

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



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

---

**STANDORT  
ANALYSE  
BERATUNG  
KONZEPTE  
HANDEL**



**Auftraggeber:**

**Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin**

Fachbereich Stadtplanung  
Stadtentwicklungsamt  
Yorckstraße 4-11  
10965 Berlin

Matthias Peckskamp  
Hans-Peter Pirch  
Sebastian Dill

**Konzept, Koordination und Text:**

**BSM**

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

Gregor Lehmann  
Norbert Illiges

**In Zusammenarbeit mit:**

**Büro Standort Handel**

Oranienburger Straße 12  
10178 Berlin

Michael Giese

**Beschlossen durch**

**Das Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin am 29. August 2017**

**sowie durch die**

**Bezirksverordnetenversammlung Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin am  
8. November 2017.**



<b>1</b>	<b>EINFÜHRUNG .....</b>	<b>9</b>
1.1	Anlass .....	12
1.2	Methodik .....	12
1.3	Planungsrechtliche Einordnung.....	14
<b>2</b>	<b>RAHMENBEDINGUNGEN .....</b>	<b>16</b>
2.1	<b>Entwicklungstendenzen im Einzelhandel und Verbraucherverhalten in Deutschland .....</b>	<b>16</b>
2.1.1	Entwicklung der Nachfragebedingungen des Einzelhandels .....	16
2.1.2	Entwicklungstendenzen des Einkaufsverhaltens der Verbraucher .....	20
2.1.3	Veränderungen in der Struktur des deutschen Einzelhandels .....	22
2.2	<b>Entwicklung des Berliner Einzelhandels .....</b>	<b>29</b>
2.2.1	Entwicklung der Nachfragebedingungen .....	29
2.2.2	Entwicklung des Einkaufsverhaltens der Verbraucher .....	33
2.2.3	Veränderungen in der Struktur des Berliner Einzelhandels .....	36
2.2.4	Ausblick auf die weitere Entwicklung des Berliner Einzelhandels .....	40
<b>3</b>	<b>BESTANDSERFASSUNG UND -ANALYSE DES EINZELHANDELS IN FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG .....</b>	<b>45</b>
3.1	<b>Bestehende Zentren- und Einzelhandelsstruktur gem . Stadtentwicklungsplan (StEP) Zentren 3 .....</b>	<b>45</b>
3.2	<b>Einzelhandelsbestand in Friedrichshain-Kreuzberg.....</b>	<b>46</b>
3.2.1	Bestandserhebung.....	47
3.2.2	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche .....	48
3.2.3	Zur Entwicklung der Branchen bzw. Warengruppen .....	50
3.3	<b>Kaufkraft und Nachfragevolumen .....</b>	<b>56</b>
3.4	<b>Kaufkraftbindung (Zentralität).....</b>	<b>65</b>
3.5	<b>Zwischenfazit .....</b>	<b>76</b>
<b>4</b>	<b>RÄUMLICHES KONZEPT .....</b>	<b>79</b>
4.1	<b>Zentrale Versorgungsbereiche in den Nachbarbezirken.....</b>	<b>79</b>
4.2	<b>Zentrale Versorgungsbereiche in Friedrichshain-Kreuzberg .....</b>	<b>84</b>
4.2.1	Zentrumsbereich Historische Mitte (Kreuzberg) .....	89
4.2.2	Hauptzentrum Frankfurter Allee (Friedrichshain) .....	96
4.2.3	Hauptzentrum Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm (Kreuzberg) .	105
4.2.4	Stadtteilzentrum Mehringdamm/Bergmannstraße .....	116
4.2.5	Stadtteilzentrum Kottbusser Tor/Oranienstraße .....	128
4.2.6	Ortsteilzentrum Ostbahnhof (StEP Zentren 3: „Stadtteilzentrum“) .....	142
4.2.7	Nahversorgungszentrum Mehringplatz/südliche Friedrichstraße.....	152
4.2.8	Nahversorgungszentrum Wrangelstraße .....	162
4.2.9	Nahversorgungszentrum Warschauer Straße .....	172
4.2.10	Nahversorgungszentrum Boxhagener Straße.....	181

4.2.11	Nahversorgungszentrum Landsberger Allee.....	189
<b>4.3</b>	<b>Sonderstandorte .....</b>	<b>199</b>
4.3.1	Kiezzentrum Markthalle IX (Eisenbahnmarkthalle).....	199
4.3.2	Arena.....	200
<b>4.4</b>	<b>Fachmarkttagglomeration Wriezener Bahnhof.....</b>	<b>201</b>
<b>4.5</b>	<b>Gewährleistung der Nahversorgung.....</b>	<b>201</b>
4.5.1	Betrachtung der Zentrenstruktur und ihrer Einzugsbereiche.....	201
4.5.2	Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung in den Planungsräumen .....	204
4.5.3	Überlagerung beider Betrachtungsweisen .....	207
4.5.4	Sicherung der Nahversorgung durch Einzelstandorte .....	208
4.5.5	Zukünftige Entwicklung (Prognose 2030) .....	208
<b>5</b>	<b>ZIELE UND LEITLINIEN.....</b>	<b>210</b>
<b>5.1</b>	<b>Übergeordnete Bindungen, Ziele und Leitlinien .....</b>	<b>211</b>
5.1.1	Ziele und Grundsätze der Raumordnung für die Steuerung des Einzelhandels.....	211
	Ziele der Raumordnung.....	211
	Grundsätze der Raumordnung.....	211
5.1.2	StEP Zentren 3.....	213
	Ziele für die Steuerung der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung: .....	213
	Zehn Leitlinien.....	213
	Steuerungsgrundsätze .....	214
5.1.3	Fachmarktkonzept Berlin .....	216
5.1.4	AV Zentrenkonzepte .....	217
5.1.5	AV Einzelhandel.....	217
5.1.6	Flächennutzungsplan Berlin .....	217
<b>5.2</b>	<b>Ziele und Grundsätze für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg.....</b>	<b>218</b>
5.2.1	Oberziele .....	218
5.2.2	Grundsätze .....	219
<b>5.3</b>	<b>Steuerungsregeln für die Entwicklung des bezirklichen Einzelhandels .....</b>	<b>219</b>
5.3.1	Steuerungsgrundsätze des StEP Zentren 3 .....	220
5.3.2	Steuerungsregeln für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg .....	222
A)	Großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel (außer Nahversorgung).....	222
B)	Nicht großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel (außer Nahversorgung).....	222
C)	Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel .....	222
D)	Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel .....	223
E)	Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben („Handwerkerprivileg“) ..	224
F)	Regelungen übergeordneter Vorschriften .....	224
G)	Planungsrechtliche Vorgaben bestehender Bebauungspläne .....	224
H)	Städtebauliches Integrationsgebot .....	225
I)	Generelle Zulässigkeit von Betrieben mit einer Verkaufsfläche bis 250 m <sup>2</sup> .....	225
J)	Im Zentrumsbereich Historische Mitte sind nur Betriebe mit einer Verkaufsfläche bis 800 m <sup>2</sup> – unabhängig vom Sortiment – generell zulässig .....	226
K)	Die Begrenzungen der Verkaufsfläche für Einzelhandelseinrichtungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelten nicht für den Sonderstandort Eisenbahnmarkthalle/Markthalle IX.....	227
5.3.3	Kriterien für schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche .....	227
<b>5.4</b>	<b>Hinweise zur planungsrechtlichen Umsetzung .....</b>	<b>229</b>
5.4.1	Steuerung im unbeplanten Innenbereich .....	229

5.4.2	Steuerung durch Bebauungsplanung .....	230
	Qualifizierte Bebauungspläne .....	230
	Einfache Bebauungspläne .....	230
	Einfache Bebauungspläne gem. § 9 Abs. 2a BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile .....	231
	Anpassung bestehender Bebauungspläne .....	232
<b>6</b>	<b>FAZIT.....</b>	<b>233</b>
<b>7</b>	<b>ANHANG .....</b>	<b>235</b>

### Hinweis:

Die im Folgenden verwendeten Daten, insbesondere zur Verkaufsflächenausstattung und zur Kaufkraft, entstammen – sofern keine anderen Quellen angegeben sind – den Einzelhandels-Bestandsdaten der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt 2014/2015 (SenStadtUm 2015) sowie den Kaufkraftdaten des IFH – Institut für Handelsforschung, Köln. Die aus diesen Daten ermittelten Angaben, insb. zur Zentralität bzw. Kaufkraftbindung, zum Nachfragevolumen und zur Verkaufsflächenausstattung je Einwohner, sind eigene Berechnungen der Verfasser. Auf eine erneute Quellenangabe wird fortan verzichtet.





## 1 Einführung

Der Strukturwandel im Einzelhandel verändert die städtische 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 zu einem großen Teil über Discount- und Verbrauchermärkte wahrgenommen. Dabei beanspruchen sowohl diese wie auch andere Betriebsformen („klassischer“ Supermarkt, Verbrauchermarkt 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.

Neben diesen Entwicklungen im stationären Einzelhandel gewinnt der Online-Handel weiter an Bedeutung. War dieser zunächst auf bestimmte Segmente (z.B. Gebrauchsgüter und Spezialsortimente) beschränkt, weitet er sich zunehmend auf klassische Einzelhandels-Sortimente aus. So sind insbesondere die Angebote in den Bereichen Bekleidung/Schuhe in den vergangenen Jahren stark gestiegen und auch im Bereich Lebensmittel drängen neue Anbieter auf den Markt während zugleich die etablierten Handelsketten entsprechende Lieferdienste ausbauen.

Trotz des starken Online-Wachstums scheint der stationäre Einzelhandel nicht grundsätzlich gefährdet. Vielmehr stammt ein großer Teil des Online-Umsatzes aus dem herkömmlichen Versandhandel, der nicht mehr ausschließlich katalogbasiert arbeitet, sondern sich auf den Online-Marktplatz verlagert hat. Der stationäre Einzelhandel wird vor allem im Bereich der Nahversorgung, aber auch dort, wo die notwendige Dichte an potenziellen Käufern vorhanden ist, d.h. vornehmlich in den klassischen Innenstadtlagen größerer Städte, auch in anderen Branchen weiter bestehen können. Dabei wird sich die Konkurrenz des örtlichen Angebots durch Online-Angebote weiter durchsetzen, um die gestiegenen Anforderungen an die Sortimentstiefe und -breite sowie den Einkauf außerhalb der traditionellen Ladenöffnungszeiten erfüllen und zusätzliche Kundenkreise erschließen zu können. Damit verbunden sind weitere Verschiebungen der Marktanteile zugunsten des Online-Handels. Ein Ende der Entwicklung ist noch nicht absehbar.

Berlin – und hier insbesondere die Innenstadtbezirke – hat durch seine hohe Bevölkerungsdichte, seine große touristische Anziehungskraft und den attraktiven Bestand an teils hoch spezialisierten Fachgeschäften, Shopping Malls

sowie Kauf- und Warenhäusern beste Voraussetzungen, sich auch weiterhin als starker Standort für den stationären Einzelhandel behaupten zu können.

Dennoch stehen auch die Berliner Zentren vor Herausforderungen. Die flächenintensiven Anforderungen an moderne Einzelhandelsstandorte können in den bestehenden Zentren oftmals nicht erfüllt werden und führen regelmäßig zu einer Ansiedlung an städtebaulich nicht integrierten Standorten. Gleichzeitig werden ältere Filialen, die heutigen Anforderungen insbesondere an die Betriebsgröße nicht gerecht werden, geschlossen, auch wenn sie an zentralen Stellen im Stadtgefüge liegen. So werden die gewachsenen Zentren vor allem hinsichtlich ihrer Nahversorgungsfunktion geschwächt. Durch die Abwanderung entstehende Leerstände schädigen die Zentren zusätzlich. Etablierte Fachgeschäfte geben aufgrund steigender Mieten und fehlender Kunden auf und werden oft durch weniger attraktive Nachmieter (z.B. Handy-Shops, Spielhallen, 1-Euro-Läden etc.) ersetzt. Der durch unattraktive Läden und Leerstände entstehende Imageverlust verstärkt die Negativentwicklung und führt zu einem sich beschleunigenden „Trading-Down-Effekt“.

Parallel ist trotz gegenläufiger Bemühungen weiterhin 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 weisen teilweise erhebliche Versorgungslücken auf. Auch wenn in Friedrichshain-Kreuzberg durchaus positive Rahmenbedingungen bestehen (etwa eine ausgewogene Zentrenstruktur, eine positive Bevölkerungsentwicklung mit steigender Kaufkraft sowie – zumindest stellenweise – attraktive Einzelhandelsangeboten), bleibt auch dieser Bezirk von den allgemeinen Entwicklungen nicht verschont.

Mit der vorliegenden Aktualisierung des 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. Außerdem sollen die mit dem Beschluss des Konzeptes von 2012 etablierten klaren Ansiedlungsregeln überprüft und bestätigt bzw. ggf. angepasst werden, so dass Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer klare und verbindliche Vorgaben für neue Projekte bekommen. In Ergänzung zur gesamtstädtischen Zentrenplanung durch die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen kommt dem

bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept somit 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 Gemeinsame 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 vorliegende 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 somit:

- Stabilisierung und Stärkung 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 vielen 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 Grundlage für die Bauleitplanung dienen, da die ausgewiesenen Zentren räumlich nicht abgegrenzt waren 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 durch die Ausführungsvorschriften AV Einzelhandel (2007, aktuelle Fassung 2014) und AV Zentrenkonzepte (2009, aktuelle Fassung 2015) konkretisiert. Während die AV Einzelhandel im Wesentlichen der Definition der einschlägigen Begriffe dient und Hinweise insb. zur Aufstellung von Bauleitplänen und zur Zulässigkeit von Einzelvorhaben 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. Der StEP Zentren selbst wurde ebenfalls überarbeitet und liegt aktuell als StEP Zentren 3 (beschlossen im April 2011) vor.

Das Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg hatte sich bereits Ende 2009 entschieden, seine Einzelhandelsentwicklung mithilfe eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu steuern. Das damalige Konzept beruhte wesentlich auf einer detaillierten Aufnahme und Analyse des bezirklichen Einzelhandelsbestands, die um den Jahreswechsel 2009/2010 durchgeführt wurde. Anlass für die Aktualisierung des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in der nun vorliegenden Fassung war die berlinweite Erfassung des Einzelhandelsbestands nach einheitlichen Kriterien im Jahr 2015.

## **1.2 Methodik**

Die vorliegende Überarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin folgt der Gliederung der 2012 beschlossenen Ursprungsfassung. Diese wurde auf Grundlage der

Ausführungsvorschriften AV Einzelhandel und AV Zentrenkonzepte sowie des StEP Zentren 3 erstellt.

Das Konzept besteht aus drei wesentlichen Elementen:

- Analyse des bezirklichen Einzelhandelsbestands, Bewertung der Nachfrage und des Angebots auf Ebene der Planungsregionen
- Untersuchung, Abgrenzung und Charakterisierung der bezirklichen Zentren
- Aufstellung eines Regelungskatalogs für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben

Diese sollen im Folgenden erläutert werden:

### **Erstes Element: Analyse des Einzelhandelsbestands**

Im Gegensatz zur Erstaufnahme des Einzelhandelsbestands im Bezirk 2009/2010 wurde für die vorliegende Überarbeitung keine eigene Bestandsaufnahme durchgeführt. Vielmehr wurden die 2015 durch die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt erfassten Bestandsdaten als Grundlage herangezogen. Ein direkter Vergleich mit der damaligen Analyse ist aufgrund der unterschiedlichen Erfassungssystematik nicht möglich (vgl. Pkt. 3.2.1). Die Bestandsdaten wurden zu Analysezielen 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 bzw. zur Zentralität für die verschiedenen Warengruppen in den bezirklichen Planungsräumen und Zentren gemacht werden.

Aus der Auswertung der aufbereiteten Daten 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 – entsprechend den rechtlichen Erfordernissen – parzellenscharf abgegrenzt. Zusätzlich dargestellt werden außerdem die Einzugsbereiche für die Nahversorgungsfunktion der jeweiligen Zentren. Im Vergleich zum Konzept von 2012 ergeben sich durch die vorliegende Überarbeitung nur wenige Änderungen.

### **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. Der StEP Zentren 3 gibt bereits einige Vorgaben für ganz Berlin vor. Diese Regeln werden in das bezirkliche Zentrenkonzept übernommen und durch weitere bezirksspezifische Regeln ergänzt. Die vorliegende Überarbeitung bestätigt im Wesentlichen Ansiedlungsregeln, die durch die 2012 beschlossene Erstfassung verbindlich geworden sind. Gleichzeitig werden diese durch die vorliegende Neufassung weiterentwickelt.

### **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. Dies ist für die Erstfassung des Konzeptes im Mai 2012 geschehen.

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

---

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept

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 die Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Einzelhandels sowie die wichtigsten Tendenzen, die sich im Verbraucherverhalten und der Struktur des deutschen Einzelhandels abzeichnen, skizziert. Berlin ist dabei ein Abbild dieser bundesweiten Entwicklung, wobei manche Entwicklungen deutlich vor-, andere hingegen dem Bundestrend nachlaufen. Mit der Darstellung der Entwicklungstendenzen sowohl auf der Bundesebene als auch in Berlin soll deutlich gemacht werden, in welche Richtung sich voraussichtlich die Einzelhandelslandschaft im Berliner Raum – und damit auch im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – entwickeln wird.

#### **2.1.1 Entwicklung der Nachfragebedingungen des Einzelhandels**

##### **Bevölkerung**

Die Nachfragesituation des Einzelhandels wird in starkem Maße von der demographischen Entwicklung der Bundesrepublik bestimmt. Die Bevölkerung der Bundesrepublik geht den Prognosen des Statistischen Bundesamtes zufolge langfristig – bis zum Jahr 2060 – zurück.<sup>1</sup> Von den in der Prognose entwickelten Annahmen<sup>2</sup> wird Variante 2 herausgegriffen, die von einer stärkeren Zuwanderung ausgeht, so dass sich der Bevölkerungsrückgang bis 2060 vergleichsweise moderat auswirkt. Bis zum Jahr 2030 ist dieser Variante nach ein leichter Bevölkerungsanstieg zu verzeichnen.

---

<sup>1</sup> Bevölkerung Deutschlands bis 2060, 13. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung Statistisches Bundesamt Wiesbaden, veröffentlicht 28. April 2015.

<sup>2</sup> Ausgewiesen werden insgesamt acht Varianten, von denen vier Varianten von einem geringeren, vier weitere von einem höheren Zuwachs ausgehen. In Variante 2 wird ein langfristiges Wanderungssaldo von 200.000 Einwohnern angenommen.



**Tab. 1:** Entwicklung der Bevölkerung bis 2060, Variante 2: Kontinuität bei stärkerer Zuwanderung

	31.12. des Jahres					
	2013	2020	2030	2040	2050	2060
<b>Bevölkerungsstand<sup>3</sup></b>	80.767	81.953	80.919	78.906	76.115	73.079
<b>2012=100</b>	100,0	101,5	100,2	97,7	94,2	90,5
<b>unter 20 Jahre</b>	14.684	14.411	14.240	13.271	12.308	11.989
<b>%</b>	18,2	17,6	17,6	16,8	16,2	16,4
<b>2013=100</b>	100,0	98,1	97,0	90,4	83,8	81,6
<b>20 bis unter 60 Jahre</b>	44.137	43.349	38.655	37.470	35.186	33.163
<b>%</b>	54,6	52,9	47,8	47,5	46,2	45,4
<b>2013=100</b>	100,0	98,2	87,6	84,9	79,7	75,1
<b>60 Jahre und älter</b>	21.946	24.192	28.024	28.165	28.621	27.926
<b>%</b>	27,2	29,5	34,6	35,7	37,6	38,2
<b>2013=100</b>	100,0	110,2	127,7	128,3	130,4	127,3

Quelle: Statistisches Bundesamt

Die Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung bis 2060 erscheint auf den ersten Blick zu weit gefasst zu sein. Berlin z.B. weist seine Prognose nur bis 2030 aus (vgl. Pkt. 2.2.1). Aufgezeigt werden soll jedoch der langfristige Trend, der trotz des derzeitigen Bevölkerungszuwachses durch Flüchtlinge nach 2030 rückläufig verläuft.

Wieweit die aktuelle Flüchtlingsproblematik in die Prognose eingegangen ist, geht aus der Veröffentlichung des Bundesamtes nicht hervor. Wahrscheinlich ist, dass der nächsten Bevölkerungsvorausberechnung höhere Zuwachsraten zugrunde gelegt werden, so dass – zumindest bis zum Jahr 2030 – mit einem weiteren Anstieg der Bevölkerungszahl zu rechnen ist. Zu beachten bleibt jedoch, dass eine Prognose von Flüchtlingszahlen – insbesondere für längere Betrachtungszeiträume – immer äußerst spekulativ ist und die tatsächliche Entwicklung stark abweichen kann.

Aus Tabelle 1 geht auch hervor, dass die Überalterung, ausgehend vom Stand 2013, deutlich zunimmt. Während die Bevölkerung zwischen 20 und 60 Jahren abnimmt, wächst der Bevölkerungsanteil, der älter als 60 Jahre ist, ebenso an. Damit setzt sich ein Trend fort, der seit langem die Bevölkerungsentwicklung in Deutschland prägt.

<sup>3</sup> Angaben in 1.000 Ew

### **Nachfragevolumen**

Die bis zum Jahr 2060 prognostizierte rückläufige Bevölkerungsentwicklung wird sich, langfristig gesehen, nachteilig auf das dem Einzelhandel zur Verfügung stehende Nachfragevolumen, auswirken. Aufgrund der sinkenden Einwohnerzahl – und damit der Zahl der Konsumenten – wird das Nachfragevolumen abnehmen. Als gravierend für den Einzelhandel wird sich dabei insbesondere die Tatsache auswirken, dass der Anteil der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch sinkt. Obwohl die Einzelhandelsausgaben pro Kopf im Bundesdurchschnitt in den vergangenen Jahren nominal zunahm, nimmt ihr Anteil an den privaten Konsumausgaben mittel- und langfristig weiter ab. Betrug der Anteil der Einzelhandelsausgaben am verfügbaren Einkommen im Jahr 2003 noch 33,6%, so sank er bis zum Jahr 2013 auf 29,3%.<sup>4</sup> Der Grund dafür ist in höheren Ausgaben für Verkehr und Nachrichtenübermittlung, Energie/Wasser/Strom/Brennstoffe, Mieten, Gesundheit- und Altersvorsorge sowie Reisen zu suchen.

### **Kaufkraft**

Ein wichtiger Faktor, der die Nachfragesituation des Einzelhandels wesentlich beeinflusst, stellt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft dar. Das Niveau der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Berücksichtigt werden die Einkommensbestandteile, die für Ausgaben im Einzelhandel (inklusive Distanzhandel) zur Verfügung stehen. Wie aus Tabelle 2 hervorgeht, stellt sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft innerhalb des Bundesgebietes unterschiedlich dar.

Zwischen den Bundesländern bestehen teilweise gravierende Unterschiede. Dies betrifft vor allem die neuen Bundesländer, die noch immer deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts, der mit 100 angegeben wird, liegen. Die Länder Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Thüringen und Sachsen weisen einen hohen Nachholbedarf aus. Auch Berlin sowie die Länder Bremen, Saarland, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz bewegen sich unterhalb dieses Durchschnitts.

Spitzenreiter bilden vier Bundesländer, die zwischen drei und fünf Punkten über dem Bundesdurchschnitt rangieren: Hamburg, Bayern, Baden-Württemberg und Hessen. Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen bewegen sich dagegen etwa auf Bundesniveau.

---

<sup>4</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, EHI Handelsdaten 2014

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Der vor allem in Städten zu verzeichnende Trend zu mehr, aber kleineren Haushalten, kann als weiterer Grund für das rückläufige Nachfragevolumen angesehen werden. Damit verringert sich das Haushaltseinkommen, auch, wenn die „Single-Haushalte“ in der Regel mehr verdienen. 2014 lag der Anteil der Single-Haushalte an der Gesamtzahl der bundesdeutschen Haushalte – den Ergebnissen des Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes zufolge – bei 40,8%.

**Tab. 2:** Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2015 nach Bundesländern

Rang 2015	Bundesland	Verfügbares Einkommen pro Einwohner in EUR <sup>5</sup>	EH-Kaufkraft je Einwohner in EUR <sup>6</sup>	EH-Kaufkraftniveau pro Einwohner
1	Hamburg	23.664	6.989	105,68
2	Bayern	23.401	6.945	105,02
3	Baden-Württemberg	22.952	6.869	103,88
4	Hessen	22.858	6.853	103,64
5	Schleswig-Holstein	21.611	6.644	100,47
6	Nordrhein-Westfalen	21.458	6.618	100,08
7	Rheinland-Pfalz	21.120	6.582	99,23
8	Niedersachsen	21.005	6.542	98,94
9	Saarland	20.009	6.375	96,41
10	Bremen	19.909	6.358	96,15
11	Berlin	19.649	6.332	95,75
12	Brandenburg	19.197	6.208	93,85
13	Sachsen	18.108	6.025	91,11
14	Thüringen	18.101	6.024	91,09
15	Sachsen-Anhalt	17.848	5.982	90,46
16	Mecklenburg-Vorpommern	17.790	5.972	90,31
	<b>Bundesdurchschnitt</b>	<b>21.449</b>	<b>6.613</b>	<b>100,00</b>

Quelle: IFH-Institut Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015

<sup>5</sup> Quelle: GfK Kaufkraft Deutschland 2015

<sup>6</sup> Quelle: IFH Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015. Angaben incl. Sonstige Umsätze des Einzelhandels, z.B. Großhandel, Handelsvermittlung, Dienstleistungen, Abflüsse ins Ausland. Im Bundesdurchschnitt macht dieser Anteil ca. 5,5% der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft aus.

### **2.1.2 Entwicklungstendenzen des Einkaufsverhaltens der Verbraucher**

Die wohl prägendste Veränderung im Einkaufsverhalten der Verbraucher ist die zunehmende Nutzung des Internets zur Informationsbeschaffung über Produkte und Preise und zum Online-Einkauf. Neben der Nutzung durch die Vielzahl der in den Haushalten vorhandenen PCs spielt in zunehmendem Maße die mobile Technik per Smartphone, Tablets und andere Formen beweglicher Internetnutzung eine Rolle.

Die vielfachen Möglichkeiten, die sich durch das Einkaufen online bieten, haben dem Kunden weitere Alternativen zum stationären Einzelhandel erschlossen. Statt vom „hybriden Kunden“, der auf der einen Seite discountorientiert einkauft, um das Ersparte dann in den Kauf höherwertiger Produkte zu investieren, spricht man heute vom „multioptionalen Konsumenten“. Dieser ist durch das gleichzeitige Verfolgen mehrerer Handlungsoptionen gekennzeichnet, die keinen festgelegten Einkaufspräferenzen folgen. Zudem ist die Produkt- und Markenvielfalt im Netz – und damit die Auswahl – um ein Deutliches größer als im stationären Handel vor Ort. Auch die Tatsache, dass die vielfältigen Waren außerhalb der im Handel vorhandenen Öffnungszeiten, und zwar täglich, rund um die Uhr zugänglich sind, macht den Online-Handel für viele, häufig jüngere Verbraucher, interessant.

Einen Anteil an der zunehmenden Diversifizierung der Verbraucherwünsche hat der Wegfall der gesetzlich festgeschriebenen Zeiten für den Sommer- und Winterschlussverkauf geleistet. Seit Inkrafttreten der Reform des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vom 3. Juli 2004<sup>7</sup> können Saisonschlussverkäufe nach Belieben durchgeführt werden. Heute ist quasi das ganze Jahr „Sale“, was den Kunden zur Jagd nach preiswerten Angeboten geradezu verführt.

Eine Unsicherheit im Abschätzen der Verbraucherwünsche stellt die zunehmende Zahl der Migranten als Konsumenten dar. Aktuell leben in der Bundesrepublik 16 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund.<sup>8</sup> Ihr Kaufkraftvolumen beträgt – Untersuchungen von Regio Data zufolge – rund 200 Milliarden Euro, dies entspricht rund 13 Prozent des gesamten Kaufkraftvolumens Deutschlands. Die Migranten, die derzeitigen Flüchtlinge nicht einbegriffen, verfügen nach Regio Data über ein knapp 30% niedrigeres Pro-Kopf-Einkommen als Deutsche. Nach

---

<sup>7</sup> Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in der Neufassung vom 3. Juli 2004, Inkrafttreten am 8. Juli 2004

<sup>8</sup> Quelle: Markenartikel, das Magazin für Markenführung vom 01.11.2012, basierend auf einer Untersuchung von RegioData Research; dgl. Destatis.de, Statistisches Bundesamt 2014: 16,4 Mio. Personen mit Migrationshintergrund 2014

Schätzungen fließen – je nach Migrantengruppe – zwischen 20 und 27% dieses Einkommen in den Einzelhandel. Je niedriger die Kaufkraft, desto höher ist der Anteil an Ausgaben im Bereich Wohnen, Energie, Mobilität und Ernährung. Welche Einkaufspräferenzen sich mittel- und langfristig ergeben, hängt von der weiteren Entwicklung der Einkommen dieser Bevölkerungsgruppe ab.

Unterschiedliche Erwartungen bestehen hinsichtlich des Konsumverhaltens der nach Deutschland kommenden Flüchtlinge. Zunächst sind diese für den Lebensmitteleinzelhandel interessant, da die tägliche Versorgung mit Lebensmitteln – vermutlich noch für einen langen Zeitraum – eine große Rolle spielt. Im Vorteil sind Betreiber von türkischen und arabischen Supermärkten. Diese stellen sich bereits auf Kunden aus den arabischen Ländern ein, da sie schon jetzt einen Stamm von Kunden aus den Herkunftsländern der Flüchtlinge haben.<sup>9</sup> Aber auch die deutschen Supermärkte und Lebensmittel-Discounter werden von den zugewanderten Konsumenten profitieren. Wieweit die ins Land gekommenen Flüchtlinge einen nennenswerten Konsumschub für den Einzelhandel bewirken werden, wird von ihrer Integration abhängen, zuvorderst von ihrer Eingliederung in den Arbeitsmarkt, um eigenes Geld – und nicht wie bisher die letztlich beschränkten staatlichen Zuwendungen – ausgeben können.

Zunehmende Bedeutung für den Einzelhandel gewinnt die wachsende Zahl älterer Menschen als Konsumenten. Die heutigen „Senioren“ sind kaufkraftstark, serviceorientiert (Beratung!) und flexibel. Das Sparen, um möglicherweise der nachfolgenden Generation etwas zu vererben, spielt gegenüber früheren Zeiten eine geringere Rolle. Folglich sind die „Senioren“ stärker konsumorientiert als früher. In Bezug auf die Umsatzerwartungen des Einzelhandels durch die älteren Konsumenten muss jedoch einschränkend festgestellt werden, dass deren Konsumverhalten nicht zwingend zu zusätzlichen Umsätzen im Einzelhandel führt. Senioren geben im Vergleich zu anderen Altersgruppen überproportional viel für Wohnung, Energie und Wohnungsinstandhaltung aus, wodurch der Anteil dieser Ausgaben an den Konsumausgaben mit zunehmendem Alter ansteigt. Auch Ausgaben für die Gestaltung des sozialen Lebens und für Reisen sind zu berücksichtigen. Dem stehen sinkende Ausgaben für Nahrungsmittel und Bekleidung gegenüber. Darüber hinaus ist die Rentnergeneration gut mit langlebigen Konsumgütern ausgestattet, so dass hier vorrangig Ersatzinvestitionen zu erwarten sind. Wesentlich höher fallen dagegen die

---

<sup>9</sup> Vgl. Spiegel Online vom 16.10.2015: „Flüchtlinge als Konsumenten: Heute im Heim, morgen Kunde“, Autor: A. Sarovic

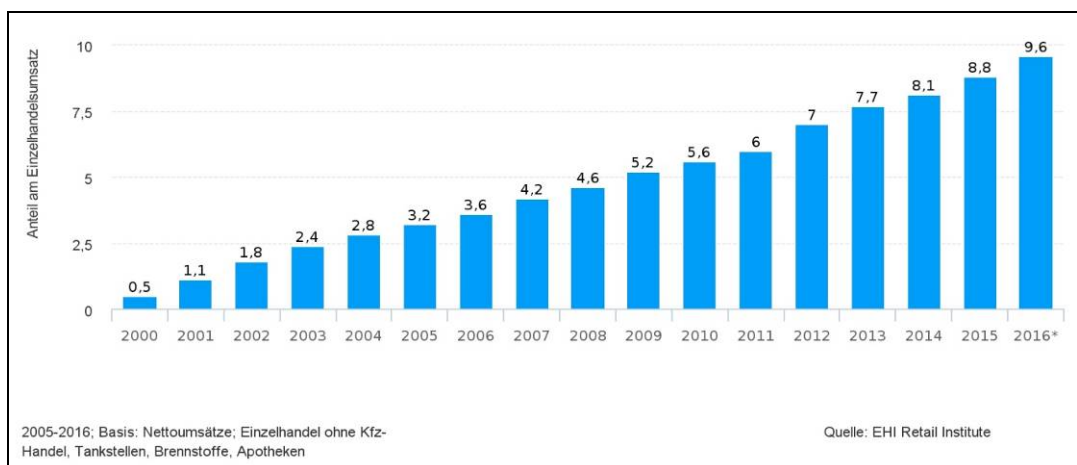
Ausgaben der Senioren für Gesundheit aus, die z.B. dreimal höher als bei den unter 35-Jährigen liegen.<sup>10</sup>

Die Gesundheitsorientierung der Konsumenten hat sich in den zurückliegenden Jahren insgesamt verstärkt. Dieser Trend gehört u.a. zum Lifestyle der jüngeren, gutausgebildeten Konsumenten und ihrem Bedürfnis nach Selbstoptimierung, Wohlbefinden und Körperbewusstsein. Immer mehr Menschen bevorzugen gesundes Essen und achten darauf, dass die dazu erworbenen Produkte umweltschonend und sozial verantwortlich hergestellt werden. Bio-Lebensmittel boomen geradezu; die Kennzeichnung von Produkten nach ihrer Herkunft wird zum wesentlichen Kauffaktor. Werte wie Gesundheit und Nachhaltigkeit wirken sich positiv auf den Verkauf von Bio-, Fair- und Wellnessprodukten aus.

