

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept
Bezirk
Friedrichshain-Kreuzberg
von Berlin**



**BSM - Beratungsgesellschaft für
Stadterneuerung und Modernisierung mbH**

Büro Standort Handel

Auftraggeber:

Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin

Fachbereich Stadtplanung
Amt für Stadtplanung, Vermessung und Bauaufsicht
Yorckstraße 4-11
10965 Berlin

Matthias Peckskamp
Heike Kühn

Konzept, Koordination und Text:

BSM

Beratungsgesellschaft für
Stadterneuerung und Modernisierung mbH
Katharinenstraße 19 – 20
10711 Berlin

Norbert Illiges
Gregor Lehmann

In Zusammenarbeit mit:

Büro Standort Handel

Anna-Louisa-Karsch-Straße 7
10178 Berlin

Michael Giese

**Beschlossen durch die
Bezirksverordnetenversammlung
Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin
am 23. Mai 2012**

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | EINFÜHRUNG | 8 |
| 1.1 | Anlass | 9 |
| 1.2 | Methodik | 10 |
| 1.3 | Planungsrechtliche Einordnung | 12 |
| 2 | RAHMENBEDINGUNGEN | 13 |
| 2.1 | Entwicklungstendenzen im Einzelhandel und Verbraucherverhalten in Deutschland | 13 |
| 2.1.1 | Entwicklungstendenzen im deutschen Einzelhandel | 13 |
| 2.1.2 | Entwicklungstendenzen im Verbraucherverhalten | 18 |
| 2.2 | Entwicklung des Berliner Einzelhandels | 19 |
| 2.2.1 | Entwicklungstendenzen im Berliner Einzelhandel | 19 |
| 2.2.2 | Auswirkungen auf den Berliner Einzelhandel | 23 |
| 3 | BESTANDSERFASSUNG UND -ANALYSE DES EINZELHANDELS IN FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG | 27 |
| 3.1 | Bestehende Zentren- und Einzelhandelsstruktur gem . Stadtentwicklungsplan (StEP) Zentren 3 | 27 |
| 3.2 | Einzelhandelsbestand in Friedrichshain-Kreuzberg | 28 |
| 3.2.1 | Bestandserhebung | 29 |
| 3.2.2 | Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsfläche | 30 |
| 3.3 | Kaufkraft, Nachfragevolumen und Kaufkraftbindung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg | 37 |
| 3.3.1 | Kaufkraft | 37 |
| 3.3.2 | Nachfragevolumen | 39 |
| 3.3.3 | Kaufkraftbindung | 42 |
| 4 | RÄUMLICHES KONZEPT | 49 |
| 4.1 | Zentrale Versorgungsbereiche | 49 |
| 4.2 | Sonderstandorte | 51 |
| 4.2.1 | Markthalle IX (Eisenbahnmarkthalle) | 52 |
| 4.2.2 | O2-World | 52 |
| 4.3 | Gewährleistung der Nahversorgung | 53 |
| 4.3.1 | Betrachtung der Zentrenstruktur und ihrer Einzugsbereiche | 53 |
| 4.3.2 | Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung in den Planungsräumen | 56 |
| 4.3.3 | Überlagerung beider Betrachtungsweisen | 59 |
| 4.3.4 | Sicherung der Nahversorgung durch Einzelstandorte | 59 |
| 4.3.5 | Zukünftige Entwicklung (Prognose 2030) | 59 |
| 5 | ZIELE UND LEITLINIEN | 61 |
| 5.1 | Übergeordnete Ziele und Leitlinien | 61 |
| 5.1.1 | Ziele und Grundsätze der Raumordnung für die Steuerung des Einzelhandels | 61 |
| 5.1.2 | StEP Zentren 3 | 63 |

| | | |
|------------|---|-----------|
| 5.1.3 | AV Zentrenkonzepte | 66 |
| 5.1.4 | AV Einzelhandel | 67 |
| 5.2 | Ziele, Leitlinien und Regeln für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg | 68 |
| 5.2.1 | Ziele der bezirklichen Einzelhandelsentwicklung | 68 |
| | Oberziele | 68 |
| | Grundsätze | 69 |
| 5.2.2 | Steuerungsregeln für die Entwicklung des bezirklichen Einzelhandels | 69 |
| | Steuerungsgrundsätze der AV Zentrenkonzepte | 70 |
| | Ergänzende Steuerungsregeln für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg | 75 |
| 5.2.3 | Kriterien für schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche .. | 78 |
| 5.3 | Hinweise zur planungsrechtlichen Umsetzung | 79 |
| 5.3.1 | Steuerung im unbepflanzten Innenbereich | 79 |
| 5.3.2 | Steuerung durch Bebauungsplanung | 80 |
| | Qualifizierte Bebauungspläne | 80 |
| | Einfache Bebauungspläne | 81 |
| | Einfache Bebauungspläne gem. § 9 Abs. 2a BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile | 81 |
| | Anpassung bestehender Bebauungspläne | 82 |
| 6 | FAZIT | 84 |
| 7 | ANHANG | 87 |

1 Einführung

Infolge des Strukturwandels des Einzelhandels verändert sich die bezirkliche Versorgungsstruktur dynamisch. Zum einen vollzieht sich eine Ausweitung des großflächigen Einzelhandelsangebotes sowohl innerhalb als auch außerhalb der städtischen Zentren, zum anderen wird insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel die Nah- und Grundversorgung zunehmend über Discount- und Verbrauchermärkte wahrgenommen. Dabei beanspruchen sowohl diese wie auch andere Betriebsformen („klassischer“ Supermarkt, SB-Warenhaus etc.) eine stetig steigende Verkaufs- und Grundstücksfläche, um den Anforderungen an eine zeitgemäße Sortimentsauswahl und Warenpräsentation gerecht zu werden und ein aus Sicht der Händler notwendiges Parkplatzangebot bereitstellen zu können.

Die flächenintensiven Standortanforderungen können in den bestehenden Zentren oftmals nicht erfüllt werden und führen zu einer Ansiedlung an städtebaulich nicht integrierten Standorten. Gleichzeitig werden ältere Filialen, die diesen Anforderungen nicht gerecht werden, oft jedoch an zentralen Stellen im Stadtgefüge liegen, geschlossen. So werden die gewachsenen Zentren insbesondere hinsichtlich ihrer Nahversorgungsfunktion geschwächt. Neben den zurückgehenden Angeboten schädigen die durch die Abwanderung entstehenden Leerstände die Zentren zusätzlich. Insbesondere der durch die Leerstände entstehende Imageverlust und die in vielen Fällen folgenden, weniger attraktiven Nachmieter (z.B. Spielhallen, 1-Euro-Läden etc.) tragen zur Schwächung der betroffenen Straßenabschnitte bei.

Parallel ist eine Ausweitung des zentrenrelevanten Warenangebotes in großflächigen Einzelhandelsbetrieben außerhalb der Zentren zu verzeichnen. Durch ein in der Folge zunehmend weitmaschigeres Versorgungsnetz entstehen nachteilige Auswirkungen auf die Versorgungssituation der Bevölkerung. Ehemals gut versorgte Quartiere verlieren so ihre Nahversorgungsstruktur und lassen teilweise erhebliche Versorgungslücken entstehen.

Mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg die planerische Grundlage zur Gewährleistung einer ausgewogenen und differenzierten Versorgungsstruktur, zum Schutz der Zentren und zur hierfür notwendigen Steuerung neuer Einzelhandelsansiedlungen geschaffen werden. Für den Einzelhandel, für Investoren und für Grundstückseigentümer sollen klare Ansiedlungsregeln geschaffen werden. In Ergänzung zur gesamtstädtischen Zentrenplanung

kommt dem bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine wichtige Funktion für den Schutz der bezirklichen Zentren und die Sicherung der flächendeckenden Versorgung zu.

Das bezirkliche Konzept baut insofern auf den durch die gemeinsamen Landesentwicklungsplanung, den Flächennutzungsplan und durch den Stadtentwicklungsplan StEP Zentren 3 für Berlin und für die zentralen Versorgungsbereiche formulierten Rahmenbedingungen, Strategien und Handlungsempfehlungen auf und konkretisiert diese für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin.

Insbesondere erfolgt durch das Konzept eine Bewertung der Versorgungssituation im Bezirk (Angebote/Nachfrage), eine räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, eine Revision des durch den StEP Zentren 3 definierten Zentrengefüges einschließlich der Ergänzung um Nahversorgungszentren und die Darstellung von Möglichkeiten zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch bezirkliche Planungen und bezirkliches Verwaltungshandeln.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept dient dabei als wichtige Grundlage für die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung und den Schutz der zentralen Versorgungsbereiche über das mit den Novellen von 2004 und 2007 erweiterte Instrumentarium des Baugesetzbuches (BauGB).

Die Ziele des Konzeptes sind also:

- Stabilisierung der bestehenden Stadtzentren
- Sicherstellung einer ausgewogenen und differenzierten Versorgungsstruktur
- Gewährleistung einer flächendeckenden Nahversorgung
- Schaffung einer Handlungsgrundlage für Standortentscheidungen und planerische Steuerungsprozesse
- Konkretisierung der landesplanerischen Rahmensetzungen

1.1 Anlass

Das Land Berlin ist bereits seit einigen Jahren bemüht, den negativen Effekten der Einzelhandelsentwicklung in den letzten Jahren

entgegenzuwirken. Mit der Aufstellung des StEP Zentren 2020 wurde 2005 ein wichtiges Planwerk zur Steuerung des Einzelhandels geschaffen. Der Stadtentwicklungsplan konnte jedoch nicht als Basis für die Bauleitplanung dienen, da die ausgewiesenen Zentren räumlich nicht abgegrenzt und die unteren Zentrenkategorien (insb. Nahversorgungszentren) vollkommen fehlten. Der StEP Zentren 2020 konnte daher nur als Grundlage für die Erarbeitung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten auf Ebene der Bezirke dienen.

Die Aussagen des StEP Zentren 2020 wurden in den Folgejahren konkretisiert durch die Ausführungsvorschriften AV Einzelhandel (2007) und AV Zentrenkonzepte (2009). Während die AV Einzelhandel im Wesentlichen der Definition der einschlägigen Begriffe dient und Hinweise insb. zur Aufstellung von Bauleitplänen und zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben gibt, erklärt die AV Zentrenkonzepte die Notwendigkeit bezirklicher Einzelhandels- und Zentrenkonzepte, um die Ziele des StEP Zentren 2020 umsetzen zu können. Außerdem gibt sie detaillierte Hinweise zu Inhalt und Aufbau der bezirklichen Konzepte und stellt bereits Ansiedlungsregeln für den Einzelhandel auf, die für alle Bezirke gelten sollen.

Das Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg hat sich Ende 2009 entschieden, seine Einzelhandelsentwicklung mithilfe eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu steuern.

Gleichzeitig mit der Erarbeitung dieses Konzeptes wurde durch die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung der Stadtentwicklungsplan Zentren überarbeitet. Dieser wurde im April 2011 als StEP Zentren 3 durch den Senat beschlossen. Dieser ersetzt den StEP Zentren 2020 und soll u.a. bei Überarbeitungen der AV Einzelhandel und der AV Zentrenkonzepte als Grundlage dienen.

1.2 Methodik

Die Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin erfolgte zunächst auf Grundlage der Ausführungsvorschriften AV Einzelhandel und AV Zentrenkonzepte sowie des StEP Zentren 2020. Nach Beschluss des überarbeiteten StEP Zentren 3 wurde das Konzept entsprechend angepasst.

Das Konzept besteht aus drei wesentlichen Elementen:

- Bestandsaufnahme und –analyse
- Untersuchung, Abgrenzung und Charakterisierung der bezirklichen Zentren
- Aufstellung eines Regelungskatalogs für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben

Diese sollen im Folgenden erläutert werden:

Erstes Element: Bestandsaufnahme und –analyse

Eine umfassende Aufnahme des Einzelhandelsbestands im Bezirk wurde im Dezember 2009 / Januar 2010 durchgeführt. Dabei wurden alle Einzelhandelsbetriebe im Bezirk einzeln begangen und ihre Verkaufsfläche – unter Berücksichtigung der branchenspezifischen Zuordnung ihres Warensortiments – dokumentiert. Die Daten wurden anschließend in ein geographisches Informationssystem (GIS) aufgenommen.

Auf Grundlage des so entstandenen elektronischen Modells des bezirklichen Einzelhandels konnten nun verschiedene statistische Untersuchungen durchgeführt werden, die etwa die – warengruppenbezogenen – Verkaufsflächen, die Verkaufsflächen je Einwohner oder durchschnittliche Betriebsgrößen für verschiedene Teilgebiete und für den Bezirk zum Ergebnis hatten. Zusammen mit Daten zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft können auf dieser Grundlage Aussagen zur Kaufkraftbindung für die verschiedenen Warengruppen in den bezirklichen Planungsräumen und Zentren gemacht werden.

Aus der Kaufkraftbindung schließlich lassen sich in einem späteren Schritt Empfehlungen für die weitere Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ableiten.

Zweites Element: Untersuchung, Abgrenzung und Charakterisierung der bezirklichen Zentren

Für die Festlegung und Abgrenzung der bezirklichen Zentren bildet der Bestand des Einzelhandels eines von mehreren Kriterien. So werden räumliche Barrieren und gewachsene städtebauliche Verbindungen ebenso berücksichtigt wie der Bestand an öffentlichen und privaten Dienstleistungen und Gastronomie oder die Erreichbarkeit. Neben den bereits durch den Stadtentwicklungsplan Zentren 3 vorgegebenen

höherrangigen Zentren werden die für die flächendeckende Versorgung bedeutsamen Nahversorgungszentren sowie außerhalb der regulären Zentrenstruktur stehende Sonderstandorte neu ausgewiesen. Die Zentren werden auf einer Karte lagegenau dargestellt und abgegrenzt. Zusätzlich dargestellt werden außerdem die Einzugsbereiche für die Nahversorgungsfunktion der jeweiligen Zentren.

Drittes Element: Aufstellung eines Regelungskatalogs für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben

Um die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu erreichen bedarf es klarer Regeln für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet. Die AV Zentrenkonzepte gibt bereits eine Vielzahl dieser Regeln für ganz Berlin vor. Diese Regeln werden in das bezirkliche Zentrenkonzept übernommen und durch weitere bezirksspezifische Regeln ergänzt.

1.3 Planungsrechtliche Einordnung

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird als fachlicher Teilplan zur Bereichsentwicklungsplanung erarbeitet und als solcher durch die Bezirksverordnetenversammlung des Bezirks Friedrichshain-Kreuzberg beschlossen.

Entsprechend den in den Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen für das Land Berlin (AV Einzelhandel) formulierten Vorgaben ist das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept als sonstige städtebauliche Planung im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Bauleitplanung zu berücksichtigen, soweit sie mit den Nachbarbezirken abgestimmt ist und den Vorgaben des StEP Zentren entspricht. Es ist bei der Festsetzung der zentralen Versorgungsbereiche in Bebauungsplänen zu berücksichtigen und kann zur Geltendmachung schädlicher Auswirkungen auf diese Bereiche (§ 2 Abs. 2 und § 34 Abs. 3 BauGB) maßgeblich herangezogen werden.

Gemäß den Ausführungsvorschriften zum Aufbau und Inhalt bezirklicher Einzelhandels- und Zentrenkonzepte (AV Zentrenkonzepte) sind die bezirklichen Zentrenkonzepte aus dem StEP Zentren und dem Flächennutzungsplan zu entwickeln. Sie sollen einfach abrufbare Grundlagen für Entscheidungen über Ansiedlung, Änderung und Erweiterung von Einzelhandelseinrichtungen in den Bezirken bereitstellen

2 Rahmenbedingungen

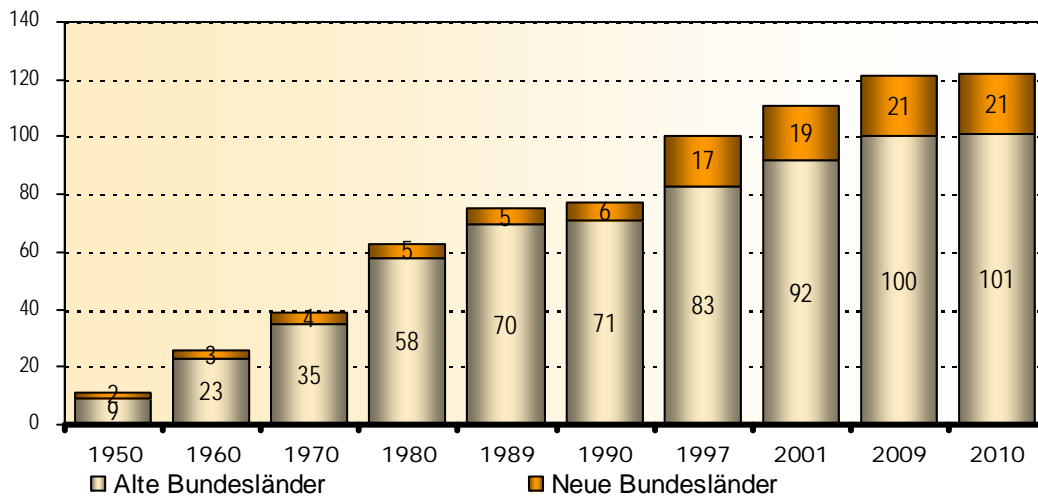
2.1 Entwicklungstendenzen im Einzelhandel und Verbraucherverhalten in Deutschland

Im Folgenden werden kurz die wesentlichen Tendenzen, die sich im Einzelhandel und im Verbraucherverhalten in Deutschland abzeichnen, skizziert, um deutlich zu machen, in welche Richtung sich voraussichtlich die Einzelhandelslandschaft im Berliner Raum – und damit auch im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – entwickeln wird.

2.1.1 Entwicklungstendenzen im deutschen Einzelhandel

Im deutschen Einzelhandel besteht seit Jahren eine Tendenz zu größeren Verkaufsflächen je Einzelhandelsgeschäft mit möglichst umfassendem Sortiment. So hat die Verkaufsfläche in Deutschland seit 1990 von 77 Millionen m² auf 118 Millionen m² (+ 53%) im Jahr 2005 zugenommen (Abb. 1). Bis zum Jahr 2010 wird mit einem Anstieg auf 125 Millionen m² (+62% gegenüber 1990) gerechnet.

Abb. 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im deutschen Einzelhandel (Mio. m²)



Quelle: Concepta, IfHS, Schätzungen des EHI Retail Institute

Im Jahr 1990 standen je Einwohner des Bundesgebietes (alte Länder) 1,12 m² Verkaufsfläche bereit. Im Jahr 2005 wurden 1,42 m² Verkaufsfläche registriert.¹

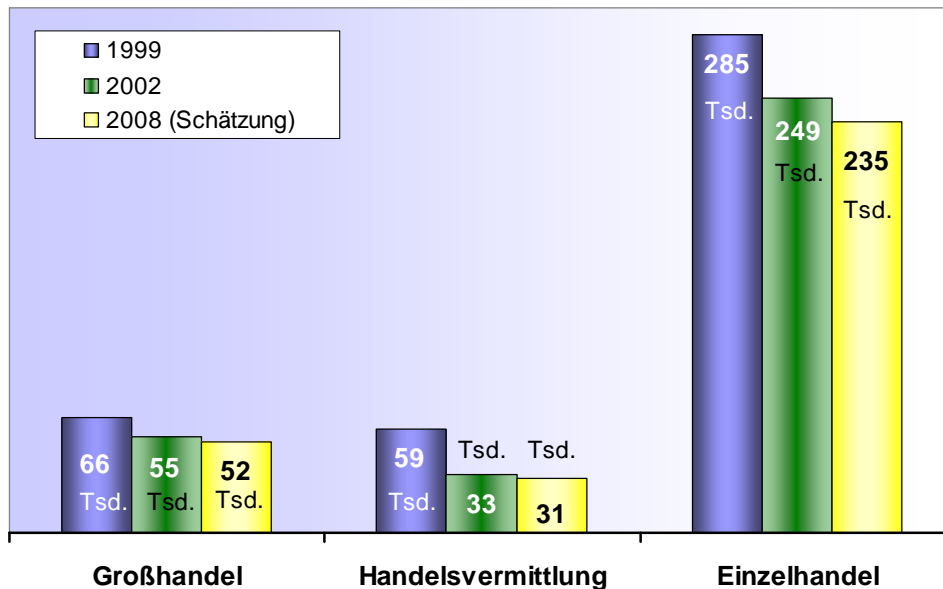
¹ Quelle: Berechnungen der Gutachter auf Basis der Bevölkerungs- und Verkaufsflächendaten des Handel aktuell 1997 und 2009/2010; Hrsg.: Europäisches Handelsinstitut Köln (EHI)

Die Zahl der großflächigen Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser hat sich in Deutschland von 1970 (528) bis 2007 (3.150) nahezu versechsfacht.²

1965 gab es in Deutschland lediglich zwei Shopping Center mit einer Verkaufsfläche über 10.000 m². Bis zum Jahresbeginn 2009 war diese Zahl auf 414 gestiegen.³

Während die Marktanteile der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser, der Fachmärkte und der filialisierten Fachgeschäfte in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen sind und weiter steigen werden, nimmt die Zahl der kleineren und mittleren Fachgeschäfte und ihr Marktanteil deutlich ab (Abb. 2 und 3).

