweigs spürbar gestalterisch und funktional aufgewertet. Die städtebaulichen und stadtgesterischen Aufwertungen haben die Attraktivität der gesamten Innenstadt erhöht. *Das war nur möglich durch die Mittel aus dem ECE-Vertrag.*

Gerade heute, da es den Menschen so vorkommt, als würden sich die einzelnen Städte immer ähnlicher, wird das Verlangen nach dem Authentischen und Unverwechselbaren immer größer. Die Schloss-Rekonstruktion ist ein gutes Beispiel für die Abkehr und Überwindung des Gleichförmigen und Austauschbaren. Der Gebäudekomplex um Schloss und Schloss-Arkaden stellt einen neuen Magneten in der Stadt dar.

Das Schloss hat sich längst zu einer Attraktion für die Menschen aus der Stadt und der Region Braunschweig, aber auch weit darüber hinaus entwickelt.

Infolge des Umzugs des Fachbereich Kultur mit rund 110 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ins Schloss sind dort gut 13.000 Quadratmeter der Kultur gewidmet (fast doppelt so viele Quadratmeter wie früher). Stadtarchiv, Bibliothek, Kulturinstitut und Kulturverwaltung – früher auf viele Standorte in der Stadt verteilt – sind nun zentral unter einem Dach erreichbar und können sich den Nutzern zeitgemäß präsentieren. Außerdem entsteht hier ein Museum, das die Geschichte des Schlosses illustriert. Im dritten Obergeschoss des Schlosses befindet sich mit dem „Roten Saal“ das neue, mit moderner Bühnentechnik und 140 Zuschauerplätzen ausgestattete Veranstaltungszentrum des Kulturinstituts. Der „Rote Saal“ hat sich innerhalb kürzester Zeit zum Besucher-Magneten für kulturell interessierte Braunschweiger entwickelt.

Die Magneten-Stellung des Schlosses wird auch anhand der Stadtbibliothek deutlich. Die Stadtbibliothek im rekonstruierten Residenzschloss zieht Braunschweigs Lesehungrige in zuvor nie gekannten Scharen an. Nie wurden in den einstmaligen drei städtischen Bibliotheken insgesamt mehr Besucher, Neuanmeldungen und Ausleihen gezählt als seit dem Umzug ins Schloss. Rund 150 Braunschweiger holen sich derzeit pro Woche erstmals eine Benutzerkarte – 60 waren es früher im gleichen Zeitraum. Statt durchschnittlich 5.500 Besucher wie früher sind es jetzt rund 9.000 pro Woche, davon 1.000 allein an Samstagen.

Die Zukunft der Fußgängerzone, mit einer der größten Ausdehnungen Deutschlands, scheint allen Bedenken und wirtschaftlichen Problemen zum Trotz gesichert, das Leben spielt sich in allen Bereichen der City, nicht nur beim Schloss ab. Die SchlossArkaden als Einkaufsmall haben die Käufer nicht geschluckt und nicht der übrigen Stadt entfremdet, das Bild der Stadt ist unübersehbar verbessert. Die Bewährungsprobe scheint bestanden, das Zentrum Braunschweigs erlebt einen bemerkenswerten Aufschwung.

I. V.

gez.

Zwafelink

Es gilt das gesprochene Wort.