### 2.1.3 Veränderungen in der Struktur des deutschen Einzelhandels

Als Folge des veränderten Online-Einkaufsverhaltens der Konsumenten ist der Grundkonflikt Online-Handel versus stationärer Einzelhandel in den letzten Jahren das bestimmende Thema des Einzelhandels. Festzuhalten gilt, dass der durch den Online-Handel erzielte Umsatz von Jahr zu Jahr ansteigt (s. Abb. 1).

**Abb. 1:** Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in % (\* mit Prognose für 2016)



Die daraus in Fachkreisen gezogenen Schlüsse zu den Konsequenzen dieser Entwicklung können dabei nicht unterschiedlicher sein. So werden

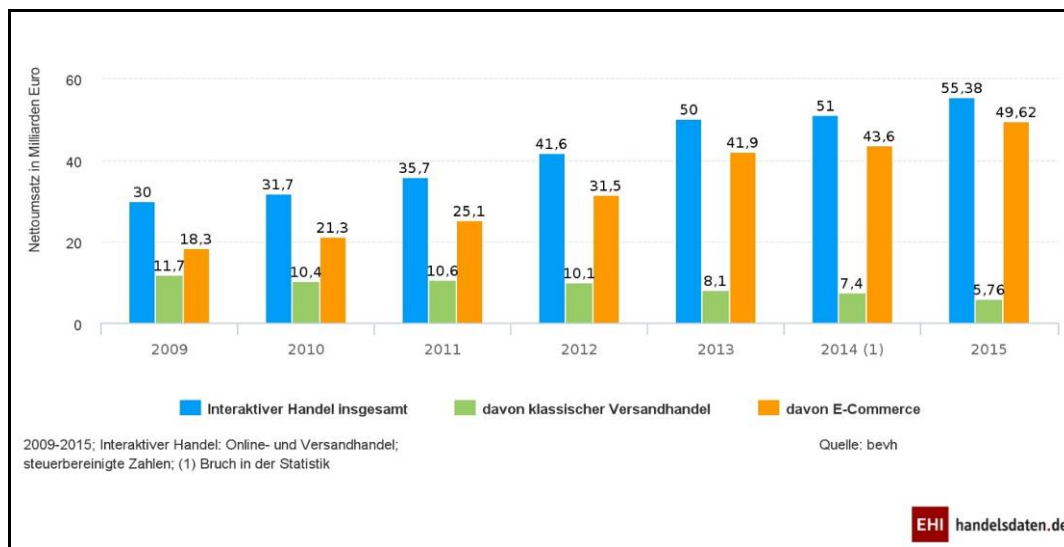
<sup>10</sup> Quelle: Dörte Nitt-Nießelmann – Einzelhandel im Wandel, Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut unter Bezug auf das Statistische Bundesamt 2012, Mai 2013

Untergangsszenarien entwickelt, die von einem gravierenden Strukturwandel im stationären Einzelhandel mit noch stärkerem Rückgang der vor allem inhabergeführter Einzelhandelsbetriebe ausgehen. Andere Experten bestätigen zwar das schnelle Umsatzwachstum durch den Online-Handel, sehen aber langfristig Grenzen für das scheinbar unbegrenzte Wachstum.<sup>11</sup>

Um die angedeuteten Argumente und Szenarien richtig beurteilen zu können, sollen kurz einige Fakten näher beleuchtet werden:

- Der Online-Handel „lebt“ zunächst einmal von Umverteilungen vom „klassischen“ Versandhandel.
- Wie Abbildung 2 zeigt, existiert der „klassische“ Versandhandel noch immer neben dem Online-Handel. Die Anteile haben sich jedoch eindeutig in Richtung Online-Handel verschoben. Beide Vertriebswege werden heute unter dem Begriff des „Distanzhandels“ bzw. – wissenschaftlich betrachtet – des „interaktiven Handels“ zusammengefasst.

**Abb. 2:** Gesamtumsatz im Distanzhandel in Deutschland zwischen 2010 bis 2015 (in Mrd. EUR)

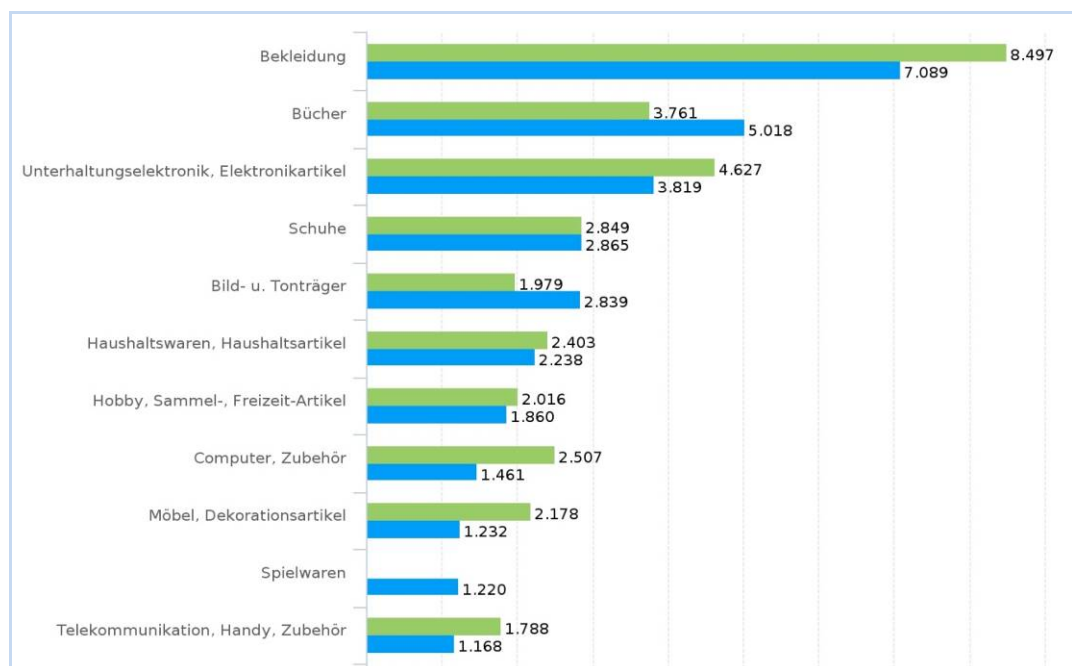


Die Branchen des Einzelhandels sind unterschiedlich vom Online-Handel betroffen. Zu ihnen gehören die in Abbildung 3 dargestellten Branchen bzw. Warengruppen.

<sup>11</sup> Z.B. Der Spiegel Nr. 30/2012: Mensch gegen Maschine – welche Chancen hat der klassische Handel noch? IFH Handelsszenario 2020 – zwischen Online und Offline, Discount und Mehrwert, IFH Köln 2014

Ein Großteil der Händler hat sich mittlerweile auf die neue Situation eingestellt, und ihr Sortiment Online gestellt. Viele Händler halten das System der Online-Bestellung durch die Kunden, die damit verbundene Auslieferung der Waren (Logistik!) einschließlich der Retouren jedoch nicht durch. Selbst größere Anbieter wie Wormland (Bekleidung - Beck München) ziehen sich aus dem Online-Handel zurück. Dies hat in der Branche erneute Diskussionen über den Sinn der Doppelstrategie – Verkauf am point of sale und Online-Handel – ausgelöst.<sup>12</sup>

**Abb.3:** Top 10 der umsatzstärksten Branchen bzw. Warengruppen im Distanzhandel in Deutschland in den Jahren 2014 (grün) und 2013 (blau) in Mio. Euro



Quelle: EHI Handelsdaten.de

Auch auf die Innenstädte wirkt sich die Entwicklung des Online-Handels negativ aus. Der dort angesiedelte Handel klagt über Umsatzverluste, die zwischen 10% und 30% schwanken. Befragungen zufolge nehmen Einkaufsfahrten in die Innenstädte ab, weil die Kunden einen Teil ihrer Waren online bestellen. Schätzungen hierzu gehen von einem Rückgang um rund ein Drittel aus. Betroffen davon sind weniger die Innenstädte der Großstädte als vielmehr die Klein- und Mittelstädte des Bundesgebietes.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> S. Textilwirtschaft, 21.01.16

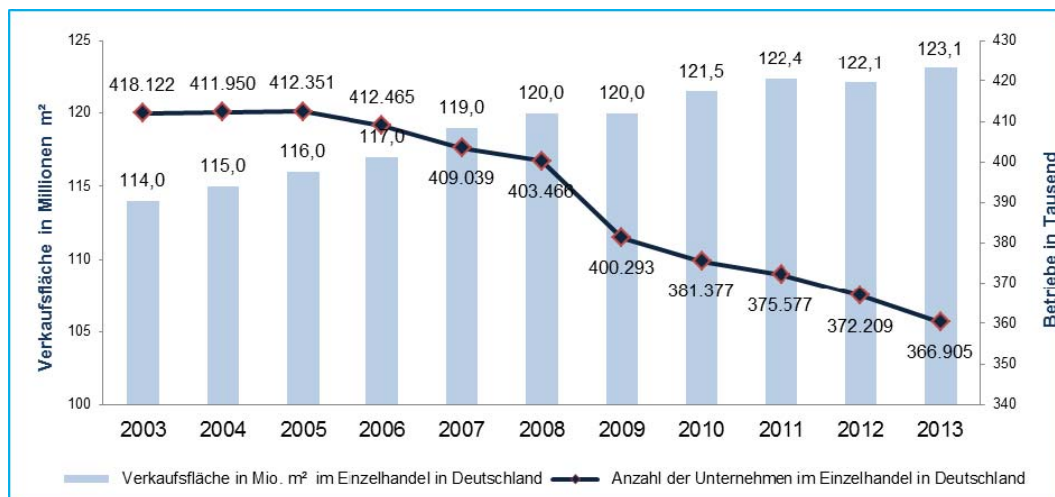
<sup>13</sup> Vgl.: IFH Handelsszenario 2020 – zwischen Online und Offline, Discount und Mehrwert, IFH Köln 2014



Trotz des wachsenden Anteils des Online-Handels ist der Einzelhandel der Bundesrepublik weiterhin durch einen Zuwachs an Verkaufsfläche gekennzeichnet. Dieser Trend verläuft jedoch nicht mehr in der Dynamik, wie sie bis zum Jahr 2008 sowie zwischen 2010 und 2011 sichtbar war (vgl. Abb. 4). Für 2014 weist das EHI mit 123,1 Mio. m<sup>2</sup> dieselbe Verkaufsfläche aus wie 2013. Expertenmeinungen gehen davon aus, dass diese Entwicklung anhalten könnte, da aufgrund des sich verschärfenden Konkurrenzdrucks in verstärktem Maße Flächen an unattraktiven – und damit unrentablen Nebenlagen – aus dem Markt ausscheiden werden.<sup>14</sup>

Dem Zuwachs an Verkaufsflächen steht die rückläufige Zahl der Einzelhandelsbetriebe gegenüber (Abb. 4). Dieser seit Langem feststellbare Trend setzt sich weiter fort. Im Jahr 2014 sank die Zahl der Einzelhandelsbetriebe ein weiteres Mal: von 366.905 im Jahr 2013 auf 354.434 Unternehmen. Das bedeutet einen Rückgang gegenüber 2013 um weitere 3,4%.

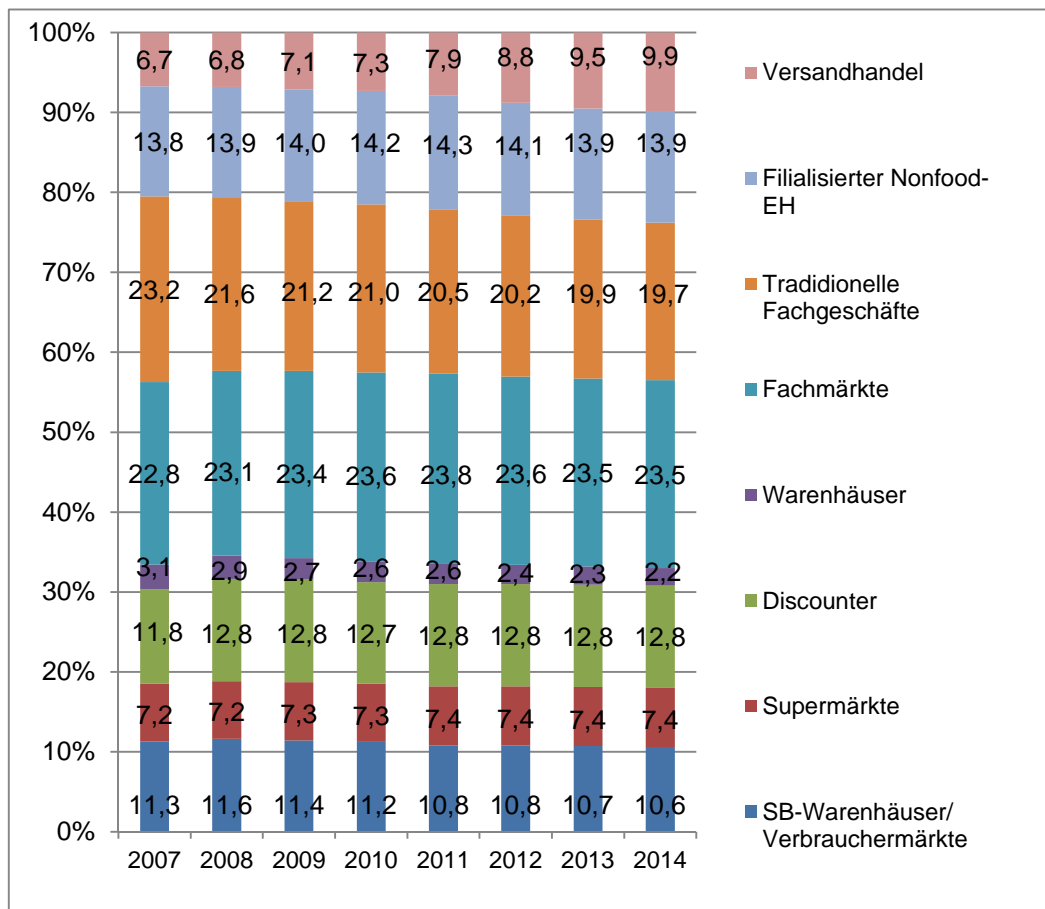
**Abb. 4:** Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe des Einzelhandels von 2003 bis 2013



Marktanteile auf (Quelle: BBE Handelsberatung).

<sup>14</sup> Quelle: Tagesspiegel vom 08.09.2014 unter Bezug auf ein Interview mit Stephan Genth; „Innenstädte unter Druck – 50.000 Läden in Gefahr. Der Siegeszug des Onlineshoppings hinterlässt seine Spuren in zentralen Lagen“.

**Abb. 5:** Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen zwischen 2007 und 2014<sup>15</sup>



Einen bedeutenden Anteil an der Verkaufsflächenentwicklung haben die Einkaufszentren und Factory-Outlet-Center (FOC's), deren Expansion ungebrochen zu sein scheint. Anfang 2015 gab es in Deutschland 469 Shopping-Center mit mehr als 10.000 m<sup>2</sup> Mietfläche.<sup>16</sup> Zu diesem Zeitpunkt waren weitere 38 Center – ebenfalls mit mehr als 10.000 m<sup>2</sup> Mietfläche – in Planung. Treiber dieser Entwicklung sind zunehmend internationale Investoren. Auch der Wettbewerb unter den Städten treibt diese Entwicklung an. Zum gleichen Zeitraum gab es in Deutschland 13 Factory-Outlet-Center mit Verkaufsflächen zwischen 7.000 m<sup>2</sup> (Selb) und 30.000 m<sup>2</sup> (Metzingen). 12 weitere Center befanden sich in Bau (Brehna) oder in Planung.

Mit dem Zuwachs an Verkaufsflächen sinkt die Flächenproduktivität, d.h., der jährlich je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im stationären Einzelhandel erzielbare Umsatz (s. Tab. 3).

<sup>15</sup> Quelle: BBE Handelsberatung

<sup>16</sup> Quelle: „Neues Leben in der City“, Handelsblatt vom 27. Juli 2015, S.22 und 23, unter Bezugnahme auf den Shopping-Center Report des EHI

**Tab. 3:** Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel <sup>17</sup>

Jahr	Umsatz je m <sup>2</sup> Verkaufsfläche und Jahr (€)	%
2000	3.762	100,0
2005	3.560	94,6
2010	3.306	87,9
2011	3.700	98,4
2012	3.650	97,0
2013	3.550	94,4
2014	3.450	91,7

Grund dafür ist die Tatsache, dass der Einzelhandelsumsatz nicht mit der Dynamik des Flächenwachstums mithalten kann. Die 2014 im Einzelhandel erreichte Flächenproduktivität ging gegenüber dem Jahr 2000 um 8,3 % Prozent.

Veränderungen innerhalb des Einzelhandels sind auch in der Anbieterstruktur auszumachen. So drängen immer mehr ausländische Unternehmen in den deutschen Markt. In der Vergangenheit war ausländischen Handelsunternehmen im deutschen Markt nur selten ein langfristiger Erfolg beschieden. Grund war hauptsächlich die fehlende Auseinandersetzung mit den deutschen Marktbedingungen, u.a. Restriktionen bei Öffnungszeiten und Rabattvorschriften. Heute kommen die ausländischen Unternehmen gut vorbereitet in den Markt. Sie weisen eine hohe Investitionsbereitschaft auf, die sich u.a. in der Standortwahl äußert: Bevorzugt werden 1a-Lagen in den Großstädten Deutschlands, für die Spitzenmieten bezahlt werden. Investiert wird in die Ladenausstattung, das Marketing und die Expansion.

Abschließend ein Blick auf den Lebensmittel-Einzelhandel. Hier ist die Konzentration auf Großbetriebsformen in Gestalt von Supermärkten, Lebensmittel-Discountern und SB-Warenhäuser besonders groß. Innerhalb eines kurzen Zeitraumes nahmen sowohl der Flächen- als auch der Umsatzanteil des traditionellen, inhabergeführten Einzelhandels deutlich ab. Nur noch knapp 8 Prozent des Verkaufsflächenanteils entfällt auf „die Kleinen“, traditionellen Lebensmittelanbieter.

<sup>17</sup> Quelle: EHI Retail Institute GmbH, Netto-Einzelhandelsumsätze im engeren Sinne (HDE) exkl. Umsatz im interaktiven Handel (Versand- und Online-Handel laut bevh), Umrechnung auf Basis der HDE-Verkaufsflächenangaben

**Tab. 4:** Prozentualer Anteil der Betriebsformen des Lebensmittel-Einzelhandels zwischen 2006 und 2014

Betriebsform	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Discounter	31,8	33,5	33,8	34,5	34,5	34,8	34,9	34,4	34,8
Supermärkte	24,2	25,0	25,1	27,0	28,3	28,4	28,8	29,2	29,6
SB-Warenhäuser	17,9	18,4	18,2	18,3	18,6	18,4	18,2	18,1	17,4
Große Supermärkte	8,8	9,2	9,3	9,6	10,0	10,2	10,1	10,3	10,5
Traditioneller LEH	17,3	14,0	13,6	10,5	8,6	8,2	8,1	8,0	7,7

Quelle: EHI Handelsdaten.de

Innerhalb des Lebensmittel-Einzelhandels vollzieht sich bereits seit längerem ein Wandel hin zu biologisch orientierten Angeboten:

**Tab. 5:** Anzahl der Filialen der größten Bio-Supermarktketten in Deutschland 2010 bis 2015

Unternehmen	2010	2012	2013	2014	2014	2014	2015
<b>Dennree</b>	53	80	113	143	148	166	193
<b>Alnatura</b>	59	70	74	83	90	94	99
<b>BioCompany</b>	19	25	30	35	37	42	45
<b>Basic</b>	24	24	25	25	26	30	32
<b>Ebl</b>	17	19	21	23	23	23	25
<b>SuperBioMarkt</b>	15	16	19	20	22	22	23
<b>Voll Corner Bio</b>	7	9	10	12	13	15	15
<b>Naturgut</b>	6	9	8	9	10	10	12
<b>Tagwerk</b>	7	8	8	8	8	8	10
<b>Erdkorn</b>	7	8	9	9	9	9	9
<b>LPG-Biomarkt</b>	5	6	6	6	7	7	8
<b>Sonstige<sup>18</sup></b>	44	38	36	33	32	16	19

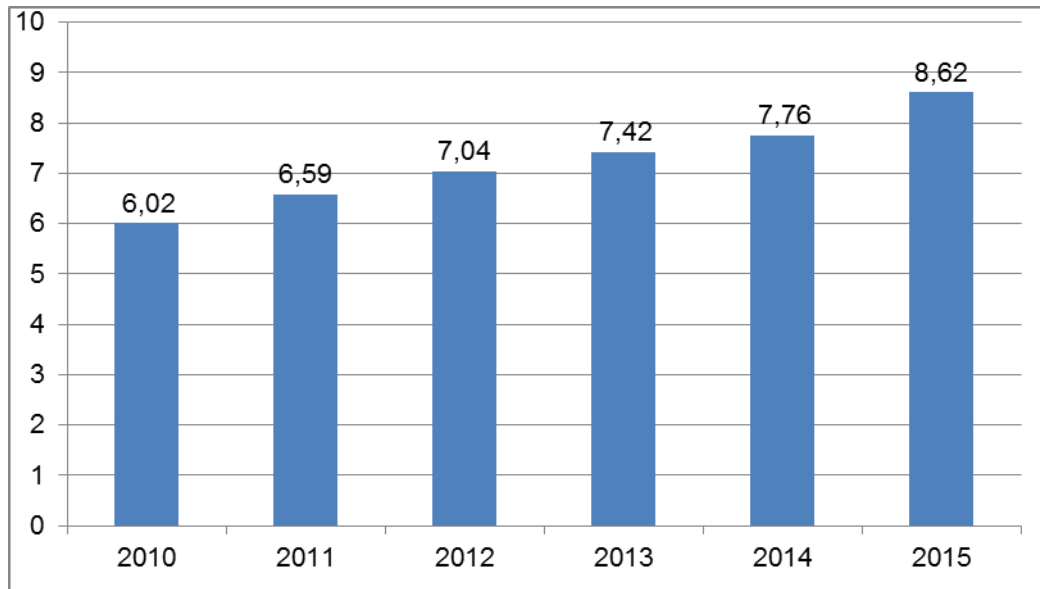
Quelle: EHI Handelsdaten.de

Die Zahl der Bio-Märkte hat besonders in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Marktführer ist eindeutig Dennree mit seinen „denn’s“

<sup>18</sup> Landmann's Biomarkt, Füllhorn, Erdi, Dengel Biomarkt, viv BioFrischeMarkt, Grüner Markt, Vierlinden

Biomärkten. Von 2010 auf 2015 ist so der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln um 43,2% gestiegen. Dies bedeutet eine deutliche Steigerung, allein der „Sprung“ von 2014 auf 2015 macht 11,1% aus.

**Abb. 6:** Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland in den Jahren 2010 – 2015 (in Mio. EUR)<sup>19</sup>



Trotz der nicht zu übersehenden Dynamik des Handels mit biologischen Produkten ist der aus dem Verkauf von Bio-Produkten resultierende Anteil am Umsatz des Lebensmittel-Einzelhandels jedoch noch immer gering. Er betrug im Jahr 2014, bei einem Nettoumsatz des Lebensmittel-Einzelhandels von 146,2 Mio. EUR, nur 5,3 Prozent (vgl. Abb. 6).

## 2.2 Entwicklung des Berliner Einzelhandels

### 2.2.1 Entwicklung der Nachfragebedingungen

Die demographische Entwicklung Berlins zeigt Parallelen zum Bundestrend.<sup>20</sup> Anders als die Prognose des Statistischen Bundesamtes, das die Bevölkerungsentwicklung bis 2060 ausweist, legte sich die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt „nur“ bis zum Jahr 2030 fest und weist bis zu diesem Zeitraum drei Varianten aus. Von diesen drei Varianten – untere, mittlere und obere – wird von den Autoren der Prognose die mittlere als die

<sup>19</sup> Quelle: Handelsdaten.de, Angaben ohne Außer-Haus-Verzehr.

<sup>20</sup> Vgl. Bevölkerungsprognose für Berlin und die Bezirke 2011-2030, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, Ref. I A – Stadtentwicklungsplanung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Berlin, Januar 2016

wahrscheinlichste angenommen. Als Basis der aktuellen Prognose gilt der 31.12.2014.

**Tab. 6:** Prognostizierte Entwicklung der Bevölkerungszahl in Berlin bis 2030 (in Tausend)

31.12.	Mittlere Variante		Obere Variante		Untere Variante	
	Bevölkerung	Entwicklung gegenüber 2014 in %	Bevölkerung	Entwicklung gegenüber 2014 in %	Bevölkerung	Entwicklung gegenüber 2014 in %
<b>2000</b>	3.331		3.331		3.331	
<b>2005</b>	3.395		3.339		3.339	
<b>2010</b>	3.388		3.388		3.388	
<b>2014</b>	3.562	100,0	3.562	100,0	3.562	100,0
<b>2015*</b>	3.629	103,6	3.614**	101,4	3.602**	101,1
<b>2016*</b>	3.696	103,7				
<b>2020**</b>	3.753	105,3	3.805	106,8	3.693	103,6
<b>2025**</b>	3.803	104,1	3.893	109,2	3.713	104,2
<b>2030**</b>	3.828	107,4	3.951	110,9	3.704	103,9
<b>2015 - 2030</b>	+ 266	107,4	+ 389	110,9	+ 142	103,9
<b>2015 - 2020</b>	+ 191	105,3	+ 243	106,8	+ 131	103,6
<b>2000 - 2030</b>	+ 497	114,9	+ 620	118,6	+ 373	111,1

Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt/eigene Berechnungen

\* incl. pauschalem Aufschlag Flüchtlinge in 2015 und 2016

\*\* ohne pauschalem Aufschlag Flüchtlinge in 2015 und 2016

In den Prognosedaten des Senats ist die Flüchtlingsproblematik berücksichtigt. Für die Jahre 2015 und 2016 wird in allen drei Varianten mit einem Zuwachs von 50.000 Flüchtlingen gerechnet. Dies entspricht der von der Bundesregierung für Berlin angenommenen Zahl. Für die mittlere Variante werden zu dem Ergebnis der mittleren Variante der Bevölkerungsprognose für die Jahre 2015 und 2016 für die Gesamtstadt 20.000 und 25.000 Personen als Schätzwerte zusätzlich hinzugerechnet. Diese zusätzlich angenommenen Flüchtlingszahlen können jedoch nicht kleinteilig verteilt werden, so dass sich für Friedrichshain-Kreuzberg

keine konkreten, diesbezüglichen Annahmen treffen lassen. Den Angaben des Berliner Landesamtes für Gesundheit und Soziales<sup>21</sup> zufolge waren in Friedrichshain-Kreuzberg im Februar 2016 insgesamt 2.076 Flüchtlinge untergebracht. Die Verteilung auf die verschiedenen Standorte weist überschaubare Belegungszahlen auf. Diese liegen – mit zwei Ausnahmen<sup>22</sup> – meist unterhalb einer 200-Personen-Grenze, so dass Versorgungsengpässe im örtlichen Einzelhandel nicht zu erwarten sind.

Letztere könnten eintreten, wenn auf dem Tempelhofer Feld – Ankündigungen in der Presse<sup>23</sup> zufolge – zwischen 5.000 und 7.000 Flüchtlinge in den dortigen Hangars untergebracht werden sollen. Gegenwärtig (Herbst 2016) sind dort rd. 2.200 Flüchtlinge registriert.<sup>24</sup> Die Unterbringung so vieler Personen erfordert zusätzliche Versorgungseinrichtungen in unmittelbarer Nähe der Unterbringungen. Wenn dies nicht – oder nur unzureichend – geschieht, würden sich die Versorgungsströme der Flüchtlinge, vorwiegend zum Kauf von Gütern des täglichen Bedarfs, auf die unmittelbare Umgebung verteilen. Dies hätte auch Auswirkungen auf den Einzelhandel im Ortsteil Kreuzberg, vornehmlich den Bereich Mehringdamm/Bergmannstraße, da in der unmittelbaren Umgebung des Flughafengeländes nur wenige Angebote existieren.

Die höchste Bevölkerungszuwanderung innerhalb Berlins weist der Prognose der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt zufolge der Bezirk Pankow auf. Mit deutlichem Abstand folgen Treptow-Köpenick, Lichtenberg, Reinickendorf, Marzahn-Hellersdorf und Spandau. Friedrichshain-Kreuzberg bewegt sich geringfügig unterhalb des Berliner Durchschnitts und nimmt dabei einen mittleren Platz ein. Wie sich die weitere Entwicklung der Flüchtlingszahlen entwickelt ist derzeit nicht absehbar. Sowohl ein Ansteigen als auch eine Reduzierung ist grundsätzlich denkbar, abhängig von der Entwicklung der Verhältnisse in den Herkunftsländern, dem Zugang zu Fluchtrouten und den sonstigen politischen Rahmenbedingungen zur Aufnahme der Geflüchteten.

---

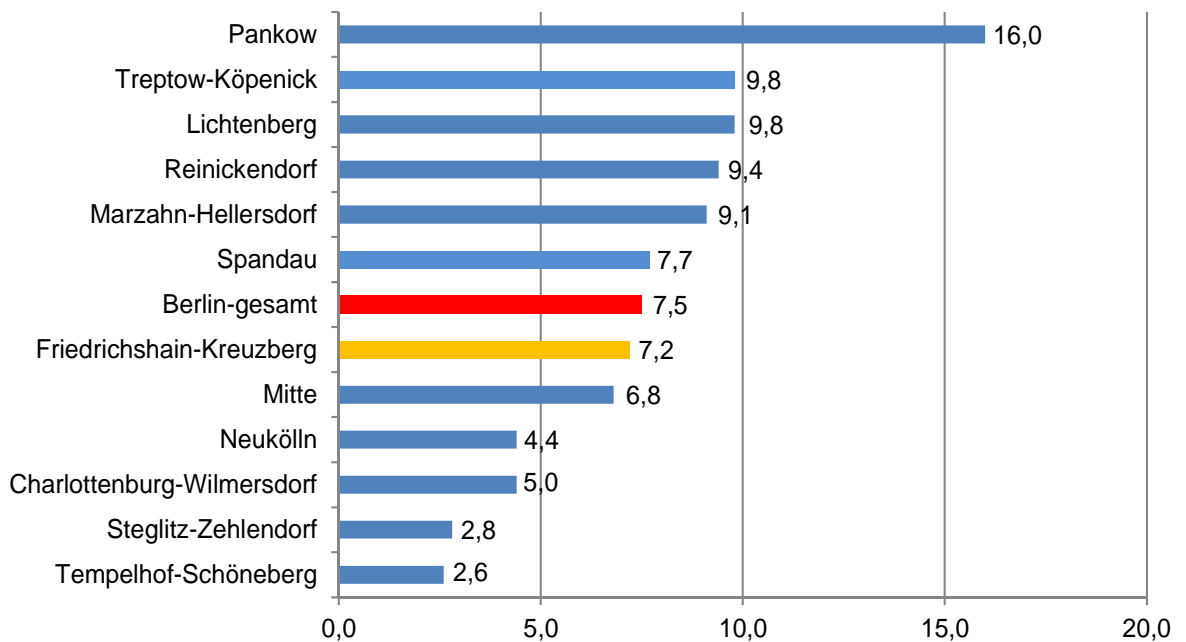
<sup>21</sup> Landesamt für Gesundheit und Soziales (Lageso) - Berliner Unterbringungsleitstelle, Stand: 16.02.2016

<sup>22</sup> An zwei Standorten wurden ca. 400 Personen untergebracht (gleiche Quelle)

<sup>23</sup> Z.B. tagesspiegel.de vom 24.11.2015: „Flüchtlinge ziehen aufs Tempelhofer Feld“

<sup>24</sup> Ebd.

**Abb. 7:** Prozentuale Veränderung der Bevölkerungszahl der Berliner Bezirke 2015 bis 2030<sup>25</sup>



Der im Bundestrend erkennbare sinkende Anteil der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch geht auch an Berlin nicht vorbei, was sich in der Kaufkraftentwicklung Berlins widerspiegelt. Positiv muss die Tatsache angesehen werden, dass die Kaufkraft der Berliner innerhalb des in folgender Abbildung betrachteten Zeitraumes nominal zugenommen hat.