Abb. 2: Abschmelzungsprozesse bei der Zahl der Unternehmen im Groß- und Einzelhandel in Deutschland

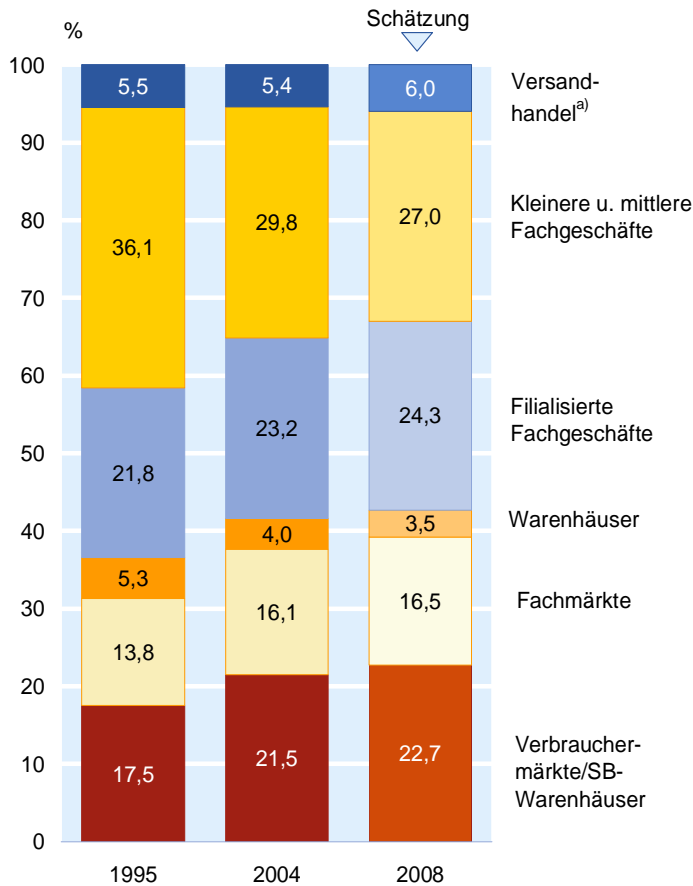


Quelle: Eurostat, Statistisches Bundesamt, Berechnungen und Schätzungen des ifo Instituts.

² Quelle: EHI (Hrsg.): Handel aktuell 2007/2008, S. 209

³ Quelle: EHI (Hrsg.): Handel aktuell 2009/2010, S. 227

Abb. 3: Marktanteile der Betriebstypen des Einzelhandels in Deutschland



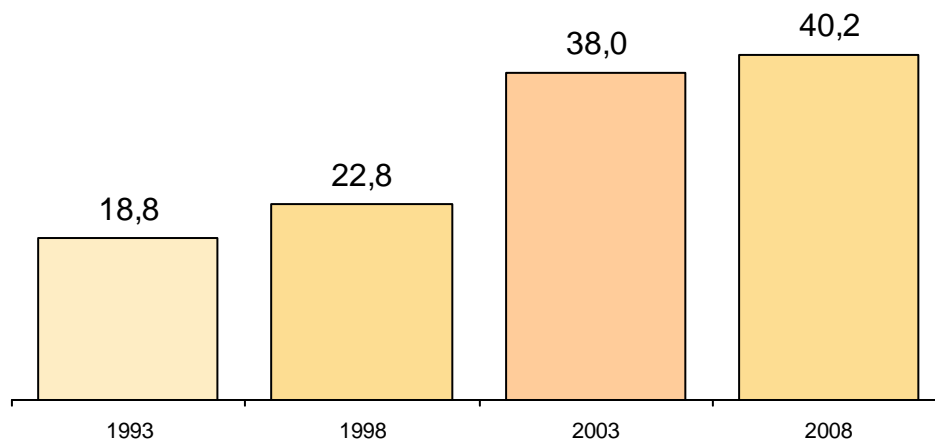
^{a)} Gesamtumsatz (einschließlich stationärer Einzelhandel).

Quelle: Berechnung und Schätzungen des ifo-Instituts anhand von Unterlagen des Statistischen Bundesamts, Handelskooperationen und -unternehmen (2008).

Der Trend zu größeren Flächen geht einher mit steigenden Ansprüchen an die Standorte für Einzelhandelsbetriebe: Gefragt sind in erster Linie so genannte "Bestlagen" in etablierten Zentren, aber auch die neu entwickelten Flächen in bzw. an Bahnhöfen sowie Standorte in peripheren Lagen mit guter Verkehrsanbindung und einer großen Zahl an Parkplätzen.

Die Discount-orientierten Betriebsformen sind weiter auf dem Vormarsch. Dies gilt insbesondere für den Lebensmittelsektor. Der Anteil der Discounter am gesamten Umsatz des Lebensmittel-Einzelhandels hat sich im Verlauf von fünfzehn Jahren mehr als verdoppelt (1993 = rd. 19%, 2008 = 40,2%; Abb. 4).

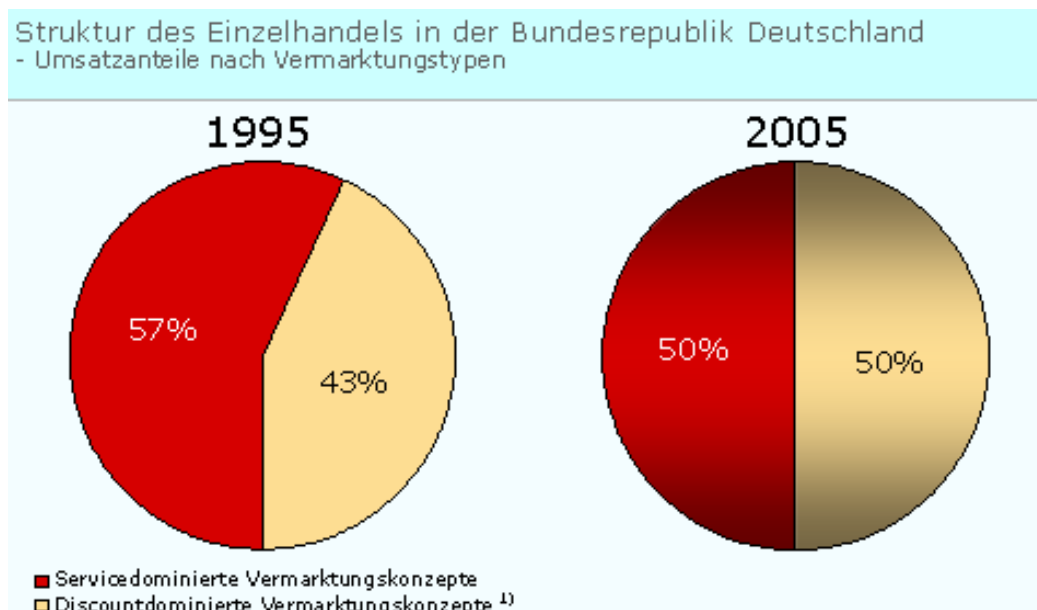
Abb. 4: Umsatzanteile der Discounter am deutschen Lebensmittel-Einzelhandel 2008



Quelle: Euromonitor, Nielsen, EHI Retail Institute

Ganz generell wird auch außerhalb des Lebensmittel-Einzelhandels mit einer Zunahme der Bedeutung der discountorientierten Betriebsformen im deutschen Einzelhandel gerechnet (die Entwicklung von 1995 bis 2005 zeigt Abb. 5).⁴

Abb. 5: Anteile serviceorientierter und discountorientierter Vermarktungskonzepte am Umsatz im deutschen Einzelhandel 1995 und 2005



Quelle: Metro AG

Der dargestellten Entwicklung folgend kann davon ausgegangen werden, dass im Jahr 2010 die 50-Prozent-Marke bereits überschritten ist.

⁴ Vgl. BBE Unternehmensberatung (Hrsg.): BBE-Einzelhandelsszenario 2015, Köln 2006, S. 286.

Das Discountsegment macht allerdings sowohl im Lebensmittel-Einzelhandel als auch im Nonfood-Bereich, darunter in der wichtigen Bekleidungsbranche, einen Wandel durch:

- Die Betreiber von Lebensmittel-Discountern setzen zunehmend auf ein ökologisches Image. Bei der Entwicklung neuer Standorte wird zunehmend auf Nachhaltigkeit bei der Wahl der Baustoffe, der Energieverwendung (Stichwort Kraft-Wärme-Koppelung, Wärmedämmung) und der Einsparung von CO₂ gesetzt. So will die Fa. Lidl ab diesem Jahr 100 Märkte nach Energieeffizienz- und Nachhaltigkeits-Standards bauen. Aldi-Süd hat bereits im Jahr 2005 mit dem Einsatz von Photovoltaik-Anlagen in seinen Märkten die Richtung vorgegeben. Den Angaben von Aldi-Süd zufolge waren im vergangenen Jahr bereits rd. 60 dieser Anlagen – vornehmlich auf den Dächern der Märkte – eingesetzt.
- Forciert durch den Expansionskurs ausländischer Bekleidungsanbieter, die wie das irische Unternehmen Primark Designermode zu günstigen Preisen anbieten, überdenken in Deutschland angesiedelte Firmen sowohl ihre Ausstattungsstandards als auch ihr Angebot. Herausgefordert sind insbesondere Anbieter wie Adler, kik oder takko, aber auch Unternehmen wie H&M oder C&A. „Billig“ bedeutet in Zukunft nicht mehr „Schnäppchenjagd“ auf Kosten von Servicequalität und Einkaufserlebnis. Vielmehr sind die Reduzierung auf das Wesentliche, eine klare Niveauehebung bei der Ladengestaltung sowie eine sorgfältig austarierte Zielgruppenansprache die entscheidenden Hebel beim „trading up“ im Discountsegment.

Im Einzelhandel ist eine weitere Zunahme des Filialisierungsgrades festzustellen, d.h. die Zahl der Geschäfte, die Zweigstellen von Filialunternehmen sind, nimmt zu. Dieser Entwicklung steht ein Rückgang der Zahl der kleinen und ungebundenen, inhabergeführten Geschäfte gegenüber.

Für den nicht-stationären Einzelhandel sind in den kommenden Jahren weitere Umsatzzuwächse zu erwarten (siehe die Entwicklung des „Versandhandels“ in Abb. 3). Dies ist in erster Linie auf weiter steigende Käufe der Verbraucher über das Internet zurückzuführen.

2.1.2 Entwicklungstendenzen im Verbraucherverhalten

Die im Einzelhandel feststellbaren Tendenzen zur Kundenorientierung einerseits und zur Kostenorientierung andererseits finden ihre Entsprechung auch im Verbraucherverhalten: Die Konsumenten zeigen zum Einen eine klare Preisorientierung, die sie auch weitere Wege zu größeren Einzelhandelsbetrieben mit einem niedrigpreisigen Angebot zurücklegen lässt; zum Anderen verstärkt sich bei den Verbrauchern der Hang zur „Convenience“, dem bequemen Einkauf in der Nähe.

Bei Nicht-Lebensmitteln (sog. Non-Food-Sortiment) entscheiden sich die Verbraucher von Fall zu Fall für den erlebnisorientierten Einkauf in Zentren oder den Versorgungskauf in der Nachbarschaft.

Verbraucher haben unterschiedliche Preis- und Qualitätsvorstellungen von Erzeugnissen in Abhängigkeit von dem jeweiligen Zweck, für den sie sie benötigen. Dieses Einkaufsverhalten wird als „hybrid“ bezeichnet und macht deutlich, dass eine eindeutige Zuordnung der Konsumenten zu einem bestimmten Typus wie „preis-orientiert“ oder „Convenience-orientiert“ nicht möglich ist, weil der einzelne Kunde in verschiedenen Situationen unterschiedlich reagiert.

In der Praxis dokumentiert sich dieses „hybride“ Einkaufsverhalten einerseits im stark preisorientierten Einkauf z.B. von Grundnahrungsmitteln in niedrigpreisigen Lebensmittel-Discountmärkten bzw. SB-Warenhäusern oder in der Schnäppchenjagd z.B. nach preisgesenkten Bekleidungsstücken aus dem Hochpreissegment (bezeichnet als „Smart-Shopping“), um andererseits das so gesparte Geld in kostspielige Güter oder Dienstleistungen anlegen zu können.

Selbstverständlich wird das Einkaufsverhalten darüber hinaus ganz wesentlich von den individuellen Verhältnissen des einzelnen Verbrauchers, z.B. von Alter, Familienstand, Einkommen, konkreter Wohn- und Versorgungssituation etc. beeinflusst.

Einflüsse auf das Einkaufsverhalten werden vor allem von dem zunehmenden Durchschnittsalter der Bevölkerung in Deutschland erwartet. Das Interesse älterer Verbraucher ist tendenziell stärker auf Qualität der gekauften Produkte sowie auf Beratung und Service im Einzelhandel ausgerichtet.

Der bereits in den letzten Jahren sprunghaft angestiegene Vertrieb über Handelsplattformen im Internet wird in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen. Zu lange etablierten (Versand-) händlern, die sich auf diesem

Wege neue Märkte erschließen wollen (z. B. Otto, Neckermann, Tchibo) sind neue Geschäftsmodelle mit teilweise eigenen Vertriebsformen gekommen, die im Internet inzwischen eine große Rolle spielen (z. B. ebay, amazon, Dell). Es ist zu erwarten, dass der örtliche Einzelhandel insb. in Bereichen besonders breiter Teilsortimente (z.B. Bücher, elektronische Medien) oder hochspezialisierter Produkte (z.B. Computer, Elektronik, Hobby) verstärkt von einer Kundenwanderung ins Internet betroffen sein wird.

2.2 Entwicklung des Berliner Einzelhandels

2.2.1 Entwicklungstendenzen im Berliner Einzelhandel

Im Einzelhandel der Hauptstadt Berlin zeichnen sich ähnliche Entwicklungstendenzen im Einzelhandel ab wie im gesamten Bundesgebiet. So ist die Verkaufsfläche zwischen 1990 und 2008 von 2,3 Millionen m² auf 4,5 Millionen m² gestiegen.

Tab. 1: Entwicklung der Verkaufsfläche im Berliner Einzelhandel von 1990 bis 2009

| Jahr | Verkaufsfläche Mio. m ² | m ² VKF je Einwohner |
|------|---------------------------------------|------------------------------------|
| 1990 | 2,3 | 0,66 |
| 1995 | 2,9 | 0,85 |
| 2000 | 3,6 | 1,08 |
| 2005 | 4,3 | 1,26 |
| 2008 | 4,5 | 1,32 |
| 2009 | 4,2 | 1,25 |
| 2010 | 4,3 | 1,3 |

Für das Jahr 2009 wird mit einem weiteren Anstieg der Verkaufsfläche im Berliner Einzelhandel gerechnet (vgl. Tab. 1).

Die dargestellte Entwicklung kommt nahezu einer Verdoppelung der Angebotsflächen gleich und übertrifft damit deutlich die Dynamik des gesamtdeutschen Einzelhandels (vgl. Pkt. 2.1.1).

Der hohe Anstieg der Verkaufsfläche in Berlin seit 1990 ist in erster Linie dem hohen Nachholbedarf im Ostteil der Stadt geschuldet, wo vor dem Mauerfall nur eine Verkaufsfläche je Einwohner von 0,3 m² zur Verfügung stand. Sowohl eine Vielzahl von großflächigen Anbietern des

Lebensmittel-Einzelhandels als auch von Fachmärkten und Shopping-Centern an verschiedenen, überwiegend nicht in den gewachsenen Zentren Ost-Berlins gelegenen Standorten haben das Defizit in kurzer Zeit abgebaut. Die Flächenzuwächse bedeuteten einerseits zwar eine wünschenswerte Verbesserung der Versorgungsqualität, stellten aber andererseits aus raumordnerischer Sicht eine Störung, zum Teil sogar eine Zerstörung der zentralörtlichen Struktur der Stadt dar.

Die Liste der nichtintegrierten Standorte im Ostteil der Stadt reicht von Ansiedlungen an der Landsberger Allee (u.a. Fachmarktzentrum Landsberger Allee 358, Allee-Center) über Einkaufszentren und Fachmarktstandorte in Marzahn und Hellersdorf (u.a. Eastgate, Biesdorf-Center, Fachmarktzentrum Märkische Spitze) bis zu Projekten im Ortsteil Mitte, wie die Planungen zu einer Ergänzung des Alexa-Standortes.

Der Verkaufsflächenzuwachs wurde aber auch durch Ansiedlungen im Westteil der Stadt bewirkt, wo z.B. die Gropiuspassagen in Neukölln zum größten Einkaufszentrum Berlins ausgebaut wurden. Ebenso haben Ansiedlungen in Tempelhof-Schöneberg wie die Bauhaus- und IKEA-Standorte an der Alboinstraße, die Eröffnung von Möbel-Kraft am Sachsendamm oder die neuen Center in der Steglitzer Schloßstraße (u.a. EKZ „Das Schloß“) diesen Zuwachs begünstigt.

Die Bedeutung des großflächigen Einzelhandels für die Versorgung der Berliner Bevölkerung und für die Wettbewerbslage wird erst deutlich, wenn die Großflächen im Zusammenhang mit der Gesamt-Verkaufsfläche der Stadt gesehen werden. Einer Untersuchung aus dem Jahr 2006 zufolge verteilen sich rd. zwei Drittel der in Berlin vorhandenen Verkaufsfläche auf Einzelhandelsbetriebe, die eine Betriebsgröße von mehr als 700 m² VKF aufweisen.⁵

Tab. 2: Verteilung der Verkaufsfläche des Berliner Einzelhandels zu Beginn des Jahres 2006

| Verkaufsfläche unter 700 m ² | | Verkaufsfläche 700 m ² und größer | | Verkaufsfläche insgesamt m ² |
|---|------|--|------|--|
| m ² | % | m ² | % | |
| 1.599.700 | 37,5 | 2.667.900 | 62,5 | 4.267.600 |

Noch klarer wird das Bild, wenn man sich die Verteilung der Verkaufsflächen nach Größenklassen betrachtet. Ebenfalls knapp zwei

⁵ Damalige Grenze der Großflächigkeit; lt. AV Einzelhandel vom Nov. 2007= 800 m² VKF.

Drittel der Verkaufsfläche großflächiger Einzelhandelsbetriebe entfallen auf Großobjekte mit einer Betriebsgröße ab 5.000 m² Verkaufsfläche.

Tab. 3: Verteilung der Verkaufsfläche des Berliner Einzelhandels Anfang 2006 (nur Betriebe über 700 m²)

| 700 m ² bis 4.999 m ² | | 5.000 m ² und größer | | Insgesamt Verkaufsfläche m ² |
|---|------|---------------------------------|------|---|
| VKF m ² | % | VKF m ² | % | |
| 954.850 | 35,8 | 1.713.050 | 64,2 | 2.667.900 |

Der expansiven Flächenentwicklung in Berlin steht eine rückläufige Entwicklung der Kaufkraft der Berliner Bevölkerung entgegen (Abb. 9). Lag diese im Jahr 2003 noch bei 5.260 € pro Kopf, erreichte sie im Jahr 2009 einen Wert von 5.114 €, was nur noch 93,80% des Bundesdurchschnitts entspricht.⁶

Tab. 4: Entwicklung der Kaufkraft in Berlin in den zurückliegenden Jahren

| Jahr | einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Berlin (€ pro Kopf) | Kaufkraftkoeffizient (in % zum Bundesdurchschnitt) |
|------|---|--|
| 2003 | 5.260 | 100,97 |
| 2004 | 5.152 | 99,70 |
| 2005 | 5.112 | 97,68 |
| 2006 | 4.927 | 96,47 |
| 2007 | 5.308 | 94,79 |
| 2008 | 5.201 | 94,19 |
| 2009 | 5.112 | 93,76 |
| 2010 | 5.055 | 93,68 |

Auch der Einzelhandelsumsatz kann mit der Entwicklung der Verkaufsfläche Berlins nicht mithalten. Die Umsatzentwicklung im Berliner Einzelhandel ist seit Jahren rückläufig, nur im Jahr 2007 ist geringer Zuwachs zu verzeichnen. Die Folge der starken Flächenzunahme einerseits und des sinkenden Umsatzes andererseits findet ihren Ausdruck in der sinkenden Flächenproduktivität des Einzelhandels, d.h.

⁶ Quelle: Prognose der BBE-Regionalforschung Köln

der je m² Verkaufsfläche pro Jahr erzielte Umsatz sinkt und liegt seit dem Jahr 2005 bereits unter der Marke von 4.000 € je m² VKF.

Tab. 5: Entwicklung der Flächenproduktivität im Berliner Einzelhandel zwischen den Jahren 2003 und 2008 sowie Prognose für das Jahr 2009

| Jahr | Umsatz je m² Verkaufsfläche und Jahr (€) | % |
|-------------------|--|----------|
| 2003 | 4.090 | 100,0 |
| 2004 | 4.050 | 99,0 |
| 2005 | 3.850 | 94,1 |
| 2006 | 3.700 | 90,5 |
| 2007 | 3.650 | 89,2 |
| 2008 | 3.550 | 86,8 |
| 2009 ⁷ | 3.450 | 84,4 |
| 2010 ⁷ | 3.420 | 83,6 |

Die steigende Zahl der jährlich nach Berlin kommenden Touristen konnte den erkennbaren Trend zur gegenläufigen Entwicklung von Verkaufsfläche und Umsatz im Berliner Einzelhandel nicht aufhalten.

Die Gutachter gehen davon aus, dass sich der aufgezeigte Trend in den kommenden Jahren fortsetzen wird. Hierfür spricht eine Reihe von Einzelhandelsprojekten, die zum Teil bereits genehmigt oder in Vorbereitung sind. Zu diesen Projekten zählen u. a. Erweiterungen bestehender Einkaufszentren (z.B. „Rathauscenter“ in Pankow, „Schlosspark-Passage“ in Buch). Auch die Erweiterung der Gropiuspassagen ist im Gespräch.

Mehrere Projekte sind in Stadtteilzentren und Ortsteilzentren oder in deren Nähe geplant bzw. im Bau: Lankwitzer Straße (Lichterfelde-Ost), „Rathauscenter“ in Tempelhof, Elcknerplatz in Köpenick. Unter den Planungen befinden sich auch eine Reihe von Möbelhäusern, die aufgrund ihrer Größe den Verkaufsflächenbestand in Berlin deutlich anwachsen lassen werden (u.a. Höffner-Planung in Spandau, IKEA Landsberger Allee).

⁷ Schätzung Büro Standort Handel

2.2.2 Auswirkungen auf den Berliner Einzelhandel

Die eingangs dargestellten Entwicklungstendenzen im Einzelhandel und im Verbraucherverhalten werden sich auf den Einzelhandel in Berlin voraussichtlich folgendermaßen auswirken:

- **Verkehrsmittelwahl**

Ein großer Teil der Bewohner von Berlin ist auf den Kfz-orientierten Einkauf („Kofferraum als Einkaufstasche“) fixiert. Der Einkauf bei großflächigen Anbietern und die Nutzung des Pkw für den Einkaufsweg sind – neben dem wohnortnahen Einkauf zu Fuß – wesentliche Bestandteile des Konsumentenverhaltens geworden. Gleichwohl weist der Bezirk Friedrichshain- Kreuzerg als innerstädtischer und städtebaulich verdichteter Bezirk ein weiterhin stark auf den "Umweltverbund" (ÖPNV, Fahrrad, zu Fuß gehen) ausgerichtetes Mobilitätsverhalten auf. Aus diesem Grund werden auch künftig die Wohnortnähe und Kleinteiligkeit von Einzelhandelseinrichtungen eine besondere Bedeutung haben.

- **Anstieg der Verkaufsflächen**

Die durchschnittliche Verkaufsfläche je Verkaufseinrichtung wird auch im Berliner Einzelhandel weiter steigen. Dieser Trend entspricht sowohl dem Bestreben der Handelsunternehmen, ihre Sortimente auszuweiten und angemessen zu präsentieren, als auch dem Verhalten der Verbraucher, die ihre bei großflächigen Anbietern gewonnenen Maßstäbe hinsichtlich Breite und Tiefe der Produktpalette und einer umfassenden Auswahl in verschiedenen Preislagen in immer stärkerem Maße auch auf andere Anbieter übertragen.

- **Anstieg der Ladengrößen**

Discountorientierte Handelsunternehmen des Lebensmittel-Einzelhandels begnügten sich bei ihren Ansiedlungsvorhaben bisher vielfach mit einer Verkaufsfläche von 700 m². Sie blieben damit unterhalb des bei der Beurteilung der Verträglichkeit eines Einzelhandelsprojekts nach § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung üblicherweise als kritisch angesehenen Wertes. In einer Entscheidung vom November 2005 hat das Bundesverwaltungsgericht diese Grenze der Großflächigkeit bei

800 m² Verkaufsfläche festgelegt. Es ist daher schon heute zu erkennen, dass Einzelhandelsunternehmen diese Entscheidung zum Anlass nehmen, ihre Planungen für neue Standorte oder bei Standorterweiterungen auch in Berlin auf eine Verkaufsfläche von ca. 800 m² auszurichten.

- **Gestiegene Angebots-, Service- und Qualitätsansprüche**

Die Ansprüche der Verbraucher sind hoch: In den Berliner Einkaufsstrassen und großflächigen Shopping-Centern wird eine Mischung aus bekannten Filialisten und regionalen Anbietern erwartet, das Angebot muss umfassend sein und neben dem Niedrigpreis-Segment auch das hochwertige, besondere Marktsegment abdecken. Darüber hinaus muss den Erwartungen der Kunden im Hinblick auf Einkaufserlebnis, Ambiente und Service Rechnung getragen werden.

- **Gestiegene Mobilität der Kunden**

Die ganz überwiegende Mehrzahl der Verbraucher ist bei der Wahl ihrer Einkaufsstätten äußerst mobil und legt nur noch in seltenen Fällen Treue zu bestimmten Geschäften an den Tag. Die räumliche Nähe zu den Verbrauchern kann nicht mehr als „Umsatzgarantie“ betrachtet werden.

- **Zunehmende räumliche Konzentration**

Die Orientierung der Verbraucher auf die Einzelhandelsangebote an den innerstädtischen, gewachsenen Standorten einerseits und auf die großflächigen Einkaufszentren am Rande und außerhalb der Städte andererseits wird weiter zunehmen. Im „Wettbewerb der Standorte“ wird sich also der Druck auf die Standorte, die zwischen diesen Polen liegen, verstärken.

- **Weiterer Anstieg der Verkaufsflächen**

Die Expansionsbestrebungen der großen Einzelhandelsunternehmen werden voraussichtlich dazu führen, dass die Verkaufsflächen in Berlin trotz der von allen Beteiligten immer wieder beschworenen, bereits seit Langem bestehenden „Überausstattung“ weiter wachsen werden. Viele Unternehmen rechnen sich weiterhin Chancen aus, mit neuen Flächen an verkehrsgünstigen Standorten die erforderlichen Umsätze für einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb erzielen zu können.

- **Erweiterung bestehender Center**

Es ist damit zu rechnen, dass auch die Entwickler und Betreiber von Shopping Centern die Erweiterung ihrer Objekte prüfen. Dabei richtet sich ihr Interesse nicht in jedem Fall auf Vorhaben an etablierten Einzelhandelsstandorten.

- **Zunehmender Leerstand**

Einzelhandelsstandorte, die sich außerhalb der „Bestlagen“ in etablierten Zentren befinden, unterliegen zum Teil merklichen Abwertungen. Vor allem für die Räume kleiner und mittelgroßer Einzelhandelsunternehmen, die ihre Geschäftstätigkeit beendet haben, finden sich häufig keine anspruchsvollen Nachnutzer aus dem Handel, vielfach aber auch gar keine Nachnutzer. Dies führt dazu, dass der Leerstand ebenerdiger Geschäftsräume in Berlin tendenziell eher zu- als abnehmen wird. In den kommenden Jahren ist auch damit zu rechnen, dass größere Einzelhandelsobjekte aufgegeben werden, die sowohl den von Seiten des Handels als auch den von Seiten der Verbraucher gestellten Standortanforderungen nicht mehr genügen.

- **Zunehmende Konzentration**

Der Abschmelzungsprozess bei der Zahl der Einzelhandelsunternehmen wird sich nach allen Prognosen auch in Berlin fortsetzen. Betroffen sind in erster Linie kleinere, inhabergeführte Geschäfte. Lebensmittel-Discounter, aber auch Tankstellen, übernehmen mehr und mehr Funktionen der Nahversorgung.

- **Keine Renaissance kleinteiliger Vollversorgung**

Von dem stattfindenden demografischen Wandel ist voraussichtlich keine flächendeckende Wiederbelebung der Nahversorgung durch kleine, wohnortnahe Geschäfte in Berlin zu erwarten. Mit dem Alterungsprozess der Bevölkerung ist zwar eine stärkere Convenience-Orientierung dieser Verbrauchergruppe und tendenziell ein steigendes Interesse an kleineren, wohnortnahen Geschäften verbunden. Auch ist mit der Verbreitung von Spätkauf-Läden und „Convenience-Stores“ durchaus ein Trend zu diesen wohnort- bzw. arbeitsplatznahen Strukturen zu erkennen. Auf der anderen Seite sind die Verbraucher aber auch preisbewusst, an eine große Auswahl gewöhnt und äußerst mobil. Auch mit

zunehmendem Alter tendieren sie zum Einkauf in größeren Geschäften, sofern diese sich vor allem in Hinblick auf Übersichtlichkeit, Beratung und Service auf die Zielgruppe der älteren Konsumenten einstellen.

- **Weiterhin gute Versorgungssituation**

Die Versorgungszufriedenheit der Bevölkerung in Berlin ist hoch, das haben die Befragungen im Rahmen verschiedener Untersuchungen der Gutachter ergeben. Auch bei der zu erwartenden Vergrößerung der Maschen des Versorgungsnetzes ist nicht damit zu rechnen, dass es zu Versorgungsnotständen und zu einem rapiden Sinken der Versorgungszufriedenheit kommen wird, da zahlreiche Verbraucher ihr Kraftfahrzeug bis ins hohe Alter auch zum Einkaufen nutzen und da es auch für weniger Mobile eine Vielzahl von Versorgungsmöglichkeiten gibt (z. B. „Rollende Läden“, Getränke- und Tiefkühl-Heimdienste, Nachbarschaftshilfe etc.). Auch wenn sich für einen Teil der älteren Bevölkerung die Versorgungssituation objektiv verschlechtert, wird dies vielfach subjektiv von den Betroffenen nicht so empfunden.

- **Fortsetzung des Trends zu ökologischen Angeboten**

In den vergangenen Jahren war eindeutig ein Trend zu ökologisch orientierten Angeboten zu erkennen. Angesichts des wachsenden Anteils bewusst nach Öko-Kriterien einkaufender Einwohner in den inneren Bezirken und Ortsteilen wird diese Entwicklung voraussichtlich anhalten. Dies betrifft im Besonderen den Lebensmittel-Einzelhandel (Bio-Märkte etc.).

3 Bestandserfassung und -analyse des Einzelhandels in Friedrichshain-Kreuzberg

3.1 Bestehende Zentren- und Einzelhandelsstruktur gem . Stadtentwicklungsplan (StEP) Zentren 3

Die Berliner Zentrenstruktur ist mehrgliedrig aufgebaut und berücksichtigt die unterschiedlichen Funktionen der zahlreichen Zentren. Die Gesamtheit der zentralen Versorgungsbereiche (= Zentren) wird dabei aufgeteilt in die städtischen Zentren, deren Bedeutung i.d.R. überörtlich ist und die nur auf örtlicher Ebene relevanten Zentren. Als städtische Zentren gelten (in hierarchischer Reihenfolge von oben nach unten):

- Zentrumsbereiche (mit Zentrumsbereichskernen)
- Hauptzentren
- Stadtteilzentren
- Ortsteilzentren

Die unterschiedlichen Zentrenhierarchien werden im Stadtentwicklungsplan (StEP) Zentren 3 genannt und charakterisiert. Außerdem erfolgt eine Aufzählung der städtischen Zentren. Eine räumliche Abgrenzung erfolgt jedoch im Rahmen des StEP Zentren nicht. Die noch im StEP Zentren 2020 verzeichneten „Besonderen Stadtteilzentren“ sind als eigene Kategorie entfallen, ebenso eine Darstellung der Verkaufsflächen und der „Entwicklungskorridore“ für die einzelnen Zentren.

Unterhalb dieser städtischen Zentren sind die Nahversorgungszentren (auch Wohngebietszentren genannt) angesiedelt, die auf Bezirksebene festgelegt werden.

Ein wesentlicher Inhalt des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist die Festlegung der Nahversorgungszentren und die Abgrenzung aller bezirklicher Zentren (vom Nahversorgungszentrum bis zum Zentrumsbereich). Nur so kann eine genaue Definition der im Bezirk vorhandenen zentralen Versorgungsbereiche erfolgen, um diese in Zukunft wirksam vor schädlichen Auswirkungen neuer Einzelhandels-Ansiedlungen schützen zu können.

Der StEP Zentren 3 stellt im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg fünf städtische Zentren dar:

- **Hauptzentrum Frankfurter Allee** (einschl. Ringcenter I; OT Friedrichshain)

- **Hauptzentrum Hermannplatz/Kottbusser Damm** (OT Kreuzberg)
- **Stadtteilzentrum Kottbusser Tor/Kottbusser Straße** (OT Kreuzberg)
- **Stadtteilzentrum Mehringdamm** (OT Kreuzberg)
- **Stadtteilzentrum Ostbahnhof/Mühlenstraße** (OT Friedrichshain, im StEP Zentren 2020 noch Ortsteilzentrum)

Die beiden Hauptzentren des Bezirks überschreiten die Bezirksgrenze und liegen teilweise in den Nachbarbezirken. So liegt das Ringcenter II und III als Teil des Hauptzentrums Frankfurter Allee außerhalb des S-Bahnringes und damit im Bezirk Lichtenberg. Überwiegende Anteile des Hauptzentrums Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm befinden sich im Bezirk Neukölln.

3.2 Einzelhandelsbestand in Friedrichshain-Kreuzberg

Die Einzelhandelsstruktur des Bezirks spiegelt die durch den StEP Zentren 3 vorgegebene Zentrenstruktur wieder. Ein Großteil der großflächigen Einzelhandelsbetriebe und alle Zentren und Warenhäuser des Bezirks befinden sich im Bereich der genannten städtischen Zentren. Großflächige Angebote außerhalb der Zentren beschränken sich im Wesentlichen auf Lebensmittel (Supermärkte und Discounter) sowie in deutlich geringerem Maße auf Möbel. Außerdem befindet sich mit Hellweg ein großflächiger Baumarkt außerhalb der Zentren.

Außerhalb dieser städtischen Zentren entspricht die Einzelhandelsstruktur der gewachsenen Stadtstruktur des Bezirks. Während in den weitgehend intakt gebliebenen gründerzeitlichen Quartieren (südliches und östliches Kreuzberg sowie östliches Friedrichshain) eine teilweise sehr dichte kleinteilige Struktur mit örtlich unterschiedlichen Schwerpunkten im Angebot vorherrscht, ist das Angebot in den Nachkriegsquartieren des „inneren Rings“ deutlich geringer. Es beschränkt sich im Gegensatz zu dem vielfältiger ausgestatteten und gründerzeitlich geprägten „äußeren Ring“ weitgehend auf Sortimente des kurzfristigen Bedarfs.

Schwerpunkte der kleinteiligen Handelsstrukturen außerhalb der städtischen Zentren sind der Graefekiez, der Bereich Lausitzer Platz/Eisenbahnstraße, die Wrangelstraße, der Bereich Warschauer Straße / Kopernikusstraße / Wühlichstraße sowie die Samariterstraße.

3.2.1 Bestandserhebung

Zur Bewertung des vorhandenen Einzelhandelsangebots wurde im Winter 2009/ 2010 eine umfassende Bestandsaufnahme durchgeführt. In dieser Erhebung wurde jeder im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg angesiedelte Einzelhandelsbetrieb mit Angabe seines Standortes (Adresse) erfasst, seine Verkaufsfläche geschätzt und nach Branchen bzw. Warengruppen kategorisiert.

Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe wurde dabei den folgenden Bedarfsgruppen zugeordnet:

- **Waren des kurzfristigen Bedarf**
 - Nahrungs- und Genussmittel
 - Back-, Fleisch- und Wurstwaren
 - Blumen, Zoo- und Heimtierbedarf
 - Drogerie- und Parfümeriewaren, Kosmetik
 - Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel
 - PBS (Papier, Büro- und Schreibwaren), Zeitungen, Zeitschriften, Bücher

- **Waren des mittelfristigen Bedarfs**
 - Bekleidung/Textilien
 - Schuhe/Lederwaren
 - Gartenbedarf
 - Bau- und Heimwerkerbedarf, Autozubehör
 - Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren, Geschenkartikel
 - Spielwaren, Hobby-/Bastelbedarf, Musikinstrumente
 - Sportartikel/Fahrräder/Campingbedarf

- **Waren des langfristigen Bedarfs**

- Teppiche / Gardinen / Dekorationsbedarf
- Bettwaren / Haus-, Tisch- u. Bettwäsche
- Möbel (incl. Gartenmöbel)
- Elektrobedarf, Leuchten, sonst. hochwertige Haushaltgeräte
- Unterhaltungselektronik/PC/Kommunikationstechnik
- Foto/Optik/Akustik
- Uhren/Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel (u.a. Aktionsware der Discountbetriebe)

Die dargestellte Aufteilung nach Branchen bzw. Warengruppen entspricht den Einkaufsgewohnheiten der Konsumenten und lässt eine differenzierte Bewertung des vorhandenen Einzelhandelsbestandes zu.

In den bezirklichen Zentren wurden neben den Einzelhandelsangeboten auch die Angebote des konsumnahen Dienstleistungssektors sowie des Hotel- und Gastgewerbes erfasst, um eine Bewertung darüber vornehmen zu können, in welchem Umfang das vorhandene Einzelhandelsangebot durch weitere kundenorientierte Angebote ergänzt wird.

Die so erfassten Daten wurden anschließend EDV-gerecht aufgearbeitet und in ein geographisches Informationssystem (GIS) integriert, was eine schnelle und bequeme Anzeige der Daten in Karten- und Tabellenform sowie einen ebensolchen Zugriff auf die Daten ermöglicht.

Neben dem Bestand der Einzelhandelsflächen im Bezirk wurden verschiedene soziale und demographische Daten eingespeist und ebenfalls GIS-konform aufgearbeitet. Dies ermöglicht die direkte Gegenüberstellung der Angebote sowie nachfragebezogener Daten (z.B. Kaufkraftbindung, Zentralität etc.).

3.2.2 Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsfläche

Im Rahmen der Bestandsaufnahme konnten im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg **2.193 Einzelhandelsbetriebe** erfasst werden, die über einen

Gesamtbestand an **Verkaufsfläche von 255.780 m²** verfügten.⁸ Dies ergibt bei einer Gesamtbevölkerung in Friedrichshain-Kreuzberg per 31.12.2008 von 262.257 einen Ausstattungswert von **0,98 m² Verkaufsfläche je Einwohner**.⁹

Getrennt nach Ortsteilen ergibt sich das in Tabelle 6 dargestellte Bild.

Tab. 6: Verkaufsfläche in Friedrichshain-Kreuzberg per Januar 2010

| Ortsteil | VKF m² | m² VKF je Einwohner |
|--|--------------------------|---------------------------------------|
| Friedrichshain | 114.505 | 1,00 |
| Kreuzberg ¹⁰ | 141.275 | 0,95 |
| Friedrichshain-Kreuzberg gesamt | 255.780 | 0,98 |

Der ermittelte Ausstattungswert liegt sowohl im Ortsteil Friedrichshain als auch in Kreuzberg unterhalb des Berliner Durchschnitts. Dies ist in erster Linie der überwiegend kleinteiligen Struktur der Einzelhandelsbetriebe des Bezirkes geschuldet (vgl. Tab. 7).

Im Ortsteil Friedrichshain liegt die durchschnittliche Betriebsgröße über der für den Ortsteil Kreuzberg ermittelten Größe. Dies liegt darin begründet, dass Friedrichshain durch das Ring-Center I, das Warenhaus Kaufhof am Ostbahnhof, den Hellweg-Baumarkt und die Möbel-Oase am Wriezener Bahnhof über Großansiedlungen verfügt, die trotz des auf Kreuzberger Seite vorhandenen Karstadt-Warenhauses am Herrmannplatz, des Möbelhauses Exil an der Köpenicker Straße oder der Domäne (Teppiche, Gemischtwaren) am Blücherplatz stärker zu Buche schlagen. Auch unterscheidet sich die gewachsene kleinteilige Einzelhandelsstruktur Kreuzbergs von der Friedrichshains in der Weise, dass in Friedrichshain bis 1990 eine deutlich geringere Anzahl von Einzelhandelsbetrieben angesiedelt war. Der vorhandene Nachholbedarf

⁸ Incl. 2.520 m² VKF auf Schöneberger Gebiet (vgl. Fußnote 10).

⁹ Diese Werte sind mit den für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg im StEP Zentren 2020 dargestellten Bestandswerten für 2003 nicht vergleichbar, da die seinerzeit vom FfH-Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung mbH erhobenen Daten auf einer anderen Erfassungsmethodik beruhen, d.h., eine Bestandserhebung vor Ort wurde nicht vorgenommen.

¹⁰ Incl. Anbieter auf Schöneberger Gebiet, die fast ausschließlich der Versorgung der im Viktoriakiez lebenden Bevölkerung dienen. Hierbei handelt es sich um Lebensmittel-Discountmärkte, einen Getränkemarkt und einen Tankstellenshop, die sich auf ehemaligem Bahngelände an der Kreuzbergstraße sowie an der Dudenstraße befinden, das grundstücksseitig zum Ortsteil Schöneberg gehört. Aufgrund der Trennung durch die Bahntrasse nehmen diese Betriebe keinerlei Versorgungsfunktion für den Ortsteil Schöneberg wahr.

wurde vornehmlich durch großflächige Einzelhandelsbetriebe gedeckt, allem voran durch Betriebe des Lebensmittel-Einzelhandels. Diese beeinflussen die durchschnittliche Betriebsgröße heute, nachdem die Ausstattungsunterschiede in Friedrichshain gegenüber Kreuzberg mehr als ausgeglichen sind, spürbar.