**Tab. 7:** Entwicklung der Kaufkraft in zwischen den Jahren 2003 und 2015<sup>26</sup>

Jahr	einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Berlin (€ pro Kopf)	Kaufkraftkoeffizient (in % zum Bundesdurchschnitt)
2003	5.260	100,97
2005	5.112	97,68
2010	5.055	93,68
2015	5.974	95,63

Da die Kaufkraft im gleichen Zeitraum innerhalb des Bundesgebietes schneller gewachsen ist, nahm der Kaufkraftkoeffizient Berlins gegenüber dem

<sup>25</sup> Quelle: SenStadtUm: Bevölkerungsprognose für Berlin und die Bezirke 2015-2030 v. 16.1.2016

<sup>26</sup> Quelle: Prognosen des IFH-Institut für Handelsforschung Köln (vormals BBE Retail Consults GmbH), ohne Sonstige Umsätze des Einzelhandels (z.B. Großhandel, Handelsvermittlung, Dienstleistungen, Abflüsse in Ausland)



Bundesdurchschnitt jedoch ab. Zum Vergleich: Im Jahr 2003 lag der Kaufkraftkoeffizient mit 100,97 noch leicht über dem Bundesdurchschnitt, im Jahr 2015 betrug er nur noch 95,63. Positiv an dieser Entwicklung ist jedoch das nominale Anwachsen der Kaufkraft pro Kopf der Bevölkerung.

Eine ähnliche Entwicklung zeichnet sich beim verfügbaren Einkommen der Berliner ab. Laut der IHK Berlin ist das verfügbare Einkommen in Berlin – vergleichbar der Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft – zwar nominal gestiegen, blieb aber im Vergleich zum Bundesdurchschnitt weiter zurück: Im Jahr 2000 machte das verfügbare Einkommen je Einwohner Berlins noch 95% des Bundesdurchschnitts aus, im Jahr 2013 lag es nur noch bei 86%.<sup>27</sup>

### 2.2.2 Entwicklung des Einkaufsverhaltens der Verbraucher

Von den in Punkt 2.1.2 dargestellten Trends zum Einkaufsverhalten der Verbraucher sollen im Folgenden diejenigen herausgegriffen werden, die für den Einzelhandel Berlins – mit Blick auf die Situation in Friedrichshain-Kreuzberg – besonders relevant erscheinen.

Die Nutzung des Internets per PC, Smartphones, Tablets und Ähnlichem zur Informationsbeschaffung und zum Einkaufen spielt auch bei den Berliner Konsumenten eine wichtige Rolle. Der Anteil des Onlinehandels am Gesamtumsatz des Berliner Einzelhandels liegt Schätzungen der IHK Berlins zufolge zwischen 11 und 12 Prozent<sup>28</sup> und liegt damit um ein bis zwei Prozentpunkte über dem bundesweiten Durchschnitt (vgl. S. 21, Abb. 1).

Die Überalterung der Gesellschaft macht auch vor Berlin nicht Halt. Aus der nachfolgenden Übersicht geht hervor, dass der Anteil der älteren Bevölkerung (65 Jahre und älter) zuungunsten der jüngeren (18- unter 65 Jahre) zunehmen wird. Ihr Anteil steigt bis 2030 um knapp ein Viertel an (=23,5%). Die Gruppe der Personen im erwerbsfähigen Alter bleibt im Prognosezeitraum weitgehend gleich. Das Durchschnittsalter erhöht sich von 42,9 Jahren in 2014 auf 44,3 Jahre im Jahr 2030.

<sup>27</sup> Quelle: IHK Berlin, Berliner Wirtschaft in Zahlen, Ausgabe 2015, S. 13 unter Verweis auf die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Juni 2015

<sup>28</sup> Ebenda, S. 49

**Tab. 8:** Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen (in Tsd. Personen) – mittlere Variante<sup>29</sup>

Altersgruppe	Basisjahr		Prognosejahre			Veränderung 2015 -2030	
	2014	2015	2020	2025	2030	absolut	in %
<b>0 - unter 18 J.</b>	538	557	607	626	622	84	15,5
<b>18 - unter 65 J.</b>	2.341	2.362	2.420	2.406	2.362	21	0,9
<b>65 J. und älter</b>	689	691	726	771	844	161	23,5
<b>gesamt</b>	3.562	3.610	3.753	3.803	3.828	266	7,5

Migranten werden für Berlin – und im Besonderen für Friedrichshain-Kreuzberg – weiterhin eine Rolle spielen. Allerdings enthält die Prognose für Berlin aufgrund der statistisch nicht genau abgrenzbaren Zahl der „Personen mit Migrationshintergrund“ keine konkreten Daten. Der Anteil dieser Personengruppe wird für 2011 in Berlin auf rd. 25%, d.h., auf mehr als 860 Tausend geschätzt.<sup>30</sup> Angesichts der aktuellen Flüchtlingsproblematik ist damit zu rechnen, dass dieser Anteil weiter steigt.

Eine wichtige Größe für den Berliner Einzelhandel stellen die Touristen dar. Der seit langem ungebrochene Zustrom von Besuchern aus aller Welt – und auch aus dem Bundesgebiet – ist ein wichtiger Umsatzfaktor für die in Berlin angesiedelten stationären Einzelhändler. Im Stadtentwicklungsplan 3 aus dem Jahr 2011 wird der durch Touristen generierte Umsatz mit jährlich 2,2 bis 2,5 Mrd. EUR beziffert. Das macht einen Anteil am Berliner Einzelhandelsumsatz zwischen 12 und 15 Prozent aus.<sup>31</sup>

Mittlerweile hat sich die Zahl jährlich nach Berlin kommender Besucher weiter erhöht (s. Tab. 9). Den durch Touristen im Einzelhandel verbleibenden Umsatz schätzt die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung für 2015 auf rd. 4,0 Mrd. EUR.<sup>32</sup> Das sind rd. 20 Prozent des für 2015 im Berliner Einzelhandel erzielten Umsatzes.

<sup>29</sup> Vgl. Bevölkerungsprognose für Berlin und die Bezirke 2011-2030, Kurzfassung Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt Ref. I A - Stadtentwicklungsplanung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Berlin, Oktober 2012

<sup>30</sup> Ebenda, S. 20

<sup>31</sup> Vgl. Stadtentwicklungsplan Zentren 3, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Berlin, Juli 2011

<sup>32</sup> Quelle: Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung auf BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG

Tab. 9: Entwicklung der Touristenzahlen in Berlin seit 1993<sup>33</sup>

Jahr	Ankünfte	+/- (% zum Vorjahr)	Übernachtungen	+/- (% zum Vorjahr)	Gäste aus d. Ausland (%)
1993	2.985.093	- 3,9	7.292.337	- 4,9	23,6
2009	8.263.171	+ 4,5	18.871.974	+ 6,2	34,9
2010	9.051.430	+ 9,5	20.795.643	+ 10,2	36,2
2011	9.866.088	+ 9,0	22.359.470	+ 7,5	36,5
2012	10.848.797	+ 10,0	24.896.201	+ 11,4	37,7
2013	11.324.947	+ 4,4	26.942.082	+ 8,2	42,9
2014	11.871.300	+ 4,8	28.688.700	+ 6,5	38,1
2015	12.369.300	+ 4,2	30.250.100	+ 5,4	39,3

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste liegt mit 2,8 Tagen verhältnismäßig hoch.

Vergleichbare aktuelle Touristenzahlen (Ankünfte) liegen für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg, bezogen auf das Jahr 2015, nicht vor. Die Betrachtung der Bettenkapazität und der Übernachtungen zeigt jedoch auch hier einen deutlichen Anstieg. So nahm die Zahl der Betten im Bezirk von rund 11.100 im Jahr 2008<sup>34</sup> auf 16.953 im Jahr 2015<sup>35</sup> zu, d.h. um 54%. Die Zahl der Übernachtungen ist im gleichen Zeitraum von rund 2,18 Mio. auf 3,85 Mio. gestiegen. Dies bedeutet eine Zunahme um 77%.

Schätzungen zum Umsatz, den Touristen bei ihren Besuchen in Friedrichshain-Kreuzberg im Einzelhandel generieren, gibt es auf Bezirksebene nicht. Aufgrund der Beliebtheit der Friedrichshainer und Kreuzberger Gastronomie ist davon auszugehen, dass ein größerer Teil der touristischen Ausgaben auf die vielf gestaltigen Gaststätten des Bezirkes entfällt. Ähnliches ist für Vergnügungsstätten, insbesondere die zahlreichen im Bezirk beheimateten Clubs, anzunehmen.

In Berlin ist der Anteil der Single-Haushalte höher als im Bundesgebiet. Auf der Basis der Jahres 2014 weist das Statistische Landesamt Berlin-Brandenburg den

<sup>33</sup> Quelle: Ebenda - unter Verweis auf das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg als Datengeber

<sup>34</sup> Quelle: Handlungskonzept für den Wirtschaftsstandort Friedrichshain-Kreuzberg - Strategien für die bezirkliche Wirtschaftsförderung, Berlin, Mai 2015,

<sup>35</sup> Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht G IV – m 12/15: Gäste, Übernachtungen und Beherbergungskapazität im Land Berlin, Dezember 2015

Anteil von Single-Haushalten an der Gesamtzahl der Haushalte von 53,9% aus (Bundesgebiet 2014: 40,8%).<sup>36</sup> 40,7 Prozent der Berlinerinnen und Berliner ab 65 Jahren lebten im Jahr 2014 in Einpersonenhaushalten. Für Friedrichshain-Kreuzberg stellt das Statistische Landesamt in diesem Zusammenhang eine interessante Betrachtung an: Die Berliner Innenstadtbezirke Mitte und Friedrichshain-Kreuzberg zusammengenommen wiesen im Jahr 2014 mit 60,4 Prozent einen höheren Anteil an Single-Haushalten auf als der Rest der Stadt.

### 2.2.3 Veränderungen in der Struktur des Berliner Einzelhandels

#### Online-Handel

Auch in Berlin beschäftigt die Entwicklung des Online-Handels die ortsansässigen stationären Einzelhändler. Während sich die „großen Player“, allen voran die vielen in Berlin angesiedelten Shopping-Center noch gelassen geben, empfindet die große Zahl inhabergeführter Einzelhändler – aber zunehmend auch der filialisierte Handel – diese Entwicklung als Bedrohung. Vor allem die in den Berliner Zentren angesiedelten Einzelhändler der verschiedensten Branchen, insb. des Bekleidungssektors, sehen sich von der zunehmenden Inanspruchnahme des Online-Kaufs durch die Verbraucher bedroht.

Statistisch abgesicherte Daten zum Anteil des Online-Handels am Umsatz des Berliner Einzelhandels gibt es – anders als auf Bundesebene – nicht. Schätzungen der Industrie und Handelskammer Berlin gehen von einem Anteil aus, der zwischen 11 und 12 Prozent liegt.<sup>37</sup> Der Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V. liegt in seinen Schätzungen geringfügig unter diesen Werten: er gibt den Anteil des Online-Handels mit 10 bis 11 Prozent an.<sup>38</sup> Beide Schätzungen liegen über den Werten des Bundesgebietes (vgl. Ausführungen in Pkt. 2.1.3).

#### Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung

Auf die Entwicklung der Verkaufsfläche in Berlin hat die Entwicklung des Online-Handels bisher keine erkennbaren Auswirkungen.

<sup>36</sup> Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Pressemitteilung Nr. 167 vom 1. Juli 2015

<sup>37</sup> Quelle: IHK Berlin, Handwerkskammer Berlin; Berliner Wirtschaft in Zahlen, Ausgabe 2015, Kapitel 6 – Branchen in Berlin

<sup>38</sup> Quelle: Tagesspiegel vom 30. März 2016, S. 13, „Amazons Ku’damm-Express“ und Nachfrage bei Hauptgeschäftsführer des HBB, Herrn Nils Busch-Petersen

**Tab. 10:** Entwicklung der Verkaufsfläche im Berliner Einzelhandel von 1990 - 2015<sup>39</sup>

Jahr	Verkaufsfläche Mio. m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup> VKF je Einwohner
1990	2,30	0,66
1995	2,90	0,85
2000	3,60	1,08
2005	4,30	1,26
2010	4,30	1,30
2015	4,42	1,22

Zwischen 2010 und 2015 ist die Verkaufsfläche weiter angestiegen, sie lag in ihrer Dynamik jedoch hinter der Bevölkerungsentwicklung der Stadt zurück, wie die Umrechnung der Verkaufsfläche auf die Einwohnerzahl zeigt.

Gegenüber 1990 hat sich die Angebotsfläche in Berlin allerdings nahezu verdoppelt. Dies ist in erster Linie dem hohen Nachholbedarf im Ostteil der Stadt geschuldet, wo vor dem Mauerfall nur eine Verkaufsfläche je Einwohner von 0,30 m<sup>2</sup> zur Verfügung stand. Sowohl eine Vielzahl von großflächigen Anbietern des Lebensmittel-Einzelhandels als auch von Fachmärkten und Shopping-Centern an verschiedenen, überwiegend an außerhalb gewachsener Zentren Ost-Berlins gelegenen Standorten, haben das Defizit in kurzer Zeit abgebaut.

Der Umsatz des Berliner Einzelhandels betrug den Angaben der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt zufolge im Jahr 2015 18,7 Mrd. EUR.<sup>40</sup> Nach Angaben des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg bedeutet dies einen Umsatzzuwachs von 5,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr (Jahresdurchschnitt). Der reale Umsatz, d. h. unter Ausschaltung der Preisentwicklung, lag um 5,2 Prozent über dem Vorjahresniveau. Damit fiel die Umsatzbilanz des Berliner Einzelhandels günstiger aus als der Bundesdurchschnitt (nominal: +2,8 Prozent, real: +2,7 Prozent).<sup>41</sup>

Deutlich gestiegen ist die Flächenproduktivität des Berliner Einzelhandels, d.h., der je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und Jahr erzielte Umsatz. Im Jahr 2015 betrug diese 4.230 EUR je Quadratmeter. Damit erscheint der Trend, der noch im Einzelhandelskonzept von 2012 auf der Basis des Jahres 2010 beschrieben

<sup>39</sup> Quelle: Angaben der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung für das Jahr 2015 und eigene Berechnungen

<sup>40</sup> Abstimmungsgespräch am 21.01.2016 in der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Abteilung I –Stadt- und Freiraumplanung, Referat I A, Stadtentwicklung

<sup>41</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Berlin-Brandenburg, Pressemitteilung Nr. 48 vom 1. März 2016

wurde, umgekehrt zu sein. Damals sank die Umsatzleistung je Quadratmeter von Jahr zu Jahr weiter ab, da die Verkaufsfläche Berlins schneller als der in Berlin erzielte Einzelhandelsumsatz anstieg.<sup>42</sup> Eine eindeutige, statistisch nachweisbare Erklärung für die enorme Steigerung der Flächenleistung konnte nicht gefunden werden. Ein Indiz dafür ist die durch Touristen erzeugte Umsatzsteigerung, die sich vor allem auf die Berliner Einkaufszentren sowie den Einzelhandel in zentralen Lagen wie den Kurfürstendamm/Tauentzienstraße, die historische Mitte mit dem Alexanderplatz, dem Potsdamer/Leipziger Platz und der Friedrichstraße oder die Steglitzer Schloßstraße konzentriert.

### Shopping Malls / Center

Die Zahl der Shopping Center ist in Berlin weiter gewachsen. Aktuell gibt es in Berlin 67 Shopping Center mit einer Verkaufsfläche von 1,46 Mio. m<sup>2</sup>.<sup>43</sup> Das sind 33 Prozent der 2015 im Berliner Einzelhandel vorhandenen Verkaufsflächen. Letzte große und spektakuläre Neueröffnung war die der „Mall of Berlin“ auf dem ehemaligen Wertheim-Standort am Leipziger Platz. Weitere Neueröffnungen sind im Gespräch:

- Schultheiss Center an der Turmstraße in Moabit (Investor: Harald Huth, Zuwachs: ca. 30.000 m<sup>2</sup> VKF),
- Umbau des ehemaligen Wertheim-Kaufhauses am Kurfürstendamm in Charlottenburg zu einem Einkaufszentrum (Investor: Harald Huth, Zuwachs zwischen 20.000 und 40.000 m<sup>2</sup> VKF),
- Einkaufszentrum „Pankower Tor“ am ehem. Güterbahnhof in Pankow (Investor: Kurt Krieger, Einkaufszentrum und Möbelhaus, Flächen nicht bekannt),
- Anschlussbebauung an das EKZ Alexa Alexanderstraße in Mitte (Investor: Degewo, Zuwachs: ca. 10.000 m<sup>2</sup> VKF),
- Erweiterung des Rathauscenters in Pankow (Investor: Helmut Jagdfeld, Zuwachs: ca. 7.500 m<sup>2</sup> VKF),
- Shopping Mall an der Warschauer Straße in Friedrichshain, angrenzend an die (Mercedes-Benz-)Arena.

<sup>42</sup> Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin vom 20. Juni 2011, Pkt. 2.1.1.1, S. 22, Tab. 5

<sup>43</sup> Quelle: IHK Berlin – Shopping Center in Berlin, Stand: 21.01.2015. Nach Beobachtung von Büro Standort Handel sind im Jahr 2015 keine neuen Shopping Center hinzugekommen.

Der Center-Boom ist also auch im Berlin ungebrochen, obwohl viele Experten das Ende dieser Entwicklung voraussagen.<sup>44</sup>

### Bio-Märkte

Der Handel mit Bio-Produkten in Berlin nimmt weiter zu. Auch wenn für Berlin nur unzureichende Daten zur Gesamtzahl der Bio-Märkte und deren Verkaufsflächen zur Verfügung stehen, ist im Stadtbild augenfällig, dass die Zahl der Märkte ständig steigt. Auf Basis einer Internetrecherche konnte die Anzahl der filialisierten Bio-Märkte und Reformhaus-Filialen in Berlin für 2016 auf 181 Filialen beziffert werden:<sup>45</sup>

<b>Reformhaus</b> <sup>46</sup>	45 Filialen
<b>BIO Company</b>	36 Filialen
<b>denn's Biomarkt</b>	32 Filialen
<b>Alnatura</b>	14 Filialen
<b>Viv Bio-Frische-Markt</b>	8 Filialen
<b>LPG</b>	7 Filialen
<b>Bio Markt</b>	6 Filialen
<b>Basic</b>	2 Filialen
<b>Temma</b>	1 Filiale
<b>Erdkorn Biomarkt</b>	1 Filiale
<b>Gesamt</b>	<b>181 Filialen</b>

Aus der Bestandserhebung für Berlin von 2014/15 ließ sich für die erfassten Bio-Märkte und Reformhaus-Filialen eine Verkaufsfläche von insgesamt 17.590 m<sup>2</sup> herausfiltern. Dies entspricht rd. 22% der in Berlin zu diesem Zeitraum für Nahrungs- und Genussmittel ermittelten Verkaufsfläche.

Hinzu kommen die Verkaufsflächen weiterer, unabhängiger Händler von Bio-Lebensmitteln sowie die im regulären Lebensmittelhandel enthaltenen Angebote an Bio-Produkten.

<sup>44</sup> Interview des RBB mit Stadtplaner Thomas Krüger, Professor für Projektentwicklung in der Stadtplanung an der HafenCity Universität in Hamburg am 29.04.2014.

<sup>45</sup> Quelle: eigene Recherche auf Basis der von den Unternehmen ins Netz gestellten Adressen

<sup>46</sup> u.a. Vitalia, div. Reformhäuser (Demski, Quentin, Nourisson, Höfeler)

### „Ethnische Lebensmittel“

Die Zahl der von Einzelhändlern mit Migrationshintergrund betriebenen Verkaufseinrichtungen ist in Berlin weiter gewachsen. Belastbare Daten hierzu gibt es hierfür nicht. Die einzeln betriebenen, überwiegend von türkischstämmigen Inhabern geführten Gemüse- und Lebensmittelläden weichen zunehmend filialisierten Anbietern wie Eurogida oder ÖZ-Gida. Diese familiengeführten Unternehmen verfügen über mehrere, in verschiedenen Bezirken angesiedelte Märkte. In Friedrichshain-Kreuzberg überwiegen allerdings noch immer Anbieter mit geringen Verkaufsflächen. Neben türkischstämmigen Händlern sind v. a. Anbieter mit asiatischem, arabischem, polnischem, ungarischem oder russischem Migrationshintergrund angesiedelt. Der Erhebung von 2014/15 zufolge verfügten Händler mit Migrationshintergrund in Friedrichshain-Kreuzberg über rd. 5.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das sind 7,5% der für Nahrungs- und Genussmittel – Backwaren einbegriffen – erfassten Verkaufsfläche.<sup>47</sup>

### Internationale Handelsketten

Auch in Berlin siedeln sich zunehmend ausländische Handelsunternehmen an. Zu ihnen gehören der irische Textil-Discounter Primark (Alexanderplatz), die amerikanische Kaufhaus-Kette TK maxx (9 Filialen, darunter Alexanderplatz, Potsdamer Platz Arkaden, Hallen am Borsigturm), das japanische Unternehmen Uniqlo (3 Filialen: Tauentzienstraße, Leipziger Platz, Hackescher Markt), der amerikanische Multilabel-Anbieter Urban Outfitters (2 Filialen: Weinmeisterstraße, Kurfürstendamm) und die amerikanische Modekette Abercrombie & Fitch mit der Tochtermarke Hollister (2 Filialen: Leipziger Platz - Mall of Berlin, Schloßstraße – Boulevard Berlin). Nicht zu vergessen die schon seit Langem in Berlin angesiedelten Unternehmen wie H&M (u.a. erfolgreich mit ihrer Tochtermarke COS, Weekday, Other Stories) und viele andere.

#### 2.2.4 Ausblick auf die weitere Entwicklung des Berliner Einzelhandels

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

---

<sup>47</sup> Grobe Schätzung anhand der Betriebsnamen. Der tatsächliche Anteil dürfte deutlich höher liegen.



- **Online-Handel**

Der Online-Handel wird auch in Berlin weiter anwachsen und die Konkurrenz zum stationären Einzelhandel verstärken. Dies wird Auswirkungen auf die Anbieter mit geringer Betriebsgröße, vornehmlich den inhabergeführten Einzelhandel haben. Bereits heute besonders betroffen ist der Hobby- und Freizeitbereich (z.B. elektronische Medien und Unterhaltungselektronik, Fotobedarf, Modellbau, Sportausrüstung), dessen stark spezialisiertes, differenziertes und oft hochpreisiges Angebot durch die örtlichen Händler nur noch in wenigen Fällen vorgehalten werden kann. Mittelfristig wird sich auch der Bekleidungssektor stärker dem Online-Handel zuwenden, vor allem dann, wenn es um die Versorgung strukturschwacher Lagen mit geringer Frequenz geht. Letzteres gilt auch für andere Branchen bzw. Warengruppen, nur in eingeschränktem Maße jedoch für den Lebensmittel-Einzelhandel.

- **Bevölkerungsentwicklung**

Die noch für einen längeren Zeitraum zu erwartende positive Bevölkerungsentwicklung in Berlin wird sich günstig auf die Kaufkraftbedingungen des Berliner Einzelhandels auswirken, da ein mehr an Bevölkerung ein mehr an Einkommen verspricht. Dadurch können Einkommensdefizite ausgeglichen werden, die durch steigende Ausgaben der Haushalte für Mieten, Energie, Verkehr/Nachrichtenübermittlung, Gesundheits- und Altersvorsorge etc. zu erwarten sind. Ebenso betrifft dies Einkommensminderungen durch die zunehmende Zahl der Single-Haushalte.

- **Migranten/Flüchtlinge**

Die „Flüchtlingswelle“ wird für den Berliner Einzelhandel mittel- und langfristig eine untergeordnete Rolle spielen. Dennoch wird die Zahl der Migranten weiter zunehmen, was sich in Veränderungen der Einzelhandelsstruktur, vornehmlich im Lebensmittel-Einzelhandel, ausdrücken wird. Wie bereits in den vergangenen Jahren werden mehr Einzelhändler mit Migrationshintergrund in den Markt drängen, um den Konsumtionsgewohnheiten bzw. -erwartungen einer wachsenden Zahl von nicht aus Deutschland kommenden Verbrauchern gerecht zu werden.

- **Touristen**

Die Zahl der nach Berlin kommenden Touristen wird auch künftig ansteigen. Damit wird weitere Kaufkraft nach Berlin fließen, wovon der Berliner Einzelhandel auch weiterhin profitieren wird. Wieweit die Berliner Einzelhändler dem „Event-Tourismus“ trotzen können, der sich – vor allem bei jungen, ausländischen Touristen – vornehmlich auf die Angebote der Gastronomie und der Clubszene orientiert und damit teilweise den Einzelhandel verdrängt, wird neben einer touristengerechten Angebotsstruktur von einer forcierten Werbung für Berlin als Einzelhandelsstandort abhängen.

- **Verkehrsmittelwahl**

Das Auto als Einkaufsmittel wird noch über einen längeren Zeitraum eine Rolle spielen. Der Einkauf bei großflächigen Anbietern und die Nutzung des Pkw für den Wochenendeinkauf (Stichwort: „Kofferraum als Einkaufstasche“) sind – neben dem wohnortnahen Einkauf zu Fuß – noch immer wichtiger Bestandteil des Konsumentenverhaltens. Langfristig wird seine Bedeutung jedoch abnehmen und dem wachsenden Anteil des Fahrradverkehrs Tribut zollen. Mit der zu erwartenden Zunahme biologisch orientierter Angebote, sowohl von Bio-Märkten als auch Wochenmärkten mit biologischer Ausrichtung wird die Zahl der ökologisch orientierten Kunden, die vornehmlich zu Fuß oder mit dem Fahrrad einkaufen, weiter zunehmen.

- **Wohnungsnaher Versorgung**

Mit zunehmendem Anteil an „Fahrradkunden“ verkleinern sich zwangsläufig die Einzugsgebiete. Damit steigt die Bedeutung der wohnnahen Versorgung, in erster Linie von Angeboten des täglichen Bedarfs: Lebensmittel, Drogeriewaren, pharmazeutischer Bedarf, Tiernahrung, Blumen, Zeitungen und Zeitschriften. Für entsprechende, in Wohnnähe befindliche Angebote spricht auch die zunehmende Zahl älterer Menschen in den Wohngebieten. Eine wichtige Rolle spielen hier zunehmend die in Berlin „Späti“ genannten Läden, die rund um die Uhr ein breites Sortiment unterschiedlicher Waren des täglichen Bedarfs anbieten. Aufgrund ihrer Betriebsstrukturen als Familienbetriebe sind sie oftmals flexibler als die großen Filialbetriebe und können lange oder gar durchgehende Öffnungszeiten gewährleisten. Insbesondere in den dicht besiedelten Quartieren des Bezirks sowie in Bereichen mit starker

touristischer Nachfrage können sie erfolgreich kleinteilige Versorgungslücken schließen

- **Verkaufsflächenentwicklung**

Das Wachstum der Verkaufsfläche des Berliner Einzelhandels wird sich mittel- und langfristig verlangsamen. Zwar werden die Großbetriebsformen des Einzelhandels (Discounter, Super- und Verbrauchermärkte, Fachmärkte, Einkaufszentren) weiterhin versuchen, ihre Verkaufsflächen zu vergrößern. Ihre Zahl wird sich aufgrund der bereits vorhandenen Überausstattung und auch der zu beobachtenden stärkeren Anwendung der restriktiven Ansiedlungsvorschriften Berlins durch die Berliner Bezirke und den Senat begrenzen. Auch die zu erwartende Schließung kleiner und mittlerer Einzelhandelsbetriebe in strukturschwachen Lagen wird sich verlangsamend auf die Verkaufsflächenentwicklung auswirken.

- **Anbiervielfalt versus Konzentrationsprozess**

Die Vielfalt der Anbieter wird im Berliner Einzelhandel – vor allem im Bekleidungssektor – zunehmen. Zu erwarten ist, dass weitere internationale Unternehmen der Bekleidungsbranche in den Berliner Markt drängen werden. Im Lebensmittel-Einzelhandel ist dagegen eine Konzentration auf wenige Anbieter, vornehmlich bei den Großbetriebsformen zu verzeichnen. Dennoch nimmt auch hier die Zahl der Anbieter zu, die sich teilweise in Märkte geringerer Größe einmieten, die von Edeka oder Rewe aufgelassen wurden. In diesen Märkten bieten sie ein spezialisiertes Sortiment für Kunden mit Migrationshintergrund an, das sich jedoch nicht ausschließlich auf türkischstämmige, asiatische, arabische und afrikanische Kunden richtet, sondern auch deutsche Verbraucher anspricht.

- **Neue Angebotskonzepte**

Die Innenstadt-Bezirke haben das Glück, besonders attraktiv für junge kreative Menschen aus aller Welt zu sein. Die im internationalen Vergleich günstigen Lebens- und Wohnbedingungen und die große Vielfalt der Bildungs- und Ausbildungsstätten sowie das vielfältige und attraktive Angebot an Freizeit- und Kultureinrichtungen sind Ursachen dafür. Die Präsenz und der Lifestyle der unter 45-jährigen und ihrer Familien in Ortsteilen wie Friedrichshain, Kreuzberg, Mitte oder

Prenzlauer Berg beeinflussen den Einzelhandel und die Gastronomie. Nicht selten werden von engagierten Seiteneinsteigern aus dieser Bevölkerungsgruppe neue Produkt-, Handels- und Gastrokonzepte entwickelt und betrieben, die Modellcharakter haben und auf traditionelle Formen ausstrahlen. Typisch dafür sind neue Kombinationen von Einzelhandel und Gastronomie (Halle IX, Marheinekehalle), neue Sortimentskonzepte (Modulor, Voo Concept Store) und kleine Läden mit Nischenprodukten.

- **Weiterhin gute Versorgungssituation**

Auf die Versorgungszufriedenheit der Bevölkerung in Berlin wurde bereits im Einzelhandelskonzept von 2012 eingegangen. Auch bei der weiteren Vergrößerung der Maschen des Versorgungsnetzes ist nicht damit zu rechnen, dass es zu erheblichen Versorgungslücken 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.). Wenn der Online-Handel zunehmend auch im Lebensmittel-Einzelhandel greift – hier realisiert er gegenwärtig noch die geringsten Umsatz-Anteile – wird sich die Versorgungssituation gerade bei älteren Verbrauchern verbessern.

### 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 (ZB, mit Zentrumsbereichskernen ZBK)
- Hauptzentren (HZ)
- Stadtteilzentren (STZ)
- Ortsteilzentren (OTZ)

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 3 nicht.

Unterhalb dieser städtischen Zentren sind die Nahversorgungszentren (NVZ, 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 bezirklichen 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 Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm** (OT Kreuzberg)

- **Stadtteilzentrum Kottbusser Tor/Kottbusser Straße** (OT Kreuzberg)
- **Stadtteilzentrum Mehringdamm** (OT Kreuzberg)
- **Stadtteilzentrum Ostbahnhof/Mühlenstraße** (OT Friedrichshain)

Die beiden Hauptzentren des Bezirks überschreiten die Bezirksgrenze und liegen teilweise in den Nachbarbezirken. So liegt u.a. 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 wider. Ein Großteil der großflächigen Einzelhandelsbetriebe, darunter die Warenhäuser des Bezirks und das Einkaufszentrum Ring-Center I, befindet sich im Bereich der genannten städtischen Zentren. Großflächige Angebote außerhalb der Zentren beschränken sich im Wesentlichen auf Lebensmittel (Supermärkte und Discounter) sowie in geringerem Maße auf Möbel. Darüber hinaus befinden sich zwei großflächige Baumärkte außerhalb der Zentren.

Außerhalb dieser städtischen Zentren entspricht die Einzelhandelsstruktur im Wesentlichen 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 Angebotsschwerpunkten 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 in Kreuzberg der Graefekiez, der Bereich Lausitzer Platz/Eisenbahnstraße und die Wrangelstraße sowie in Friedrichshain der Bereich um den Boxhagener Platz, die Warschauer Straße und die Samariterstraße.

Bereits 2004 wurden die planungsrechtlichen Grundlagen für ein Einkaufszentrum zwischen Warschauer Brücke und Arena (ehem. O2 World,

derzeit Mercedes-Benz-Arena) geschaffen. Das für das kommende Jahr zur Realisierung anstehende Projekt beinhaltet (einschließlich den angrenzenden Baufeldern rd. 28.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, steht jedoch außerhalb der gewachsenen Einzelhandelsstrukturen des Bezirks.

### 3.2.1 Bestandserhebung

Der aktuelle Bestand an Einzelhandelseinrichtungen und Verkaufsflächen in Friedrichshain-Kreuzberg basiert auf einer Erhebung des Dortmunder Beratungsunternehmens Junker + Kruse Stadtforschung Planung. Die für den Gesamttraum Berlin vorgenommene Erhebung erfolgte im Auftrag der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt. Das Gros der Daten wurde 2014 erfasst; die letzten Daten wurden Anfang 2015 erhoben.