Tab 7: Durchschnittliche Betriebsgröße des Einzelhandels in Friedrichshain-Kreuzberg per Januar 2010

| Ortsteil | Anzahl Betriebe | VKF m² | m² VKF je Betrieb |
|--|------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| Friedrichshain | 909 | 114.505 | 126 |
| Kreuzberg | 1.284 | 141.275 | 110 |
| Friedrichshain-Kreuzberg gesamt | 2.193 | 255.780 | 117 |

Nach Planungsräumen ergibt sich folgendes Bild:

Tab.8: Verkaufsfläche im Ortsteil Friedrichshain per Januar 2010

| Planungsraum | VKF m² | m² VKF je Einwohner |
|------------------------------|--------------------------|---------------------------------------|
| Samariterviertel | 27.270 | 1,51 |
| Hausburgviertel | 1.365 | 0,17 |
| Richard-Sorge-Viertel | 4.050 | 0,43 |
| Friedenstraße | 1.800 | 0,28 |
| Barnimkiez | 3.590 | 0,65 |
| Andreasviertel | 29.465 | 2,50 |
| Weberwiese | 6.115 | 0,61 |
| Wriezener Bhf. | 18.055 | 34,33 |
| Traveplatz | 7.805 | 0,45 |
| Boxhagener Platz | 11.940 | 0,65 |
| Stralauer Kiez | 3.020 | 0,49 |
| Stralauer Halbinsel | 30 | 0,01 |
| Friedrichshain gesamt | 114.505 | 1,00 |

Die Ausstattungswerte mit Verkaufsfläche je Einwohner spiegeln die unterschiedliche Struktur des **Friedrichshainer Einzelhandels** wider (vgl. Tab. 8):

- In den nördlich der Frankfurter Allee/Karl-Marx-Allee gelegenen Gebieten überwiegt die Nahversorgung, eine Ausnahme stellt hier das Samariterviertel dar, in dem sich das Ring-Center I sowie das vergleichsweise umfangreiche Angebot entlang der Frankfurter Allee befindet.
- Der relativ hohe Ausstattungswert für den Barnimkiez ergibt sich aus der Umrechnung der Verkaufsfläche von vier Lebensmittelmärkten (Kaiser's, Reichelt, Netto, Aldi) mit einer Gesamtfläche von rd. 3.000 m² VKF auf die geringe Zahl von rd. 5.500 Einwohnern.
- Von den südlich der Frankfurter Allee/Karl-Marx-Allee gelegenen Gebieten ergibt sich für den Kiez um den Wriezener Bahnhof ein Extremwert, da die Verkaufsfläche des Hellweg-Baumarktes (ca. 10.000 m² VKF) und der Möbel-Oase (ca. 6.700 m² VKF) auf nur rd. 500 Bewohner dieses Gebietes umgerechnet wurde.
- Von den übrigen, südlich der Frankfurter Allee gelegenen Gebieten weist das Andreasviertel den höchsten Wert auf. In dem Ausstattungswert von 2,50 m² VKF je Einwohner schlägt sich – neben den Einzelhandelsangeboten an der Karl-Marx-Allee – vor allem die Verkaufsfläche des Kaufhof-Warenhauses am Ostbahnhof nieder.

Auch im **Ortsteil Kreuzberg** stellt sich die Ausstattung mit Verkaufsfläche unterschiedlich dar (Tab. 9):

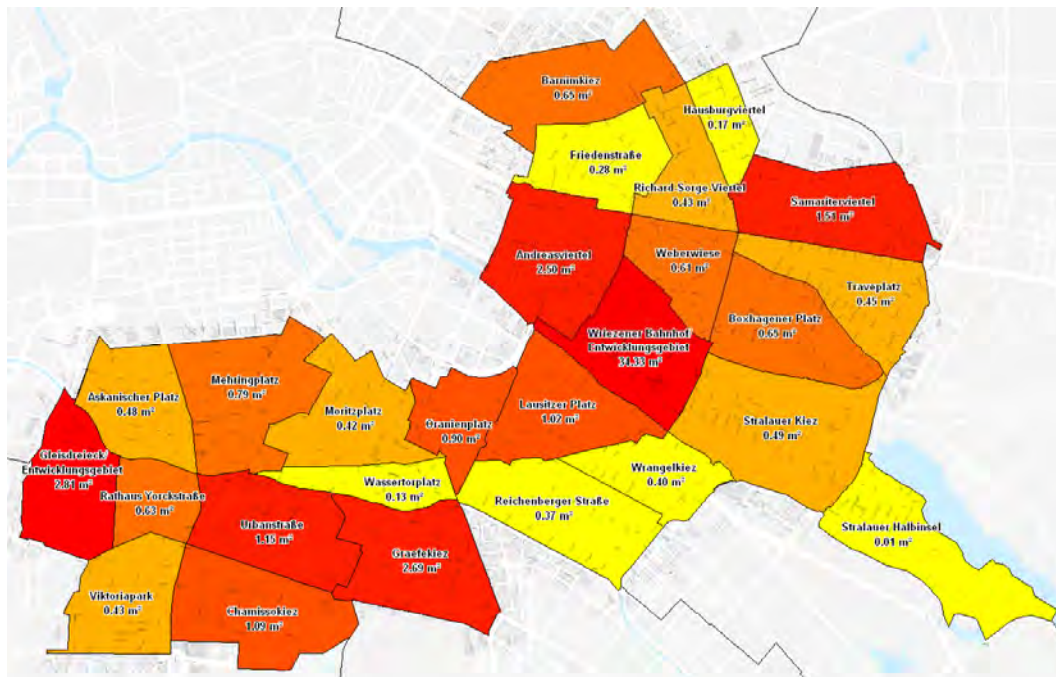
- Im westlichen Teil Kreuzbergs weisen die dichten urbanen Gebiete – Chamissokiez und Urbanstraße – die größte Einzelhandelskonzentration auf. Während im Chamissokiez vor allem der Bereich um die Bergmannstraße/ Marheineckeplatz durch vielfältige Einzelhandelsangebote gekennzeichnet ist (u.a. Marheineckehalle), wird der Ausstattungswert der Urbanstraße sowohl durch die kleinteilige Struktur entlang der Gneisenau- und Blücherstraße als auch durch die Großflächigkeit am Blücherplatz (Domäne) beeinflusst.
- Der hohe Wert für das Gebiet um das Gleisdreieck ergibt sich aus der Umrechnung der dort vorhandenen Verkaufsfläche eines Möbelanbieters (ca. 700 m² VKF) auf die geringe Zahl von knapp 300 Einwohnern.

- Im östlichen Teil Kreuzbergs weist der Graefekiez den höchsten Ausstattungswert auf. Dieser wird vor allem durch das Karstadt-Warenhaus am Herrmannplatz geprägt (rd. 30.000 m² Verkaufsfläche).

Tab. 9: Verkaufsfläche im Ortsteil Kreuzberg per Januar 2010

| Lebens-/Teilraum | VKF m² | m² VKF je Einwohner |
|-------------------------|--------------------------|---------------------------------------|
| Gleisdreieck | 820 | 2,81 |
| Askanischer Platz | 3.050 | 0,48 |
| Rathaus Yorckstraße | 3.565 | 0,63 |
| Viktoriapark | 6.780 | 0,69 |
| Chamissokiez | 16.005 | 1,09 |
| Urbanstraße | 13.785 | 1,15 |
| Mehringplatz | 10.075 | 0,79 |
| Moritzplatz | 6.090 | 0,42 |
| Graefekiez | 48.685 | 2,69 |
| Wassertorplatz | 670 | 0,13 |
| Oranienplatz | 8.410 | 0,90 |
| Lausitzer Platz | 13.385 | 1,02 |
| Reichenberger Straße | 5.445 | 0,37 |
| Wrangelkiez | 4.510 | 0,40 |
| Kreuzberg gesamt | 141.275 | 0,95 |

Abb. 6: Verkaufsfläche je Einwohner nach Planungsräumen (Januar 2010)



Mehr als die Hälfte der im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg vorhandenen Verkaufsfläche verteilt sich auf die Zentren (Tab. 10, zur weiteren Erläuterung der bezirklichen Zentren s. Pkt. 4.1). Hier sind rd. 52% der erfassten Verkaufsfläche konzentriert.

Knapp ein Drittel der auf die Zentren entfallenden Verkaufsfläche ist im Hauptzentrum Hermannplatz/Kottbusser Damm angesiedelt (31,0%). Ein hoher Verkaufsflächenanteil entfällt ebenfalls auf das Hauptzentrum Frankfurter Allee (19,2%), das Ortsteilzentrum Ostbahnhof (18,1%) sowie auf das Stadtteilzentrum Mehringdamm (11,4%). Auch hier macht sich der Einfluss der großflächigen Angebote wie das Karstadt-Warenhaus am Hermannplatz, das Ring-Center I bzw. des Kaufhof-Warenhauses am Ostbahnhof bemerkbar. Am Mehringdamm dagegen überwiegen kleinteilige Einzelhandelsangebote.

Tab.10: Verteilung der Verkaufsfläche auf die bezirklichen Zentren

| Zentrums-kategorie | Zentrumsname | VKF m ² | % |
|--|--|--------------------|--------------|
| Zentrumsbereich | Historische Mitte ¹¹ | 2.975 | 2,2 |
| Hauptzentrum | Hermannplatz/Kottbusser Damm ¹¹ | 41.575 | 30,3 |
| Hauptzentrum | Frankfurter Allee | 26.335 | 19,2 |
| Stadtteilzentrum | Mehringdamm/Bergmannstr. ¹² | 15.265 | 11,1 |
| Stadtteilzentrum | Kottbusser Tor ¹³ | 11.470 | 8,4 |
| Stadtteilzentrum | Ostbahnhof | 24.340 | 17,8 |
| Nahversorgungszentrum | Mehringplatz/südl. Friedrichstraße | 3.070 | 2,2 |
| Nahversorgungszentrum | Wrangelstraße | 2.855 | 2,1 |
| Nahversorgungszentrum | Warschauer Straße ¹⁴ | 4.880 | 3,6 |
| Nahversorgungszentrum | Boxhagener Straße | 2.395 | 1,7 |
| Nahversorgungszentrum | Landsberger Allee | 1.955 | 1,4 |
| Friedrichshain-Kreuzberg gesamt | | 137.115 | 100,0 |

Die Betrachtung der Verkaufsfläche nach Branchen bzw. Warengruppen zeigt, dass der größte Anteil auf Waren des kurzfristigen Bedarfs entfällt (43,7%, vgl. Tab. 11). Dies spiegelt die Bedeutung wider, die der Nahversorgung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg zukommt. Diese Tatsache wird durch die im Bezirk angesiedelten Großobjekte wie das Karstadt-Warenhaus am Herrmannplatz, das Ring-Center I oder das Kaufhof-Warenhaus am Ostbahnhof, die einen hohen Anteil an Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs aufweisen und deutlich über die Bezirksgrenzen hinausgehende Einzugsgebiete besitzen, überdeckt.

Trotz der genannten Großobjekte ist der Anteil der Verkaufsfläche für Waren des mittelfristigen Bedarfs mit 30,4% bzw. von 25,9% für Waren des langfristigen Bedarfs geringer als der für Waren des kurzfristigen Bedarfs.

¹¹ nur für Zentrumsbereich in Friedrichshain-Kreuzberg

¹² Incl. Erweiterungsbereich

¹³ Incl. Erweiterungsbereich

¹⁴ Incl. Erweiterungsbereich

Tab. 11: Verkaufsfläche des Friedrichshain-Kreuzberger Einzelhandels nach Branchen bzw. Warengruppen

| Branche/Warengruppe | VKF m² | Anteil in % |
|---|--------------------------|------------------------|
| Nahrungs- u. Genussmittel | 75.475 | 29,5 |
| Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren | 5.435 | 2,1 |
| Blumen, Zoo, Heimtierbedarf | 6.040 | 2,4 |
| Drogerie, Parfümerie, Kosmetik | 10.285 | 4,0 |
| Pharmazeutische Artikel | 3.315 | 1,3 |
| Papier-, Büro-, Schreibwaren, Zeitungen | 11.320 | 4,4 |
| kurzfristiger Bedarf | 111.870 | 43,7 |
| Bekleidung, Wäsche | 34.805 | 13,6 |
| Schuhe, Lederwaren | 6.635 | 2,6 |
| Gartenbedarf | 2.385 | 0,9 |
| Bau- und Heimwerkerbedarf | 9.850 | 3,9 |
| GPK, Hausrat, Geschenkartikel | 11.950 | 4,7 |
| Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstrumente | 6.070 | 2,4 |
| Sportartikel, Fahrräder, Camping | 6.040 | 2,4 |
| mittelfristiger Bedarf | 301.475 | 30,4 |
| Teppiche, Gardinen, Dekostoffe | 5.210 | 2,0 |
| Bettwaren, Haus-, Tisch- u. Bettwäsche | 5.965 | 2,3 |
| Möbel | 23.285 | 9,1 |
| Elektro, Leuchten, elektr. HH-Geräte | 4.310 | 1,7 |
| Unterhaltungselektronik, Tonträger, PC | 9.620 | 3,8 |
| Foto, Optik, Akustik | 2.195 | 0,9 |
| Uhren, Schmuck | 1.920 | 0,8 |
| Sonstiger Einzelhandel | 13.670 | 5,3 |
| langfristiger Bedarf | 669.125 | 25,9 |
| Einzelhandel insgesamt | 255.780 | 100,0 |

3.3 Kaufkraft, Nachfragevolumen und Kaufkraftbindung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg

3.3.1 Kaufkraft

Das Gutachterteam orientiert sich bezüglich der im Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft an den jährlichen Prognosedaten der BBE-Regionalforschung Köln, in denen die regionalen Kaufkraftunterschiede berücksichtigt werden. Die u.a. auf den Steuerbescheiden der Kommunen

basierenden Kaufkraftdaten weisen für das Einzugsgebiet und das Jahr 2009 folgende einzelhandelsrelevante Ausgaben aus:

Tab. 12: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner des Bezirkes Friedrichshain-Kreuzberg nach Postleitzahlgebieten (Schätzung 2009)

| PLZ | Gebiet | KK-Niveau (% des Bundesdurchschn.) | Kaufkraft- potenzial (EUR/Kopf/Jahr) |
|-------|--|--|--|
| 10243 | Friedensstraße, Andreasviertel, Weberwiese, Wriezener Bahnhof | 91,65 | 4.997 |
| 10245 | Boxhagener Platz, Stralauer Kiez, Stralauer Halbinsel | 90,95 | 4.959 |
| 10247 | Samariterviertel, Traveplatz | 90,79 | 4.951 |
| 10249 | Barnimkiez, Richard- Sorge-Viertel, Hausburgviertel | 91,16 | 4.970 |
| 10961 | Urbanstraße | 92,00 | 5.016 |
| 10963 | Askanischer Platz, Rathaus Yorckstraße | 91,40 | 4.983 |
| 10965 | Chammissokietz, Viktoriaplatz | 91,95 | 5.013 |
| 10967 | Graefekiez | 91,42 | 4.984 |
| 10969 | Mehringplatz, Moritzplatz, Wassertorplatz | 91,23 | 4.974 |
| 10997 | Wrangelkiez, Lausitzer Platz | 91,16 | 4.970 |
| 10999 | Reichenberger Straße, Oranienplatz | 91,42 | 4.984 |

Die Kaufkraft der Friedrichshain-Kreuzberger Gebiete liegt unterhalb des Berliner Durchschnitts von 92,99 (=5.209 EUR pro Einwohner und Jahr) und deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 5.452 EUR pro Einwohner und Jahr (=100,00%). Nur die Postleitzahlgebiete Urbanstraße und Chamisso- bzw. Viktoriakiez erreichen Pro-Kopf-Werte, die über der 5.000-EUR-Grenze liegen.

3.3.2 Nachfragevolumen

Aus der Multiplikation der Einwohnerzahl des Einzugsgebietes mit den einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner errechnet sich das Nachfragevolumen, das im Einzelhandel des Bezirkes Friedrichshain-Kreuzberg für Warenkäufe zur Verfügung steht.

Ausgehend von der im jeweiligen Lebens- bzw. Teilraum vorhandenen Einwohnerzahl errechnet sich das in den Tabellen 13 und 14 dargestellte einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen.

Tab. 13: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen für den Einzelhandel des Ortsteiles Friedrichshain nach Lebens- bzw. Teilräumen

| Lebens-/Teilraum | Einwohner | Kaufkraft je Einwohner EUR | Nachfrage- volumen 1.000 EUR |
|----------------------------------|----------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| Samariterviertel | 18.022 | 4.948 | 89.173 |
| Hausburgviertel | 8.111 | 4.969 | 40.304 |
| Richard-Sorge-Viertel | 9.355 | 4.969 | 46.485 |
| Friedenstraße | 6.472 | 4.994 | 32.318 |
| Barnimkiez | 5.525 | 4.971 | 27.465 |
| Andreasviertel | 11.782 | 4.999 | 58.898 |
| Weberwiese | 9.968 | 4.999 | 49.830 |
| Wriezener Bhf. | 526 | 4.999 | 2.629 |
| Traveplatz | 17.312 | 4.948 | 85.660 |
| Boxhagener Platz | 18.434 | 4.958 | 91.396 |
| Stralauer Kiez | 6.153 | 4.948 | 30.445 |
| Stralauer Halbinsel | 2.499 | 4.948 | 12.365 |
| Friedrichshain gesamt | 114.159 | 4.966 | 566.968 |

Für den Einzelhandel des Ortsteiles Friedrichshain steht ein Nachfragevolumen von rd. 567 Mio. EUR zur Verfügung.

Das Nachfragevolumen für den Ortsteil Kreuzberg liegt mit rd. **739 Mio. EUR** höher als das für den Ortsteil Friedrichshain (Abbildung 19). Dies liegt neben dem geringfügig höheren Kaufkraftniveau an der höheren

Einwohnerzahl Kreuzbergs, woraus sich eine höhere Kaufkraft- bzw. Nachfragesumme errechnet.

Tab. 14: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen für den Einzelhandel des Ortsteiles Kreuzberg nach Lebens- bzw. Teilräumen

| Lebens-/Teilraum | Einwohner | Kaufkraft je Einwohner EUR | Nachfrage- volumen 1.000 EUR |
|-------------------------|----------------|-------------------------------|------------------------------------|
| Gleisdreieck | 292 | 4.986 | 1.456 |
| Askanischer Platz | 6.320 | 4.986 | 31.512 |
| Rathaus Yorckstraße | 5.628 | 4.986 | 28.061 |
| Viktoriapark | 9.827 | 5.014 | 49.273 |
| Chamissokiez | 14.723 | 5.015 | 73.834 |
| Urbanstraße | 11.989 | 5.016 | 60.137 |
| Mehringplatz | 12.786 | 4.974 | 63.598 |
| Moritzplatz | 14.652 | 4.974 | 72.879 |
| Graefekiez | 18.099 | 4.986 | 90.242 |
| Wassertorplatz | 4.995 | 4.995 | 24.845 |
| Oranienplatz | 9.344 | 4.981 | 46.544 |
| Lausitzer Platz | 13.160 | 4.980 | 65.537 |
| Reichenberger Straße | 14.914 | 4.986 | 74.361 |
| Wrangelkiez | 11.369 | 4.980 | 56.752 |
| Kreuzberg gesamt | 148.098 | 4.989 | 739.031 |

Für Friedrichshain-Kreuzberg stehen zusammen rd. **1.306 Mio. EUR** für Einzelhandelskäufe bereit.

In den einzelnen **Branchen bzw. Warengruppen** ergibt sich für den Einzelhandel des Ortsteiles Friedrichshain das in Tab. 15 dargestellte Nachfragevolumen. Aus der Abbildung wird deutlich, dass der größere Teil dieses Nachfragevolumens für den Kauf von Waren des kurzfristigen Bedarfs bereitsteht (= 57,4%). Auf Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs entfallen zusammen 42,5% dieses Volumens.

Tab. 15: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen für den Einzelhandel des Ortsteiles Friedrichshain nach Branchen bzw. Warengruppen

| Branche/Warengruppe | Kaufkraft je Einwohner EUR | Nachfrage- volumen 1.000 EUR | Anteil in % |
|--|---------------------------------------|---|------------------------|
| Nahrungs- u. Genussmittel | 1.618 | 184.727 | 33,0 |
| Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren | 237 | 27.021 | 4,8 |
| Blumen, Zoo, Heimtierbedarf | 93 | 10.617 | 1,9 |
| Drogerie, Parfümerie, Kosmetik | 203 | 23.169 | 4,1 |
| Pharmazeutische Artikel | 500 | 57.080 | 10,2 |
| PBS, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher | 169 | 19.287 | 3,4 |
| kurzfristiger Bedarf | 2.820 | 321.901 | 57,4 |
| Bekleidung, Wäsche | 397 | 45.350 | 7,7 |
| Schuhe, Lederwaren | 96 | 10.925 | 2,0 |
| Gartenbedarf | 73 | 8.361 | 1,5 |
| Bau- und Heimwerkerbedarf | 451 | 51.514 | 9,2 |
| GPK, Hausrat, Geschenkartikel | 61 | 7.015 | 1,3 |
| Spielwaren, Hobby, Basteln | 96 | 10.925 | 2,0 |
| Sportartikel, Fahrräder, Camping | 71 | 8.157 | 1,5 |
| mittelfristiger Bedarf | 1.246 | 142.247 | 25,1 |
| Teppiche, Gardinen, Dekostoffe | 52 | 5.964 | 1,1 |
| Bettwaren, Haus-, Tischwäsche | 49 | 5.550 | 1,0 |
| Möbel | 244 | 27.907 | 4,2 |
| Elektro, Leuchten, elektr. HH- geräte | 117 | 13.341 | 2,2 |
| Unterhaltungselekt. Tonträger, PC | 267 | 30.474 | 5,4 |
| Foto, Optik, Akustik | 93 | 10.601 | 1,9 |
| Uhren, Schmuck | 42 | 4.823 | 1,0 |
| Sonstiger Einzelhandel | 36 | 4.161 | 0,7 |
| langfristiger Bedarf | 901 | 102.820 | 17,5 |
| Einzelhandel insgesamt | 4.966 | 566.968 | 100,0 |

Für den Ortsteil Kreuzberg stellt sich die Nachfragesituation wie folgt dar:

Tab. 16: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen für den Einzelhandel des Ortsteiles Kreuzberg nach Branchen bzw. Warengruppen

| Branche/Warengruppe | Kaufkraft je Einwohner EUR | Nachfragevolumen 1.000 EUR | Anteil in % |
|--|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------------|
| Nahrungs- u. Genussmittel | 1.624 | 240.513 | 32,5 |
| Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren | 238 | 35.231 | 4,8 |
| Blumen, Zoo, Heimtierbedarf | 93 | 13.812 | 1,9 |
| Drogerie, Parfümerie, Kosmetik | 204 | 30.224 | 4,1 |
| Pharmazeutische Artikel | 500 | 74.063 | 10,0 |
| PBS, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher | 170 | 25.158 | 3,4 |
| kurzfristiger Bedarf | 2.829 | 419.001 | 56,7 |
| Bekleidung, Wäsche | 400 | 59.189 | 8,0 |
| Schuhe, Lederwaren | 96 | 14.257 | 1,9 |
| Gartenbedarf | 74 | 10.934 | 1,5 |
| Bau- und Heimwerkerbedarf | 452 | 66.930 | 9,1 |
| GPK, Hausrat, Geschenkartikel | 62 | 9.220 | 1,2 |
| Spielwaren, Hobby, Basteln | 96 | 14.257 | 1,9 |
| Sportartikel, Fahrräder, Camping | 72 | 10.702 | 1,4 |
| mittelfristiger Bedarf | 1.252 | 185.488 | 25,1 |
| Teppiche, Gardinen, Dekostoffe | 54 | 8.037 | 1,1 |
| Bettwaren, Haus-, Tischwäsche | 49 | 7.258 | 1,0 |
| Möbel | 246 | 36.452 | 4,9 |
| Elektro, Leuchten, elektr. HH- geräte | 118 | 17.456 | 2,4 |
| Unterhaltungselekt. Tonträger, PC | 268 | 39.762 | 5,4 |
| Foto, Optik, Akustik | 93 | 13.812 | 1,9 |
| Uhren, Schmuck | 43 | 6.310 | 0,9 |
| Sonstiger Einzelhandel | 37 | 5.454 | 0,7 |
| langfristiger Bedarf | 908 | 134.541 | 18,2 |
| Einzelhandel insgesamt | 4.989 | 739.031 | 100,0 |

3.3.3 Kaufkraftbindung

Aus der Gegenüberstellung des Umsatzes der in Friedrichshain-Kreuzberg angesiedelten Einzelhandelsbetriebe zum dort vorhandenen Nachfragepotenzial errechnet sich die Kaufkraftbindung. Diese gibt

Auskunft darüber, welcher Anteil dieses Nachfragepotenzials durch den Einzelhandel des Bezirkes gebunden werden kann. Die ermittelte Bindungsquote gibt gleichzeitig Auskunft über die Einzelhandelszentralität des Bezirkes, die sich aus dem Saldo der zu- und abfließenden Kaufkraft errechnet.

Den Schätzungen und Berechnungen des Gutachterteams zufolge erzielten die Einzelhandelsbetriebe des Bezirkes im Jahr 2009 einen Umsatz in Höhe von rd. 672 Mio. EUR. Diesem Umsatz steht – wie in Punkt 3.3.1 dargestellt – ein vergleichbares Nachfragevolumen von rd. 1.306 Mio. EUR gegenüber. Aus diesem Verhältnis errechnet sich eine **Kaufkraftbindung von 51,3%**.

Diese Kaufkraftbindung ist für einen Berliner Bezirk, der eine zentrale Lage innerhalb des Stadtgebietes aufweist, sehr gering. Üblicherweise liegt die Kaufkraftbindung in den Berliner Bezirken – über alle Branchen bzw. Warengruppen gerechnet – zwischen 60 und 70%.

Die geringe Kaufkraftbindung bedeutet, dass die **Einzelhandelszentralität des Bezirkes Friedrichshain-Kreuzberg sehr niedrig** ist. Dies deutet auf Defizite in der Attraktivität der im Einzelhandel des Bezirkes vorhandenen Angebote hin. Gleichzeitig muss jedoch festgehalten werden, dass die Attraktivität naheliegender, jedoch außerhalb der Bezirksgrenzen gelegener Einzelhandelsangebote hoch ist und zu einem nicht unerheblichen Kaufkraftabfluss aus beiden Ortsteilen des Bezirkes führt. Zu nennen sind u.a. die neu entstandenen Angebote am Alexanderplatz, wo mit dem Einkaufszentrum „Alexa“, dem neu gestalteten Kaufhof-Warenhaus sowie dem Saturn-Neubau Konkurrenzstandorte entstanden bzw. neu belebt wurden, die eine hohe Anziehungskraft vor allem auf Friedrichshain ausüben. Für die Kunden des Ortsteiles Kreuzberg spielen u.a. die Angebote der Karl-Marx-Straße eine Rolle. Zu nennen sind auch die Potsdamer Platz Arcaden, deren Angebote viele Kreuzberger Kunden erreichen. Schließlich muss anerkannt werden, dass auch der traditionelle West-Berliner Einzelhandelsschwerpunkt, die City-West einfach und schnell erreichbar ist und so ebenfalls einen Teil der bezirklichen Kaufkraft abschöpft.

Der Zufluss von Kaufkraft aus anderen Bezirken ist dagegen gering. Er konzentriert sich im Ortsteil Friedrichshain im Wesentlichen auf die Angebote des Ring-Center I sowie um den Ostbahnhof (u.a. Kaufhof-Galeria) sowie im Ortsteil Kreuzberg auf das Karstadt-Warenhaus am Hermannplatz.

Tab. 17: Kaufkraftbindung im Einzelhandel des Ortsteiles Friedrichshain nach Branchen bzw. Warengruppen

| Branche/Warengruppe | Nachfragevol. 1.000 EUR | Umsatz 1.000 EUR | Kaufkraft- bindung % |
|--|--|---------------------------------|-------------------------------------|
| Nahrungs- u. Genussmittel | 184.727 | 125.430 | 67,9 |
| Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren | 27.021 | 11.241 | 41,6 |
| Blumen, Zoo, Heimtierbedarf | 10.617 | 6.190 | 58,3 |
| Drogerie, Parfümerie, Kosmetik | 23.169 | 13.067 | 56,4 |
| Pharmazeutische Artikel | 57.080 | 15.012 | 26,3 |
| PBS, Zeitungen, Zeitschriften | 19.287 | 10.261 | 53,2 |
| kurzfristiger Bedarf | 321.901 | 181.200 | 56,3 |
| Bekleidung, Wäsche | 45.350 | 49.613 | 109,4 |
| Schuhe, Lederwaren | 10.925 | 7.178 | 65,7 |
| Gartenbedarf | 8.361 | 1.781 | 21,3 |
| Bau- und Heimwerkerbedarf | 51.514 | 6.594 | 12,8 |
| GPK, Hausrat, Geschenkartikel | 7.015 | 8.418 | 120,0 |
| Spielwaren, Hobby, Basteln | 10.925 | 6.216 | 56,9 |
| Sportartikel, Fahrräder, Camping | 8.157 | 3.581 | 43,9 |
| mittelfristiger Bedarf | 142.247 | 83.381 | 58,0 |
| Teppiche, Gardinen, Dekostoffe | 5.964 | 1.944 | 32,6 |
| Bettwaren, Haus-, Tischwäsche | 5.550 | 3.652 | 65,8 |
| Möbel | 27.907 | 10.270 | 36,8 |
| Elektro, Leuchten, elektr. HH- geräte | 13.341 | 4.016 | 30,1 |
| Unterhaltungselekt. Tonträger, PC | 30.474 | 10.757 | 35,3 |
| Foto, Optik, Akustik | 10.601 | 4.792 | 45,2 |
| Uhren, Schmuck | 4.823 | 1.838 | 38,1 |
| Sonstiger Einzelhandel | 4.161 | 5.151 | 123,8 |
| langfristiger Bedarf | 102.820 | 42.419 | 41,5 |
| Einzelhandel insgesamt | 566.968 | 307.000 | 54,1 |

Die Kaufkraftbindung im Ortsteil Kreuzberg liegt unterhalb der des Ortsteiles Friedrichshain:

Tab. 18: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen für den Einzelhandel des Ortsteiles Kreuzberg nach Branchen bzw. Warengruppen

| Branche/Warengruppe | Nachfragevol. 1.000 EUR | Umsatz 1.000 EUR | Kaufkraft- bindung % |
|--|------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| Nahrungs- u. Genussmittel | 240.513 | 139.979 | 58,2 |
| Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren | 35.231 | 11.661 | 33,1 |
| Blumen, Zoo, Heimtierbedarf | 13.812 | 7.569 | 54,8 |
| Drogerie, Parfümerie, Kosmetik | 30.224 | 15.052 | 49,8 |
| Pharmazeutische Artikel | 74.063 | 23.774 | 32,1 |
| PBS, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher | 25.158 | 24.730 | 98,3 |
| kurzfristiger Bedarf | 419.001 | 222.765 | 52,7 |
| Bekleidung, Wäsche | 59.189 | 32.080 | 54,2 |
| Schuhe, Lederwaren | 14.257 | 7.799 | 54,7 |
| Gartenbedarf | 10.934 | 700 | 6,4 |
| Bau- und Heimwerkerbedarf | 66.930 | 6.827 | 10,2 |
| GPK, Hausrat, Geschenkartikel | 9.220 | 10.483 | 113,7 |
| Spielwaren, Hobby, Basteln | 14.257 | 6.943 | 48,7 |
| Sportartikel, Fahrräder, Camping | 10.702 | 8.818 | 82,4 |
| mittelfristiger Bedarf | 185.488 | 73.650 | 40,7 |
| Teppiche, Gardinen, Dekostoffe | 8.037 | 4.107 | 51,1 |
| Bettwaren, Haus-, Tischwäsche | 7.258 | 4.413 | 60,8 |
| Möbel | 36.452 | 14.836 | 40,7 |
| Elektro, Leuchten, elektr. HH- geräte | 17.456 | 7.279 | 41,7 |
| Unterhaltungselekt. Tonträger, PC | 39.762 | 23.499 | 59,1 |
| Foto, Optik, Akustik | 13.812 | 3.522 | 25,5 |
| Uhren, Schmuck | 6.310 | 2.240 | 35,5 |
| Sonstiger Einzelhandel | 5.454 | 8.023 | 147,1 |
| langfristiger Bedarf | 134.541 | 67.919 | 50,0 |
| Einzelhandel insgesamt | 739.031 | 364.335 | 49,3 |

Die Gegenüberstellung der in den Lebens- bzw. Teilräumen ermittelten Kaufkraftbindung zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner lässt Zusammenhänge zwischen beiden Bewertungskategorien deutlich werden:

Friedrichshain:

- *Andreasviertel:*
KK-Bindung von 133,4% bei 2,50 m² VKF je EW
- *Stralauer Halbinsel:*
KK-Bindung von 1,2% bei 0,01 m² VKF je EW

Kreuzberg:

- *Graefekiez:*
KK-Bindung von 130,8% bei 2,69 m² VKF je EW
- *Wassertorplatz:*
KK-Bindung von 7,3% bei 0,13 m² VKF je EW

Im *Andreasviertel* führt die hohe Ausstattung, die sich insbesondere aufgrund der Ansiedlung des Kaufhof-Warenhauses sowie der Angebote innerhalb des Ostbahnhofes ergibt, zu einer entsprechend hohen Kaufkraftbindung.

Auf der *Stralauer Halbinsel* gibt es derzeit nur ein Einzelhandelsangebot; dies drückt sich in einer entsprechend niedrigen Kaufkraftbindung aus.

Einen „Ausreißer“ gibt es mit dem *Wriezener Bahnhof*, der eine extrem hohe Kaufkraftbindung (=794,1%) – bei einem ebenso hohem Ausstattungswert (=34,33 m² VKF je Ew) – aufweist (vgl. Tab. 19). Grund dafür sind die dort angesiedelten großflächigen Betriebe: Hellweg und Möbel Oase mit zusammen rd. 17.000 m² VKF bei nur 526 Einwohnern.

In Kreuzberg wird im *Graefekiez* aufgrund der Ansiedlung des Karstadt-Warenhauses ein hoher Ausstattungswert erreicht, der sich in einer entsprechend hohen Kaufkraftbindung niederschlägt.

Am *Wassertorplatz* stehen dagegen nur wenige Angebote bereit, die ihren Ausdruck in einer niedrigen Bindungsquote bzw. einem ebenso geringen Ausstattungswert finden.

Eine vergleichsweise hohe Verkaufsflächen-Ausstattung hat jedoch nicht zwingend zur Folge, dass damit eine hohe Kaufkraftbindung verbunden ist. So gibt es auch Gebiete, die trotz eines hohen Ausstattungswertes nur eine geringe Kaufkraftbindung aufweisen.

Genannt sei beispielsweise das Gebiet um den *Lausitzer Platz*, das mit 1,02 m² VKF je Ew nur eine Kaufkraftbindung von 45,7% erreicht. Dies liegt in der Kleinteiligkeit der dortigen Angebote begründet; die dort angesiedelten Betriebe erzielen nur eine geringe Umsatzleistung und können kaum Kaufkraftzuflüsse von außen verzeichnen.

Im *Samariterviertel* wird trotz einer Ausstattung von 1,51 m² VKF je Einwohner aufgrund der Kleinteiligkeit der dortigen Angebote „nur“ eine Kaufkraftbindung von 84,8% erreicht.

Tab. 19: Gegenüberstellung der Kaufkraftbindung zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner nach Planungsräumen im Ortsteil Friedrichshain

| Lebens-/Teilraum | Kaufkraftbindg. % | VKF je Ew m ² |
|----------------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Samariterviertel | 84,8 | 1,51 |
| Hausburgviertel | 12,9 | 0,17 |
| Richard-Sorge-Viertel | 31,2 | 0,43 |
| Friedenstraße | 20,7 | 0,28 |
| Barnimkiez | 47,1 | 0,65 |
| Andreasviertel | 133,4 | 2,50 |
| Weberwiese | 43,8 | 0,61 |
| Wriezener Bhf. | 794,1 | 34,33 |
| Traveplatz | 27,5 | 0,45 |
| Boxhagener Platz | 37,6 | 0,65 |
| Stralauer Kiez | 34,9 | 0,49 |
| Stralauer Halbinsel | 1,2 | 0,01 |
| Friedrichshain gesamt | 54,1 | 1,00 |

Tabelle 20 zeigt, wie sich die Situation im Kreuzberger Teil des Bezirkes darstellt.

Tab. 20: Gegenüberstellung der Kaufkraftbindung zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner nach Planungsräumen im Ortsteil Kreuzberg

| Lebens-/Teilraum | Kaufkraftbindg. % | VKF je Ew m² |
|-------------------------|------------------------------|------------------------------------|
| Gleisdreieck | 41,8 | 2,81 |
| Askanischer Platz | 31,4 | 0,48 |
| Rathaus Yorckstraße | 49,4 | 0,63 |
| Viktoriapark | 40,4 | 0,43 |
| Chamissokiez | 62,2 | 1,09 |
| Urbanstraße | 34,7 | 1,15 |
| Mehringplatz | 44,7 | 0,79 |
| Moritzplatz | 24,9 | 0,42 |
| Graefekiez | 130,8 | 2,69 |
| Wassertorplatz | 7,3 | 0,13 |
| Oranienplatz | 56,6 | 0,90 |
| Lausitzer Platz | 45,7 | 1,02 |
| Reichenberger Straße | 22,2 | 0,37 |
| Wrangelkiez | 23,1 | 0,40 |
| Kreuzberg gesamt | 49,3 | 0,95 |

4 Räumliches Konzept

4.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Bestandsaufnahme bestätigt weitgehend die Einschätzung des StEP Zentren 3 bezüglich der Ausweisung von Zentren im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg. So konnten die im StEP verzeichneten Zentren allesamt in das bezirkliche Zentrenkonzept übernommen werden, wengleich sich aufgrund der konkreten Abgrenzung der Zentren in einzelnen Fällen geringfügige Änderungen der Namensgebung ergeben.

Anhand der vorhandenen städtebaulichen Strukturen und der erfassten Verteilung der Einzelhandelsangebote wurden diese städtischen Zentren ergänzt um Nahversorgungszentren, die als zentrale Versorgungsbereiche die Versorgung der umliegenden Wohnquartiere insbes. mit Waren des kurzfristigen Bedarfs gewährleisten. Wengleich manche dieser Nahversorgungszentren teilweise deutliche Defizite aufweisen, erfüllen sie alle die Mindestanforderungen der AV Zentrenkonzepte.

Die bezirklichen Zentren sind demnach:

| Kategorie und Name gem. StEP Zentren 3: | Kategorie und Name gem. bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept: |
|--|--|
| <i>Hauptzentrum</i> Frankfurter Allee | <i>Hauptzentrum</i> Frankfurter Allee |
| <i>Hauptzentrum</i> Karl-Marx-Straße/ Hermannplatz/Kottbusser Damm | <i>Hauptzentrum</i> Hermannplatz/Kottbusser Damm |
| <i>Stadtteilzentrum</i> Kottbusser Tor | <i>Stadtteilzentrum</i> Kottbusser Tor |
| <i>Stadtteilzentrum</i> Mehringdamm | <i>Stadtteilzentrum</i> Mehringdamm /Bergmannstraße |
| <i>Stadtteilzentrum</i> | <i>Stadtteilzentrum</i> |

Ostbahnhof/Mühlenstraße

Ostbahnhof

Zentrumsbereich

Zentrumsbereich

Historische Mitte

Historische Mitte

-

Nahversorgungszentrum

Mehringplatz/südl. Friedrichstraße

-

Nahversorgungszentrum

Wrangelstraße

-

Nahversorgungszentrum

Warschauer Straße

-

Nahversorgungszentrum

Boxhagener Straße

-

Nahversorgungszentrum

Landsberger Allee

Im Zusammenwirken aller bezirklichen Zentren ergibt sich eine ausgewogene Zentrenstruktur, die weite Teile des Bezirks abdeckt und entsprechend der jeweiligen Zentrenkategorie eine angemessene räumliche Verteilung aufweist.

Abb 7. Zentrenstruktur im Bezirk



Auf eine detaillierte Beschreibung und Bewertung dieser zentralen Versorgungsbereiche wird an dieser Stelle verzichtet. Stattdessen erfolgt diese in den im Anhang befindlichen Zentrenpässen.

Darin sind neben verschiedenen Übersichtskarten und Darstellungen des Einzelhandelsbestands im jeweiligen Zentrum ausführliche Beschreibungen ihrer Einordnung in die Zentrenstruktur, der Bebauungs- und Nutzungsstruktur, und der Erschließung enthalten. Diese Beschreibungen werden ergänzt durch eine Bewertung des Zentrums (u.a. aufgrund der Ausstattungsmerkmale der Zentrentypen aus dem StEP Zentren 3) sowie eine Darstellung von Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten und von Handlungsempfehlungen.

4.2 Sonderstandorte

Neben den zentralen Versorgungsbereichen im eigentlichen Sinne befinden sich im Bezirk zwei weitere Sonderstandorte, die sich einer Kategorisierung im Sinne der Zentrenstruktur entziehen:

- Die Markthalle IX in der Eisenbahnstraße (Eisenbahnmarkthalle)
- Der Bereich um die O2-World.

4.2.1 Markthalle IX (Eisenbahnmarkthalle)

Die Markthalle Eisenbahnmarkthalle stellt einen historischen Standort der Quartiersversorgung im Planungsraum Lausitzer Platz dar. Die hierin befindlichen Läden nehmen für weite Teile des Quartiers die Funktion des Nahversorgers wahr. Dennoch leidet die Halle seit Jahren unter einem hohen Leerstand und offensichtlichem Kundenmangel.

Die Aufnahme der Eisenbahnmarkthalle in das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Sonderstandort soll es ermöglichen, hier – trotz der ansonsten fehlenden Voraussetzungen für die Ausweisung eines Nahversorgungszentrums – eine Entwicklung der Nahversorgung über das für Einzelstandorte übliche Maß hinaus zu ermöglichen. Vorrangiges Ziel ist die Entwicklung eines zeitgemäßen Markthallenkonzeptes mit einer kleinteiligen Einzelhändlerstruktur.