Der Erhebung durch Junker + Kruse lag das „Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin“ vom August 2013 zugrunde.<sup>48</sup> Darin war vorgegeben, nach welcher Methodik der vorhandene Bestand an Einzelhandelseinrichtungen in Berlin aufzunehmen war. Der Vorteil dieser Herangehensweise liegt darin, dass der Einzelhandelsbestand aller Berliner Bezirke nach einheitlichen Kriterien erfasst wurde und somit eine einheitliche Erfassungsgrundlage für alle Berliner Bezirke existiert, die bei künftigen Erhebungen die Vergleichbarkeit der Daten zulässt.

Bisher wurden die den Einzelhandels- und Zentrenkonzepten der Berliner Bezirke zugrunde liegenden Bestandserhebungen nicht nach einheitlichen Kriterien vorgenommen. Es blieb den jeweils beauftragten Fachgutachtern überlassen, wie sie die Daten erfassen. So wurde auch die Einzelhandelserhebung für das 2011 vorgelegte und 2012 beschlossene Einzelhandels- und Zentrenkonzept für Friedrichshain-Kreuzberg nach einer vom o.g. Handbuch abweichenden Methodik vorgenommen. Wichtigste Unterscheidungskriterien beider Bestandserhebungen sind die folgenden:

- Die im Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin vorgegebene Erfassungsmethodik stellt die Zuordnung der Waren- und Sortimentsgruppen nach zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten in den Vordergrund. Diese, auf die Fortschreibung des Stadtentwicklungsplan Zentren (StEP Zentren) abzielende Zuordnung der erfassten Einzelhandelsbetriebe, erfolgt nach stadtplanerischen

---

<sup>48</sup> Hrsg.: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt Ref. IA - in Zusammenarbeit mit Stadt + Handel, Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhrer GbR

Erwägungen, bei der die Ansiedlungskriterien für großflächige Einzelhandelsbetriebe eine besondere Rolle spielen.

- Bei den für das Zentrenkonzept für Friedrichshain-Kreuzberg im Jahr 2009 erfassten Daten stand die Zuordnung der Waren- und Sortimentsgruppen nach Bedarfsgruppen im Vordergrund, d.h. die Angebotsprofile der erhobenen Einzelhandelsbetriebe wurden Bedarfsgruppen zugeordnet: nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf. Diese Zuordnung diente der Betrachtung der Branchenentwicklung aus handelsfachlicher Sicht einschließlich der sich daraus ergebenden Hinweise auf Angebotslücken in den Wohngebieten und den zentralen Lagen des Bezirkes.

### 3.2.2 Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche

Die unterschiedlichen Erhebungsgrundlagen spiegeln sich in differierenden Ergebnissen aus beiden Erhebungen wider:

**Tab. 11:** Bestand an Einzelhandelsbetrieben und Verkaufsflächen in Friedrichshain-Kreuzberg lt. den Erhebungen der Jahre 2009 und 2014

Erhebungsjahr	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>
2009	2.193	255.670
2014/15	1.945	237.007
<b>Differenz</b>	<b>248</b>	<b>18.663</b>

Sowohl bei der Zahl der Betriebe als insbesondere bei der erfassten Verkaufsfläche sind im Vergleich beider Erhebungen Differenzen festzustellen. Während sich der Rückgang der Betriebe noch moderat ausnimmt und mit der Aufgabe kleinerer Betriebe in Wohngebieten und Nebenlagen begründet werden kann, ist der Rückgang der Verkaufsfläche auf den ersten Blick nicht nachvollziehbar.

Die im Folgenden aufgeführten Gründe zeigen jedoch, dass diese Differenz im Wesentlichen auf Unterschiede in der Methodik der in den Jahren 2009 und 2014 vorgenommenen zurückzuführen ist:

- Die Erhebung von 2009 wurde entsprechend der Erfassungsmethodik der damaligen BBE Retail Experts Unternehmensberatung GmbH



vorgenommen. Dieser Methodik zufolge wurden z.B. die in Einkaufszentren außerhalb der abgegrenzten Ladenlokale gelegenen Bewegungsflächen (Mallbereiche) als dem Kunden zugängliche Verkaufsflächen ausgewiesen. Im Einkaufszentrums Ring-Center I macht dies allein rd. 3.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche aus. Dem Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin entsprechend sind diese Flächen nicht mehr als Verkaufsflächen auszuweisen, so dass sich hieraus eine Differenz ergibt.<sup>49</sup>

- Die Bewegungsflächen in Markthallen wie der Marheineke- und der Eisenbahnhalle sind dem Handbuch zufolge – mit Verweis auf die geltende Rechtslage – nicht als Verkaufsfläche auszuweisen. 2009 wurden sie als solche erfasst, so dass sich eine Differenz gegenüber der Erfassung von 2014 von weiteren rd. 2.000 m<sup>2</sup> VKF ergibt.
- In der Erhebung von 2009 wurden die Aktionsflächen von Lebensmittel-Discountern und Supermärkten – und teilweise auch in Drogeriemärkten – gesondert erfasst. Grund dafür war die Überlegung, dass auf den Aktionsflächen vornehmlich Nonfood-Artikel angeboten wurden, die nicht der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. Drogeriewaren zugeordnet werden sollten. Zusammen mit den Verkehrsflächen des Ring Center I wurden sie unter der Rubrik „Sonstiger Einzelhandel“ mit insgesamt 13.670 m<sup>2</sup> VKF ausgewiesen, woraus sich ein größerer Teil der in Abbildung 17 dargestellten Differenz erklärt.<sup>50</sup>
- Mögliche Unterschiede ergeben sich aus der Vorgabe des Handbuches, im Interesse einer – durchaus nachvollziehbaren – Aufwandsreduzierung bei der Erfassung des Einzelhandelsbestandes Referenzwerte anzusetzen, die anstelle der exakt erhobenen einzelbetrieblichen Verkaufsflächen treten sollen:
  - für Betriebe mit einer Verkaufsfläche bis 100 m<sup>2</sup> ist dem Handbuch zufolge ein Referenzwert von 35 m<sup>2</sup> VKF anzusetzen;
  - für Betriebe mit einer Verkaufsfläche zwischen 101 und 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche dient ein Wert von 170 m<sup>2</sup> VKF.<sup>51</sup>

<sup>49</sup> Vgl. Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin, August 2013, S. 31

<sup>50</sup> Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2012, Pkt. 3.2.2, S. 37 Tab. 11

<sup>51</sup> Ebenda, S. 73 und 38

In der Erhebung von 2009 wurden die Verkaufsflächen jedes Einzelhandelsbetriebes exakt erfasst, so dass sich daraus Abweichungen gegenüber der 2014 vorgenommenen Erfassung ergeben.

### 3.2.3 Zur Entwicklung der Branchen bzw. Warengruppen

Um eine Vergleichbarkeit der 2014/2015 durch die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt ermittelten Bestandsdaten mit der Erhebung aus dem Jahr 2009 vornehmen zu können, wurden die für das damalige Einzelhandels- und Zentrenkonzept erhobenen Daten entsprechend der im Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin vorgegebenen Gliederung umgruppiert.

Die in Tabelle 12 dargestellte Gegenüberstellung zeigt in vielen Warengruppen nur geringe Abweichungen in den erhobenen Werten zwischen beiden Erfassungszeiträumen, so dass durchaus eine Vergleichbarkeit zwischen diesen Zeiträumen gegeben ist. Größere Abweichungen zeigen sich allerdings in der Warengruppe Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, wo sich eine Differenz von rd. 8.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ergibt.

Die Abweichungen innerhalb dieser Warengruppe sind zum einen in den im Vorangegangenen beschriebenen Erfassungsunterschieden zu suchen. Zum anderen lassen sich folgende Gründe dafür anführen:

- Sowohl das Karstadt-Warenhaus am Hermannplatz als auch das Kaufhof-Warenhaus am Ostbahnhof haben eine deutliche Reduzierung ihrer Lebensmittelabteilungen vorgenommen,
- Ein Teil der Differenz ergibt sich aus den nicht erfassten Verkaufsflächen der Marheineke- sowie Eisenbahnhalle,
- Viele Supermärkte und Lebensmittel-Discounter wurden 2014/15 mit geringeren Verkaufsflächen als 2009 erfasst (s.o.),
- Viele kleine Lebensmittelbetriebe, die 2009 noch erfasst werden konnten, sind geschlossen. Dies betrifft insbesondere Läden, die – dem damaligen Boom folgend – Backwaren angeboten haben,
- „normale“ Fluktuation von Läden und Sortimenten, d.h. Mieter- bzw. Betriebswechsel, saisonale oder dauerhafte Sortimentsänderungen u.ä.

Tab. 12: Verkaufsflächenbestand nach Warengruppen – Gliederung nach Zentrenrelevanz<sup>52</sup>

Lfd. Nr.	Warengruppe	VKF m <sup>2</sup> 2009	VKF m <sup>2</sup> 2014
	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (incl. Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren)	80.910	72.287
	Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13.600	12.672
	Papier- Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	11.320	10.328
<b>1.1</b>	<b>Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung</b>	<b>105.830</b>	<b>95.287</b>
	Zoo-/Heimtierbedarf	2.930	3.309
	Blumen/Topfpflanzen (indoor)	3.110	2.934
	Bekleidung	34.805	39.247
	Schuhe/ Lederwaren	6.635	6.521
	Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/Keramik	11.950	10.352
	Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	6.070	11.254
	Sportartikel, Fahrräder, Camping	6.040	7.292
	Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	9.405	7.305
	Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	3.020	3.905
	Elektrische Haushaltgeräte, Leuchten	4.310	4.821
	Neue Medien, Unterhaltungselektronik	9.620	5.226
	Foto, Optik	2.145	1.050
	Uhren/ Schmuck	1.920	3.167
<b>1.2</b>	<b>Übrige zentrenrelevanten Sortimente</b>	<b>101.960</b>	<b>106.383</b>
	Gartenbedarf	2.835	4.209
	Bau- und Heimwerkerbedarf i.e.S.	9.850	15.095
	Teppiche	1.370	577
	Möbel	20.265	14.626
	Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente (z.B. Auto-/Motorradzubehör)	-	830
<b>2</b>	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>34.320</b>	<b>35.337</b>
	Sonstiger Einzelhandel <sup>53</sup>	13.670	-
	<b>Einzelhandel Gesamt</b>	<b>255.780</b>	<b>237.007</b>

<sup>52</sup> Datenquelle für alle folgenden Verkaufsflächenangaben 2009: eigene Erfassung, 2014: SenStadtUm

<sup>53</sup> Die Kategorie „Sonstiger Einzelhandel“ aus dem Jahr 2009 enthält die Aktionsflächen in Supermärkten, Lebensmittel-Discountern und Drogeriemärkten sowie die nicht den Ladenlokalen des Ring-Centers I zuzurechnenden Mallflächen (vgl. Ausführungen in Pkt. 3.2.1)

Bezogen auf die Bevölkerung von 2014 errechnet sich eine Verkaufsfläche je Einwohner von 0,86 m<sup>2</sup>. Dies bedeutet einen Rückgang gegenüber dem 2009 erfassten Wert: damals wurden 0,98 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner ausgewiesen. Diese Differenz ist Folge der unterschiedlichen Erfassungsmethodik und bedeutet keine Verschlechterung der Angebotssituation im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg. Hierauf weist insbesondere die verbesserte Nachfragesituation im Bezirk hin (vgl. Pkt. 3.3).

**Tab. 13:** Verkaufsfläche je Einwohner in Friedrichshain-Kreuzberg 2014

Ortsteil	VKF m <sup>2</sup>	VKF je Einwohner m <sup>2</sup>
Friedrichshain	100.472	0,81
Kreuzberg	136.535	0,90
<b>Gesamt</b>	<b>237.007</b>	<b>0,86</b>

Der ermittelte Ausstattungswert liegt in beiden Ortsteilen deutlich unterhalb des Berliner Durchschnitts (vgl. Pkt. 2.2.3). Besonders niedrig liegt der Wert in Friedrichshain, was – neben Erfassungsunterschieden – auf starke Rückgänge von Einzelhandelsbetrieben in gering frequentierten Lagen schließen lässt.

Nach Planungsräumen ergibt sich folgendes Bild:

**Tab. 14:** Verkaufsfläche je Einwohner im Ortsteil Friedrichshain 2014

Planungsraum	VKF m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup> VKF je EW
Samariterviertel	21.749	1,11
Hausburgviertel	1.250	0,14
Richard-Sorge-Viertel	4.880	0,46
Friedenstraße	1.910	0,27
Barnimkiez	3.370	0,62
Andreasviertel	23.385	1,91
Weberwiese	6.906	0,65
Wriezener Bhf.	16.926	19,80
Traveplatz	7.203	0,38
Boxhagener Platz	10.017	0,50
Stralauer Kiez	2.806	0,42
Stralauer Halbinsel	70	0,02
<b>Friedrichshain gesamt</b>	<b>100.472</b>	<b>0,81</b>

Wie bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2011 ist auf die unterschiedliche Struktur des Friedrichshainer Einzelhandels zu verweisen.

- 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.
- 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. 11.500 m<sup>2</sup> VKF) und der Möbel-Boss (ca. 6.700 m<sup>2</sup> VKF) auf nur rd. 850 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 1,91 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner schlägt sich – neben den Einzelhandelsangeboten an der Karl-Marx-Allee – vor allem die Verkaufsfläche des Kaufhof-Warenhauses am Ostbahnhof nieder.
- Hohen Nachholbedarf weist die Stralauer Halbinsel auf. Für die 2014 auf 3.500 Einwohner angewachsene Bevölkerung (2009 = 2.500 Ew.) stehen lediglich zwei Einzelhandelseinrichtungen mit insgesamt 70 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zur Verfügung. Angeboten werden vorwiegend Backwaren.
- Auch die übrigen Gebiete weisen mit Werten zwischen 0,14 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Hausburgviertel) und 0,62 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner (Barnimkiez) eine geringe Ausstattung auf.

Auch im Ortsteil Kreuzberg stellt sich die Ausstattung mit Verkaufsfläche unterschiedlich dar (Abb. 21):

- Als erstes fällt der hohe pro Kopf-Wert für das Gebiet um das Gleisdreieck auf. Dieser ergibt sich – ähnlich wie im Friedrichshainer Gebiet um den Wriezener Bahnhof - aus der Umrechnung der dort vorhandenen Verkaufsfläche (Hellweg Baumarkt mit ca. 10.500 m<sup>2</sup> VKF) auf die geringe Zahl von knapp 280 Einwohnern.
- Im westlichen Teil Kreuzbergs weisen die dichten urbanen Gebiete – Chamissokiez und Urbanstraße – die größte Einzelhandelskonzentration

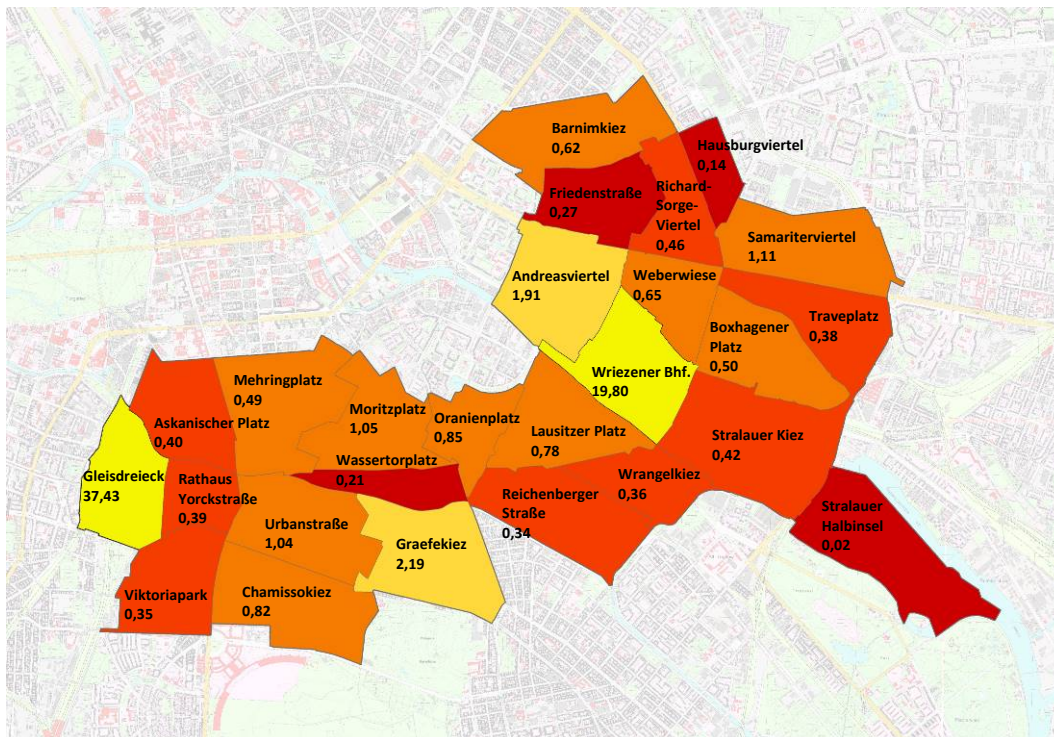
auf. Während im Chamissokiez vor allem der Bereich um die Bergmannstraße/Marheinekeplatz durch vielfältige Einzelhandelsangebote gekennzeichnet ist (u.a. Marheinekehalle), wird der Ausstattungswert der Urbanstraße sowohl durch die kleinteilige Struktur entlang der Gneisenau- und Blücherstraße als auch durch die Großflächigkeit am Blücherplatz (Domäne) beeinflusst.

- 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 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

**Tab. 15:** Verkaufsfläche je Einwohner im Ortsteil Kreuzberg 2014

Planungsraum	VKF m <sup>2</sup>	m <sup>2</sup> VKF je Einwohner
Gleisdreieck	10.629	37,43
Askanischer Platz	2.419	0,40
Rathaus Yorckstraße	2.246	0,39
Viktoriapark	3.700	0,35
Chamissokiez	12.233	0,82
Urbanstraße	12.626	1,04
Mehringplatz	6.428	0,49
Moritzplatz	16.316	1,05
Graefekiez	41.411	2,19
Wassertorplatz	1.100	0,21
Oranienplatz	7.829	0,85
Lausitzer Platz	10.422	0,78
Reichenberger Straße	5.153	0,34
Wrangelkiez	4.023	0,36
<b>Kreuzberg gesamt</b>	<b>136.535</b>	<b>0,90</b>

Abb. 8: Verkaufsfläche je Einwohner nach Planungsräumen (eigene Darstellung)



Mehr als die Hälfte der im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg vorhandenen Verkaufsfläche verteilt sich auf die Zentren (s. Tab. 16, zur weiteren Erläuterung der bezirklichen Zentren s. Pkt. 4.1). Hier sind rd. 52,6 % der erfassten Verkaufsfläche konzentriert.

Mehr als ein Viertel der auf die Zentren entfallenden Verkaufsfläche ist im Hauptzentrum Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm (Kreuzberg) angesiedelt (28,3 %). Ein hoher Verkaufsflächenanteil entfällt ebenfalls auf das Hauptzentrum Frankfurter Allee (Friedrichshain) (17,3 %), das Ortsteilzentrum Ostbahnhof (15,4 %) sowie auf das Stadtteilzentrum Mehringdamm/Bergmannstraße (8,9 %). Auch hier macht sich der Einfluss der großflächigen Angebote wie das Karstadt-Warenhaus am Hermannplatz und das Ring-Center bemerkbar. Am Mehringdamm dagegen überwiegen kleinteilige Einzelhandelsangebote.

Bemerkenswert ist die hohe Verkaufsfläche des Ortsteilzentrums Ostbahnhof. Diese entstammt zum größten Teil dem Warenhaus Galeria Kaufhof, das im Jahr 2017 geschlossen werden soll. Aus diesem Grund erfolgte auch die Rückstufung des bisherigen Stadtteilzentrums zum Ortsteilzentrum.

**Tab. 16:** Verteilung der Verkaufsfläche auf die bezirklichen Zentren

Zentrums-kategorie	Zentrumsname	VKF m <sup>2</sup>	%
Zentrumsbereich	Historische Mitte (Kreuzberg) <sup>54</sup>	1.915	0,8
Hauptzentrum	Karl-Marx-Straße/ Hermannplatz/Kottbusser Damm (Kreuzberg) <sup>55</sup>	35.248	14,9
Hauptzentrum	Frankfurter Allee (Friedrichshain) <sup>56</sup>	21.514	9,1
Stadtteilzentrum	Mehringdamm/Bergmann- straße	11.173	4,7
Stadtteilzentrum	Kottbusser Tor/Oranienstraße	22.050	9,3
Ortsteilzentrum	Ostbahnhof <sup>57</sup>	19.160	8,1
Nahversorgungszentrum	Mehringplatz/südl. Friedrichstraße	1.840	0,8
Nahversorgungszentrum	Wrangelstraße <sup>58</sup>	2.565	1,1
Nahversorgungszentrum	Warschauer Straße <sup>59</sup>	5.156	2,2
Nahversorgungszentrum	Boxhagener Straße	1.831	0,8
Nahversorgungszentrum	Landsberger Allee	1.985	0,8
<b>Friedrichshain-Kreuzberg gesamt</b>		<b>237.007</b>	<b>100,0</b>

### 3.3 Kaufkraft und Nachfragevolumen

Die im folgenden Kapitel enthaltenen Aussagen orientieren sich bezüglich der in Friedrichshain-Kreuzberg vorhandenen Kaufkraft an den jährlichen Prognosedaten der IFH – Institut für Handelsforschung Köln (früher BBE Retail Experts GmbH), in denen die regionalen Kaufkraftunterschiede berücksichtigt werden. Die u.a. auf den Steuerbescheiden der Kommunen basierenden Kaufkraftdaten weisen für Friedrichshain-Kreuzberg im Jahr 2014 eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 5.199 EUR pro Kopf aus. Die für Einzelhandelsausgaben vorhandene Kaufkraft ist demzufolge gegenüber 2009 um 4,4% angestiegen.

<sup>54</sup> nur VKF innerhalb Friedrichshain-Kreuzberg

<sup>55</sup> nur VKF innerhalb Friedrichshain-Kreuzberg

<sup>56</sup> nur VKF innerhalb Friedrichshain-Kreuzberg

<sup>57</sup> Einschl. der VKF des zur Schließung vorgesehenen Warenhauses Kaufhof (13.720 m<sup>2</sup>)

<sup>58</sup> Incl. Erweiterungsbereich

<sup>59</sup> Incl. Erweiterungsbereich



**Tab. 17:** Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf in Friedrichshain-Kreuzberg

	<b>Einzelhandels- relevante Kaufkraft 2009 (EUR pro Kopf)</b>	<b>Kaufkraft- koeffizient (in % zum Bundes-Ø)</b>	<b>Einzelhandels- relevante Kaufkraft 2014 (EUR pro Kopf)</b>	<b>Kaufkraft- koeffizient (in % zum Bundes-Ø)</b>
<b>F'hn.</b>	4.966	91,08	5.290	87,24
<b>K'bg.</b>	4.989	91,50	5.113	84,32
<b>Ges.</b>	<b>4.980</b>	<b>91,34</b>	<b>5.199</b>	<b>85,74</b>

Tabelle 17 zeigt ein scheinbar widerspruchsvolles Bild: Obwohl pro Kopf der in Friedrichshain-Kreuzberg lebenden Bevölkerung nominal mehr Kaufkraft für Warenkäufe im Einzelhandel zur Verfügung steht, verschlechtert sich das Verhältnis zum Bundesdurchschnitt, der gleich 100 gesetzt wird. Grund dafür ist die Tatsache, dass die Kaufkraft des Bundes schneller gestiegen ist als die Berlins (vgl. Pkt. 2.2.1 – Tab. 7).

Auch im Vergleich zum Berliner Durchschnitt nimmt sich das Kaufkraftniveau Friedrichshain-Kreuzbergs nicht besonders günstig aus:

**Tab. 18:** einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Friedrichshain-Kreuzberg im Vergleich zum Berliner Durchschnitt (=100) <sup>60</sup>

	<b>2009 (%)</b>	<b>2014 (%)</b>
<b>F'hn.</b>	97,14	91,16
<b>K'bg.</b>	97,59	88,11
<b>Ges.</b>	<b>97,40</b>	<b>89,59</b>

Tab. 18 zufolge ist auch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft Berlins zwischen 2009 und 2014 schneller gestiegen als im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg. Auffallend ist, dass die Kaufkraft im Ortsteil Friedrichshain 2014 höher liegt als in Kreuzberg; im Jahr 2009 war das umgekehrt. Ein Indiz dafür könnte die Entwicklung der Altersstruktur innerhalb beider Zeiträume bieten.

<sup>60</sup> Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Berlin 2009 = 5.112 EUR pro Kopf, 2014 = 5.803 EUR pro Kopf, vgl. Abb. 14

**Tab. 19:** Entwicklung der Altersstruktur in Friedrichshain-Kreuzberg zwischen 2009 und 2014  
(Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg)

Ortsteil	Einw. gesamt	Alter der Bevölkerung (in Jahren)					
		unter 18	18 bis unter 27	27 bis unter 45	45 bis unter 55	55 bis unter 65	65 und älter
<b>F'hn. 2009</b>	113.865	12.789	20.104	49.203	11.982	6.397	13.390
<b>ges. (%)</b>	100,0	11,2	17,7	43,2	10,5	5,6	11,8
<b>F'hn. 2014</b>	124.173	15.615	16.191	56.902	14.669	8.108	12.688
<b>ges. (%)</b>	100,0	12,6	13,0	45,8	11,8	6,5	10,2
<b>K'bg. 2009</b>	146.102	25.335	18.679	52.970	22.500	13.090	13.528
<b>ges. (%)</b>	100,0	17,3	12,8	36,3	15,4	9,0	9,3
<b>K'bg. 2014</b>	151.518	24.985	18.223	54.741	23.841	14.991	14.737
<b>ges. (%)</b>	100,0	16,5	12,0	36,1	15,7	9,9	9,7
<b>Ew gesamt 2009 (%)</b>	259.967	38.124	38.783	102.173	34.482	19.487	26.918
	100,0	14,7	14,9	39,3	13,3	7,5	10,3
<b>Ew gesamt 2014 (%)</b>	275.691	40.600	34.414	111.643	38.510	23.099	27.425
	100,0	14,7	12,4	40,5	14,0	8,4	9,9

Im Ortsteil Friedrichshain hat der Anteil der unter 18jährigen gegenüber den Älteren – 65 Jahre und älter – zugenommen. Der Anteil Einwohner im erwerbsfähigen Alter, d.h. von 18 bis unter 65 Jahre, ist mit 77% dagegen gleich geblieben. Dabei ist jedoch zu beobachten, dass der Anteil junger Erwachsener (18 bis 27) deutlich zurückgegangen ist, während die Altersgruppen 27 bis 55 deutlich gewachsen sind.

Diese Entwicklungen deuten darauf hin, dass Friedrichshain zur Zeit den gleichen Entwicklungsprozess durchmacht wie einige Jahre zuvor der Ortsteil Prenzlauer Berg: Die um das Jahr 2000 zugezogenen Studenten und „young professionals“ sind in ihrer neuen Heimat älter geworden und haben Familien gegründet. Gleichzeitig ging aufgrund des nun mangelnden Wohnraumangebots der Anteil der Bevölkerung im typischen Studierendentalter zurück.

Im Ortsteil Kreuzberg lassen sich keine gravierende Veränderungen in der Altersstruktur erkennen. Der Zuwachs von 5.416 Einwohnern bzw. 3,7% ist allerdings gering einzustufen und erklärt nicht die Unterschiede in den Kaufkraftbedingungen zwischen beiden Ortsteilen. Es kann davon ausgegangen werden, dass der Einwohnerzuwachs mit einem Zuwachs an kaufkräftigeren Bewohnern einhergegangen ist.

Die Gegenüberstellung der Einwohner nach Planungsräumen zwischen beiden Zeiträumen lässt eindeutige Rückschlüsse auf die unterschiedliche

Kaufkraftsituation beider Ortsteile zu (Tab. 20 und 21). Feststellbar ist, dass die Bevölkerungsentwicklung im Ortsteil Friedrichshain dynamischer verlaufen ist als im Ortsteil Kreuzberg.

**Tab. 20:** Entwicklung der Einwohnerzahl im Ortsteil Friedrichshain nach Planungsräumen zwischen 2009 und 2014 (Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg)

Planungsraum	Einwohner 2009	Einwohner 2014	Entwicklung %
Samariterviertel	18.022	19.631	108,9
Hausburgviertel	8.111	8.752	107,9
Richard-Sorge-Viertel	9.355	10.680	114,2
Friedenstraße	6.472	7.118	110,0
Barnimkiez	5.525	5.410	97,9
Andreasviertel	11.782	12.266	104,1
Weberwiese	9.968	10.677	107,1
Wriezener Bhf.	526	855	162,5
Traveplatz	17.312	18.811	108,7
Boxhagener Platz	18.434	19.841	107,6
Stralauer Kiez	6.153	6.632	107,8
Stralauer Halbinsel	2.499	3.500	140,1
<b>Friedrichshain gesamt</b>	<b>114.159</b>	<b>124.173</b>	<b>108,8</b>

Mit Ausnahme des Barnimkieses verzeichnen alle Planungsräume des Ortsteils Friedrichshain einen Einwohnerzuwachs, der in einigen Gebieten vergleichsweise hoch ausfällt. Zu nennen sind insbesondere das Richard-Sorge-Viertel, das Samariterviertel, das Gebiet um den Traveplatz und den Boxhagener Platz. Prozentual ist auch die Einwohnerentwicklung am Wriezener Bahnhof und auf der Stralauer Halbinsel gestiegen, allerdings bei niedriger Ausgangsbasis.

In Kreuzberg verzeichnen nur die Gebiete um den Viktoriapark und den Moritzplatz einen nennenswerten Einwohnerzuwachs. Dagegen sind in mehreren Planungsräumen Einwohnerrückgänge zu verzeichnen, so am Askanischen Platz, Oranienplatz und – geringfügig – im Wrangelkiez (vgl. Tab. 21).

**Tab. 21:** Entwicklung der Einwohnerzahl im Ortsteil Kreuzberg nach Planungsräumen zwischen 2009 und 2014 (Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg)

Planungsraum	Einwohner	Einwohner	Entwicklung
	2009	2014	
Gleisdreieck	292	284	97,3
Askanischer Platz	6.320	6.106	96,6
Rathaus Yorckstraße	5.628	5.726	101,7
Viktoriapark	9.827	10.668	108,6
Chamissokiez	14.723	14.837	100,8
Urbanstraße	11.989	12.195	101,7
Mehringplatz	12.786	13.047	102,0
Moritzplatz	14.652	15.589	106,4
Graefekiez	18.099	18.928	104,6
Wassertorplatz	4.995	5.145	103,0
Oranienplatz	9.344	9.216	98,6
Lausitzer Platz	13.160	13.282	100,9
Reichenberger Straße	14.914	15.222	102,1
Wrangelkiez	11.369	11.273	99,2
<b>Kreuzberg gesamt</b>	<b>148.098</b>	<b>151.518</b>	<b>102,3</b>

Ausgehend von der im jeweiligen Lebens- bzw. Teilraum vorhandenen Einwohnerzahl errechnet sich das in den Tabellen 22 und 23 dargestellte einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen.

Für den Einzelhandel des Ortsteiles Friedrichshain stand im Jahr 2014 ein Nachfragevolumen in Höhe von rd. 659 Mio. EUR zur Verfügung.

**Tab. 22:** Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen für den Ortsteil Friedrichshain nach Planungsräumen im Jahr 2014

Planungsraum	Einwohner	Kaufkraft je Einwohner EUR	Nachfragevolumen 1.000 EUR
Samariterviertel	19.631	5.309	104.221
Hausburgviertel	8.752	5.327	46.622
Richard-Sorge-Viertel	10.680	5.333	56.961
Friedenstraße	7.118	5.329	37.932
Barnimkiez	5.410	5.328	28.824
Andreasviertel	12.266	5.261	64.529
Weberwiese	10.677	5.295	56.536
Wriezener Bhf.	855	5.329	4.556
Traveplatz	18.811	5.316	99.999
Boxhagener Platz	19.841	5.228	103.729
Stralauer Kiez	6.632	5.228	34.672
Stralauer Halbinsel	3.500	5.228	18.298
<b>Friedrichshain gesamt</b>	<b>124.173</b>	<b>5.304</b>	<b>656.875</b>

Das Nachfragevolumen für den Ortsteil Kreuzberg lag 2014 mit rd. 775 Mio. EUR höher als das für den Ortsteil Friedrichshain (Abbildung 29). Dies liegt an der höheren Einwohnerzahl Kreuzbergs, woraus sich – trotz niedrigerer Pro-Kopf-Werte als in Friedrichshain – eine höhere Nachfragesumme errechnet.