4.2.2 O2-World

Der Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg ist mit den bestehenden und unter Punkt 4.1 aufgeführten zentralen Versorgungsbereichen räumlich gut ausgestattet. Die Nahversorgung wird durch die Zentrenstruktur weitgehend gewährleistet und nur in einzelnen Quartieren durch Einzelstandorte unterstützt. Echte Versorgungslücken gibt es lediglich auf der Stralauer Halbinsel und in Teilen Kreuzbergs. Die Versorgung mit höherwertigen Waren insb. des mittel- bis langfristigen Bedarfs wird vornehmlich durch die beiden Hauptzentren des Bezirks sowie durch die ebenfalls gut erreichbaren Zentrumsbereiche City West und Historische Mitte –entsprechend ihrer Funktion – wahrgenommen. Obwohl die Kaufkraftbindung im Bezirk relativ gering ist, ist daher eine erhebliche Ausweitung der Verkaufsflächen außerhalb der gewachsenen Zentrenstruktur nicht notwendig, für die vorhandenen Zentren sogar eher schädlich.

Mit der Festsetzung des Bebauungsplans V-3 im Jahre 2004 wurde jedoch für das Gelände rund um die Sport- und Veranstaltungshalle O2-World die planungsrechtliche Voraussetzung für den Bau von Gebäuden mit bis zu 28.000 m² Verkaufsfläche für großflächigen Einzelhandel und weiteren in der Summe unbegrenzten Verkaufsflächen für nicht-großflächigen Einzelhandel geschaffen. Der StEP Zentren 3 sieht daher

eine Zusammenfassung mit dem Standort Ostbahnhof zu einem gemeinsamen Stadtteilzentrum vor.

Da die aktuelle Entwicklung im Bereich Mühlenstraße/Postbahnhof (Projekte für Hotel-, Büro- und Wohngebäude) keine Einzelhandelsnutzung oder sonstige Zentrennutzung im engeren Sinne erkennen lässt und eine flächenhafte Zentrenentwicklung in diesem Bereich nicht zweckmäßig ist, soll das Stadtteilzentrum auf die unmittelbare Umgebung des Ostbahnhofs beschränkt werden.

Um das vorhandene, sowohl planungsrechtlich wie auch vertraglich gesicherte Baurecht dennoch zu berücksichtigen, wird der Standort O2-World als Sonderstandort außerhalb der Zentrenstruktur in das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept aufgenommen. Bei der weiteren Entwicklung des Quartiers an der O2-World ist darauf hinzuwirken, dass sich die Einzelhandelsentwicklung am Fortschritt und den Nutzungen künftiger Bauprojekte an diesem Standort orientiert (Versorgungsfunktion für hinzukommende Nutzungen). Die Tragfähigkeit der Mischnutzung soll in einem Bezug zur Quartiersgröße stehen.

4.3 Gewährleistung der Nahversorgung

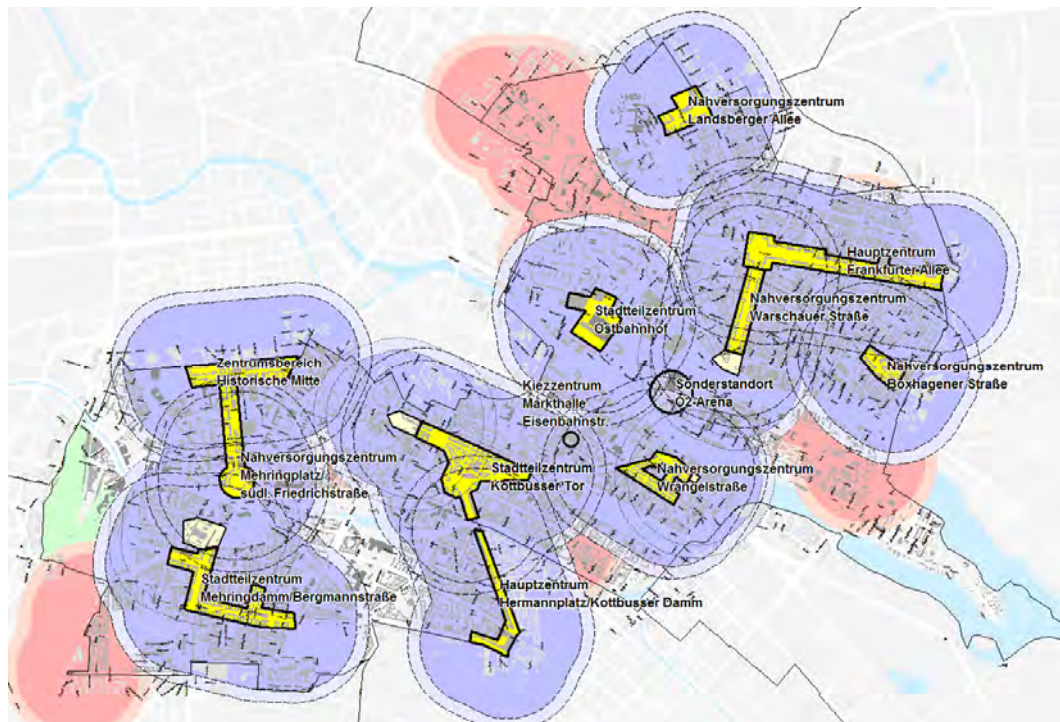
Für die Untersuchung der Nahversorgung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg wurden zwei unterschiedliche Betrachtungsweisen herangezogen: Einerseits wurde die Abdeckung des Bezirks durch die Einzugsbereiche der bezirklichen und benachbarten zentralen Versorgungsbereiche sowie der relevanten Einzelstandorte im Bezirk untersucht. Andererseits erfolgte eine Analyse aufgrund der in den Planungsräumen vorhandenen Verkaufsflächenausstattung und der in den gleichen Räumen vorhandenen Einwohner

4.3.1 Betrachtung der Zentrenstruktur und ihrer Einzugsbereiche

Aufgrund der Zentrenstruktur des Bezirks Friedrichshain-Kreuzberg sind weite Teile des Bezirks schon durch die bezirklichen Zentren gut versorgt. Die Einzugsbereiche der Zentren ergänzen sich so, dass kaum Lücken im Versorgungsnetz für Waren der Nahversorgung bestehen. Ergänzt werden die bezirklichen Zentren zudem einerseits durch verschiedene Zentren der Nachbarbezirke sowie durch zahlreiche größere und kleinere Einzelstandorte von Anbietern entsprechender Waren. Aufgrund dieser –

auch auf der Abbildung 7 ersichtlichen – Struktur des Bezirks bestehen kaum Versorgungslücken.

Abb 8. Nahversorgung durch die zentralen Versorgungsbereiche im Bezirk (blau: Einzugsbereiche der bezirklichen Zentren, 500m/600m; rot: Einzugsbereiche von Einzelstandorten, 500m/600m)



Vorhandene Lücken erstrecken sich im Wesentlichen auf die Stralauer Halbinsel und auf Teile der Planungsräume Mehringplatz, Moritzplatz, Wassertorplatz, Urbanstraße und Graefekiez.

Die Entwicklung neuer Wohngebiete auf der Stralauer Halbinsel hat zu einem deutlichen Bevölkerungszuwachs in diesem Bereich geführt. Das Angebot an Waren der Nahversorgung/des kurzfristigen Bedarfs wurde jedoch nicht ausgebaut. Der Bezirk beabsichtigt, diese Unterversorgung durch die Entwicklung eines Einzelstandorts auf dem Gelände einer ehemaligen Glashütte an der Glasbläserallee zu beheben. Der Bedarf für ein vollwertiges Nahversorgungszentrum an dieser Stelle wird zurzeit nicht gesehen, eine entsprechende Entwicklung ist bei weiter ansteigender Bevölkerungszahl auf der Stralauer Halbinsel jedoch nicht vollständig auszuschließen.

Die Versorgungslücken der Planungsräume Mehringplatz, Moritzplatz, Wassertorplatz, Urbanstraße und Graefekiez bezieht sich vorwiegend auf einen „Korridor“ zwischen den ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen Mehringplatz/ südl. Friedrichstraße (Nahversorgungszentrum), Kottbusser Tor (Stadtteilzentrum), Hermannplatz/ Kottbusser Damm (Hauptzentrum) und Mehringdamm/Bergmannstraße (Stadtteilzentrum). Im Gegensatz zu den anderen durch die Zentren nur

unzureichend versorgten Gebieten befinden sich in diesem Bereich auch keine nennenswerten Einzelstandorte, die eine Gebietsversorgung übernehmen könnten.

4.3.2 Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung in den Planungsräumen

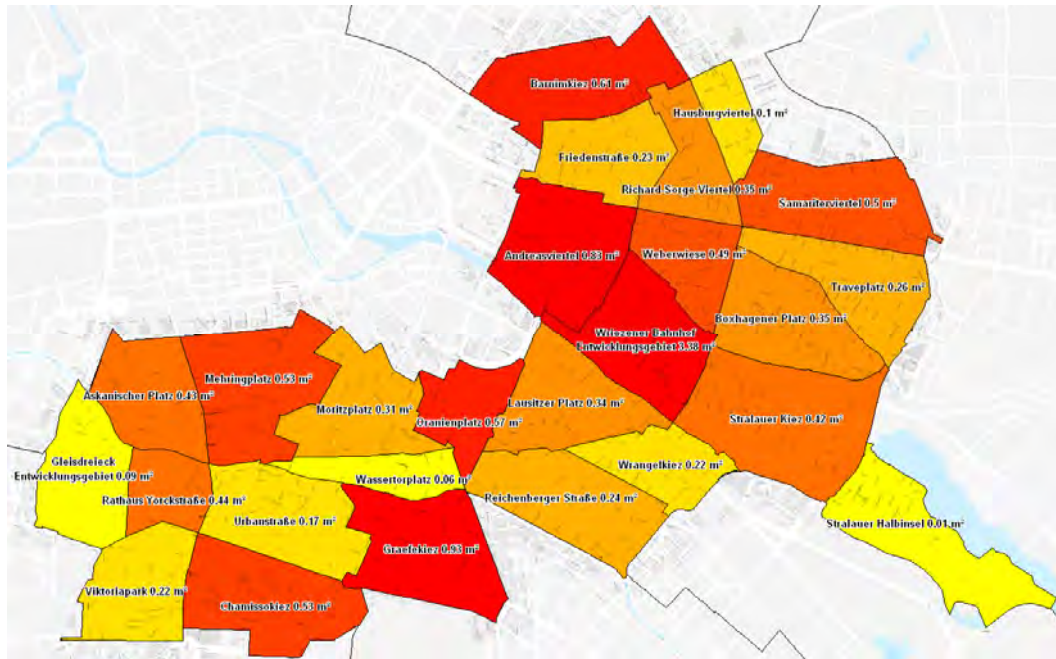
Die Betrachtung der Nahversorgungssituation innerhalb der Planungsräume ergibt, dass in den meisten Gebieten die in der AV Zentrenkonzepte definierten Orientierungswerte (0,35 bis 0,45 m² Verkaufsfläche für nahversorgungsrelevante Sortimente je Einwohner) erreicht oder zum Teil deutlich überschritten werden.

In einigen Planungsräumen werden diese Werte jedoch weit verfehlt. Dies betrifft insbesondere die Stralauer Halbinsel, die bei rd. 2.500 Einwohnern nur auf einen einzigen Laden mit 30 m² VKF (0,01 m² je EW) kommt, den Wassertorplatz mit nur 315 m² VKF für rd. 5.000 Einwohner (0,06 m² je EW), das Hausburgviertel mit 825 m² VKF für rd. 8.100 Einwohner (0,1 m² je EW) oder der Planungsraum Urbanstraße mit 2.015 m² VKF für ca. 12.000 Einwohner (0,17 m² je EW). Ebenso betroffen ist das Gleisdreieck, das einen Wert von 0,09 m² erreicht. Da hier jedoch nur 292 Einwohner zu verzeichnen sind und der Planungsraum stark von Grünflächen, Bahnflächen und den Flächen des Deutschen Technikmuseums geprägt ist, sind die Auswirkungen dieser rechnerischen Unterversorgung nur gering. Etwas geringer ist die Unterversorgung in den Planungsräumen Wrangelkiez (0,22 m² VKF je EW), Friedenstraße (0,23 m²), Reichenberger Straße (0,24 m²), Traveplatz (0,26 m²), Moritzplatz (0,31 m²) und Lausitzer Platz (0,34 m²).

Die teilweise deutlich über den Empfehlungswerten liegenden Planungsräume beherbergen in der Regel zentrale Versorgungsbereiche oder bedeutende Einzelstandorte, die eine Versorgungsfunktion auch für die umliegenden Planungsräume übernehmen.

Insgesamt ergibt sich für die beiden Ortsteile Friedrichshain und Kreuzberg eine zufriedenstellende Ausstattung innerhalb der Orientierungswerte. Beide Ortsteile und damit auch der gesamte Bezirk erreichen eine Ausstattung mit Verkaufsflächen für den kurzfristigen Bedarf von 0,42 m² je Einwohner.

Abb 9. Nahversorgung im Bezirk, Verkaufsfläche f. kurzfristigen Bedarf je Einwohner nach Planungsraum



Tab. 21: Gegenüberstellung der Kaufkraftbindung zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner nach Lebens- bzw. Teilräumen im Ortsteil Kreuzberg

| Planungsraum | VKF m² (kurzfr. Bed.) | m² VKF je Einwohner |
|------------------------------|---|---|
| Samariterviertel | 9.015 | 0,50 |
| Hausburgviertel | 825 | 0,10 |
| Richard-Sorge-Viertel | 3.285 | 0,35 |
| Friedenstraße | 1.470 | 0,23 |
| Barnimkiez | 3.365 | 0,61 |
| Andreasviertel | 9.785 | 0,83 |
| Weberwiese | 4.845 | 0,49 |
| Wriezener Bhf. | 1.780 | 3,38 |
| Traveplatz | 4.585 | 0,26 |
| Boxhagener Platz | 6.370 | 0,35 |
| Stralauer Kiez | 2.600 | 0,42 |
| Stralauer Halbinsel | 30 | 0,01 |
| Friedrichshain gesamt | 47.955 | 0,42 |

Tab. 22: Gegenüberstellung der Kaufkraftbindung zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner nach Lebens- bzw. Teilräumen im Ortsteil Kreuzberg

| Lebens-/Teilraum | VKF m² (kurzfr. Bed.) | m² VKF je Einwohner |
|-------------------------|---|---|
| Gleisdreieck | 25 | 0,09 |
| Askanischer Platz | 2.695 | 0,43 |
| Rathaus Yorckstraße | 2.490 | 0,44 |
| Viktoriapark | 2.185 | 0,22 |
| Chamissokiez | 7.755 | 0,53 |
| Urbanstraße | 2.015 | 0,17 |
| Mehringplatz | 6.795 | 0,53 |
| Moritzplatz | 4.615 | 0,31 |
| Graefekiez | 16.875 | 0,93 |
| Wassertorplatz | 315 | 0,06 |
| Oranienplatz | 5.325 | 0,57 |
| Lausitzer Platz | 4.515 | 0,34 |
| Reichenberger Straße | 3.610 | 0,24 |
| Wrangelkiez | 2.460 | 0,22 |
| Kreuzberg gesamt | 61.675 | 0,42 |

4.3.3 Überlagerung beider Betrachtungsweisen

Betrachtet man nun die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche mit ihren Einzugsbereichen, sowie die Einzugsbereiche der im Bezirk vorhandenen Einzelstandorte der Nahversorgung in Verbindung mit der Verkaufsflächenausstattung der Planungsräume, so wird deutlich, dass echte Versorgungslücken allein auf der Stralauer Halbinsel sowie in Teilen der Planungsräume Mehringplatz, Moritzplatz, Wassertorplatz, Urbanstraße und Graefekiez bestehen.

Fast alle übrigen Gebiete liegen innerhalb des Einzugsbereichs eines Zentrums oder eines Einzelstandorts mit über 700 m² Verkaufsfläche. Das einzige Gebiet, das aus diesem Schema heraus fällt, ist das Gleisdreieck, das lediglich im Randbereich der bestehenden Wohnquartiere liegt. Hier sind nur wenige Einwohner betroffen.

4.3.4 Sicherung der Nahversorgung durch Einzelstandorte

Die Versorgung der unterversorgten Bereiche (die Stralauer Halbinsel sowie der „Kreuzberger Korridor“ zwischen den zentralen Versorgungsbereichen) sollte durch eine maßvolle Zulassung von Einzelstandorten erreicht werden. Während für die Stralauer Halbinsel bereits Baurecht für eine entsprechende Entwicklung auf dem Gelände der ehemaligen Glashütte besteht, sollte für den Kreuzberger Korridor ein planerisches Konzept zur städtebaulichen Integration eines solchen Standortes erarbeitet werden, um nicht ein „Windhundrennen“ unterschiedlicher Investoren um die Erstbesetzung der Versorgungslücke zu initiieren.

4.3.5 Zukünftige Entwicklung (Prognose 2030)

Die „Bevölkerungsprognose für Berlin und die Bezirke 2007 bis 2030“ der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung sieht für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg von 2007 bis 2030 ein Bevölkerungswachstum um rd. 4 % voraus. Da die tatsächliche Entwicklung der letzten Jahre unterhalb der prognostizierten Werte geblieben ist und ab 2020 von einem leichten Rückgang der Bevölkerung ausgegangen wird, ist anzunehmen, dass die reale Entwicklung hinter den Prognosen zurückbleibt.

Mit einem Bevölkerungswachstum von vorauss. deutlich unter 4 % bleiben die Auswirkungen auf die Versorgungssituation überschaubar. Lediglich bei einem Wachstum in Gebieten mit deutlicher Unterversorgung könnte zukünftig ggf. eine Ausweitung der Verkaufsflächen notwendig werden. Dies kann in der Regel innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfolgen.

Eine Ausnahme stellt der Planungsraum Stralauer Halbinsel dar, wo bereits heute praktisch keine Nahversorgung vorhanden ist, gleichzeitig aber noch erhebliches Potenzial für eine zukünftige Wohnbebauung besteht. Hier wird sich ohne eine Ansiedlung von Nahversorgungsangeboten die Versorgungssituation weiter verschärfen.

5 Ziele und Leitlinien

5.1 Übergeordnete Ziele und Leitlinien

Die einschlägigen Planwerke und Vorschriften geben bereits eine Reihe von Zielen vor, die für den Bezirk Gültigkeit haben und im Rahmen des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes übernommen werden sollen.

Diese können zusammengefasst werden durch die folgenden **Oberziele**:

- Sicherung einer flächendeckenden verbrauchernahen **Grundversorgung**
- Erhaltung und Stärkung der **städtischen Zentren**
- stadtverträgliche **Integration** großflächiger **Einzelhandels-einrichtungen**

5.1.1 Ziele und Grundsätze der Raumordnung für die Steuerung des Einzelhandels

Die Ziele und Grundsätze der Raumordnung setzen aus überörtlichen Gesichtspunkten einen raumordnerischen Rahmen für die Erarbeitung des Zentren- und Einzelhandelskonzeptes insbesondere in Hinblick auf die Zulässigkeit großflächiger Einzelhandelseinrichtungen. Für die Steuerung des Einzelhandels in der Metropole Berlin sind relevante Ziele und Grundsätze der Raumordnung im Landesentwicklungsprogramm 2007 (LEPro 2007), (GVBl. S. 629) sowie in der Verordnung über den Landesentwicklungsplan Berlin- Brandenburg (LEP B-B) vom 31. März 2009 (GVBl. S. 182) enthalten.

Ziele der Raumordnung

Berlin ist Zentraler Ort mit der Einstufung als Metropole. Gemäß Ziel 4.7 Abs. 1 LEP B-B sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen in Zentralen Orten zulässig. Für die Metropole Berlin gibt es somit keine quantitativen Beschränkungen der Einzelhandelsentwicklung durch Ziele der Raumordnung. Jedes Einzelhandelsvorhaben in der Stadt entspricht dem raumordnerischen Konzentrationsgebot, dem raumordnerischen Beeinträchtigungsverbot sowie dem raumordnerischen Kongruenzgebot gemäß Ziel 4.7 Abs. 1 bis 4 LEP B-B.

Grundsätze der Raumordnung

- Grundsatz aus § 3 LEPro 2007 (Zentrale Orte sollen als Siedlungsschwerpunkte und Verkehrsknoten für ihren Versorgungsbereich räumlich gebündelt Wirtschafts-, Einzelhandels-, Kultur-, Freizeit-, Bildungs-, Gesundheits- und soziale Versorgungsfunktionen erfüllen)
- Grundsatz aus § 5 Abs. 4 LEPro 2007 (Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels und Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs)
- Grundsatz 2.3 LEP B-B (Erhalt und Stärkung der polyzentralen Funktionsstrukturen in der Metropole)
- Grundsatz 4.8 Abs. 1 LEP B-B (Entwicklung großflächiger Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten nur auf Standorten in Städtischen Kernbereichen - raumordnerisches Integrationsgebot)
- Grundsatz 4.8 Abs. 3 LEP B-B (Darstellung der Städtischen Kernbereiche in der Festlegungskarte 2 als Symbole; im Gebiet des Stadtbezirkes Friedrichshain-Kreuzberg liegen 4 Städtische Kernbereiche)
- Grundsatz 4.8 Abs, 4 LEP B-B (Möglichkeit der Veränderung vorhandener oder genehmigter großflächiger Einzelhandelsvorhaben außerhalb Städtischer Kernbereiche, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für zentrenrelevante Sortimente nicht erhöht wird)
- Grundsatz 4.8 Abs. 5 LEP B-B (Zulässigkeit großflächiger Einzelhandelsvorhaben auch außerhalb der Städtischen Kernbereiche, wenn das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt)
- Grundsatz 4.9 LEP B-B (Zulässigkeit großflächiger Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment bei Beschränkung der zentrenrelevanten Sortimente auf 10 % auch außerhalb der Städtischen Kernbereiche)

Gemäß der im Rahmen der Beteiligung der Träger öffentlichen Belange abgegebenen Stellungnahme der gemeinsamen Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg stehen den im vorliegenden Einzelhandelskonzept definierten Zielen, Leitlinien und Steuerungsgrundsätzen die Ziele der Raumordnung nicht entgegen.