**Tab. 23:** Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen für den Einzelhandel des Ortsteils Kreuzberg nach Lebens- bzw. Teilräumen

Planungsraum	Einwohner	Kaufkraft je Einwohner EUR	Nachfragevolumen 1.000 EUR
Gleisdreieck	284	5.026	1.427
Askanischer Platz	6.106	5.026	30.689
Rathaus Yorckstraße	5.726	5.062	28.986
Viktoriapark	10.668	5.381	57.405
Chamissokiez	14.837	5.390	79.971
Urbanstraße	12.195	5.362	65.392
Mehringplatz	13.047	4.854	63.334
Moritzplatz	15.589	4.852	75.638
Graefekiez	18.928	5.250	99.378
Wassertorplatz	5.145	4.849	24.948
Oranienplatz	9.216	5.069	46.714
Lausitzer Platz	13.282	5.055	67.144
Reichenberger Straße	15.222	5.040	76.719
Wrangelkiez	11.273	5.064	57.086
<b>Kreuzberg gesamt</b>	<b>151.518</b>	<b>5.112</b>	<b>774.832</b>

Insgesamt stand für Friedrichshain-Kreuzberg im Jahr 2014 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in Höhe von 1.431,7 Mio. EUR bereit.

In den einzelnen Branchen bzw. Warengruppen ergibt sich für den Einzelhandel beider Ortsteile das in den Tabellen 24 und 25 für das Jahr 2014 ermittelte Nachfragevolumen. Die Darstellung der Branchen bzw. Warengruppen orientiert sich an der im Handbuch Einzelhandel Berlin vorgegebenen Gliederung nach Zentrenrelevanz.

Aus den folgenden Abbildungen wird deutlich, dass sich das Nachfragevolumen in beiden Ortsteilen nahezu gleichmäßig auf die jeweiligen Warengruppen verteilt. Das Gros des Nachfragevolumens steht für den Kauf von nahversorgungsrelevanten Sortimenten bereit (rd. 56%). Auf die übrigen

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept

zentrenrelevanten Sortimente entfallen knapp 30% dieses Volumens und auf die nicht-zentrenrelevanten Sortimente rd. 15%.

**Tab. 24:** Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen nach Warengruppen - Ortsteil Friedrichshain

Warengruppe	Kaufkraft pro Kopf EUR	Nachfrage- volumen 1.000 EUR	Anteil in %
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (incl. Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren)	1.993	246.962	37,6
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	820	101.784	15,5
Papier- Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	156	19.337	2,9
<b>Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung</b>	<b>2.969</b>	<b>368.083</b>	<b>56,0</b>
Zoo-/Heimtierbedarf	37	5.574	0,8
Blumen/Topfpflanzen (indoor)	62	6.813	1,0
Bekleidung	400	49.512	7,5
Schuhe/ Lederwaren	114	14.152	2,2
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/Keramik	52	6.397	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	99	12.370	1,9
Sportartikel, Fahrräder, Camping	83	10.405	1,6
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	92	11.819	2,3
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	33	1.850	0,3
Elektrische Haushaltgeräte, Leuchten	130	16.053	2,4
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	298	36.609	5,6
Foto, Optik	93	11.544	1,8
Uhren/ Schmuck	55	6.825	1,0
<b>Übrige zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>1.548</b>	<b>192.922</b>	<b>29,4</b>
Gartenbedarf	79	8.799	1,3
Bau- und Heimwerkerbedarf i.e.S.	450	55.818	8,5
Teppiche	12	330	0,1
Möbel	218	27.009	4,1
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente (Auto-/Motorradzubehör)	28	3.913	0,6
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>787</b>	<b>95.869</b>	<b>14,4</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>5.304</b>	<b>656.875</b>	<b>100,0</b>

**Tab. 25:** Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen nach Warengruppen – Ortsteil Kreuzberg

Warengruppe	Kaufkraft pro Kopf EUR	Nachfrage- volumen 1.000 EUR	Anteil in %
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (inkl. Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren)	1.915	290.157	37,4
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	808	122.427	15,8
Papier- Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	148	22.425	2,9
<b>Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung</b>	<b>2.871</b>	<b>435.009</b>	<b>56,1</b>
Zoo-/Heimtierbedarf	34	5.152	0,7
Blumen/Topfpflanzen (indoor)	58	8.788	1,1
Bekleidung	372	56.365	7,3
Schuhe/ Lederwaren	108	16.364	2,1
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/Keramik	50	7.576	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	95	14.394	1,9
Sportartikel, Fahrräder, Camping	78	11.818	1,5
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	90	13.637	1,8
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	35	5.303	0,7
Elektrische Haushaltgeräte, Leuchten	122	18.485	2,4
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	285	43.183	5,6
Foto, Optik	90	13.637	1,8
Uhren/ Schmuck	52	7.879	1,0
<b>Übrige zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>1.469</b>	<b>222.580</b>	<b>28,7</b>
Gartenbedarf	76	11.515	1,5
Bau- und Heimwerkerbedarf i.e.S.	445	67.426	8,7
Teppiche	11	1.667	0,2
Möbel	214	32.425	4,2
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente (Auto-/Motorradzubehör)	26	4.211	0,5
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>772</b>	<b>117.244</b>	<b>15,1</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>5.112</b>	<b>774.832</b>	<b>100,0</b>



### 3.4 Kaufkraftbindung (Zentralität)

Aus der Gegenüberstellung des Umsatzes der in Friedrichshain-Kreuzberg angesiedelten Einzelhandelsbetriebe zum dort vorhandenen Kaufkraftpotenzial errechnet sich die Kaufkraftbindung bzw. Zentralität. Die Zentralität, wie sie im Folgenden benannt werden soll, stellt den Saldo aus den Kaufkraftzu- und -abflüssen in den Einzelhandel des jeweils betrachteten Gebietes dar, sei es eine Stadt, Gemeinde, ein Bezirk oder ein sonstiges Einzugsgebiet. Im Falle von Friedrichshain-Kreuzberg spielen u.a. Kaufkraftzuflüsse durch Touristen eine Rolle. Ebenso sind Kaufkraftabflüsse in benachbarte Zentren zu beachten. Von Friedrichshain aus sind neben den im Bezirk Lichtenberg gelegenen großflächigen Angeboten des gemeinsamen Hauptzentrums Frankfurter Allee z.B. Einkaufsbewegungen zum nahegelegenen Alexanderplatz (Zentrumsbereich Historische Mitte) mit dem Kaufhof-Warenhaus, dem Einkaufszentrum Alexa und dem Elektronikfachmarkt Saturn zu beachten. Auch die nördlich an Friedrichshain angrenzenden Angebote auf dem ehemaligen Schlachthofgelände in Prenzlauer Berg gelegenen Angebote entziehen dem Bezirk einen Teil seiner Kaufkraft. Aus Kreuzberg spielen u.a. Abflüsse zu den Angeboten an der Karl-Marx-Straße, zum Park-Center in Treptow sowie zum Potsdamer Platz, jedoch auch zu den Zentrenbereichen Historische Mitte und City West eine Rolle.

Schätzungen und Berechnungen lassen im Jahr 2014 auf einen Umsatz der Einzelhandelsbetriebe des Bezirks in Höhe von rd. 816,9 Mio. EUR schließen. Diesem Umsatz steht, wie in Pkt. 3.3 dargestellt, ein Nachfragepotenzial in Höhe von ca. 1.431,7 Mio. EUR gegenüber. Aus diesem Verhältnis errechnet sich eine Zentralität von 57,1 %.

Gegenüber dem Jahr 2009, in welchem die Zentralität nur 51,3 % betrug, stellt der 2014 erreichte Zentralitätswert zwar eine Steigerung dar. Dennoch muss der für 2014 ermittelte Zentralitätswert von 57,1 % als zu niedrig angesehen werden. Aufgrund seiner zentralen Lage innerhalb des Stadtgebietes sollte der Einzelhandel des Bezirkes Friedrichshain-Kreuzberg eine höhere Anziehungskraft besitzen. Diese erreicht er zwar partiell z.B. mit dem Karstadt-Warenhaus am Hermannplatz, den Angeboten in der Bergmannstraße und der Marheinekehalle, der Eisenbahnhalle (Markthalle IX), den Neuansiedlungen am Moritzplatz (Modulor, Just Music) oder mit dem Ring Center I. Die Vielzahl kleiner Einzelhandelsbetriebe in den Wohngebieten beider Ortsteile, die vorwiegend der Nahversorgung dienen, und die keine nennenswerten Kaufkraftzuflüsse verzeichnen können, erwirtschaftet jedoch vergleichsweise geringe Umsätze.

In den beiden Ortsteilen des Bezirkes Friedrichshain-Kreuzberg stellt sich die Kaufkraftbindung bzw. Zentralität unterschiedlich dar. Deutlich wird, dass die Zentralität in Kreuzberg höher liegt als in Friedrichshain. Im Jahr 2009 war das noch umgekehrt:

**Tab. 26:** Vergleich der Zentralität nach Ortsteilen

	Zentralität (%)	
	2009	2014
<b>Friedrichshain</b>	54,1	54,4
<b>Kreuzberg</b>	49,3	59,3
<b>Gesamt</b>	<b>51,3</b>	<b>57,1</b>

In den einzelnen Branchen bzw. Warengruppen ergibt sich für den Ortsteil Friedrichshain das folgende Bild:

Tab. 27: Kaufkraftbindung bzw. Zentralität im Einzelhandel des Ortsteiles Friedrichshain 2014

Warengruppe	Umsatz 1.000 €	Nachfrage- volumen 1.000 €	Zen- tralität %
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (incl. Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren)	151.624	246.962	61,4
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	49.049	101.784	48,2
Papier- Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	8.851	19.337	45,8
<b>Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung</b>	<b>209.524</b>	<b>368.083</b>	<b>56,9</b>
Zoo-/Heimtierbedarf	4.356	5.574	78,1
Blumen/Topfpflanzen (indoor)	2.904	6.813	42,6
Bekleidung	48.584	49.512	98,1
Schuhe/ Lederwaren	9.739	14.152	68,8
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/Keramik	8.632	6.397	134,9
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	6.575	12.370	53,2
Sportartikel, Fahrräder, Camping	9.383	10.405	90,2
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	6.847	14.819	46,2
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	1.440	1.850	77,8
Elektrische Haushaltgeräte, Leuchten	5.027	16.053	31,3
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	13.026	36.609	35,6
Foto, Optik	2.683	11.544	23,2
Uhren/ Schmuck	4.522	6.825	66,3
<b>Übrige zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>123.717</b>	<b>192.923</b>	<b>64,1</b>
Gartenbedarf	2.503	8.799	28,4
Bau- und Heimwerkerbedarf i.e.S.	9.348	55.818	16,7
Teppiche	257	330	77,9
Möbel	8.544	27.009	31,6
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente (Auto-/Motorradzubehör)	3.154	3.913	80,6
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>23.806</b>	<b>95.869</b>	<b>24,8</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>357.046</b>	<b>656.875</b>	<b>54,4</b>

Für den Ortsteil Kreuzberg errechnen sich die folgenden Zentralitätswerte:

**Tab. 28:** Kaufkraftbindung bzw. Zentralität im Einzelhandel des Ortsteiles Kreuzberg 2014

Warengruppe	Umsatz 1.000 €	Nachfrage- volumen 1.000 €	Zen- tralität %
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (incl. Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren)	162.405	292.175	55,6
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	64.643	123.522	52,3
Papier- Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	25.845	22.363	115,6
<b>Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung</b>	<b>252.892</b>	<b>438.060</b>	<b>57,7</b>
Zoo-/Heimtierbedarf	5.429	6.671	81,4
Blumen/Topfpflanzen (indoor)	3.619	8.153	44,4
Bekleidung	54.498	57.114	95,4
Schuhe/ Lederwaren	8.086	16.419	49,2
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/Keramik	10.735	7.365	145,7
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	26.197	14.197	184,5
Sportartikel, Fahrräder, Camping	11.169	12.015	93,0
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	8.101	12.890	62,8
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	4.418	3.850	114,8
Elektrische Haushaltgeräte, Leuchten	11.864	18.625	63,7
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	16.911	43.339	39,0
Foto, Optik	2.091	12.180	17,2
Uhren/ Schmuck	8.641	7.767	111,3
<b>Übrige zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>171.759</b>	<b>220.586</b>	<b>77,9</b>
Gartenbedarf	2.847	10.138	28,1
Bau- und Heimwerkerbedarf i.e.S.	13.229	67.343	19,6
Teppiche	377	330	114,2
Möbel	15.180	33.882	44,8
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente (Auto-/Motorradzubehör)	3.560	4.492	79,3
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>35.192</b>	<b>116.185</b>	<b>30,3</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>459.844</b>	<b>774.832</b>	<b>59,3</b>

Für den Ortsteil Kreuzberg stellen sich die Zentralitätswerte in vielen Branchen bzw. Warengruppen günstiger dar als im Ortsteil Friedrichshain. In Friedrichshain können die erreichten Zentralitätswerte nicht befriedigen; hier wird im Wesentlichen die Kaufkraft der ortsansässigen Bevölkerung gebunden. Zuflüsse

---

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept

aus anderen Bezirken sind gering; sie konzentrieren sich hauptsächlich auf das Ring-Center I. Die Anziehungskraft des Warenhauses Galeria Kaufhof am Ostbahnhof hat aufgrund der drastischen Reduzierung der Angebotsflächen erheblich nachgelassen. Im April 2016 wurde bekannt, dass die Kaufhof-Filiale am Ostbahnhof 2017 geschlossen werden soll.

Die größeren Potenziale für die künftige Einzelhandelsentwicklung besitzt Kreuzberg. Immerhin ist die Zentralität dort gegenüber 2009 um 10 Prozent gestiegen. Neben der nach wie vor ungebrochenen Attraktivität des Warenhauses am Hermannplatz hat sich insbesondere der Einzelhandel um die Bergmannstraße entwickelt. Mit der Neukonzeption des Marktbetriebs in der Eisenbahnhalle (Markthalle IX) ist ein weiterer Anziehungspunkt entstanden. Weitere Potenziale weist ebenfalls der Moritzplatz auf, dessen Anziehungskraft durch die Ansiedlung Aufbauhauses mit dem Ankermieter „modulor“ sowie durch die Eröffnung des Musikinstrumentehandels „just music“ gestiegen ist.

Zusammenfassend soll noch einmal ein Blick auf die Entwicklung der nach Branchen bzw. Warengruppen ermittelte Zentralität für den gesamten Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg geworfen werden (Tab. 25). Im Vergleich zum Jahr 2014 wird sichtbar, dass die Zentralität nahezu aller Branchen bzw. Warengruppen zwischen 2009 und 2014 zum Teil deutlich gestiegen ist. Unwesentliche Steigerungen sind in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren festzustellen. Dies ist auf die Differenz zurückzuführen, die sich aus der unterschiedlichen Erfassung in beiden Zeiträumen ergeben hat sowie auf die Reduzierung der entsprechenden Angebotsflächen in den Warenhäusern am Hermannplatz sowie Ostbahnhof (vgl. Pkt. 3.2.3).

Deutliche Steigerungen sind dagegen u.a. in der Warengruppe Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien festzustellen. Hier spielt die Neuansiedlung der Musikalienhandlung „Just Music“ am Moritzplatz eine Rolle, die dieser Warengruppe einen Zuwachs von 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche – und damit auch einen deutlichen Umsatzschub – bescherte.

Auffällig ist auch die Steigerung der Zentralität bei Bekleidung, die um knapp 20% angestiegen ist. Hier spielt möglicherweise eine Umorientierung der Kunden zu höherpreisigen Waren eine Rolle. Hierzu wird auch die Attraktivität des Warenhauses am Hermannplatz und auch des Ring Centers I beigetragen haben.

Rückläufig entwickelte sich die Warengruppe Neue Medien, Unterhaltungselektronik. Ihre Zentralität sank von 48,8% im Jahr 2009 auf 37,4%

im Jahr 2014, d.h. um mehr als 10 Prozentpunkte. Dies ist insbesondere auf die zum Teil drastische Reduzierung der entsprechenden Angebotsflächen in den Warenhäusern am Hermannplatz und am Ostbahnhof zurückzuführen. Auch in der Warengruppe Foto/Optik ist die Zentralität 2014 aufgrund von Flächenreduzierungen gegenüber 2009 gesunken (von 33,5% im Jahr 2009 auf 20,1% im Jahr 2014).

**Tab. 29:** Kaufkraftbindung bzw. Zentralität im Einzelhandel des Bezirkes Friedrichshain-Kreuzberg gesamt nach Branchen bzw. Warengruppen<sup>61</sup>

Warengruppe	Umsatz	Nachfrage-	Zentralität	Zum
	2014 (1.000 €)	volumen 2014 (1.000 €)	2014 (%)	Vergleich: Zentralität 2009 (%)
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (incl. Back-, Fleisch- und Wurstwaren)	314.029	539.137	58,2	58,1
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthop. Artikel	113.692	225.306	50,5	36,5
Papier- Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	34.695	41.700	83,2	78,8
<b>Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung</b>	<b>462.416</b>	<b>806.143</b>	<b>57,4</b>	<b>54,1</b>
Zoo-/Heimtierbedarf	9.785	12.245	79,9	61,5
Blumen/Topfpflanzen (indoor)	6.523	14.966	43,6	50,1
Bekleidung	103.082	106.626	96,7	77,5
Schuhe/ Lederwaren	17.825	30.571	58,3	59,4
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/Keramik	19.366	13.762	140,7	116,4
Spielwaren, Musikinstr./Musikalien	32.773	26.567	123,4	52,2
Sportartikel, Fahrräder, Camping	20.552	22.420	91,7	65,9
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	14.948	27.709	53,9	62,2
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	5.858	5.700	102,8	92,1
Elektrische Haushaltgeräte, Leuchten	16.890	34.678	48,7	37,2
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	29.937	79.948	37,4	48,8
Foto, Optik	4.774	23.724	20,1	33,5
Uhren/ Schmuck	13.163	14.592	90,2	36,6
<b>Übrige zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>295.476</b>	<b>413.509</b>	<b>71,5</b>	<b>60,6</b>
Gartenbedarf	5.350	18.937	28,3	12,4
Bau- und Heimwerkerbedarf i.e.S.	22.576	123.161	18,3	11,4
Teppiche	634	660	96,1	78,8
Möbel	23.724	60.891	39,0	34,2
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente (Auto-/Motorradzubehör)	6.714	8.405	79,9	137,0
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>58.998</b>	<b>212.054</b>	<b>27,8</b>	<b>25,8</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>816.890</b>	<b>1.431.707</b>	<b>57,1</b>	<b>51,3</b>

<sup>61</sup> Die ausgewiesenen Werte für 2009 wurden entsprechend der Gliederung des Handbuchs Einzelhandelserhebungen Berlin nach Zentrenrelevanz umgruppiert; abweichende Gruppierungen neu berechnet

Die Gegenüberstellung der Zentralitätswerte nach Planungsräumen dokumentiert aufschlussreiche Veränderungen:

**Tab. 30:** Einzelhandelszentralität nach Planungsräumen

Prognoseraum/ Ortsteil	Bezirksregion	Planungsraum	Zentralität	Zentralität
			% 2009	% 2014
		Askanischer Platz	31,4	27,4
		Mehringplatz	44,7	45,5
		Moritzplatz	24,9	75,8
		Wassertorplatz	7,3	12,6
		Gleisdreieck/Entwicklungsgebiet	41,8	1.190,1
		Rathaus Yorckstraße	49,4	42,2
		Viktoriapark	40,4	20,4
		Urbanstraße	34,7	43,0
		Chamissokiez	62,2	67,9
		Graefekiez	130,8	138,1
		Oranienplatz	56,6	62,1
		Lausitzer Platz	45,7	55,6
		Reichenberger Straße	22,2	26,6
		Wrangelkiez	23,1	25,9
<b>Kreuzberg gesamt</b>			<b>49,3</b>	<b>59,3</b>
		Barnimkiez	47,1	48,9
		Friedenstraße	20,7	27,9
		Richard-Sorge-Viertel	31,2	40,1
		Andreasviertel	133,4	120,1
		Weberwiese	43,8	53,6
		Wriezener Bahnhof	794,1	695,3
		Hausburgviertel	12,9	11,4
		Samariterviertel	84,8	78,8
		Traveplatz	27,5	30,4
		Boxhagener Platz	37,6	37,8
		Stralauer Kiez	34,9	36,5
		Stralauer Halbinsel	1,2	1,5
<b>Friedrichshain gesamt</b>			<b>54,1</b>	<b>54,4</b>
<b>Bezirk gesamt</b>			<b>51,3</b>	<b>57,1</b>

Die Übersicht zeigt, dass sich die Zentralität in den zum Ortsteil Friedrichshain gehörenden Planungsräumen nur geringfügig verändert hat. In Gebieten wie dem Samariterviertel, dem Hausburgviertel und dem Andreasviertel ist die Zentralität sogar zurückgegangen. Im Fall des Samariterviertels ist das im Wesentlichen auf Erfassungsunterschiede zurückzuführen. 2009 wurden dort 27.270 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erfasst, 2014 wurden 21.749 m<sup>2</sup> VKF ausgewiesen. Auch im Andreasviertel wurde 2009 mehr Verkaufsfläche ausgewiesen: 29.465



m<sup>2</sup>; 2014 wurden 23.385 m<sup>2</sup> erfasst. In diesem Fall spielt allerdings die deutliche Verringerung der Angebotsfläche im Kaufhof-Warenhaus am Ostbahnhof eine Rolle. Im Hausburgviertel unterscheiden sich die Bestandsdaten nur unwesentlich.

Im Ortsteil Kreuzberg ist dagegen mehr Bewegung in den Zentralitätswerten zu erkennen. Dies betrifft im Besonderen den Einzelhandel des Graefekiezes, des Moritzplatzes, des Lausitzer Platzes und der Urbanstraße. Hervorzuheben ist insbesondere die Entwicklung am Moritzplatz. Hier ist aufgrund der Neuansiedlung wichtiger Anbieter ein deutlicher Umsatzzuwachs zu verzeichnen.

Rückgänge sind in den Gebieten um das Rathaus Yorckstraße und am Viktoriapark zu verzeichnen. Im Fall des Rathauses Yorckstraße ist dies der leichten Ausdünnung des Einzelhandelsbestandes aufgrund von Schließungen geschuldet. Im Viktoriapark geht der Rückgang der Zentralität auf Erfassungsunterschiede zurück. 2009 wurden die auf Schöneberger Gemarkung befindlichen Lebensmittelmärkte (Aldi, Getränke Hoffmann, Lidl – Kreuzbergstraße) in die Erhebung einbezogen, weil sie zur Versorgung des Gebietes um den Viktoriapark beitragen und städtebaulich den Quartieren im Ortsteil Kreuzberg zuzuordnen sind. 2014 wurde auf deren Einbeziehung verzichtet.

Zwischen der Ausstattung mit Verkaufsflächen in den jeweiligen Planungsräumen und der Zentralität bestehen, wie bereits im Vorangegangenen angedeutet, Zusammenhänge:

### **Friedrichshain:**

- *Andreasviertel:*  
Zentralität von 120,1 bei 1,91 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner
- *Hausburgviertel:*  
Zentralität von 11,4 bei 0,14 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner

### **Kreuzberg:**

- *Graefekiez:*  
Zentralität von 138,1 bei 2,19 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner
- *Wassertorplatz:*  
Zentralität von 12,6 bei 0,21 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner

Im Andreasviertel ist die Ausstattung mit Verkaufsfläche noch immer hoch. Trotz geringerer Angebotsfläche im Kaufhof-Warenhaus am Ostbahnhof wird – bezogen auf die Einwohnerzahl – ein hoher Wert erreicht. Dieser ist allerdings deutlich gesunken: 2009 lag er noch bei 2,50 m<sup>2</sup> je Einwohner.

Im Hausburgviertel ist die Ausstattung mit Verkaufsfläche sehr gering. Angesiedelt sind dort ausschließlich kleinteilige Einzelhandelsbetriebe.

Im Graefekiez kommt der hohe Ausstattungswert aufgrund der umfangreichen Verkaufsfläche des Karstadt-Warenhauses am Hermannplatz zustande.

Im Planungsraum Wassertorplatz sind, ähnlich dem Hausburgviertel, ausschließlich kleinteilige Einzelhandelsbetriebe angesiedelt.

Als „Ausreißer“ lassen sich zwei Gebiete nennen, die Großbetriebe mit einem hohen Verkaufsflächenbestand beherbergen, jedoch nur eine geringe Einwohnerzahl aufweisen:

### **Friedrichshain:**

- *Wriezener Bahnhof:*

Zentralität von 695,3 bei 19,80 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner (=850 Ew)

### **Kreuzberg:**

- *Graefekiez:*

Zentralität von 1.190,1 bei 37,43 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner (=284 Ew).

Abschließend die zusammenfassende Darstellung der Verkaufsflächenausstattung und der Zentralität für alle Planungsräume des Bezirkes Friedrichshain-Kreuzberg:

**Tab. 31:** Gegenüberstellung der Zentralitätskennziffer zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner nach Planungsräumen im Ortsteil Friedrichshain 2014

Planungsraum	Zentralität %	m <sup>2</sup> VKF je Einwohner
Samariterviertel	78,8	1,11
Hausburgviertel	11,4	0,14
Richard-Sorge-Viertel	40,1	0,46
Friedenstraße	27,9	0,27
Barnimkiez	48,9	0,62
Andreasviertel	120,1	1,91
Weberwiese	53,6	0,65
Wriezener Bhf.	695,3	19,80
Traveplatz	30,4	0,38
Boxhagener Platz	37,8	0,50
Stralauer Kiez	36,5	0,42
Stralauer Halbinsel	1,5	0,02
<b>Friedrichshain gesamt</b>	<b>54,4</b>	<b>0,81</b>

**Tab. 32:** Gegenüberstellung der Zentralitätskennziffer zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner nach Planungsräumen im Ortsteil Kreuzberg 2014

Planungsraum	Zentralität %	m <sup>2</sup> VKF je Einwohner
Gleisdreieck	1.190,1	37,43
Askanischer Platz	27,4	0,40
Rathaus Yorckstraße	42,2	0,39
Viktoriapark	20,4	0,35
Chamissokiez	67,9	0,82
Urbanstraße	43,0	1,04
Mehringplatz	45,5	0,49
Moritzplatz	75,8	1,05
Graefekiez	138,1	2,19
Wassertorplatz	12,6	0,21
Oranienplatz	62,1	0,85
Lausitzer Platz	55,6	0,78
Reichenberger Straße	26,6	0,34
Wrangelkiez	25,9	0,36
<b>Kreuzberg gesamt</b>	<b>59,3</b>	<b>0,90</b>

### 3.5 Zwischenfazit

Als Zwischenfazit der Betrachtung der aktuellen Situation des Einzelhandels im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg lässt sich Folgendes feststellen:

1. Die Kaufkraftsituation hat sich im Jahr 2014 gegenüber dem im Einzelhandels- und Zentrenkonzept vom Juni 2011 zugrundegelegten Basisjahr 2009 deutlich verbessert. Vor allem im Ortsteil Friedrichshain ist die je Einwohner zur Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Kaufkraft angestiegen.
2. In den aktuellen, auf der Basis von 2014 ermittelten Zentralitätswerten spiegelt sich dieser Kaufkraftvorteil allerdings kaum wider. Mit einer

Zentralität von 57,0 liegt der Einzelhandel des Bezirkes Friedrichshain-Kreuzberg noch immer unter dem Durchschnitt anderer Berliner Bezirke.<sup>62</sup> Zwar hat sich die Zentralität gegenüber dem Jahr 2009, wo sie 51,3% betrug, erhöht. Dennoch kann der 2014 erreichte Wert nicht befriedigen. Er weist darauf hin, dass die Attraktivität des Friedrichshain-Kreuzberger Einzelhandels – im Ganzen betrachtet – noch immer zu gering ist.

3. Positive Ansätze für eine Verbesserung der Attraktivität des Friedrichshain-Kreuzberger Einzelhandels zeigen sich im Ortsteil Kreuzberg. Hier ist die Zentralität zwischen 2009 und 2014 um zehn Prozentpunkte gestiegen. Motor dieser Entwicklung war v. a. der Einzelhandel um die Bergmannstraße und am Moritzplatz. Insbesondere der Moritzplatz weist aufgrund seiner Bebauungspotenziale große Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel auf. Langfristig könnte auch der kleinteilige Einzelhandel im Umfeld der Markthalle IX („Eisenbahnhalle“) einen Aufschwung erleben, wenn die Entwicklung der Markthalle weiterhin so dynamisch verläuft wie bisher.
4. Im Ortsteil Friedrichshain ist insgesamt eine Stagnation in der Entwicklung des Einzelhandels festzustellen. Hier müssen künftig größere Anstrengungen unternommen werden, um die Attraktivität des dortigen Einzelhandels zu stärken. Potenziale hierfür werden in Verbesserungen der stadträumlichen Situation in der Frankfurter Allee, im Boxhagener Kiez – die Warschauer Straße eingeschlossen – sowie im Andreasviertel gesehen. Insbesondere der Boxhagener Kiez entwickelt sich im Bereich Mode/Design sehr dynamisch und hat damit teilweise die bisherige Rolle von Quartieren in Mitte und Prenzlauer Berg übernommen.

Die Ansiedlungspotenziale für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sollten in den Friedrichshainer Wohngebieten konsequenter genutzt werden.

5. Der Tourismus spielt für den Einzelhandel des Bezirkes zwar eine zunehmende Rolle. Die durch Touristen generierten Umsätze lassen sich jedoch für den Einzelhandel nicht lokalisieren. Offensichtlich reichen sie nicht aus, die Zentralität des Friedrichshain-Kreuzberger Einzelhandels sichtbar zu beeinflussen. Zu vermuten ist, dass die Gastronomie des

---

<sup>62</sup> Zum Vergleich: der Nachbarbezirk Neukölln erreichte im Jahr 2014 eine Zentralität von 0,88; Quelle: Junker + Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept Neukölln (Entwurf), November 2015

Bezirk stärker von den steigenden Touristenzahlen profitiert als der örtliche Einzelhandel.

### 4 Räumliches Konzept

#### 4.1 Zentrale Versorgungsbereiche in den Nachbarbezirken

Der Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg ist als einziger vollständig innerhalb des S-Bahnringes gelegener Bezirk an allen Seiten umgeben von ebenfalls dicht bewohnten Stadtquartieren, mit denen enge Verflechtungen im Alltagsleben sowie insbesondere im Einzelhandel bestehen. Aus diesem Grund ist eine Betrachtung der zentralen Versorgungsbereiche in den Nachbarbezirken erforderlich, um die tatsächliche Versorgungssituation im Bezirk beurteilen zu können.

Der Bezirk hat insgesamt sechs Nachbarbezirke. Im Norden grenzt er an den Bezirk Mitte mit seinem unmittelbar an den Kreuzberger Teil des Zentrumsbereichs Historische Mitte angrenzenden Teilgebiet. Östlich davon schließt der Ortsteil Prenzlauer Berg des Bezirks Pankow an, der jedoch keine an die Bezirksgrenzen stoßenden Zentren besitzt. Mit dem im Osten gelegenen Bezirk Lichtenberg wird das Hauptzentrum Frankfurter Allee geteilt, während keines der im Bezirk Treptow-Köpenick ausgewiesenen Zentren an den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg grenzt. Im Süden teilt sich der Bezirk das in Neukölln gelegene Hauptzentrum Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm, dessen größter Teil jedoch im Bezirk Neukölln liegt. Im Bezirk Tempelhof-Schöneberg liegt das Wohngebietszentrum Platz der Luftbrücke, das unmittelbar an der Bezirksgrenze südlich der Dudenstraße liegt. Kein weiteres im Bezirk Tempelhof-Schöneberg gelegenes Zentrum grenzt unmittelbar an Friedrichshain-Kreuzberg.

Neben diesen unmittelbar an den Bezirk angrenzenden und zum Teil auch in den Bezirk hineinreichenden Zentren sind in den Nachbarbezirken weitere Zentren vorhanden, deren Einzugsgebiete bis nach Friedrichshain-Kreuzberg reichen. Im Folgenden sollen alle Zentren der Nachbarbezirke, deren Einzugsbereiche in den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg reichen kurz dargestellt werden:

##### **Bezirk Mitte**

###### *Zentrumsbereich Historische Mitte*

Der Zentrumsbereich Historische Mitte umfasst weite Teile der Berliner Innenstadt und beinhaltet die Zentrumsbereichskerne Alexanderplatz, Friedrichstraße und Potsdamer Platz. Aufgrund seiner Bedeutung als gesamtstädtisch (und aufgrund seiner touristischen Relevanz auch darüber hinaus) wirksames Einkaufs- und Unterhaltungszentrum spielt es auch für die

Versorgung von Friedrichshain-Kreuzberg vor allem im Bereich der sog. „sonstigen zentrenrelevanten Sortimente“ eine wichtige Rolle. Diese Funktion wird verstärkt durch die schnelle Erreichbarkeit mit S- und U-Bahn aus weiten Teilen des Bezirks. Für die Nahversorgung von Friedrichshain-Kreuzberg ist die Historische Mitte allenfalls im Grenzbereich zu den nördlichen Kreuzberger Wohnquartieren von Bedeutung.

### *Stadtteilzentrum Potsdamer Straße*

Das in den Ortsteilen Mitte und Schöneberg gelegene Stadtteilzentrum Potsdamer Straße ist ca. 400-450 m von der westlichen Bezirksgrenze entfernt. Aufgrund der trennenden Wirkung des Parks am Gleisdreieck ist es daher allenfalls für die neuen Wohnbauten entlang der Flottwellstraße relevant.