5.1.2 StEP Zentren 3

Neben den auch in der Einleitung des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 (vom März 2011) genannten übergeordneten Oberzielen (s.o.) formuliert der StEP Zentren 3 folgende

Ziele für die Steuerung der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung:

1. *Berlin als Metropole stärken*
2. *Polyzentralität sichern und entwickeln*
3. *Funktionsmischung in den Zentren stärken*
4. *Quantitäten steuern, um Qualitäten zu steigern*
5. *Nahversorgung sichern*
6. *Großflächige Einzelhandelseinrichtungen stadtverträglich integrieren*

Diese Ziele werden konkretisiert durch

zehn **Leitlinien**:

1. *Metropole Berlin profilieren*
2. *Polyzentralität sichern und qualifizieren*
3. *Tourismus als Faktor der Zentrenentwicklung berücksichtigen*
4. *Großflächigen Einzelhandel in die Zentren lenken*
5. *Nahversorgung sichern*

6. *Städtebauliche und architektonische Qualitäten von Zentren und Einzelhandelsstandorten sichern*
7. *Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung definieren*
8. *Das bauplanungsrechtliche Instrumentarium konsequent anwenden*
9. *Investitions- und Planungssicherheit gewährleisten*
10. *Kommunikation und Kooperation der Bezirke intensivieren*

Schließlich stellt der Stadtentwicklungsplan Zentren 3 die folgenden **Steuerungsgrundsätze** auf:

Steuerungsgrundsatz 1

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur innerhalb der städtischen Zentren bis zur Ebene der Ortsteilzentren möglich. Dabei muss ein angemessenes Verhältnis zwischen der Funktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches und der maximalen Größenordnung des Planvorhabens hergestellt werden.

Steuerungsgrundsatz 2

(Nicht-großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind unabhängig von der Größe mit Mitteln der Bauleitplanung in die zentralen Versorgungsbereiche Berlins zu lenken.

Steuerungsgrundsatz 3

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zuzulassen. Dabei muss ein angemessenes Verhältnis zwischen der Funktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs und der maximalen Größenordnung des Planvorhabens hergestellt werden. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können Einzelhandelsbetriebe nur zugelassen werden, wenn sie für die wohnungsnah Grundversorgung erforderlich sind und keine negativen Auswirkungen auf bestehende bzw. zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Den bezirklichen Zentrenkonzepten kommt die Aufgabe zu, die zentralen Versorgungsbereiche festzulegen.

Steuerungsgrundsatz 4

Die (Neu-)Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll innerhalb zentraler Versorgungsbereiche erfolgen, sofern eine städtebauliche und funktionale Verträglichkeit hergestellt werden kann. Im Übrigen besteht die Möglichkeit, entsprechende Vorhaben auf die definierten Fachmarkttagglomerationen zu lenken. Von ihnen dürfen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen.

Steuerungsgrundsatz 5

Verkaufsstätten von Betrieben des produzierenden, reparierenden und verarbeitenden Gewerbes sind auch in Gewerbe- und Industriegebieten möglich, wenn sie dem Hauptbetrieb flächen- und umsatzmäßig deutlich untergeordnet sind und eine Verkaufsfläche von maximal 800 m² nicht überschreiten.

Steuerungsgrundsatz 6

Es gelten einheitliche Kriterien für die Bestimmung negativer Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche. Als Kriterien sollen für die genannten Vorhaben insbesondere

- *die Entfernung des Planvorhabens zum zentralen Versorgungsbereich*
- *die perspektivische Umsatzumverteilung*
- *die mögliche Vorschädigung eines zentralen Versorgungsbereichs und*
- *die Betroffenheit vorhandener Magnetbetriebe sowie*
- *die zusätzliche Verkehrserzeugung*

herangezogen werden. Sie können durch örtliche, auf die Problemlage in den einzelnen Bezirken bezogene Grundsätze, wie z.B. die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ergänzt und präzisiert werden.

Die genannten Ziele, Leitlinien und Steuerungsgrundsätze gelten für ganz Berlin. Sie sind damit auch unmittelbar für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg anzuwenden und werden in die bezirklichen Ansiedlungsregeln integriert (s. Pkt. 5.2).

Im Gegensatz zum bisherigen Stadtentwicklungsplan 2020 von 2005 verzichtet der StEP Zentren 3 auf detaillierte Vorgaben für die Entwicklung einzelner Berliner Zentren. So sind insbesondere die aufgrund der unklaren Datengrundlagen häufig kritisierten „Entwicklungskorridore“ (maximale Verkaufsflächenzahlen) für die einzelnen Zentren entfallen.

5.1.3 AV Zentrenkonzepte

Auch in der AV Zentrenkonzepte („Ausführungsvorschriften zum Aufbau und Inhalt bezirklicher Einzelhandels- und Zentrenkonzepte“ vom 22. Juli 2009) finden sich die unter Pkt. 5.1 aufgeführten Oberziele. Diese werden durch zehn gemeinsame Leitlinien für alle bezirklichen Zentrenkonzepte ergänzt:

- 1. Die Gewährleistung der Nahversorgung, vor allem die der nicht mobilen Bevölkerung, ist sicherzustellen. Nahversorgungszentren sind vor schädlichen Auswirkungen benachbarter Einzelhandelsbetriebe, insbesondere großflächiger Einzelhandelseinrichtungen, zu schützen.*
- 2. Die bezirklichen Zentren (Haupt-, Stadtteil-, Ortsteil- und Nahversorgungszentren) sind in ihrer Funktion zu sichern sowie als attraktive und multifunktionale Zentrumsbereiche auszubauen.*
- 3. Die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ist auf die bezirklichen Zentren zu konzentrieren; dies gilt insbesondere für Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten. Die Verkaufsfläche muss in Übereinstimmung mit der Versorgungsfunktion des jeweiligen Zentrums stehen.*
- 4. Neue Einzelhandelsangebote außerhalb der bestehenden Zentren sind in einer bezirklichen Gesamtbewertung in ihren Einflüssen auf die Zentrenstruktur zu untersuchen. Zentrenrelevante Sortimente sind zu vermeiden, zentrenrelevante Randsortimente strikt zu begrenzen.*
- 5. Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser mit einem deutlich über die Nahversorgung hinausgehenden Einzugsbereich sollen nur in höherrangigen Zentren (vom Ortsteilzentrum aufwärts) zugelassen werden.*
- 6. Nahversorgungsangebote sind vorrangig innerhalb der Zentren anzusiedeln; außerhalb von Zentren nur dann, wenn sie der*

Sicherung der Nahversorgung der dort wohnenden Bevölkerung dienen und keine schädlichen Auswirkungen auf die benachbarten Zentren haben.

- 7. Nahversorgungsangebote auf bestehenden oder gemäß dem Entwicklungskonzept für den produktionsgeprägten Bereich vorgehaltenen Gewerbeflächen sind zu vermeiden.*
- 8. Bei Nahversorgungsangeboten in Streulagen soll die Anzahl der Stellplätze auf das für den Nahversorgungsbereich erforderliche Maß begrenzt werden.*
- 9. Neue Einzelhandelsbetriebe müssen sich in die städtebaulichen Strukturen ihres Umfeldes einfügen.*
- 10. Kommunale, kulturelle, und gastronomische Einrichtungen sowie bevölkerungs- und freizeitorientierte Dienstleistungen sind vorrangig innerhalb der städtischen Zentren anzusiedeln.*

Des Weiteren werden detaillierte Regeln für die Ansiedlung unterschiedlicher Arten von Einzelhandel aufgestellt, die es im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für den Bezirk Friedrichs zu übernehmen und zu ergänzen gilt (s. Pkt. 5.2).

Schließlich enthält die AV Zentrenkonzepte zahlreiche Hinweise und Anleitungen für die Erstellung bezirklicher Einzelhandels- und Zentrenkonzepte.

5.1.4 AV Einzelhandel

Hauptaufgabe der AV Einzelhandel („Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen für das Land Berlin“ vom 29. September 2007) ist die Definition von einheitlichen Vorgaben für die Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen, die zur Zulässigkeit großflächiger Einzelhandelseinrichtung führen sowie von einheitlichen Vorschriften für die baurechtliche Zulassung entsprechender Einzelvorhaben.

Daneben werden in der AV Einzelhandel und ihren Anhängen zahlreiche einzelhandelbezogene und für die Zentrenstruktur der Stadt bedeutsame Begriffsbestimmungen vorgenommen.

Die in der AV Einzelhandel aufgeführten Ziele und sonstigen für das vorliegende Konzept relevanten Vorgaben sind weitestgehend dem bisherigen StEP Zentren 2020 entnommen, der im März 2011 durch den StEP Zentren 3 ersetzt wurde. Eine Darstellung dieser Inhalte erfolgt daher an dieser Stelle nicht.

5.2 Ziele, Leitlinien und Regeln für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg

Auch für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg sollen im Folgenden Ziele für die Zentrenentwicklung und die Steuerung des Einzelhandels definiert werden. Diese teilen sich auf in Oberziele und Grundsätze.

Auf diesen Zielen aufbauend werden Regeln für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Bezirk aufgestellt, die zukünftig bei der Aufstellung von Bauleitplänen oder im Rahmen von Baugenehmigungsverfahren zu berücksichtigen sind.

Die in den vorangegangenen Abschnitten genannten berlinweit gültigen Plan- und Regelwerke geben bereits einen engen Rahmen sowohl für die Zielsetzung des vorliegenden bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes als auch für die Steuerung durch Ansiedlungsregeln vor. Sie werden daher im Wesentlichen bestätigt und die entsprechenden Inhalte in das bezirkliche Regelwerk übernommen.

Unter Pkt. 4.1 wurden bereits unterschiedliche Interpretationen der vorhandenen Zentren und daraus folgende, vom StEP Zentren 3 abweichende Umbenennungen sowie die Ausweisung des Bereichs um die O2-World als Sonderstandort genannt. Weitere Abweichungen vom StEP Zentren 3 bestehen nicht.

5.2.1 Ziele der bezirklichen Einzelhandelsentwicklung

Oberziele

Die Oberziele des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes entsprechen denen des StEP Zentren 3 und der AV Zentrenkonzepte. Es sind dies:

- 1. Die Gewährleistung einer flächendeckenden verbraucher-nahen Grundversorgung**
- 2. Die Erhaltung und Stärkung der bezirklichen Zentren**
- 3. Die stadtverträgliche Integration von (großflächigen) Einzelhandelseinrichtungen**

Grundsätze

- **Erhalt und Ausbau der kleinteiligen Handelsstrukturen, die den Bezirk vor allem in den gründerzeitlichen Wohnquartieren prägen**
- **Ausgleich zwischen den Oberzielen 1 und 2, d.h. Versorgungslücken zu schließen ohne die Zentren zu schädigen**
- **Ausgleich zwischen den gesamtstädtischen und touristischen Interessen einerseits und den Interessen der Anwohner andererseits**
- **Sicherung der städtebaulichen und architektonischen Qualität bei neuen Einzelhandelsentwicklungen sowohl innerhalb als auch außerhalb der Zentren**
- **Die Erhaltung und Stärkung der bezirklichen Zentren nicht nur als Einzelhandelsstandorte sondern auch als kulturelle und gastronomische Zentren sowie als Schwerpunkte einzelhandelsnaher Dienstleistungen und sonstiger Angebote (Bildung, Verwaltung, Gesundheit etc.)**

Außerdem macht sich der Bezirk die Leitlinien des StEP Zentren 3 (s. Pkt. 5.1.1) und der AV Zentrenkonzepte (s. Pkt. 5.1.2) zu eigen. Auch sie sollen als Grundsätze für die Entwicklung des Einzelhandels im Bezirk gelten.

5.2.2 Steuerungsregeln für die Entwicklung des bezirklichen Einzelhandels

Um die genannten Ziele und Grundsätze umsetzen zu können bedarf es Regeln, die die Entwicklung des Einzelhandels im Bezirk steuern und als Grundlage des Verwaltungshandelns (insbesondere im Rahmen der Aufstellung von Bauleitplänen und der Genehmigung von Bauanträgen) dienen.

Der Regelungskatalog besteht dabei aus zwei Teilen:

- Den aus der AV Zentrenkonzepte übernommenen Steuerungsgrundsätzen und
- Ergänzende Steuerungsregeln für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg.

[Anm.: Die in den Ausführungsvorschriften (AV) Zentrenkonzepte enthaltenen und in den nachfolgend aufgeführten Steuerungsgrundsätzen aufgeführten Verweise auf den Stadtentwicklungsplan (StEP) Zentren 2020 sind durch die Aufstellung des StEP Zentren 3 obsolet geworden. Es sind stattdessen die entsprechenden Inhalte des StEP Zentren 3 anzuwenden. Insb. die Verweise auf die Entwicklungskorridore entfällt, da diese mit Aufstellung des StEP 3 entfallen sind. Die Orientierungswerte zur Flächenausstattung sind fortan der Tabelle 1 des StEP Zentren 3 zu entnehmen]

Steuerungsgrundsätze der AV Zentrenkonzepte

A) Großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel (außer Nahversorgung)

(1) Nicht vorwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtete zentrenrelevante großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind nur innerhalb der städtischen Zentren (Zentrumsbereiche, Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentren) zuzulassen. Ihre Größe und Betriebsform soll sich im adäquaten Verhältnis zur Funktionsstufe und zum Einzugsbereich des zentralen Versorgungsbereichs befinden. Auf benachbarte Zentren dürfen keine schädigenden Auswirkungen ausgehen. Kumulative Auswirkungen von geplanten mit bereits realisierten Vorhaben sind zu berücksichtigen.

(2) In der Regel sind bei Ansiedlung, Änderung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen nach Absatz 1 keine

schädlichen Auswirkungen zu erwarten, wenn folgende Verkaufsflächenobergrenzen und die Entwicklungskorridore gemäß Tabellen 1 und A1 des StEP Zentren 2020 eingehalten werden:

- *Zentrumsbereiche, Hauptzentren:*

keine Begrenzung der Flächen/Betriebsformen

- *Stadtteilzentren:*

bis max. 3.000 m² VKF

- *Ortsteilzentren:*

bis max. 1.000 m² VKF

[Anm.: der Bezug auf die Entwicklungskorridore entfällt, da diese mit Aufstellung des StEP 3 entfallen sind. Die Orientierungswerte zur Flächenausstattung sind fortan der Tabelle 1 des StEP Zentren 3 zu entnehmen]

(3) Absatz 2 gilt entsprechend, soweit der Entwicklungskorridor des jeweiligen städtischen Zentrums um nicht mehr als 10% überschritten wird. [Anm.: entfällt, da mit Aufstellung des StEP 3 die Entwicklungskorridore für die Zentren entfallen sind]

B) Nicht großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel (außer Nahversorgung)

(1) Zentrenrelevanter Einzelhandel, der nicht vorwiegend der Nahversorgung dient, soll mit den Instrumenten der Bauleitplanung auf die zentralen Versorgungsbereiche (städtische Zentren und - als Angebotsergänzung - Nahversorgungszentren) begrenzt werden.

(2) Sofern differenzierte Maßgaben bzw. Beschränkungen für Einzelhandelsbetriebe unterhalb der Großflächigkeit aufgestellt werden, ist im Hinblick auf deren planungsrechtliche Umsetzbarkeit der Typenzwang des § 1 Abs. 9 BauNVO zu beachten. Eine bloße Festlegung von Maximalverkaufsflächen oder Durchschnittswerten reicht für die Herabsetzung der Zulässigkeitschwelle bei Vorhaben unterhalb der Großflächigkeit nicht aus.

C) Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel

(1) Auf die Nahversorgung bezogene großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind grundsätzlich nur innerhalb der festgelegten zentralen Versorgungsbereiche zuzulassen. Ihre Größe und Betriebsform muss sich im adäquaten Verhältnis zur Funktionsstufe und zum Einzugsbereich des zentralen Versorgungsbereichs befinden. Auf benachbarte Zentren dürfen keine schädlichen Auswirkungen ausgehen. Kumulative Auswirkungen von geplanten mit bereits realisierten Vorhaben sind zu berücksichtigen.

(2) In der Regel sind bei Ansiedlung, Änderung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen nach Absatz 1 keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten, wenn folgende Verkaufsflächenobergrenzen und die Entwicklungskorridore gemäß Tabellen 1 und A1 des StEP Zentren 2020 sowie die folgenden Maßgaben eingehalten werden:

- *Zentrumsbereiche, Hauptzentren:*

keine Begrenzung der Flächen / Betriebsformen (Laden bis SB-Warenhaus)

- *Stadtteilzentren:*

bis max. 5.000 m² VKF (Laden bis großer Verbrauchermarkt)

- *Ortsteilzentren:*

bis max. 2.500 m² VKF (Laden bis kleinerer Verbrauchermarkt)

- *Nahversorgungszentren*

bis max. 1.500 m² VKF (Laden, Discounter, Supermarkt)

- *außerhalb zentraler Versorgungsbereiche:*

unter 800 m² VKF, (Laden, Discounter, Supermarkt) und

- *jeweils nicht mehr als geringfügige räumliche Überschneidung des Einzugsbereichs mit dem Kerneinzugsbereich (500 m - 800 m in Abhängigkeit von den siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und*

stadträumlichen Zäsuren) benachbarter zentraler Versorgungsbereiche,

- ausschließlich zur Versorgung der im engeren Umfeld wohnenden Bevölkerung bei nachgewiesenem Nahversorgungsbedarf (Orientierungswert: 0,35 - 0,45 m² VKF/EW im entsprechenden Einzugsbereich),
- jeweils nicht mehr als 10% Kaufkraftabzug von benachbarten zentralen Versorgungsbereichen,
- keine kumulativen Auswirkungen mit geplanten oder bereits realisierten Vorhaben,
- Stellplatzanzahl im für die Nahversorgung erforderlichen Maß und
- keine Inanspruchnahme gewerblicher Bauflächen (FNP) bzw. von GI- und GE-Flächen (B-Plan-Ebene)

(3) Absatz 2 gilt entsprechend, soweit der Entwicklungskorridor des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs um nicht mehr als 10% überschritten wird. Dies gilt nicht für Vorhaben außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. [Anm.: entfällt, da mit Aufstellung des StEP 3 die Entwicklungskorridore für die Zentren entfallen sind]

D) Nicht-zentrenrelevanter großflächiger Einzelhandel

(1) Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten soll innerhalb zentraler Versorgungsbereiche erfolgen, sofern eine städtebauliche und funktionale Verträglichkeit hergestellt werden kann.

(2) In zweiter Priorität ist eine Ansiedlung innerhalb der im StEP Zentren 2020 ausgewiesenen Fachmarkttagglomerationen oder in Abstimmung mit den zuständigen Senatsverwaltungen an sonstigen geeigneten Fachmarktstandorten (ausgewiesene Sonderstandorte) nach folgenden Maßgaben vorzusehen:

- Die auf das Kernsortiment bezogenen zentrenrelevanten Randsortimente werden auf 10% der Gesamtverkaufsfläche, jedoch auf maximal 800 m², begrenzt (AV Einzelhandel 2007, Ziffer 3.5.5, Nr. 2).

- *Es gehen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche aus.*
- *Das Vorhaben lässt sich städtebaulich, verkehrlich und funktional verträglich einordnen. Im Übrigen gelten die Kriterien für die Einzelfallprüfung (StEP Zentren 2020, Ziff. 3.7 f.).*

(3) Die Änderung oder Erweiterung bestehender großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an ausgewiesenen Sonderstandorten ist in der Regel als verträglich anzusehen, wenn die Erweiterungsfläche maximal 10% der im Kernsortiment vorhandenen Verkaufsfläche nicht überschreitet und keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Erweiterungen im Randsortiment sind nicht zuzulassen, wenn hierfür bereits eine Verkaufsfläche von 10% der Gesamtverkaufsfläche, jedoch von maximal 800 m² ausgeschöpft ist.

E) Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben („Handwerkerprivileg“)

Verkaufsflächen von Betrieben des produzierenden Gewerbes sind, auch in Gewerbe- und Industriegebieten, nur unterhalb der Großflächigkeitsschwelle (800 m² Verkaufsfläche) zuzulassen. Der Verkauf muss dem Hauptbetrieb räumlich und funktional zugeordnet, der Einzelhandelsumsatz deutlich untergeordnet sein.

F) Kriterien für schädigende Auswirkungen

Zentrenkonzepte sollen einheitliche Kriterien zur Bestimmung schädlicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche festlegen. Zur Feststellung schädlicher Auswirkungen ist zunächst die Größe der Verkaufsfläche eines Vorhabens mit der Größe der Verkaufsfläche derselben Branche im betroffenen zentralen Versorgungsbereich zu vergleichen (Diesen Maßstab hat die Rechtsprechung ausdrücklich gebilligt. BVerwG, Urteil vom 11.10.07, 4 C 7/07; OVG Münster, Urteil vom 11.12.06, 7 A 964/05). Soweit erforderlich, kann zusätzlich der erwartete Kaufkraftabzug eines Vorhabens ermittelt werden. Weiterhin sind die „Vorschädigung“ des zentralen Versorgungsbereichs, Gefährdung eines Magnetbetriebes innerhalb des Versorgungsbereichs, Entfernung zwischen Vorhaben und zentralem Versorgungsbereich, sowie die konkreten örtlichen Bedingungen zu berücksichtigen.