### *Nahversorgungszentrum Heinrich-Heine-Platz*

Das Nahversorgungszentrum Heinrich-Heine-Platz liegt ca. 200 m von der Bezirksgrenze entfernt und übernimmt auch für die Kreuzberger Wohnquartiere nördlich der Oranienstraße einen Teil der Nahversorgungsfunktion.

## **Bezirk Pankow**

### *Nahversorgungszentrum Greifswalder Straße Süd*

Das Nahversorgungszentrum Greifswalder Straße Süd ist ca. 450 m von den nächsten Siedlungsflächen im Ortsteil Friedrichshain entfernt. Es ist zu vermuten, dass es nur in geringem Maße zur Deckung des Nahversorgungsbedarfs beiträgt. Aufgrund des Abstands und der Siedlungsstruktur (Volkspark Friedrichshain als Barriere) spielt das Zentrum keine herausragende Rolle.

### *Fachmarkttagglomeration Eldenaer Straße*

Die FMA Eldenaer Straße dagegen übernimmt wichtige Versorgungsfunktionen für die nördlichen Wohnquartiere in den Planungsräumen Samariterviertel und Hausburgviertel. Insbesondere die Anbieter Kaufland, Rossmann und – beschränkt auf das hochpreisige Segment - Frischeparadies sowie die außerhalb der FMA liegenden Lidl- und Rewe-Filialen sind für die Nahversorgung im nördlichen Friedrichshain von Bedeutung.



### **Bezirk Lichtenberg**

#### *Hauptzentrum Frankfurter Allee*

Der östliche, außerhalb der Ringbahn liegende Abschnitt des Hauptzentrums Frankfurter Allee liegt im Bezirk Lichtenberg. Obwohl der Lichtenberger Anteil am Hauptzentrum deutlich geringer ist als der des Friedrichshainer Teils, verfügen beide mit jeweils knapp über 20.000 m<sup>2</sup> über etwa die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche. Auf Lichtenberger Seite liegt dies vor allem an der Verkaufsfläche der Ringcenter 1 und 2. Als gemeinsames Zentrum beider Bezirke spielt es in seiner Gesamtheit eine wichtige Rolle bei der Versorgung der umliegenden Wohnquartiere, nicht nur im Sinne der Nahversorgung, sondern auch mit Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs („sonstige zentrenrelevante Sortimente“).

#### *Nahversorgungszentrum Mauritiuskirchcenter*

Trotz seiner unmittelbaren Nähe zur Bezirksgrenze ist nicht davon auszugehen, dass das Nahversorgungszentrum Mauritiuskirchcenter eine wichtige Rolle für die Nahversorgung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg spielt. Durch die Barrierewirkung der Ringbahntrasse von Friedrichshain getrennt, ist allenfalls im Umfeld der Kreuzung Gürtelstraße/Scharnweberstraße eine geringe Nahversorgungsfunktion zu vermuten.

#### *Nahversorgungszentrum Ostkreuz („potenzieller zentraler Versorgungsbereich“)*

Das Nahversorgungszentrum Ostkreuz soll nach bisherigen bezirklichen Planungen und gemäß dem 2016 aktualisierten Lichtenberger Zentren- und Einzelhandelskonzept südöstlich des gleichnamigen S- und zukünftigen Regionalbahnhofs entstehen. Aufgrund seiner günstigen Lage an diesem Verkehrskreuz sowie zwischen den Wohnquartieren beiderseits der Rummelsburger Bucht soll der Standort mittelfristig mit Nahversorgungsangeboten für die bisher teilweise unterversorgten angrenzenden Quartiere entwickelt werden.

### **Bezirk Treptow-Köpenick**

#### *Ortsteilzentrum Alt-Treptow*

Das Ortsteilzentrum Alt-Treptow liegt mit seinem Schwerpunkt an der Eisenstraße bis zu 850 m von der Bezirksgrenze entfernt. Da durch den

Landwehrkanal außerdem eine wirksame Barriere zwischen beiden Bezirken besteht, die im Einzugsbereich des Zentrums nur durch zwei Fußgängerbrücken überbrückt wird, ist die Bedeutung des Ortsteilzentrums für Kreuzberg eher marginal. Allein für die Angebote des Park Centers kann eine (geringe) Bedeutung für die Versorgung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg angenommen werden.

### **Bezirk Neukölln**

*Hauptzentrum Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm im Verbund mit dem Ortsteilzentrum Hermannstraße und dem Nahversorgungszentrum Sonnenallee*

Das Hauptzentrum, das sich vom Landwehrkanal bis zum Bahnhof Neukölln am S-Bahn-Südring erstreckt, besteht aus einer Abfolge mehrerer Geschäftsstraßen und ist Teil eines „Zentrenverbunds“, der auch das benachbarte Ortsteilzentrum Hermannstraße und das parallel verlaufende Nahversorgungszentren Sonnenallee umfasst. Auf Kreuzberger Gebiet wird es jenseits des Landwehrkanals zudem fortgeführt durch das Stadtteilzentrum Kottbusser Tor/Oranienstraße. Obwohl mit dem Warenhaus Karstadt am Hermannplatz ein wichtiger Magnet des Hauptzentrums im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg liegt, befindet sich der Großteil des Zentrums auf Neuköllner Gebiet. Von besonderer Bedeutung für die südlichen Kreuzberger Wohnquartiere ist die in Neukölln liegende östliche Straßenseite des Kottbusser Damms mit ihren zahlreichen – vorwiegend ethnisch geprägten – Nahversorgungsangeboten - sowie die Südseite der Hasenheide („Neue Welt“) mit einem Lebensmitteldiscounter und einem Baumarkt. Mit zunehmender Entfernung von der Bezirksgrenze nimmt die Bedeutung des Zentrenverbunds für die Nahversorgung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg ab, wenngleich durch die zahlreichen Angebote sonstiger zentrenrelevanter Sortimente insbesondere in der Karl-Marx-Straße durchaus ein Anreiz für eine etwas weitere Anfahrt zum Einkauf besteht. Die Anbindung an Kreuzberg ist durch die U-Bahnlinien U7 (Karl-Marx-Straße) und U8 (Hermannstraße) sowie durch die Buslinie M41 (Sonnenallee) gewährleistet.

### **Bezirk Tempelhof-Schöneberg**

*Stadtteilzentrum Potsdamer Straße*

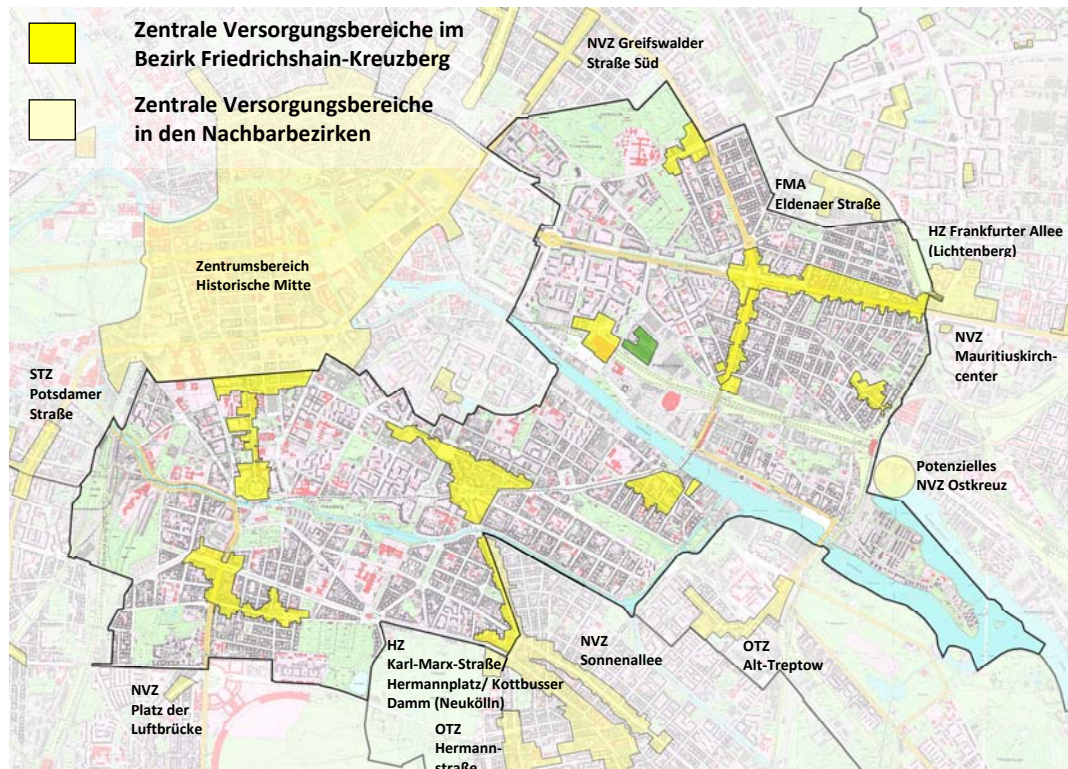
Das Stadtteilzentrum Potsdamer Straße erstreckt sich entlang der Potsdamer Straße von nördlich der Lützowstraße bis zur Bülowstraße und ist damit ein gemeinsames Zentrum der Bezirke Mitte und Tempelhof-Schöneberg. Eine

Beschreibung des Stadtteilzentrums findet sich im Abschnitt zu den benachbarten Zentren im Bezirk Mitte (S. 80).

### *Nahversorgungszentrum Platz der Luftbrücke*

Das Nahversorgungszentrum Platz der Luftbrücke liegt unmittelbar an der Bezirksgrenze im Ortsteil Tempelhof. Die im Zentrenkonzept des Bezirks Tempelhof-Schöneberg ausgewiesenen Ergänzungsflächen liegen teilweise im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg. Obwohl mit einer Stadtteilbibliothek und verschiedenen Gastronomie- und Dienstleistungsangeboten ausgestattet, erfüllt dieser Bereich nicht zuletzt aufgrund der fehlenden Einzelhandelsangebote nicht die Kriterien für die Ausweisung eines Nahversorgungszentrums. Dem Vorschlag des Nachbarbezirks wird daher an dieser Stelle nicht gefolgt und die auf Kreuzberger Gebiet liegenden Teilflächen nicht als Nahversorgungszentrum in das bezirkliche Zentrenkonzept aufgenommen. Gleichwohl erfüllt das Tempelhofer Nahversorgungszentrum eine wichtige Teilfunktion bei der Nahversorgung der angrenzenden Kreuzberger Wohnquartiere, insbesondere im Planungsraum Viktoriapark.

**Abb. 9:** Zentrale Versorgungsbereiche in den Nachbarbezirken



## 4.2 Zentrale Versorgungsbereiche in Friedrichshain-Kreuzberg

In der 2012 beschlossenen Fassung des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wurde die durch den StEP Zentren 3 vorgegebene Zentrenstruktur konkretisiert und durch die Nahversorgungszentren ergänzt.

Die seitdem eingetretenen oder absehbaren Entwicklungen der bezirklichen Einzelhandelsstrukturen erfordern im Rahmen der vorliegenden Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts jedoch einige Änderungen, wenngleich die Zentrenstruktur im Wesentlichen bestätigt werden kann.

Diese Änderungen betreffen hauptsächlich die Abgrenzung der einzelnen Zentren, die zum einen die Entwicklung der letzten Jahre nachvollzieht, zum anderen aber auch die rechtlichen Anforderungen an eine parzellenscharfe Darstellung erfüllt. Größere Änderungen ergaben sich dabei für die Stadtteilzentren Kottbusser Tor (nun „Kottbusser Tor/Oranienstraße“), das um den bisher als Erweiterungsbereich dargestellten Moritzplatz erweitert wurde und das Stadtteilzentrum Mehringdamm/Bergmannstraße, bei dem der bisherige Erweiterungsbereich des Dragoner-Areals entfällt. Das bisherige Stadtteilzentrum Ostbahnhof wird zum Ortsteilzentrum herabgestuft.

Begründet werden die Änderungen wie folgt:

### **STZ Kottbusser Tor/Oranienstraße**

Die Eröffnung des Aufbauhauses mit den Fachmarkt Modulor sowie der benachbarte Musikmarkt Just Music haben den Moritzplatz wieder zu einem attraktiven Einkaufsziel für einen weit über den Bezirk hinaus gehenden Kundenkreis gemacht. Der in der bisherigen Fassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes hier vorgesehene Erweiterungsbereich wird daher fortan dem eigentlichen Stadtteilzentrum zugeordnet. Damit verbunden ist auch die Integration des Prinzessinnengartens, der langfristig als weiteres Potenzial für die Zentrenentwicklung gesehen werden kann.

Mit der weiteren Verschiebung des Schwerpunkts des Zentrums vom Kottbusser Tor zur Oranienstraße geht auch eine Umbenennung des Stadtteilzentrums einher. Es wird künftig „Stadtteilzentrum Kottbusser Tor/Oranienstraße“ heißen.

### **STZ Mehringdamm/Bergmannstraße**

Da die bezirklichen Entwicklungsabsichten auf dem ehemaligen Kasernengelände am Mehringdamm (sog. „Dragoner-Areal“) weder eine nennenswerte Einzelhandelsansiedlung noch sonstige zentrenspezifische Nutzungen vorsehen, entfällt der bisher für diese Flächen vorgesehene Erweiterungsbereich des Stadtteilzentrums.

### **OTZ Ostbahnhof**

Bereits bei der Ausarbeitung der bisherigen Fassung des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes war die Einordnung des Ostbahnhofs und seiner Umgebung als Stadtteilzentrum keine einfache Entscheidung. Zwar beinhaltet der StEP Zentren 3 ein STZ „Ostbahnhof/Mühlenstraße“, es bestand jedoch Konsens zwischen den Gutachtern und dem Bezirksamt, dass das ursprünglich einmal angenommene zusammenhängende Zentrum, bestehend aus den zentralen Angeboten am Ostbahnhof und den geplanten Projekten rund um die damalige O2-Arena so nicht entstehen würde. Um dennoch den Vorgaben des StEP zu entsprechen, wurde allein der Bereich rund um den Ostbahnhof als Stadtteilzentrum definiert. Begründet werden konnte dies mit den umfangreichen Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten, die sich nicht unwesentlich auf die örtliche Kaufhof-Filiale stützten.

Mit der kurz nach Übernahme der Kaufhof-Warenhäuser durch den Hudson's Bay-Konzern angekündigten Schließung der Galeria Kaufhof-Filiale am Ostbahnhof entfällt künftig eine wesentliche Säule des Stadtteilzentrums. Die erhoffte Stabilisierung und Erhöhung der Attraktivität – insbesondere des nördlichen Bahnhofsumfelds – blieb zudem aus, so dass derzeit kein Anlass besteht, den Ostbahnhof weiterhin als Stadtteilzentrum zu klassifizieren. Aufgrund des weiterhin bestehenden Angebots, vor allem im Bereich der Nahversorgung und der guten Erreichbarkeit, nicht nur aus den angrenzenden Wohnquartieren, strebt der Bezirk eine Ausweisung als Ortsteilzentrum an. Die die höherrangigen Zentren jedoch durch den entsprechenden Stadtentwicklungsplan Zentren der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt (fortan: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen) festgelegt werden, kann diese Änderung nur dort erfolgen.

### **Umbenennungen**

Neben den genannten Änderungen werden die Namen der beiden bezirklichen Hauptzentren geändert. Dies geschieht im Wesentlichen, um sie einerseits in Einklang mit den Bezeichnungen aus dem StEP Zentren zu bringen und um andererseits den bezirksübergreifenden Charakter dieser Zentren zu betonen.

So heißt das bisherige Hauptzentrum „Hermannplatz/Kottbusser Damm“ zukünftig (wieder) „Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm“ mit dem Zusatz „(Kreuzberg)“, das Hauptzentrum „Frankfurter Allee“ bekommt den Zusatz „(Friedrichshain)“. Gleiches gilt für den Zentrumsbereich Historische Mitte mit dem neuen Namenszusatz „(Kreuzberg)“.

Damit zeigt sich fortan die folgende Struktur für die bezirklichen Zentren:

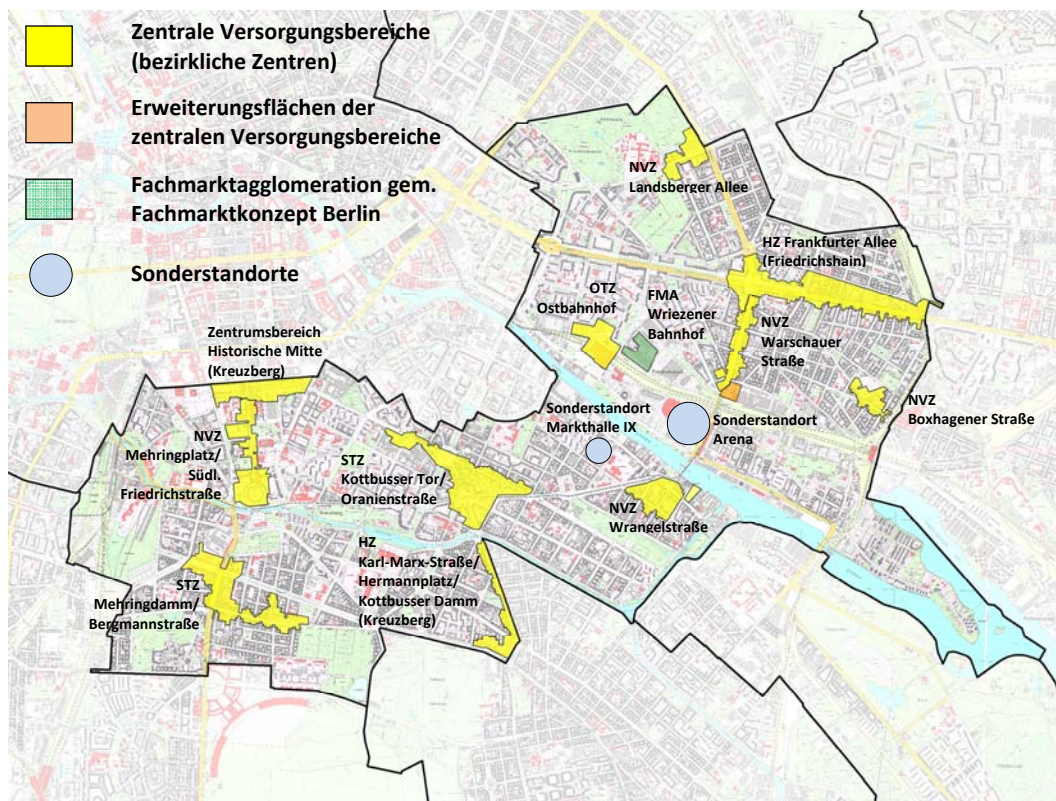
Tab. 33: Übersicht über die bezirklichen Zentren

Kategorie und Name		
gem. StEP Zentren 3:	gem. bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2012:	gem. bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2017:
<i>Zentrumsbereich</i>	<i>Zentrumsbereich</i>	<i>Zentrumsbereich</i>
<i>Historische Mitte</i>	<i>Historische Mitte</i>	Historische Mitte (Kreuzberg)
<i>Hauptzentrum</i>	<i>Hauptzentrum</i>	<i>Hauptzentrum</i>
Frankfurter Allee	Frankfurter Allee	Frankfurter Allee (Friedrichshain)
<i>Hauptzentrum</i>	<i>Hauptzentrum</i>	<i>Hauptzentrum</i>
Karl-Marx-Straße/ Hermannplatz/Kottbusser Damm	Hermannplatz/Kottbusser Damm	Karl-Marx-Straße/ Hermannplatz/ Kottbusser Damm (Kreuzberg)
<i>Stadtteilzentrum</i>	<i>Stadtteilzentrum</i>	<i>Stadtteilzentrum</i>
Kottbusser Tor	Kottbusser Tor	Kottbusser Tor/ Oranienstraße
<i>Stadtteilzentrum</i>	<i>Stadtteilzentrum</i>	<i>Stadtteilzentrum</i>
Mehringdamm	Mehringdamm / Bergmannstraße	Mehringdamm / Bergmannstraße
<i>Stadtteilzentrum</i>	<i>Stadtteilzentrum</i>	<i>Ortsteilzentrum</i>
Ostbahnhof/Mühlenstraße	Ostbahnhof	Ostbahnhof
-	<i>Nahversorgungszentrum</i>	<i>Nahversorgungszentrum</i>
-	Mehringplatz/südl. Friedrichstraße	Mehringplatz/südl. Friedrichstraße
-	<i>Nahversorgungszentrum</i>	<i>Nahversorgungszentrum</i>
-	Wrangelstraße	Wrangelstraße

Kategorie und Name		
gem. StEP Zentren 3:	gem. bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2012:	gem. bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2017:
-	Nahversorgungszentrum	Nahversorgungszentrum
-	Warschauer Straße	Warschauer Straße
-	Nahversorgungszentrum	Nahversorgungszentrum
-	Boxhagener Straße	Boxhagener Straße
-	Nahversorgungszentrum	Nahversorgungszentrum
-	Landsberger Allee	Landsberger Allee

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

Abb. 10: Bezirkliche Zentrenstruktur





## 4.2.1 Zentrumsbereich Historische Mitte (Kreuzberg)

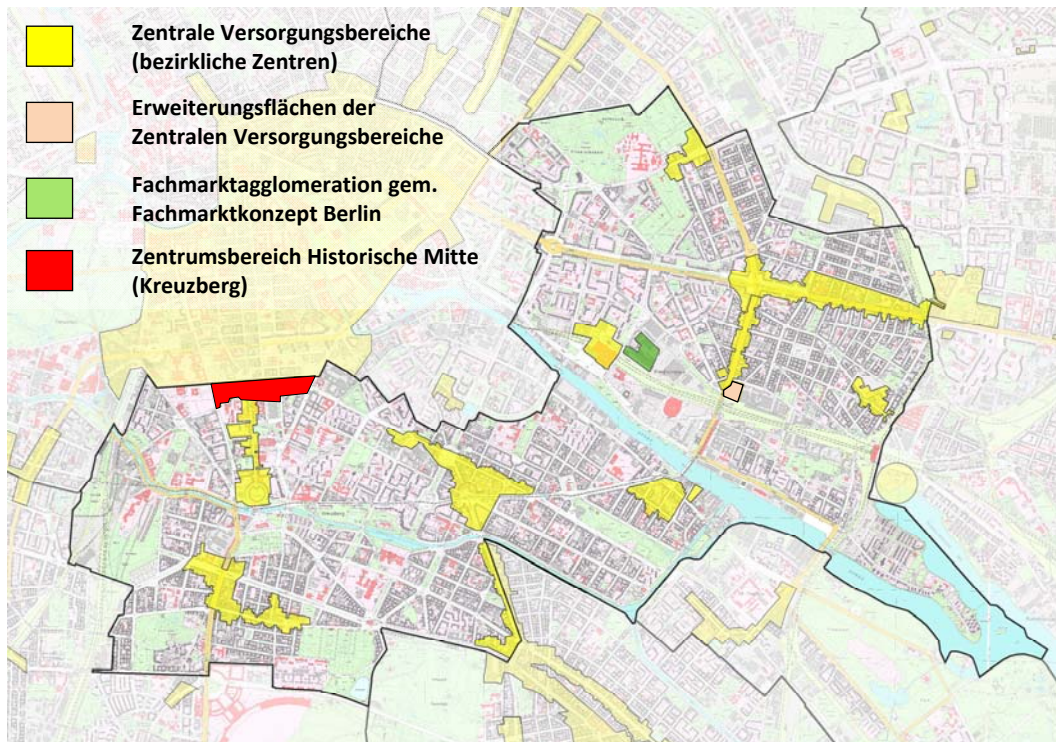


Abb. 11: Lage des Zentrumsbereichs Historische Mitte



Abb. 12 und 13: Checkpoint Charlie, Rudi-Dutschke-Straße

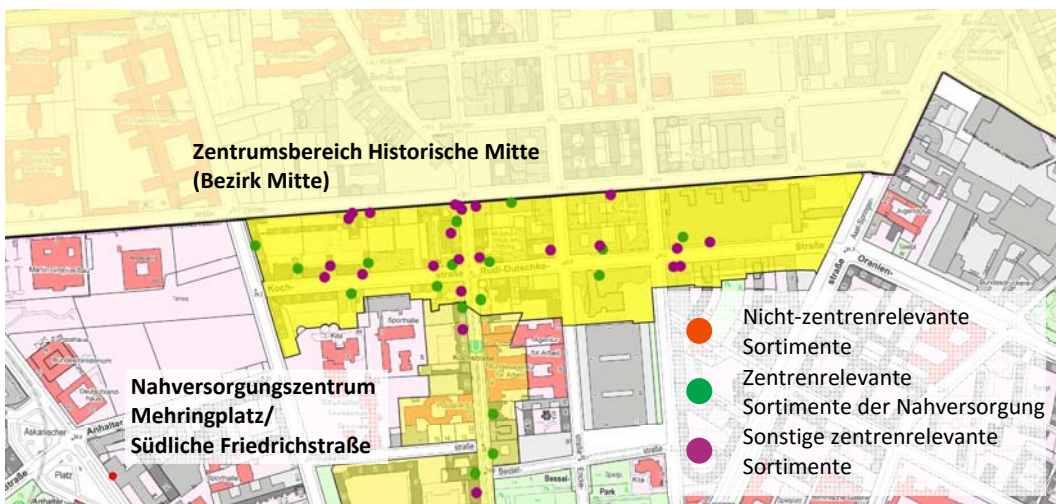


Abb. 14: Einzelhandel im Zentrumsbereich Historische Mitte

**Tab. 34:** Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	<b>Qualitätskriterien für Zentrumsbereichskerne (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Zentrumsbereichs Historische Mitte (Kreuzberg)</b>
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Regierungseinrichtungen, Behörden, Wirtschaftsverbände, Hochschulen, Bildungseinrichtungen	Überwiegend im sonstigen Zentrumsbereich im Bezirk Mitte
<b>Kulturelles Angebot</b>	Theater, Konzertsäle, Kongresszentren, Museen, Bibliotheken	Haus am Checkpoint Charlie Weitere im sonstigen Zentrumsbereich im Bezirk Mitte
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Repräsentative Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern, Anwaltskanzleien, etc.	Rocket Internet, Axel Springer Verlag, TAZ, weitere im sonstigen Zentrumsbereich im Bezirk Mitte
<b>Gastronomieangebot</b>	Zahlreiche Hotels, Hostels, Restaurants, Cafes, Bistros	div. Restaurants/Imbisse weitere im sonstigen Zentrumsbereich im Bezirk Mitte
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Vollständiger zentrenrelevanter Branchenmix Anteil Nahrungs- und Genussmittel < 15 %; Anteil Bekleidung <40 %, hoher Filialistenanteil, "Flagship-Stores" Breites Angebot an Luxusgütern	Nahrungs- u. Genussmittel rd. 27% Bekleidung, Schuhe/Lederw.rd. 23 % (im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg)
<b>Nahversorgung</b>	Differenzierter Betriebstypenmix: SB-Warenhäuser, große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Im sonstigen Zentrumsbereich im Bezirk Mitte
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Alle Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. Einkaufszentren (>20.000 m <sup>2</sup> VKF), Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Facheinzelhandel, Filialisten	Im sonstigen Zentrumsbereich im Bezirk Mitte
<b>Angebotsqualität</b>	Differenziertes Angebotsniveau Angebot für verschiedene Zielgruppen	Im sonstigen Zentrumsbereich im Bezirk Mitte

	<b>Qualitätskriterien für Zentrumsbereichskerne</b> (gem. StEP Zentren 3)	<b>Bewertung des Zentrumsbereichs Historische Mitte (Kreuzberg)</b>
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder; hohe Passantenfrequenzen	Erfüllt
<b>Straßennetz</b>	Zentrale Lage im Hauptstraßennetz	Erfüllt
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	Überregionaler Bahnanschluss, S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn und Buslinien	U-Bahnlinie U6, Buslinien Weitere im sonstigen Zentrumsbereich im Bezirk Mitte
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	Ca. ab 100.000 m <sup>2</sup> VKF	Überwiegend im sonstigen Zentrumsbereich im Bezirk Mitte

## Öffentliche Einrichtungen

*Im Umfeld (z.T. Bezirk Mitte):*

Bundesministerium für Finanzen, Bundesministerium für Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Abgeordnetenhaus von Berlin, BfA - Regionaldirektion Berlin

## Kulturelles Angebot

*Im Gebiet:*

Museum Haus am Checkpoint Charlie

*Im Umfeld (z.T. Bezirk Mitte):*

Martin Gropius Bau, Museum f. Kommunikation, Topografie des Terrors

## Freizeit und Gastronomieangebot

Vorrangig tourismusorientiertes, teilweise auch hochwertiges Gastronomieangebot (z.B. Tim Raue, Sale e Tabacchi) im direkten Umfeld des Checkpoint Charlie

## Dienstleistungsangebot

Sehr wenige einzelhandelsnahe Dienstleistungsangebote im Zentrumsbereich

### Einzelhandel

#### Verkaufsfläche

*nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)*

Nahversorgung	972 m <sup>2</sup>
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	943 m <sup>2</sup>
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	0 m <sup>2</sup>

*nach Sortimenten*

Nahrungs- u. Genussmittel	524 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Schuhe/ Lederw.	415 m <sup>2</sup>
Sonstige	976 m <sup>2</sup>

#### Einzelhandelsvertriebsformen

*Vertriebsformen*

- Fast ausschließlich kleinteiliger Facheinzelhandel
- Einzelhandelsangebot im Umfeld Checkpoint Charlie stark tourismusorientiert (Museumsshop, Souvenirs, Kioske etc.)

*EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF*

Nur im Umfeld vorhanden

### Angebotsqualität

Niedrig- bis mittelpreisiges Angebot

### Straßennetz

Friedrichstraße mit Anbindung an Hauptstraßennetz (Leipziger Straße), Kochstraße/ Rudi-Dutschke-Straße mit Anbindung an Wilhelm- und Lindenstraße

### Öffentliche Verkehrsmittel

U-Bahnhof Kochstraße (U6)

Bus M29

*Im Umfeld*

Bus M 41, Linie 248

### Flächenausstattung

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs : ca. 125.000 m<sup>2</sup> (in Kreuzberg)

Verkaufsfläche insgesamt: 1.915 m<sup>2</sup> (in Kreuzberg)

### Einordnung in das Zentrengefüge

Im Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 ist der Bereich nicht als eigenständiges Zentrum ausgewiesen. Er ergänzt den großteils im Bezirk Mitte gelegenen Zentrumsbereich Mitte um einen kurzen Abschnitt der Friedrichstraße (Kreuzungsbereich Friedrichstraße und Koch-/Rudi-Dutschke-Straße), die Südseite der Zimmerstraße sowie um den Bereich Kochstraße/Rudi-Dutschke-Straße.

### Bebauungs- und Nutzungsstruktur

#### Bebauung

Die Bebauung im Zentrum bildet eine sehr heterogene Mischung aus Neubauten, die im Rahmen der Internationalen Bauausstellung errichtet wurden (westlicher Bereich, Kochstraße), nach der Wende errichteten Neubauten (östlicher Bereich, Rudi-Dutschke-Straße), einzelnen gründerzeitlichen Altbauten und großflächigen Standorten von Firmenzentralen mit städtebaulich markanten Hochhäusern (Rocket Internet, Axel-Springer-Verlag).

#### Nutzung

Der Bereich östlich der Friedrichstraße und die Bebauung um die Friedrichstraße selbst sind nahezu ausschließlich durch gewerbliche Nutzung geprägt (Büronutzung, Schwerpunkt Zeitungen/ Verlagswesen). Nur im westlichen Abschnitt der Kochstraße dominiert Wohnnutzung in der Blockrandbebauung. Einzelhandel und Gastronomie spielen eine untergeordnete Rolle und konzentrieren sich auf den stark touristisch geprägten Bereich rund um den ehemaligen alliierten Grenzübergang Checkpoint Charlie.

### Erschließung

#### ÖPNV

Die Hauptanbindung an das Netz des ÖPNV stellt die U-Bahnlinie U6 mit dem Bahnhof Kochstraße dar, durch den der Zentrumsbereich an das nördlich gelegene Geschäftszentrum der Friedrichstraße angebunden ist. Die kleinräumige Anbindung in östlicher und westlicher Richtung erfolgt durch die Buslinie M 29.

### MIV

Der Kreuzberger Teil des Zentrumsbereichs befindet sich abseits des überörtlichen Hauptstraßennetzes. Über die Friedrichstraße ist das Gebiet an die Leipziger Straße angebunden. Über zahlreiche Querstraßen, insb. die Koch-/Rudi-Dutschke-Straße, besteht eine Anbindung an die Wilhelmstraße und die Lindenstraße.

Das Stellplatzangebot ist auf straßenseitiges Längsparken beschränkt. Größere Stellplatzanlagen auf Privatgrundstücken (z.B. Tiefgaragen) sind überwiegend nicht öffentlich nutzbar. Die Erreichbarkeit des Quartiers für den motorisierten Individualverkehr ist daher als eher ungünstig zu bewerten.

### Fußgänger

Die Aufenthaltsqualität für Fußgänger ist vor allem in der Friedrichstraße durch die Enge der Gehwege, Emissionen durch den KFZ-Verkehr im engen Straßenraum und teilweise hohe Fußgängerfrequenz (vorwiegend touristisch im Umfeld Checkpoint Charlie) sehr gering.

### Radfahrer

Die Erreichbarkeit für Radfahrer ist aufgrund fehlender Radverkehrsanlagen und zu geringen Stellplatzangebotes eingeschränkt.

### **Bewertung**

Der Bereich rund um die Kochstraße und die Rudi-Dutschke-Straße ist kein eigenständiger zentraler Versorgungsbereich und nimmt für sich bisher auch keine bedeutende Versorgungsfunktion wahr. Mit dem ehemaligen alliierten Checkpoint Charlie ist er jedoch als wichtiges touristisches Ziel am Rand der Stadtmitte und an den Bezirk Mitte angrenzend als Teil des Zentrumsbereichs Historische Mitte anzusehen.

Die vorhandenen Angebote des Einzelhandels richten sich erkennbar an Besucher und Touristen. Nur ein geringer Teil der Betriebe zielt mit seinen Angeboten auf die Nachfrage aus den umgebenden Wohngebieten. Das Angebot stammt vorwiegend aus dem niedrigen bis mittleren Preissegment. Die vorhandenen Angebote für die Nahversorgung sind angesichts der hohen Bevölkerungsdichte nicht ausreichend.

### Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten

Im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg bestehen für den Zentrumsbereich Mitte kaum bauliche Erweiterungsmöglichkeiten. Lediglich im Bereich Zimmerstraße 16-18 ist ein Potenzial für bauliche Ergänzungen ohne größere Eingriffe in den Bestand vorhanden

### Handlungsempfehlungen

Im Einzelnen werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Unterstützung von Ansiedlungen aus dem Bereich Nahversorgung
- Verbesserte Vernetzung mit dem Zentrumsbereichskern Friedrichstraße (Mitte) und dem Nahversorgungszentrum Mehringplatz, insbesondere durch eine Belebung der dortigen Erdgeschosszonen
- Aufwertung des Einzelhandelsangebots
- Verbesserung der Radverkehrssituation (Einrichtung von Angebotsstreifen und Stellplätzen)

4.2.2 Hauptzentrum Frankfurter Allee (Friedrichshain)

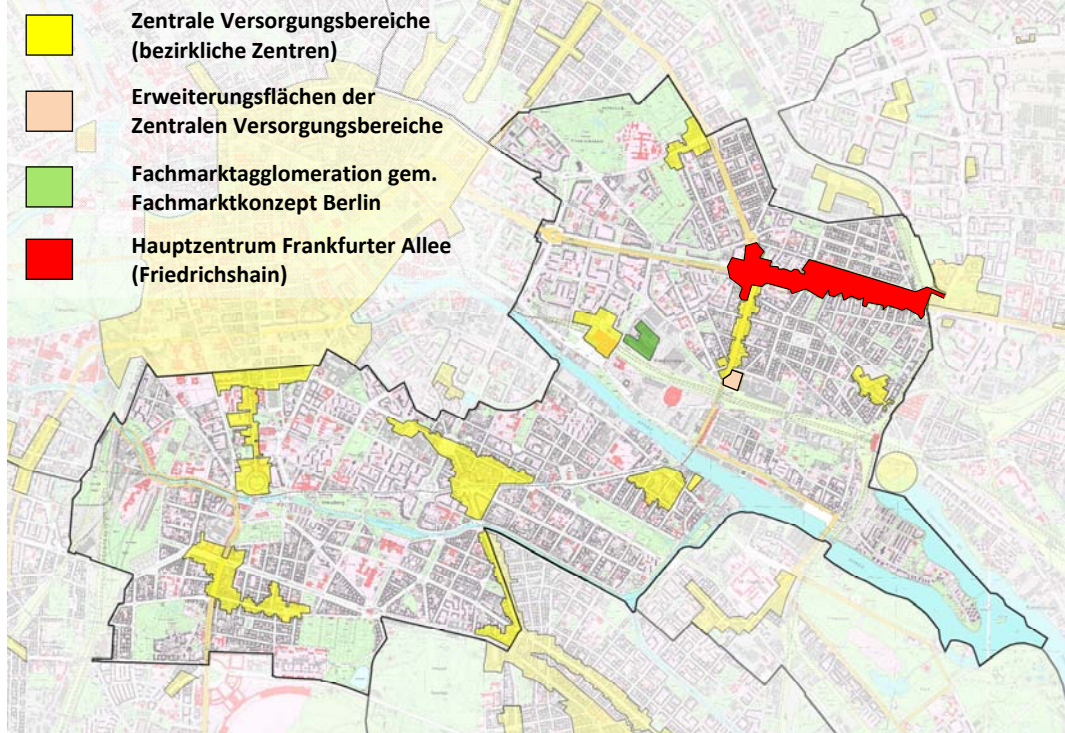


Abb. 15: Lage des Hauptzentrums Frankfurter Allee (Friedrichshain)



Abb. 16 und 17: Ring-Center, Frankfurter Tor

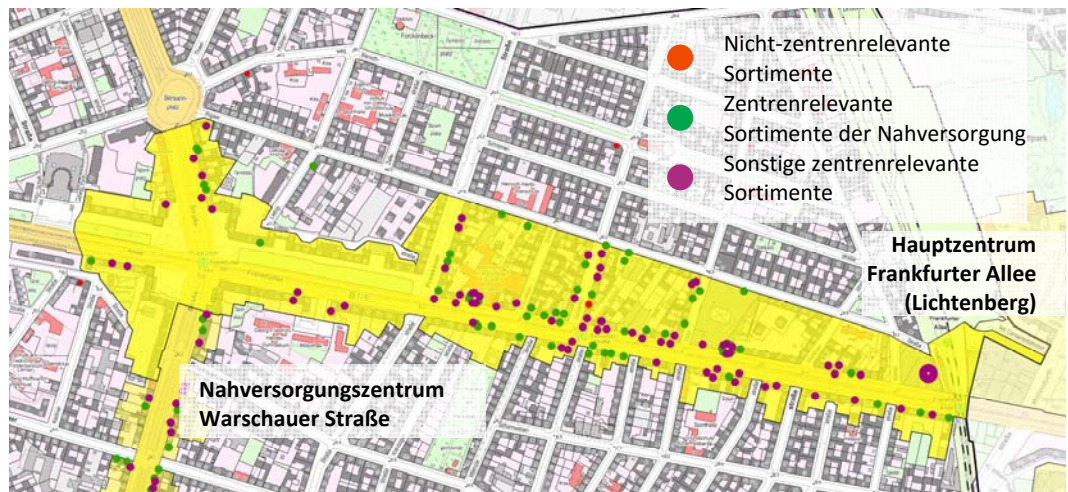


Abb. 18: Einzelhandel im Hauptzentrum Frankfurter Allee (Friedrichshain)



Tab. 35: Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	<b>Qualitätskriterien für Hauptzentren</b> (gem. StEP Zentren 3)	<b>Bewertung des Hauptzentrums Frankfurter Allee (Friedrichshain)</b>
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bezirksrathaus, Wirtschaftsverbände, Ärztehaus, Berufsschule, Gymnasium, Realschule, Hauptschule	Bezirksamt, Ärztehaus, div. Verwaltungsstandorte, Schulstandorte im Umfeld
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kleinkunsth Bühnen, Bibliothek, u.U. Theater, Konzertsaal, Museum	Bezirkszentralbibliothek, ansonsten insgesamt geringes Angebot
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Bankhäusern, Arztpraxen, Anwaltskanzleien etc.	Erfüllt
<b>Gastronomieangebot</b>	Hotels, Restaurants, Cafés, Bistros	Erfüllt
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Vollständiger Branchenmix; Anteil Nahrungs- und Genussmittel < 20 %, Anteil Bekleidung 30-40 %, Hoher Filialistenanteil, Angebot an Luxusgütern	Nahrungs- und Genussm. 25 %, Bekleidung, Schuh-/Leder 37 %
<b>Nahversorgung</b>	Differenzierter Betriebstypenmix: SB-Warenhäuser, große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Erfüllt
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Alle Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. Shopping-Center (>20.000 m <sup>2</sup> VKF), Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Facheinzelhandel, Filialisten	Erfüllt Angebotsdifferenzierung im Straßenverlauf: Ringcenter mit Waren des mittleren und gehobenen Bedarfs, in Richtung Frankfurter Tor zunehmend niedrigpreisige Qualitäten
<b>Angebotsqualität</b>	Differenziertes Angebotsniveau, Angebote für verschiedene Zielgruppen	Erfüllt

	<b>Qualitätskriterien für Hauptzentren</b> (gem. StEP Zentren 3)	<b>Bewertung des Zentrumsbereichs Historische Mitte (Kreuzberg)</b>
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder; hohe Passantenfrequenzen	Erfüllt
<b>Straßennetz</b>	Zentrale Lage im Hauptstraßennetz	Erfüllt
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	S-Bahn, U-Bahn, Regionalbahnhof, Straßenbahn und Buslinien	Erfüllt (U5, Ringbahn, Straßenbahn)
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	ca. ab 50.000 m <sup>2</sup> - 100.000 m <sup>2</sup> VKF	Erfüllt (mit Ring-Center II u. III, Bezirk Lichtenberg; VKF im Ortsteil Friedrichshain rd. 21.500 m <sup>2</sup> )

## Öffentliche Einrichtungen

Bezirksamtsdienststellen  
Bürgeramt

### *Im Umfeld*

Grundschule Scharnweberstraße  
Grundschule am Traveplatz  
Pettenkofer-Grundschule  
Liebig-Grundschule  
Heinrich-Hertz-Oberschule  
Musikschule

## Kulturelles Angebot

Bezirkszentralbibliothek, ansonsten nur wenige Angebote im Gebiet oder im näheren Umfeld

## Freizeit und Gastronomieangebot

### *Im Umfeld:*

Kino "Intimes"  
Ehem. Kino "Kosmos" (Eventlocation)  
Ausreichendes Gastronomieangebot in guter Durchmischung von einfacher (Imbiss, Cafe) bis zu gehobener Qualität (Restaurant) im Ringcenter und im Straßenverlauf.

## Dienstleistungsangebot

Umfassendes kleinteiliges Dienstleistungsangebot vorhanden (Friseure, Textilpflege,

Kosmetik/ Körperpflege, Reisebüros),  
8 Filialstandorte von Banken,  
Ärztelhäuser Frankfurter Allee 54 und 100

### Einzelhandel

#### Verkaufsfläche

*nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)*

Nahversorgung 7.232 m<sup>2</sup>

Sonstige zentrenrelevante

Sortimente 14.205 m<sup>2</sup>

Nicht-zentrenrelevante

Sortimente 77 m<sup>2</sup>

*nach Sortimenten*

Nahrungs- u. Genussmittel 5.426 m<sup>2</sup>

Bekleidung, Schuhe/ Lederw. 7.926 m<sup>2</sup>

Sonstige 8.162 m<sup>2</sup>

#### Einzelhandelsvertriebsformen

*Vertriebsformen*

- Shopping Center (Ring-Center I), gemeinsam mit benachbartem Ringcenter II (Bezirk Lichtenberg) mit allen Vertriebsformen und sehr hohem Filialistenanteil
- Im Straßenverlauf mit zunehmender Entfernung vom Ringcenter verstärkte Orientierung auf Nahversorgungsangebote/ Waren des kurzfristigen Bedarfs
- Stärkerer Geschäftsbesatz auf Nordseite der Frankfurter Allee (Gunstseite)

*EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF*

Im Ringcenter zahlreiche Betriebe mit Verkaufsflächen bis 2.500 m<sup>2</sup>,  
Gesamt-VKF Ringcenter I ca. 13.500 m<sup>2</sup>

Straßenverlauf Frankfurter Allee:

Humana- Warenhaus ca. 1.700 m<sup>2</sup>

Edeka ca. 700 m<sup>2</sup>

Netto ca. 700 m<sup>2</sup>

Strauss Innovation ca. 600 m<sup>2</sup>

Lidl (Rigaer Straße) ca. 700 m<sup>2</sup>

Kaiser's (Rigaer Straße) ca. 800 m<sup>2</sup>

### Angebotsqualität

Im Ringcenter überwiegend mittlere, teilweise auch gehobene Angebotsqualität. Im Straßenverlauf der Frankfurter Allee geringere Angebotsqualität mit zunehmender Entfernung vom Ringcenter

### Straßennetz

Frankfurter Allee als überörtliche Hauptverkehrsstraße

### Öffentliche Verkehrsmittel

Bahnhof Frankfurter Allee als Umsteigebahnhof zwischen U- und S-Bahn (U5, Ringbahn),  
Tramlinien M13 und 16

U 5 in der Frankfurter Allee (weitere Bahnhöfe Samariterstraße und Frankfurter Tor)

Tramlinien am Frankfurter Tor (M10, M21)

Buslinie N5

### Flächenausstattung

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs ca. , 648.000 m<sup>2</sup>,  
davon ca. 429.000 m<sup>2</sup> in Friedrichshain

Verkaufsfläche insgesamt: ca. 42.000  
(gem. ZEK Berlin-Lichtenberg, 2016),  
davon 21.514 m<sup>2</sup> in Friedrichshain

### Einordnung in das Zentrengefüge

Die Frankfurter Allee ist im Stadtentwicklungsplan Zentren 3 als Hauptzentrum ausgewiesen (mit Zurechnung des im Bezirk Lichtenberg gelegenen Ringcenter II und III). Das Hauptzentrum besitzt im Friedrichshainer Zentrumsteil eine Verkaufsfläche von ca. 21.500 m<sup>2</sup>.

Das Hauptzentrum erstreckt sich auf Friedrichshainer Gebiet auf den Straßenzug der Frankfurter Allee vom Frankfurter Tor bis zur Bezirksgrenze zu Lichtenberg und beinhaltet neben den beiderseits an die Frankfurter Allee angrenzenden Grundstücken teilweise auch die Straßenblöcke zwischen Frankfurter Allee und Rigaer Straße. Dabei liegt der Schwerpunkt der Einzelhandelsnutzung eher auf den östlichen Abschnitt, während der westliche (als Teil des Baudenkmals Karl-Marx-Allee) stärker durch Gastronomie und Dienstleistungen geprägt ist. Erst am Frankfurter Tor befindet sich wieder ein bedeutender Einzelhandelsstandort. Das Frankfurter Tor bildet mit seiner auf allen Seiten des Platzes vorhandenen repräsentativen Bebauung den Abschluss des Hauptzentrums.

### Bebauungs- und Nutzungsstruktur

#### Bebauung

Die Bebauung nördlich und südlich des Hauptzentrums ist durch gründerzeitliche Blockstrukturen geprägt. Im Westabschnitt ist als hochrangiges Baudenkmal die Bebauung an der Karl-Marx Allee mit dem Frankfurter Tor städtebaulich prägend. Der Straßenraum der Frankfurter Allee erhält hier ab der Einmündung Proskauer Straße in Richtung Alexanderplatz durch die boulevardartige Aufweitung einen repräsentativen Charakter.

Im Ostabschnitt zwischen Proskauer Straße und Ringbahn finden sich neben gründerzeitlichen Bebauungsstrukturen zahlreiche Plattenbauten der 70er Jahre. **Größere Baulücken wurden nach der Wende vorwiegend mit großflächigen Büro- und Geschäftsgebäuden bebaut** (Frankfurter Allee 35-37, Bezirksamt Friedrichshain; Frankfurter Allee 71-77, Plaza mit Hotel-, Büro, Einzelhandels und Wohnnutzung; Frankfurter Allee 111, Ring-Center)

### Nutzung

Die Quartiere nördlich und südlich der Frankfurter Allee sind durch Wohnnutzung geprägt. An der Frankfurter Allee selbst besteht eine weitgehend geschlossene Einzelhandelsnutzung in der Erdgeschosszone sowie Wohn- und teilweise auch Büronutzungen in den Obergeschossen. Die nach der Wende großflächig bebauten Einzelstandorte (Bezirksamt Friedrichshain, Plaza, Ring-Center) sind rein gewerblich genutzt (Plaza auch mit Wohnnutzung im rückwärtigen Bereich an der Rigaer Straße).

Der Schwerpunkt der Einzelhandelsnutzung liegt zwischen Proskauer Straße und Ringbahn. Im Bereich des Baudenkmals ist das Zentrum dagegen z. Z. vorwiegend durch Gastronomie und Dienstleistungen geprägt. Hier ist zudem ein hoher Anteil an Leerständen zu verzeichnen.

### Erschließung

#### ÖPNV

Die Haupteerschließung des Zentrums durch den ÖPNV erfolgt über die U-Bahnlinie U5 mit den Bahnhöfen Frankfurter Allee, Samariterstraße und Frankfurter Tor. Der erstgenannte Bahnhof ist wichtiger Umsteigepunkt zur Ringbahn sowie zu den in der Möllendorffstraße verkehrenden Straßenbahnlinien, der Bahnhof Frankfurter Tor ist ein wichtiger Umsteigepunkt zwischen dem U-Bahnnetz und kreuzenden Straßenbahnlinien. Weitere Straßenbahnlinien verkehren nördlich und südlich des Hauptzentrums (Weidenweg/Eldenaer Straße und Scharnweberstraße) und binden die benachbarten Wohnquartiere an.

#### MIV

Die Frankfurter Allee ist Hauptverkehrsachse von der Historischen Mitte in Richtung Osten. Am Frankfurter Tor ist das Zentrum über die Warschauer Straße und Petersburger Straße an den inneren Straßenring angeschlossen. Das Stellplatzangebot in der Frankfurter Allee ist sehr knapp. Zusätzliche Stellplatzknappheit in den angrenzenden Wohnquartieren hat zur Folge, dass die Erreichbarkeit des Zentrumsbereichs für den MIV stark eingeschränkt ist. Dieses gilt nicht für das Ring-Center, das über ein ausreichend dimensioniertes, kostenpflichtiges Parkhaus verfügt.

### Anlieferung

Das Ring-Center verfügt über einen eigenen Anlieferbereich. Für sonstige Einzelhandelsbetriebe ist die Anlieferungssituation durch fehlende bzw. fehlgenutzte Lieferzonen sehr problematisch.

### Fußgänger

Die Aufenthaltsqualität für Fußgänger ist im Straßenverlauf aufgrund ausreichend dimensionierter Gehwege akzeptabel, jedoch erheblich durch die Verkehrsemissionen (z.B. höchste Feinstaubbelastung der Berliner Straßen) der stark befahrenen Frankfurter Allee beeinträchtigt.

Erhöhtes Fußgängeraufkommen ist im Umfeld der U-Bahnhöfe zu verzeichnen, die das zentrale Nahverkehrsangebot für die umliegenden Wohnquartiere darstellen. Sehr hohe Fußgängeraufkommen sind aufgrund der Umsteigebeziehungen im Bereich der Bahnhöfe Frankfurter Tor und Frankfurter Allee zu beobachten.

### Radfahrer

Die Erreichbarkeit für Radfahrer ist durch Radverkehrsanlagen in der Frankfurter Allee als gut zu bewerten. Teilweise treten hier Konflikte in den Bereichen mit hohem Fußgängeraufkommen auf. Das Stellplatzangebot für Radfahrer ist besonders im Umfeld der ÖPNV- Haltepunkte sehr defizitär.

### Bewertung

Vor allem durch die Angebote im Ringcenter erfüllt die Frankfurter Allee die Qualitätskriterien eines Hauptzentrums. Defizite bestehen jedoch bei den außerhalb des Ringcenters angesiedelten Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten, die – mit Ausnahmen – auf einem geringen Niveau angesiedelt sind. Ebenso sind Defizite im kulturellen Angebot des Hauptzentrums auszumachen; dieses beschränkt sich auf kleinere Galeriestandorte und einen Kinostandort im Umfeld .

Im Straßenverlauf stellt sich die Nordseite hinsichtlich des Einzelhandelsbesatzes eindeutig als "Gunstseite" dar. Ringcenter, "Plaza" als Hotel-, Büro- und Einzelhandelsstandort und das Bezirksamt mit Einzelhandels- und Büronutzung liegen auf dieser Straßenseite. Gleiches gilt für die im Straßenverlauf angesiedelten großflächigeren Einzelhandelsangebote (über 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

Einen deutlichen Bruch im Einzelhandelsangebot bildet die an der Einmündung zur Proskauer Straße beginnende Bebauung des Denkmals Karl-Marx-Allee mit boulevardartiger Aufweitung des Straßenraums. Die repräsentative Bebauung ist hier aufgrund der Gebäudestrukturen (v.a. wegen der vorgelagerten Terrassen und zu geringer Gebäude- bzw. Gewerberaumtiefe bei gleichzeitig zu ausgedehnten Schaufensterfronten) schlecht für zeitgemäßen Einzelhandelsbesatz geeignet. Potentiale bestehen hier in Einklang mit der Bausubstanz für kulturelle Angebote (z.B. Galerien) und für gehobene gastronomische Nutzungen (Außengastronomie auf Terrassen mit vorgelagerten Grünflächen auf der Nordseite und größerer Distanz zum Fahrbahnverlauf).

Das Second-Hand-Warenhaus (Humana) am Frankfurter Tor ist der das Zentrum nach Westen abschließende letzte größere Einzelhandelsstandort (ca. 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Langfristig wäre hier eine dem Standort angemessene qualitativ höherwertige Nutzung wünschenswert (z.B. Kunst/Antiquitäten, hochwertiger Einrichtungsbedarf, Design). Dies scheint aufgrund der solitären Lage des Standortes und der noch zu geringen Nachfrage (relativ niedrige Kaufkraft im Gebiet) gegenwärtig noch nicht realisierbar.

Insgesamt erscheint die Zentrumsfunktion nur im Bereich des Ringcenters stabil. Veränderungsbedürftig ist sowohl der Branchenmix des Einzelhandels in Richtung höherwertigen Bedarfs als auch das kulturelle Angebot, das ggf. in Verbindung mit gehobenen gastronomischen Angeboten im Bereich des Baudenkmals am Frankfurter Tor angesiedelt werden könnte.

Aufgrund der derzeitigen Instabilität des Zentrumsbereichs sind die Aufwertung des Straßenraumes, stadtgestalterische Maßnahmen sowie die Stärkung der südlichen Straßenseite dringend erforderlich.

### **Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten**

Da mit einer Verkaufsfläche von rund 26.000 m<sup>2</sup> eine angemessene Ausstattung erreicht ist und keine nennenswerten quantitativen Versorgungs- oder Funktionsdefizite festzustellen sind, außerdem keine nennenswerten baulichen Erweiterungspotenziale vorhanden sind, kann zwar auf eine Erweiterung der Angebote verzichtet werden; eine Veränderung des Branchenmixes in Richtung hochwertigeren Einzelhandels erscheint jedoch dringend erforderlich.

### **Handlungsempfehlungen**

Die weitere Entwicklung des Zentrumsbereichs sollte unter der Zielsetzung stehen, die Zentrumsfunktion der Frankfurter Allee zu erhalten und um

hochwertigere Einzelhandelsangebote sowie um kulturelle und gastronomische Angebote zu ergänzen. Schwerpunkt dieser Angebotsergänzung sollte der Bereich des Baudenkmals zwischen dem Frankfurter Tor und der Proskauer Straße sein.

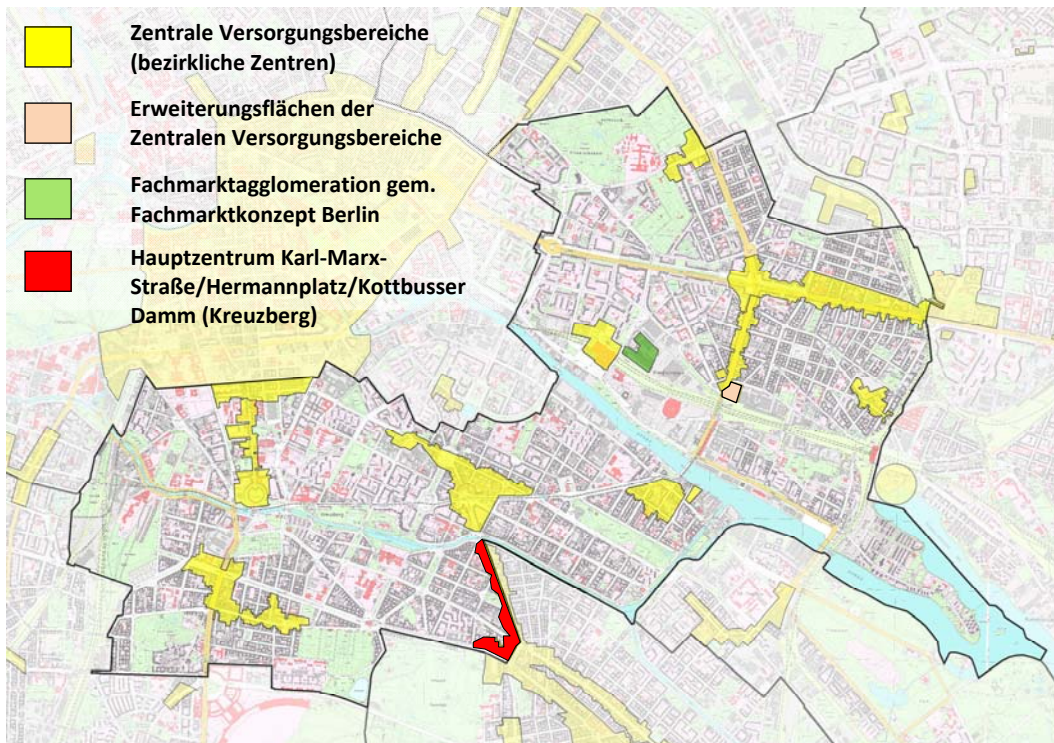
Im Einzelnen werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Imagebildung für den Bereich des Baudenkmals am Frankfurter Tor als Kunst-, Kultur und Gastronomiestandort (in Kooperation mit Grundstückseigentümern)
- Konzeptentwicklung zur denkmalgerechten Wiederherstellung der Grünflächen im Bereich des Baudenkmals
- Detailuntersuchung der Gegebenheiten für den Radverkehr/  
Konzeptentwicklung (Konfliktpunkte mit Fußgängern, Abstellmöglichkeiten)
- Wiedereinrichtung eines Geschäftsstraßenmanagements in der Karl-Marx-Allee unter Einbeziehung der Frankfurter Allee, ggf. in Kooperation mit dem Bezirk Lichtenberg
- Stärkung der südlichen Straßenseite der Frankfurter Allee
- Städtebauliche Aufwertung des Straßenraums und der Bahnunterführung am Ringcenter

Ansiedlungsgesuche für großflächigen Einzelhandel sollten auf ihre Kompatibilität zum bestehenden Branchenmix geprüft werden. Mit Blick auf das vorhandene Verkaufsflächenangebot (in beiden Bezirken) sollte eine ablehnende Haltung überwiegen. Lediglich im westlichen Teil des Zentrums könnte die Ansiedlung eines Magnetbetriebs zur Stärkung des Zentrums führen.



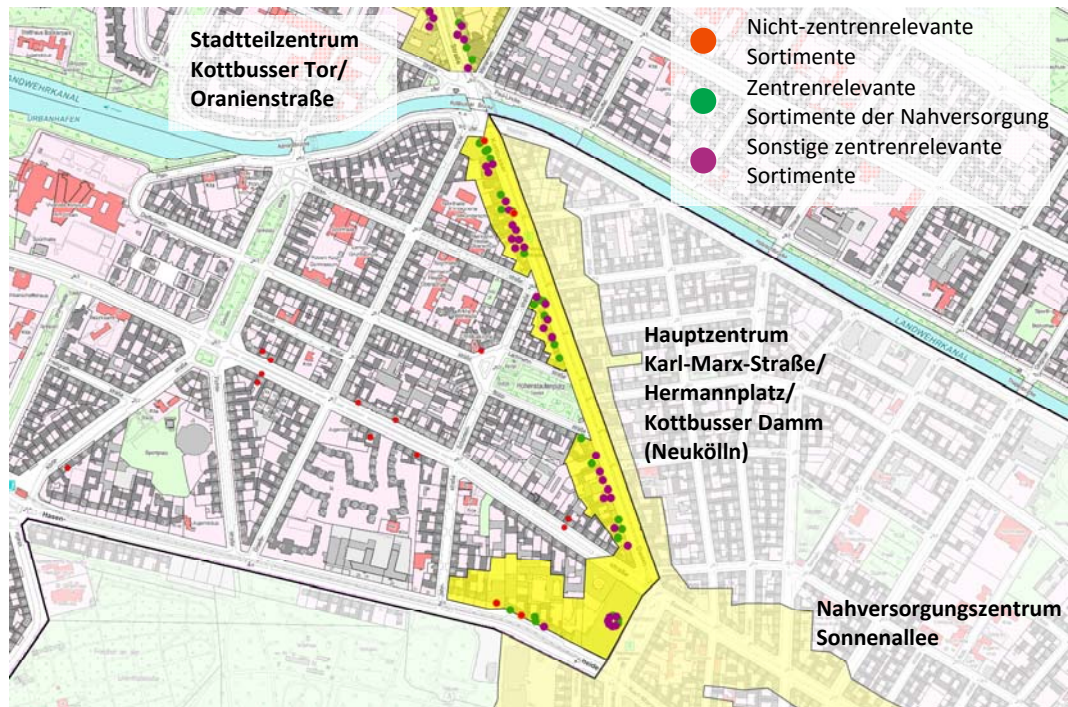
## 4.2.3 Hauptzentrum Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm (Kreuzberg)



**Abb. 19:** Lage des Hauptzentrums Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm (Kreuzberg)



**Abb. 20 und 21:** ehem. Warenhaus Kottbusser Damm/Graefestraße, Warenhaus Karstadt am Hermannplatz



**Abb. 22:** Einzelhandel im Hauptzentrum Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm (Kreuzberg)

**Tab. 36:** Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	<b>Qualitätskriterien für Hauptzentren</b> (gem. StEP Zentren 3)	<b>Bewertung des Hauptzentrums</b> <b>Karl-Marx-Straße/ Hermannplatz/ Kottbusser Damm (Kreuzberg)</b>
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bezirksrathaus, Wirtschaftsverbände, Ärztehaus, Berufsschule, Gymnasium, Realschule, Hauptschule	Bezirksamt, Ärztehaus, div. Verwaltungsstandorte, Schulstandorte im Umfeld
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kleinkunstabühnen, Bibliothek, u.U. Theater, Konzertsaal, Museum	Bezirkszentralbibliothek, ansonsten insgesamt geringes Angebot
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Bankhäusern, Arztpraxen, Anwaltskanzleien etc.	Erfüllt
<b>Gastronomieangebot</b>	Hotels, Restaurants, Cafés, Bistros	Erfüllt
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Vollständiger Branchenmix; Anteil Nahrungs- und Genussmittel < 20 %, Anteil Bekleidung 30-40 %, Hoher Filialistenanteil, Angebot an Luxusgütern	Nahrungs- und Genussm. 25 %, Bekleidung, Schuh-/Leder 37 %

	<b>Qualitätskriterien für Hauptzentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Hauptzentrums Karl-Marx-Straße/ Hermannplatz/ Kottbusser Damm (Kreuzberg)</b>
<b>Nahversorgung</b>	Differenzierter Betriebstypenmix: SB-Warenhäuser, große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Erfüllt
<b>Einzelhandels- vertriebsformen</b>	Alle Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. Shopping-Center (>20.000 m <sup>2</sup> VKF), Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Facheinzelhandel, Filialisten	Erfüllt Angebots- differenzierung im Straßenverlauf: Ringcenter mit Waren des mittleren und gehobenen Bedarfs, in Richtung Frankfurter Tor zunehmend niedrigpreisige Qualitäten
<b>Angebotsqualität</b>	Differenziertes Angebotsniveau, Angebote für verschiedene Zielgruppen	Erfüllt
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder; hohe Passantenfrequenzen	Weitgehend erfüllt
<b>Straßennetz</b>	Zentrale Lage im Hauptstraßennetz	Erfüllt
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	S-Bahn, U-Bahn, Regionalbahnhof, Straßenbahn und Buslinien	Erfüllt
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	ca. ab 50.000 m <sup>2</sup> - 100.000 m <sup>2</sup> VKF	Erfüllt (einschl. Neuköllner Teil des Hauptzentrums) VKF im Ortsteil Kreuzberg ca. 35.200 m <sup>2</sup>

## Öffentliche Einrichtungen

Friedrich-Ludwig-Jahn- Oberschule  
 Hermann-Hesse-Oberschule  
 Robert-Koch-Oberschule  
 Theodor-Storm-Grundschule (Bezirk Neukölln)

### Im Umfeld

Krankenhaus am Urban  
 Keine zentralen Standorte der öffentlichen oder privaten Verwaltung innerhalb des Kreuzberger Teils des Hauptzentrums

## Kulturelles Angebot

Kino „Moviemento“

## Freizeit und Gastronomieangebot

Im Zentralen Versorgungsbereich relativ geringes Gastronomieangebot einfacher Qualität, überwiegend Imbissangebote

## Dienstleistungsangebot

Wenige Dienstleistungsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich, kleinere Filialstandorte von Banken

## Einzelhandel

### Verkaufsfläche

nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)

Nahversorgung	8.210 m <sup>2</sup>
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	25.794 m <sup>2</sup>
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	1.244 m <sup>2</sup>

nach Sortimenten

Nahrungs- u. Genussmittel	4.917 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Schuhe/ Lederw.	14.164 m <sup>2</sup>
Sonstige	16.167 m <sup>2</sup>

### Einzelhandelsvertriebsformen

Vertriebsformen

- Karstadt- Warenhaus als dominanter Einzelhandelsbetrieb,
- Elektronik-Fachmarkt (Conrad)
- mehrere Lebensmittel-Anbieter am Kottbusser Damm
- kleinflächiger Facheinzelhandel am Kottbusser Damm
- Einzelne Filialisten am Kottbusser Damm
- Weitere Angebote im Neuköllner Teil des Hauptzentrums

EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF

Karstadt-Warenhaus (ohne Shop-in-Shop Betriebe)	ca. 24.300 m <sup>2</sup>
Perfetto Supermarkt	ca. 2.600 m <sup>2</sup>
Elfi Supermarkt	ca. 500 m <sup>2</sup>
Hugendubel	ca. 700 m <sup>2</sup>
dm	ca. 600 m <sup>2</sup>
das Futterhaus	500 m <sup>2</sup>
Conrad	ca. 1.600 m <sup>2</sup>
Möbel-Oase	ca. 500 m <sup>2</sup>
Edeka	ca. 700 m <sup>2</sup>

Netto ca. 600 m<sup>2</sup>

### Angebotsqualität

Nur am Standort des Karstadt-Warenhauses höherwertige Angebotsqualität, im Übrigen weit überwiegend Warenangebote im Niedrigpreissegment, Wochenmarkt am Maybachufer (Neukölln) und Ökomarkt Hohenstaufenplatz als wichtige Kundenmagneten

### Straßennetz

Hermannplatz als zentraler Knotenpunkt im örtlichen/ überörtlichen Straßennetz

### Öffentliche Verkehrsmittel

U-Bahnhof Hermannplatz (Umsteigebahnhof U7 und U8)

U-Bahnhof Schönleinstraße (U8)

*Buslinien*

M29, M 41

Linien 171, 194

N7, N8, N47 N94

### Flächenausstattung

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs	ca. , 800.000 m <sup>2</sup> , davon ca. 96.000 m <sup>2</sup> in Kreuzberg
Verkaufsfläche insgesamt:	ca. 117.000 (gem. EZK Neukölln, 2016), davon 35.248 m <sup>2</sup> in Kreuzberg

### Einordnung in das Zentrengefüge

Das Hauptzentrum Karl-Marx-Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm ist im Stadtentwicklungsplan Zentren 3 als gemeinsames Hauptzentrum mit zu großen Teilen im Bezirk Neukölln liegenden Flächen ausgewiesen. Die Karl-Marx-Straße, der Hermannplatz sowie die Nordostseite des Kottbusser Damms liegen im Bezirk Neukölln und werden hier nicht betrachtet. Eine Analyse der dortigen Situation findet sich im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Neukölln (neu aufgestellt 2016).