Ergänzende Steuerungsregeln für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg

Die durch die AV Zentrenkonzepte vorgegebenen Steuerungsgrundsätze werden durch die folgenden Steuerungsregeln für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg ergänzt:

G) Es gelten die Regelungen übergeordneter Vorschriften

Die vorhandenen einschlägigen Gesetze, Verordnungen, Planwerke und sonstigen Vorschriften sind einzuhalten. Dies gilt neben den Vorschriften des BauGB, der BauNVO oder der Bauordnung insbesondere für den Stadtentwicklungsplan Zentren, die AV Einzelhandel und die AV Zentrenkonzepte in ihrer jeweils aktuellen Fassung. Die Steuerungsgrundsätze der AV Zentrenkonzepte sind ebenso Bestandteil der bezirklichen Regeln zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Bezirk wie die Liste der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente aus Anhang I zur AV Einzelhandel.

H) Planungsrechtliche Vorgaben bestehender Bebauungspläne bleiben unberührt

Auch bestehende rechtskräftige Bebauungspläne behalten weiterhin ihre Gültigkeit; selbst wenn Sie den Inhalten und Zielen des vorliegenden Konzeptes widersprechen. Bei der Änderung, Aufhebung oder Neuaufstellung solcher Pläne ist dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept jedoch als „sonstige städtebauliche Planung“ i.S.d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Abwägung zu berücksichtigen.

I) Einzelhandelseinrichtungen müssen sich in ihrer Eigenart dem Standort anpassen. Sie sind städtebaulich, verkehrlich, funktional und gestalterisch in ihr Umfeld zu integrieren. Ihre gestalterische Qualität soll das Umfeld unterstützen und das Stadtbild verbessern.

Aufgrund der herausgehobenen Bedeutung der Nahversorgung im täglichen Leben sowie der – insb. bei großflächigen Entwicklungen – bedeutenden Einflüsse auf das Straßen- und Stadtbild ist an die Gestaltung neu zu errichtender oder umzubauender Einzelhandelseinrichtungen ein besonderer Maßstab anzulegen. Insbesondere die zentralen Versorgungsbereiche stellen oft städtebaulich besonders sensible und prominente Standorte dar, die eine besondere

Gestaltqualität sowohl der Architektur und der Freiräume (v.a. Parkplätze) als auch der städtebaulichen Einbindung erfordern. Dies ist bei der Aufstellung von Bauleitplänen und sonstigen städtebaulichen Planungen, dem Abschluss städtebaulicher und sonstiger Verträge (etwa Grundstücksverkäufe) sowie im Rahmen von Baugenehmigungsverfahren zu berücksichtigen.

J) Betriebe mit einer Verkaufsfläche bis 250 m² sind – unabhängig vom Sortiment – generell zulässig.

Weite Teile des Bezirks sind noch heute durch die berlintypische gründerzeitlich-wilhelminische Baustruktur geprägt. Die in den Erdgeschossen dieser Gebäude befindlichen Ladeneinheiten werden noch heute oft durch inhabergeführte Läden, in geringerem Maße auch durch einzelhandelsnahe Dienstleister oder durch gastronomische Betriebe genutzt. Insbesondere in den Planungsräumen Boxhagener Platz, Samariterviertel und Chamissokiez, jedoch auch in zahlreichen anderen Quartieren, machen diese oft auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegenden Betriebe den besonderen Reiz der Altbaukieze aus. Zudem übernehmen hier kleine Läden oft wichtige Funktionen der Quartiersversorgung (z.B. als Bäcker, Spätkauf, Lebensmittelhändler).

So zeigt die Bestandsaufnahme des bezirklichen Einzelhandels, dass rd. 94,5 % der Läden außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Verkaufsfläche von 250 m² nicht überschreiten. Man kann daher unterhalb dieser Grenze von einem typischen Friedrichshain-Kreuzberger Laden sprechen, der durchaus flächendeckend vor allem in den Altbauquartieren vorkommt.

Aufgrund der Grundrisszuschnitte, Fassadengestaltungen, Gebäudetiefen etc. entziehen sich diese Flächen jedoch in vielen Fällen einer alternativen Wohn- oder Büronutzung, so dass es teilweise auch erhebliche Leerstände gibt.

Um die Leerstandsproblematik nicht weiter zu verschärfen und gleichzeitig auch (vor allem den für die Attraktivität der Nebenlagen so wichtigen inhabergeführten) kleinteiligen Einzelhandel und Unternehmensgründungen außerhalb der teuren Zentrenlagen zu stärken soll der zuvor beschriebene Friedrichshain-Kreuzberger Laden bis zu einer Verkaufsfläche von 250 m² generell, d.h. auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig sein.

Mit dieser Regelung werden die Läden mit einer Verkaufsfläche unter 250 m² von der eigentlich generell geltenden „Zentrenpflicht“ befreit.

K) Im Zentrumsbereich Historische Mitte sind nur Betriebe mit einer Verkaufsfläche bis 800 m²– unabhängig vom Sortiment – generell zulässig

Entsprechend dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Mitte von Berlin von 2010 gilt auch für den im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg gelegenen Teil des Zentrumsbereichs Historische Mitte eine Verkaufsflächenbeschränkung auf 800 m² je Betrieb. Größere Einrichtungen sind nur in den im Bezirk Mitte gelegenen Zentrumsbereichskernen zulässig. Eine Beschränkung des Sortiments erfolgt nicht.

L) Nicht-zentrenrelevante Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind nur bis zu einer Verkaufsfläche von max. 800 m² zulässig.

Ziel aller Einzelhandelsbeschränkungen ist die Stärkung von Zentren und Fachmarkttagglomerationen. Aus diesem Grund sind auch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i.S.d. AV Einzelhandel nur in zentralen Versorgungsbereichen oder ausgewiesenen Fachmarkttagglomerationen (im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg nicht vorhanden) zulässig, sofern sie eine Gesamtverkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Die Anielung derartiger Betriebe in zentralen Versorgungsbereichen ist wünschenswert, wenn sie sich funktional und städtebaulich eingliedern und ihre Verkaufsfläche in angemessener Relation zur Versorgungsfunktion steht.

Unterhalb der Grenze von 800 m² sind nicht-zentrenrelevante Sortimente im gesamten Bezirksgebiet zulässig. Mit dem bestehenden Baumarkt am ehemaligen Wriezener Bahnhof und dem geplanten Baumarkt an der Yorkstraße ist ein hinreichendes Angebot an Einzelstandorten vorhanden, so dass auf eine ergänzende Darstellung einer Fachmarkttagglomeration verzichtet wird.

M) Die Begrenzungen der Verkaufsfläche für Einzelhandels-einrichtungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelten nicht für den Sonderstandort Eisenbahnmarkthalle.

Die Eisenbahnmarkthalle erfüllt eine wichtige Funktion für die Quartiersversorgung im Planungsraum Lausitzer Platz. Die Halle leidet

zur Zeit unter Leerständen und einem schlechten baulichen Zustand, jedoch wurde im Frühjahr 2011 ein Konzept vorgestellt, die Eisenbahnmarkthalle – ähnlich wie dies für die Halle am Marheinekeplatz bereits geschehen ist – als Quartierszentrum auszubauen. Dabei ist neben einer Einzelhandelsnutzung auch ein kultureller und/oder ein gastronomischer Schwerpunkt angedacht.

Um den Anteil des Einzelhandels nicht zu begrenzen und hier ein für das Quartier attraktives Einzelhandelsangebot etablieren zu können, soll die Halle von den Verkaufsflächenbeschränkungen für Einzelhandelseinrichtungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausgenommen werden. Vorrangiges Ziel ist die Entwicklung eines zeitgemäßen Markthallenkonzeptes mit einer kleinteiligen Einzelhändlerstruktur.

5.2.3 Kriterien für schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Die AV Zentrenkonzepte verlangt in ihren gemeinsamen Steuerungsgrundsätzen die Festlegung einheitlicher Kriterien zur Bestimmung schädlicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche. Zwar lassen sich solche Kriterien grundsätzlich benennen (etwa der Kaufkraftabzug aus einem Zentrum/in einem Sortiment in %), die bezirklichen Zentren sind jedoch zu unterschiedlich als dass sich einheitliche Parameter für diese Kriterien benennen ließen. Ein Kaufkraftverlust von zehn % etwa kann für ein gesundes, gut funktionierendes Zentrum (fast) ohne Folgen bleiben, während ein anderes bei gleichem Verlust erheblich geschädigt würde.

Es soll daher an dieser Stelle auf die Darstellung konkreter Prüfparameter verzichtet werden, anhand derer „schematisch“ die Zentrenschädlichkeit geprüft werden könnte. Vielmehr ist im Einzelfall zu untersuchen, welche Zentren von einem Vorhaben überhaupt betroffen sind, welche Auswirkungen das Vorhaben auf diese Zentren hat und schließlich bei welchen Auswirkungen eine Schädigung erfolgt. Zur Beurteilung der Zentrenschädlichkeit können u.a. die folgenden durch die Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts (Az. BVerwG 4 C 7.07) bestätigten Kriterien herangezogen werden:

- Vergleich der Größe der Verkaufsfläche des Vorhabens mit der Größe der Verkaufsfläche derselben Branche in den betroffenen

zentralen Versorgungsbereichen, auf die das Vorhaben einwirkt (ein einheitlicher Prozentsatz kann nicht genannt werden. Er ist von den individuellen Eigenschaften des Vorhabens und des Zentrums abhängig)

- Der (räumliche) Abstand zwischen Vorhaben und zentralen Versorgungsbereichen
- Die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs, z.B.
 - Besondere Empfindlichkeit durch Vorschädigungen etwa durch Leerstände
 - Ausrichtung des Vorhabens auf Sortimente, die durch wichtige Magnetbetriebe im zentralen Versorgungsbereich abgedeckt werden und dadurch Gefährdung dieser für den unbeeinträchtigten Fortbestand des zentralen Versorgungsbereichs wichtigen Betriebe
- Durch das Vorhaben zu erwartende Kaufkraftabzüge aus dem zentralen Versorgungsbereich

Je nach örtlicher Situation können auch nur einzelne dieser Kriterien oder weitere Kriterien herangezogen werden.

5.3 Hinweise zur planungsrechtlichen Umsetzung

5.3.1 Steuerung im unbeplanten Innenbereich

Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile sind nach § 34 Abs. 3 BauGB unzulässig, wenn von Ihnen schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder anderer Gemeinden zu erwarten sind. Der Vorhabenbegriff umfasst hierbei nicht nur Einzelhandelsnutzungen, sondern in Anlehnung an den § 29 Abs. 1 BauGB alle Nutzungen und Nutzungsänderungen, von denen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen können. Geschützt werden durch die Vorschrift bereits vorhandene zentrale Versorgungsbereiche, planerische Festlegungen können hierbei zur Verdeutlichung der räumlichen Angrenzung und der Versorgungsfunktionen dienen, begründen aber keinen eigenständigen Schutzanspruch.

Eine Schädlichkeit für einen Versorgungsbereich ist dann zu erwarten, wenn

- das Vorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt werden soll,
- das Warenangebot die für die gegebene Versorgungsfunktion des betreffenden Versorgungsbereich typischen Sortimente enthält,
- das Vorhaben nach seiner konkreten Lage und Ausgestaltung erwarten lässt, dass die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs insbesondere durch die zu erwartenden Kaufkraftabflüsse in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird.

Die Ausrichtung des Instrumentes auf den unbeplanten Innenbereich beschränkt den Einsatz im Wesentlichen auf den Ostteil der Stadt und damit auf den Ortsteil Friedrichshain, da für den Westteil der Stadt mit dem Baunutzungsplan von 1961 weitgehend flächendeckend bauplanungsrechtliche Festsetzungen getroffen wurden.

5.3.2 Steuerung durch Bebauungsplanung

Qualifizierte Bebauungspläne

Auf die grundsätzlich bestehende Möglichkeit zur Aufstellung qualifizierter Bebauungspläne und die damit verbundenen Festsetzungsmöglichkeiten zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben wird an dieser Stelle nicht vertiefend eingegangen und auf die Regelungen der Baunutzungsverordnung zur Festsetzung von Baugebieten und die durch § 1 Abs. 4 bis 9 BauNVO bestehenden Instrumente der Feindifferenzierung verwiesen. Auch die AV Einzelhandel gibt zahlreiche Hinweise zum Umgang mit Einzelhandelseinrichtungen im Rahmen der Bauleitplanung.

Das Erfordernis zur Aufstellung eines Bebauungsplans kann sich in Ermangelung des Baunutzungsplans im Ortsteil Friedrichshain für Bereiche ergeben, in denen eine bereits vorhandene Prägung durch großflächige Einzelhandelsbetriebe nach §34 BauGB zur Ansiedlung weiterer großflächigere Betriebe führen kann.

Einfache Bebauungspläne

Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch Aufstellung eines einfachen Bebauungsplans stellt ein geeignetes Vorgehen für zu überplanende Flächen dar, die durch ihre Nutzung bereits ein faktisches Baugebiet darstellen oder deren Nutzungsart bereits durch einen Bebauungsplan bestimmt ist und damit die Festsetzung des Nutzungsmaßes und der überbaubaren Grundstücksflächen entbehrlich ist.

Durch die Festsetzung eines Baugebietes oder den Ausschluss von ansonsten zulässigen oder ausnahmsweise zulässigen Nutzungen kann damit Einfluss auf die Einzelhandelsentwicklung im Sinne der bezirklichen Entwicklungsziele genommen werden.

Handlungsbedarf besteht diesbezüglich regelmäßig in Industrie- und Gewerbegebieten, die sich für die Ansiedlung von Betrieben eignen, bei denen die Voraussetzungen einer Kern- oder Sondergebietspflichtigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht bestehen. Es handelt sich hierbei um großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nur unwesentlich auswirken. Durch den Ausschluss großflächigen Einzelhandels kann hier insbesondere der Ansiedlung von Fachmärkten und der Entwicklung von Fachmarkttagglomerationen entgegengewirkt werden.

Der vollständige Ausschluss von Einzelhandelsvorhaben in Industrie- und Gewerbegebieten ist möglich bei einer städtebaulich begründbaren Absicht, im Plangebiet das produzierende Gewerbe zu stärken und damit eine standortangemessene Nutzungsstruktur zu gewährleisten.

Einfache Bebauungspläne gem. § 9 Abs. 2a BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile

Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile können zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung, einfache Bebauungspläne aufgestellt werden, in denen die Zulässigkeit bestimmter (Einzelhandels-) Nutzungen eingeschränkt wird. Durch die Festsetzungen nach § 9 Abs. 2 a BauGB können bestimmte nach § 34 Abs. 1 oder 2

BauGB zulässige Nutzungen als allgemein zulässig festgesetzt oder bestimmte ansonsten zulässige Nutzungen ausgeschlossen oder nur als ausnahmsweise zulässig bestimmt werden. Eine unzulässige Verhinderungsplanung ist durch eine ausreichende städtebauliche Begründung, möglichst auf Basis eines beschlossenen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes, zu vermeiden.

Inwieweit bezüglich der auszuschließenden Arten der baulichen Nutzung die Festsetzungsmöglichkeiten über § 1 Abs. 5 BauNVO bestehen, d.h. die in §§ 2-9 BauNVO genannten Nutzungsarten ausgeschlossen werden können oder ob auch ein Ausschluss von Unterarten nach § 1 Abs. 9 BauNVO möglich ist, ist aus dem Gesetzestext nicht eindeutig zu entnehmen. Die in der Kommentierung sich verfestigende Tendenz zur Anwendbarkeit des § 1 Abs. 9 BauNVO eröffnet die Möglichkeit zu branchenspezifischen Festsetzungen bzw. Nutzungsausschlüssen, wobei eine Benennung der auszuschließenden Nutzungsarten explizit erforderlich sein wird. Ein Verweis auf Branchengruppen der Sortimentsliste wird nicht ausreichend sein. Festsetzungen zur Verkaufsfläche sind durch § 9 Abs. 2 BauGB regelmäßig nicht gedeckt, es sei denn durch die Verkaufsflächenfestsetzung wird ein Einzelhandelstyp eindeutig beschrieben.

Auch hier ist zu berücksichtigen, dass auf Grund des in den westlichen Bezirken bestehenden Baunutzungsplans die Einsatzmöglichkeit des Instrumentes auf den Ortsteil Friedrichshain beschränkt ist.

Nach Einführung des § 9 Abs. 2a BauGB mit der Gesetzesnovelle vom 21.12.2006 konnten bisher in Berlin keine Anwendungserfahrungen gesammelt werden, noch liegt dazu keine gesicherte Rechtsprechung vor.

Anpassung bestehender Bebauungspläne

In den Geltungsbereichen von Bebauungsplänen, die auf Grundlage von Fassungen der Baunutzungsverordnungen vor dem 1.1.1987 aufgestellt wurden (d.h. ältere Bebauungspläne im Ortsteil Kreuzberg) ist die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben weiter gefasst, als dies durch die 1987 eingeführte Regelvermutungsgröße von 1.200 m² Geschossfläche für nachfolgende Bebauungspläne der Fall ist.

In Bebauungsplänen seit dem 1.8.1962 sind Einzelhandelsbetriebe jeder Größenordnung in Dorf-, Misch-, Kern- Gewerbe- und Industriegebieten

zulässig. Mit der Bauordnung ab dem 1.1.1969 wurden großflächige Einzelhandelsbetriebe außerhalb von Kern- und Sondergebieten unzulässig, sofern sie der übergemeindlichen Versorgung dienten. Mit der Baunutzungsverordnung von 1977 schließlich wurde eine Regelvermutungsgrenze von 1.500 m² eingeführt.

Zur Begrenzung der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der Versorgungszentren kann nach Prüfung der Bebauungspläne aus der Zeit vor 1987 eine Anpassung durch einfache textliche Änderung erfolgen: Eine pauschale Umstellung aller bezirklichen Bebauungspläne ist mangels Bezug zum Plangebiet unzulässig.

Die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung kann zudem, sofern sie eine Anpassungspflicht feststellt, die Anpassung der festgesetzten Bebauungspläne an den Flächennutzungsplan fordern. Dies gilt auch für den übergeleiteten Baunutzungsplan von 1961.

6 Fazit

Der Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg verfügt über ein vielseitiges und attraktives Einzelhandelsangebot. Im Gegensatz zu anderen innerstädtischen Bezirken ist der Einzelhandel in Friedrichshain-Kreuzberg nicht von großflächigen Shopping-Malls, sondern durch ein oft kleinteiliges inhabergeführtes Geschäftsangebot geprägt. Im gesamten Bezirk befindet sich lediglich ein klassisches Einkaufscenter (Ringcenter) und je ein großes Warenhaus in beiden Ortsteilen (Karstadt am Hermannplatz und Galeria Kaufhof am Ostbahnhof).

Die Versorgung der Wohnquartiere insbesondere mit Waren des kurzfristigen Bedarfs ist bis auf wenige Ausnahmen gesichert und ebenfalls durch eher kleinteilige Angebote geprägt.

Die bezirklichen Zentren entsprechen im Wesentlichen ihrer durch die Zentrenkategorie vorgegebenen Funktion. Einige haben sich in den letzten Jahren darüber hinaus als touristische Zentren entwickelt und spielen als Einkaufsstandort für den touristischen Markt eine zunehmend wichtige Rolle (Mehringdamm/Bergmannstraße und Kottbusser Tor).

Dennoch kann der bezirkliche Einzelhandel sein Potenzial an örtlicher Kaufkraft nicht voll ausschöpfen. Die Zentralitätswerte des örtlichen Angebots liegen deutlich unter den Werten, die man für einen zentral gelegenen Bezirk wie Friedrichshain-Kreuzberg erwarten würde. Dies liegt einerseits an Lücken im vorhandenen Angebot bestimmter Sortimente, andererseits aber auch an der Nähe attraktiver Einzelhandelslagen außerhalb des Bezirks. Insbesondere in die Zentrumsbereiche Historische Mitte und City West ist ein signifikanter Kaufkraftabfluss zu vermuten.

Mit dem zunehmenden Druck von Projektentwicklern, auch an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Einzelhandelsstandorte zu etablieren entsteht die Notwendigkeit zur Steuerung des bezirklichen Einzelhandels. Ziele dieser Steuerung sollen sein:

- Die Sicherung einer flächendeckenden verbrauchernahen Grundversorgung,
- Die Erhaltung und Stärkung der städtischen Zentren sowie
- Die stadtverträgliche Integration großflächiger Einzelhandels-einrichtungen.

Mit den im vorliegenden Konzept formulierten Regeln für die Steuerung des Einzelhandels sollen diese Ziele erreicht werden. Sie geben der Verwaltung und potenziellen Investoren klare Regeln vor, wo im Bezirk und mit welcher Verkaufsfläche welche Arten von Einzelhandel zulässig sein sollen. So bestehen klare Abwägungsmaterialien für die verbindliche Bauleitplanung und die Beurteilungsgrundlage für Genehmigung von Bauanträgen auf der einen Seite, gleichzeitig aber auch klare Regeln für Bauherren auf der anderen Seite.

7 Anhang

Zentrenpässe