Der im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg gelegene und hier betrachtete Teil des Hauptzentrums erstreckt sich auf die auf der Kreuzberger Seite liegende Bebauung des Straßenzugs Kottbusser Damm – Hermannplatz – Hasenheide zwischen Landwehrkanal und Jahnstraße.

### Bebauungs- und Nutzungsstruktur

Der Kottbusser Damm als Einkaufsstraße hat sich historisch als Verbindung zwischen Warenhausstandorten an seinem Nord- und Südenende entwickelt.

Bereits 1906 wurde auf dem städtebaulich markanten Grundstück Kottbusser Damm 1 am Landwehrkanal ein Warenhaus der Firma Jandorf & Co. eröffnet. Am Hermannplatz wurde 1929 das in monumentaler Architektur errichtete Karstadt-Warenhaus als damals modernstes Kaufhaus Europas fertig gestellt. Beide Standorte wurden im Krieg zerstört, jedoch wurde die Warenhausnutzung im Zuge einer Neubebauung seit den fünfziger Jahren fortgeführt. Der Karstadt-Standort am Hermannplatz wurde durch sukzessive Um- und Neubauten bis zu seinem heutigen Erscheinungsbild erweitert und ist heute als einer der wichtigsten Warenhausstandorte in Berlin beherrschender Magnetbetrieb des Hauptzentrums. Dem gegenüber wurde die Warenhausnutzung am Standort Kottbusser Damm 1 nach Schließung der dortigen Bilka-Filiale aufgegeben. Die Nachkriegsbebauung auf dem Grundstück wird heute durch zwei Lebensmittelmärkte und einen Möbelmarkt genutzt.

Der Kottbusser Damm als Verbindung zwischen diesen Standorten weist innerhalb der gründerzeitlichen Altbebauung eine kleinteilige Einzelhandelsstruktur mit auffälliger ethnischer Prägung (türkisch und arabisch) auf. Durch Neubauten, die vereinzelt in kriegsbedingten Baulücken entstanden sind, besteht in diesem Straßenzug darüber hinaus auch ein Angebot an mittelgroßen Verkaufsflächen, die meist durch discountorientierte Angebotsformen genutzt sind. In Einzelfällen befinden sich im Straßenverlauf auf Neuköllner Seite untergenutzte Grundstücke in Form von ein- bis zweigeschossiger behelfsmäßiger Nachkriegsbebauung.

Auffällig ist die z. Z. hohe Anzahl von Spielhallen und Wettbüros. Aufgrund der geänderten gesetzlichen Rahmenbedingungen ist in den nächsten Jahren mit einem deutlichen Rückgang entsprechender Einrichtungen zu rechnen, so dass diese gewerblichen Flächen anschließend wieder verfügbar werden und zur Aufwertung des Straßenraums genutzt werden können.

Die durchgehend gewerbliche Nutzung der Erdgeschosszonen am Kottbusser Damm bricht in den einmündenden, durch Wohnnutzung geprägten Nebenstraßen nahezu übergangslos ab.

Der Hohenstaufenplatz als begrünte Platzanlage, westlich an den Kottbusser Damm angrenzend, ist hinsichtlich der Gestaltung und Nutzungsangebote eher dem Wohnen zugewandt und besitzt daher für das Hauptzentrum nur eine untergeordnete Bedeutung. Es gibt zurzeit nur wenige gastronomische Angebote auf dem oder am Hohenstaufenplatz. Der zweimal wöchentlich stattfindende Ökomarkt am Hohenstaufenplatz wirkt wie auch der Wochenmarkt am

Maybachufer in Neukölln als Kundenmagnet für den gesamten nördlichen Teil des Hauptzentrums.

In der Boppstraße am Hohenstaufenplatz befindet sich mit einem Galvanikbetrieb ein Störfallbetrieb gem. Seweso II-Richtlinie.

Der Hermannplatz ist trotz seiner Gestaltdefizite (insb. fußläufige Anbindung an Karstadt) als befestigter Stadtplatz mit regelmäßigem Wochenmarkt wichtiger Bestandteil des Zentrums und "Vorplatz" des großen Karstadt-Warenhausstandortes.

### Erschließung

#### ÖPNV

Das Hauptzentrum weist mit der unter dem Kottbusser Damm verlaufenden U-Bahnlinie U 8 (Station Schönleinstraße) und den Umsteigebahnhof Hermannplatz mit den kreuzenden Linien U 7 und U 8 eine hervorragende ÖPNV- Anbindung auf. Die zahlreichen über den Hermannplatz verlaufenden Buslinien machen diesen zu einem der wichtigsten Knoten des ÖPNV im Stadtbezirk.

#### MIV

Die Erreichbarkeit des Zentrumsbereichs für den motorisierten Individualverkehr ist durch das geringe Stellplatzangebot eingeschränkt. Lediglich der Karstadt-Standort bietet durch das zugeordnete Parkhaus hinreichend Stellplätze. Dem gegenüber ist das verfügbare Stellplatzangebot am Kottbusser Damm durch den Stellplatzbedarf der angrenzenden Wohnnutzung äußerst gering. Lediglich an einzelnen Geschäftsstandorten (Supermärkte) werden Kundenstellplätze mit geringen Kapazitäten angeboten.

#### Anlieferung

Die Anlieferbedingungen sind nur für den Karstadt-Standort durch einen Lieferhof auf dem Grundstück hinreichend. Im Verlauf des Kottbusser Damms sind Lieferzonen vorhanden, aber überwiegend durch ordnungswidriges Parken nicht nutzbar, so dass der Lieferverkehr häufig in zweiter Reihe auf dem rechten Fahrstreifen abgewickelt werden muss.

### Fußgänger/Radfahrer

Die Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer ist innenstadttypisch zwar grundsätzlich gegeben. Im Verlauf des Kottbusser Damms ist jedoch wegen des hohen Verkehrsaufkommens sowie wegen durch Sondernutzungen, Stellplätze und Lieferzonen eingeschränkte Gehwege die Aufenthaltsqualität gering, ein Anreiz zum entspannten Flanieren fehlt. Die Quermöglichkeiten sind durch die mehrspurige Fahrbahn und den begrünten Mittelstreifen eingeschränkt, so dass ein spontaner Wechsel der Straßenseiten oft nicht möglich ist.

Abstellmöglichkeiten für Fahrräder sind im gesamten Kreuzberger Teil des Hauptzentrums unzureichend vorhanden.

### **Bewertung**

Der Standort des Karstadt- Warenhauses ist mit seinem umfassenden Warenangebot dominierend und – bezogen auf den Kreuzberger Teil des Hauptzentrums – alleinbestimmend für die Erfüllung der Funktion eines Hauptzentrums. Der Kottbusser Damm erfüllt durch zahlreiche Lebensmitteldiscounter und kleinteilige Anbieter von Waren des täglichen Bedarfs zwar die Funktion als Nahversorgungszentrum für die umliegenden Blöcke. Das darüber hinausgehende Angebot an Waren des mittelfristigen Bedarfs bedient jedoch vor allem das Niedrigpreissegment. Gleiches gilt für das geringe Angebot an Waren des langfristigen Bedarfs. Die Gastronomie ist durch Imbissangebote geprägt, qualitativ höherwertige Angebote sind kaum vorhanden. Insgesamt entspricht die Angebotsstruktur am Kottbusser Damm nicht den Anforderungen an ein Hauptzentrum.

Sonstige, den Qualitätskriterien eines Hauptzentrums entsprechende Einrichtungen fehlen weitgehend. Dieses betrifft vor allem das kulturelle Angebot (Kino Moviemiento als einziger bedeutender Standort) und das Angebot an zentralen Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung und der Privatwirtschaft (z.B. Banken, Versicherungen, Firmenvertretungen).

Das Karstadt-Warenhaus ist zwar der flächenmäßig dominierende Standort, jedoch durch seine Insellage zwischen Hauptverkehrsstraßen weitgehend isoliert von seinem Umfeld. Die Dynamik dieses Standortes hat aus diesem Grund nur relativ geringen Einfluss auf die Entwicklung des übrigen Zentrumsbereichs.



Positiv zu bewerten ist dagegen das vielfältige Marktangebot. Neben dem Ökomarkt am Hohenstaufenplatz ist hier vor allem der auf Neuköllner Gebiet stattfindende Wochenmarkt am Maybachufer zu nennen. Beide Märkte tragen wesentlich zur Belebung auch des Kottbusser Damms bei.

### Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten

Bauliche Entwicklungspotentiale sind nur sehr begrenzt vorhanden. Wichtigster Standort ist das ehemalige Bilka-Warenhaus am nördlichen Endpunkt des zentralen Versorgungsbereichs (Kottbusser Damm 1). Auf dem Grundstück befindet sich eine dreigeschossige Nachkriegsbebauung. Die Nutzung auf diesem Grundstück als "Entrée" zum Zentrumsbereich sollte qualitativ aufgewertet werden, ggf. in Verbindung mit einer baulichen Verdichtung. Dies wird jedoch erschwert durch die bereits vollständige Bebauung des Grundstücks und die dementsprechend hohen realisierten Grund- und Geschossflächenzahlen sowie durch die Erschließung über den Nachbarhof.

Weitergehende Entwicklungspotentiale sind nur auf einzelnen untergenutzten Grundstücken auf der dem Bezirk Neukölln zugehörigen östlichen Straßenseite des Kottbusser Damms (Kottbusser Damm 73 bis 75 mit zweigeschossigen "Behelfsbauten") vorhanden.

Entwicklungspotenzial im Bestand besteht jedoch in den zahlreichen Läden, die derzeit noch durch Spielhallen genutzt werden. Aufgrund der gesetzlichen Regelungen ist hier ein deutlicher Rückgang entsprechender Betriebe zu erwarten. Durch die Umnutzung in Richtung Einzelhandel oder Gastronomie besteht die Möglichkeit, den Kottbusser Damm als Geschäftsstraße zu beleben.

### Handlungsempfehlungen

- Vernetzung des Karstadt- Standortes mit dem übrigen Zentrumsbereich durch
  - Verbesserung der Querungsmöglichkeiten über die Hauptverkehrsstraßen, insbesondere zum Standort "Neue Welt" (Bezirk Neukölln) und zur Hasenheide (Erschließung des ergänzenden Freizeit-, Gastronomie- und Erholungsangebotes) sowie in Richtung Kottbusser Damm

- Prüfung der Möglichkeiten eines Umbaus des Herrmannplatzes zum "Vorplatz" des Warenhaustandortes/ Zentrale Platzfläche im Zentrumsbereich (ggf. erforderliche Neuorganisation der KFZ-Verkehrsführung)
- Intensivierung der Kooperation mit dem Bezirk Neukölln hinsichtlich der Aktivitäten zur Zentrumsentwicklung
  - Geschäftsstraßen-/Zentrumsmanagement im Verbund Karl-Marx-Straße / Hermannplatz
  - Abstimmung der Entwicklung / Planung für den Standort "Neue Welt" und die Parkanlage der Hasenheide (Bezirk Neukölln) mit dem Ziel einer verstärkten Anbindung/ Vernetzung mit dem Zentrumsbereich Friedrichshain-Kreuzberg
- Prüfung der Ansiedlungsmöglichkeiten höherwertiger Einzelhandelsangebote im Rahmen des Geschäftsstraßenmanagements – in Abstimmung mit den Eigentümern
- Nutzung des Entwicklungspotentials/-bedarfs am Standort des ehem. Bilka- Kaufhauses (Kottbusser Damm 1) als „Eingang“ zum Hauptzentrum von Norden zur Stärkung der Zentrumsfunktion des Kottbusser Damms
- Nutzung des Entwicklungspotenzials im Bestand durch die erwartete Aufgabe von Spielhallenbetrieben
- Qualifizierung des Hohenstaufenplatzes als "Grünes Zentrum" der angrenzenden Wohnquartiere durch
  - Verbesserung der Rahmenbedingungen für Gastronomieangebote in der Bebauung der Platzkanten (z.B. durch Gehwegverbreiterungen)
  - Intensivierung der Pflege der Pflanzungen auf dem Hohenstaufenplatz
- Nutzung der Magnetwirkung des Marktes am Maybachufer für die Geschäftsstraßenentwicklung Kottbusser Damm durch
  - Neugestaltung der Platzfläche vor ehem. Bilka- Standort und zusätzliche Querung über den Kottbusser Damm

- Nutzung des Marktimages für eine Markenbildung des Hauptzentrums (biologisch- ethnisch/orientalisch)
- Kooperation ortsansässiger Einzelhändler mit Marktmanagement/ Beteiligung an Markttagen
- Verbesserung des kulturellen Angebots durch
  - Vernetzung kultureller Einrichtungen/ Kulturschaffender im Umfeld des Hauptzentrums.
  - Untersuchung der Möglichkeiten zur Etablierung eines Kulturstandortes (z.B. Ateliers, Galerien, Übungs-/ Aufführungsräume; Bedarfsanalyse, ggf. Standortsuche)
- Berücksichtigung und Abgleich der vorhandenen Konzepte für das Umfeld (z.B. INSEK und Städtebaulicher Denkmalschutz Urbanstraße, Aktionsräume Kreuzberg-Nordost und Neukölln-Nord, Milieuschutzgebiet Graefestraße)

4.2.4 Stadtteilzentrum Mehringdamm/Bergmannstraße

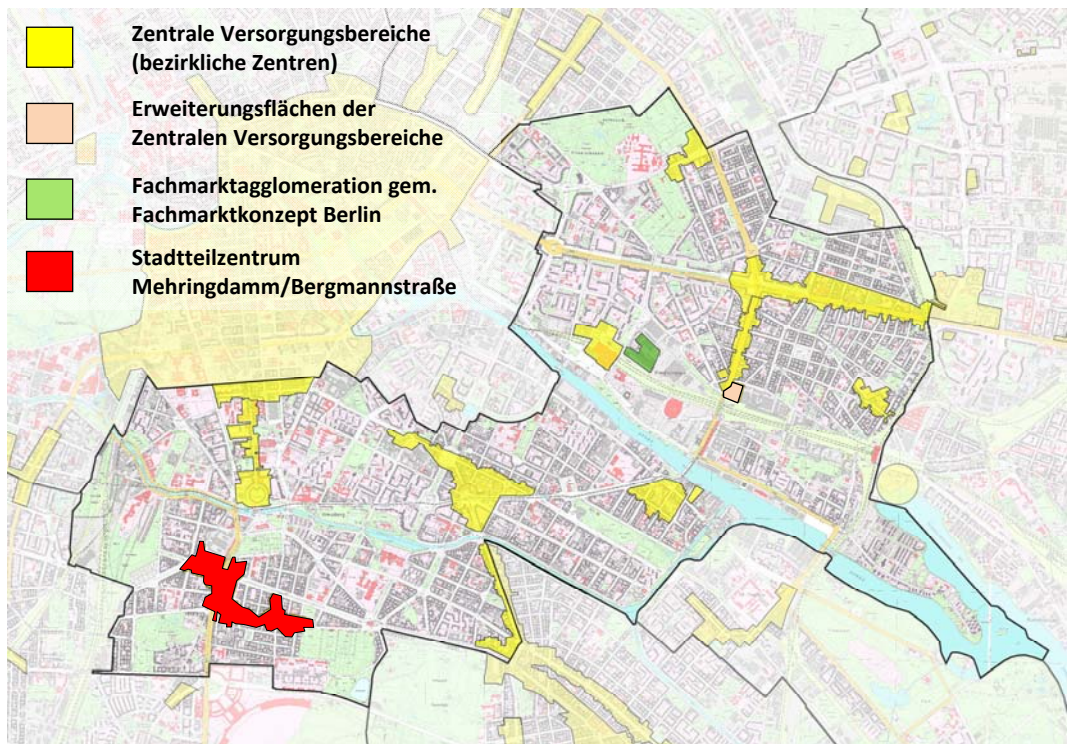
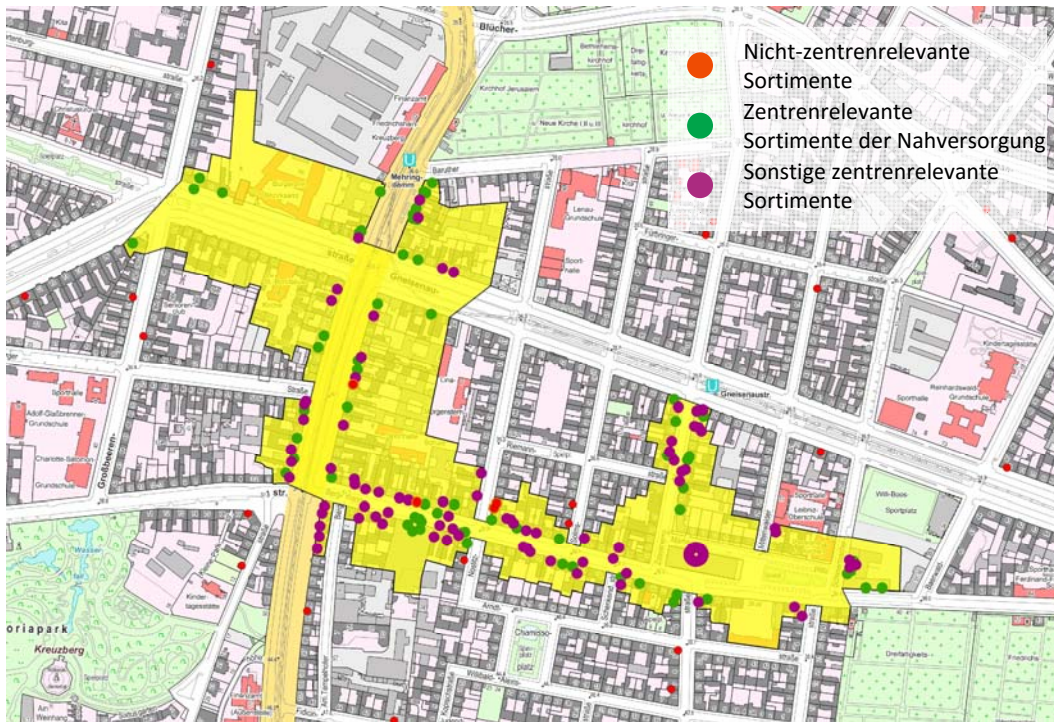


Abb.23: Lage des Stadtteilzentrums Mehringdamm/Bergmannstraße



Abb. 24 und 25: Straßenszene Bergmannstraße, Markthalle XI am Marheinekplatz



**Abb. 26:** Einzelhandel im Stadtteilzentrum Mehringdamm/Bergmannstraße

**Tab. 37:** Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	<b>Qualitätskriterien für Stadtteilzentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Stadtteilzentrums Mehringdamm/Bergmannstraße</b>
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bezirksrathaus, Krankenhaus, Bildungseinrichtungen	Zentraler Verwaltungsstandort Rathaus; Finanzamt, Handelskammer und mehrere Schulstandorte im Umfeld
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kleinkunsth Bühnen, Veranstaltungsräume, Bibliothek, Museum	Theaterstandorte, „Yorck“-Kino, gebietsangrenzend AGB
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Mehrere Finanz- und Gesundheitsdienstleister, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern, Anwaltskanzleien etc.	Mehrere Bankfilialen (Mehringdamm/Gneisenaustraße), Gesundheitszentrum Bergmannstraße 5,
<b>Gastronomieangebot</b>	Restaurants, Cafés, Bistro	Gastronomie-schwerpunkte Mehringdamm und Bergmannstraße

	<b>Qualitätskriterien für Stadtteilzentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Stadtteilzentrums Mehringdamm/ Bergmannstraße</b>
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Umfassender zentrenrelevanter Einzelhandelsmix Anteil Nahrungs- und Genussmittel 20-30 % Anteil Bekleidung 20-30 %	Nahrungs- und Genussm. 43% Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren 22 %
<b>Nahversorgung</b>	Differenzierter Betriebstypenmix: SB-Warenhäuser, große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Vorwiegend kleinteilige Angebote, lediglich Kaiser's und Netto als größere Lebensmittelanbieter
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Alle Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. Shopping-Center (<20.000 m <sup>2</sup> VKF), Einkaufspassagen, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte, Facheinzelhandel, Filialisten	Markthalle XI am Marheinekeplatz. Einrichtungshaus Blücherplatz (gebietsangrenzend) als einziger Standort mit spezialisierter Vertriebsform und hohem Flächenangebot
<b>Angebotsqualität</b>	Niedriges und mittleres Angebotsniveau,	Im Bereich Bergmannstraße qualitativ hochwertigeres Angebot, niedrigpreisiges Angebot eher in Nebenlagen
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder; hohe Passantenfrequenzen	Erfüllt
<b>Straßennetz</b>	Lage an bzw. gute Erreichbarkeit über bedeutende Hauptverkehrsstraßen	Erfüllt (Mehringdamm, Yorckstraße/Gneisenaustraße)
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn und Buslinien	Erfüllt (U6, U7, div. Buslinien)
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	Ca. 10-50.000 m <sup>2</sup> VKF	Erfüllt (ca. 11.200 m <sup>2</sup> )

## Öffentliche Einrichtungen

Rathaus/ Bezirksamt

### *Im Umfeld*

Finanzamt,

Handwerkskammer mit Bildungs- und Technologiezentrum (Mehringdamm/ Ecke Blücher-/ Obentrautstraße)

Lina-Morgenstern OS, Leibniz-OS, Adolf Glaßbrenner GS, Lenau-GS,

Charlotte-Salomon-GS

## Kulturelles Angebot

Mehringhof mit Mehringhoftheater

BKA

Kino "Yorck"

### *Im Umfeld*

Amerika-Gedenkbibliothek

## Freizeit und Gastronomieangebot

Gastronomieschwerpunkte Mehringdamm und Bergmannstraße

## Dienstleistungsangebot

Filialen Commerzbank, Deutsche Bank, Berliner Bank am Mehringdamm, Berliner Sparkasse

Gneisenaustraße,

Gesundheitszentrum Bergmannstraße 5

Zahlreiche Hotels und Hostels

## Einzelhandel

### Verkaufsfläche

*nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)*

Nahversorgung 6.706 m<sup>2</sup>

Sonstige zentrenrelevante

Sortimente 4.191 m<sup>2</sup>

Nicht-zentrenrelevante

Sortimente 276 m<sup>2</sup>

*nach Sortimenten*

Nahrungs- u. Genussmittel 4.786 m<sup>2</sup>

Bekleidung, Schuhe/ Lederw. 2.484 m<sup>2</sup>

Sonstige 3.903 m<sup>2</sup>

### Einzelhandelsvertriebsformen

#### *Vertriebsformen*

- Center, Passagen, Kauf-/ Warenhäuser nicht vorhanden. Gebietsangrenzend: Domäne (ehem. Hertie-Warenhaus) als Einrichtungsfachmarkt im Umfeld.
- Sonderstandort Marheineke-Markthalle mit gehobenem Lebensmittelangebot in Kombination mit Gastronomie.
- Überwiegend kleinteiliger Facheinzelhandel, geringer Filialisierungsgrad

*EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF*

Kaisers ca. 1.500 m<sup>2</sup>

Netto ca. 700 m<sup>2</sup>

dm ca. 600 m<sup>2</sup>

Alnatura ca. 700 m<sup>2</sup>

Colours Vintage ca. 800 m<sup>2</sup>

### Angebotsqualität

Bergmannstraße: Tendenz zu qualitativ hochwertigem Angebot, spezialisierter Lebensmittel-EH

### Straßennetz

Anbindung an Hauptverkehrsachsen durch Mehringdamm und Yorck-/ Gneisenaustraße

### Öffentliche Verkehrsmittel

U-Bahnhof Mehringdamm (Umsteigebahnhof U7 und U6)

U-Bahnhof Gneisenaustraße (U7)

*Buslinien*

M19, 140, 248, N6, N7, N42

### Flächenausstattung

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs ca. 242.000 m<sup>2</sup>,

Verkaufsfläche insgesamt: 11.173 m<sup>2</sup>

## Einordnung in das Zentrengefüge

Im Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 ist der Bereich Mehringdamm als Stadtteilzentrum ausgewiesen. Seine Verkaufsfläche bewegt sich am unteren Ende der Orientierungswerte für Stadtteilzentren.

Der Mehringdamm ist Teil eines historisch gewachsenen Straßenzugs, der die Stadt in Nord-Süd-Richtung durchquert und dabei zahlreiche zentrale Versorgungsbereiche passiert (so etwa HZ Gorkistraße/Berliner Straße, HZ Müllerstraße, NVZ Chausseestraße, ZBK Friedrichstraße/ZB Historische Mitte, NVZ Mehringplatz/südl. Friedrichstraße, STZ Mehringdamm, STZ Tempelhofer Damm, OTZ Mariendorfer Damm). Aufgrund des Baus der Amerika-Gedenkbibliothek 1954 und des Umbaus des Mehringplatzes in den sechziger Jahren ist die Verkehrsverbindung jedoch unterbrochen und als durchgehende Achse nur noch bedingt wahrnehmbar.

Im Rahmen des 2012 beschlossenen bezirklichen Zentrenkonzepts erfolgte eine Neudefinition dieses zentralen Versorgungsbereichs mit einer Erweiterung um die direkt angrenzende Bergmannstraße, die als soziales und gewerbliches Zentrum des Chamissokiezes über einen sehr dichten und vitalen Besitz an Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben verfügt. Darüber hinaus befindet sich an der Bergmannstraße die Marheinekemarkthalle (ehem. Markthalle XI) als besonderer Einzelhandelsstandort mit stadtweitem Bekanntheitsgrad. Diese Gegebenheiten haben dazu geführt, dass die Bergmannstraße über die Bezirksgrenzen hinaus Bedeutung als Einkaufs- und Freizeitziel besitzt.



Das Zentrum besteht aus den Straßenzügen Yorckstraße (östlich Großbeerenstraße), Mehringdamm (südl. Baruther Straße/Finanzamt und nördlich Bergmannstraße), Bergmannstraße, Zossener Straße (südlich Gneisenaustraße) sowie dem Marheinekeplatz und der an die jeweiligen Straßenabschnitte und den Marheinekeplatz angrenzenden Bebauung.

### **Bebauungs- und Nutzungsstruktur**

#### Bebauungsstruktur

Die Bebauung ist in weiten Teilen durch die typische kleinteilige und dichte gründerzeitliche Bauweise geprägt, die vor allem aufgrund ihrer stadträumlichen Qualitäten als Wohnlage geschätzt wird.

Der nördlich der Achse Yorck-/ Gneisenaustraße gelegene Zentrumsbereich weicht hiervon deutlich ab. Der "Rathausblock" (Block 162) wird durch die hier stadtbilddominierende Nachkriegsbebauung des Rathauses (mit zehngeschossigem Hochhaus) an der Yorckstraße und des Finanzamtes (ehemalige Kaserne des Garde-Dräger-Regiments) am Mehringdamm geprägt. Der Innenbereich dieses Blocks ist durch eine starke Unterausnutzung gekennzeichnet (ein- bis maximal zweigeschossige Baukörper mit gewerblicher Nutzung). In diesem Bereich befanden sich die Ställe, Reitbahnen und Nebengebäude des Kasernenstandortes, deren Reste heute unter Denkmalschutz stehen. Bereits seit 1920 wird dieses Gelände als Gewerbehof genutzt und ist heute überwiegend kleinteilig vermietet (hoher Anteil an Betrieben der KFZ-Branche).

Das den östlich anschließenden Block 155 zwischen Mehringdamm, Blücher-, Zossener- und Baruther Straße vollständig einnehmende Friedhofsgelände stellt aufgrund seiner geschlossenen Einfriedung eher eine städtebauliche Barriere zwischen den Quartieren als einen erlebbaren Grünraum dar.

Nördlich des Zentrumsbereichs befindet sich das ehemalige Hertie-Kaufhaus (heutige Nutzung durch einen Einrichtungsfachmarkt) als einziger Einzelhandelsstandort mit hohem Flächenangebot und überörtlicher Bedeutung. Die überdimensionierte Fahrbahn der Blücherstraße und des Einmündungsbereichs zum Mehringdamm, das Friedhofsgelände und die langgestreckte Fassade des Finanzamtes ohne Einzelhandelsbesatz erschweren bzw. verhindern es nachhaltig, diesen Standort als Magnetbetrieb an das Stadtteilzentrum anzubinden.

### Nutzungsstruktur

Im "Rathausblock" dominiert die Nutzung durch Verwaltungseinrichtungen und kleinteiliges Gewerbe im Blockinnenbereich. Nur entlang der Großbeerstraße und im westlichen Abschnitt der Obentrautstraße befindet sich geschlossene Wohnbebauung. Der Discounter NP sowie die Kaiser's-Filiale an der Yorckstraße spielen für die Versorgung der umliegenden Wohnquartiere eine wichtige Rolle.

In den an das Zentrum angrenzenden Baublöcken südlich der Yorck-/Gneisenaustraße dominiert die Wohnnutzung. Teilweise befinden sich in den Blockinnenbereichen gewerbliche Nutzungen (insbes. im Block 215 zwischen Mehringdamm, Bergmann-, Nostiz- und Gneisenaustraße) und Standorte der sozialen Infrastruktur (Lina-Morgenstern-OS, Leibnitz-OS).

Das gesamte Zentrum hat sich in den letzten Jahren zu einem touristischen Schwerpunkt entwickelt. Dies zeigt sich neben der hohen Besucherzahl im Straßenbild auch durch die hohe Dichte an Beherbergungsbetrieben (Hotels, Hostels etc.).

### Erschließung

#### ÖPNV

Die Erschließung des Stadtteilzentrums durch den ÖPNV ist innenstadttypisch ausgezeichnet. Der U-Bahnhof Mehringdamm ist Kreuzungsbahnhof der in Nord-Süd- bzw. Ost-West-Richtung verlaufenden U-Bahnlinien U6 und U7. Über den U-Bahnhof Gneisenaustraße ist der östliche Bereich der Bergmannstraße in fußläufiger Entfernung an das Liniennetz angebunden.

Mit dem Bus ist der Kiez um die Bergmannstraße mit der Linie 248 in Nord-Süd-Richtung angebunden. Durch die Yorck- und Gneisenaustraße sowie den Mehringdamm verlaufen mehrere Tages- und Nachtbuslinien (M 19, Bus 140, N6, N7, N 42), die eine Anbindung in Richtung Alexanderplatz, Kurfürstendamm, Schöneberg, Tempelhof und Neukölln gewährleisten.

#### MIV

Die Erreichbarkeit für den MIV (PKW) ist durch das begrenzte Stellplatzangebot eingeschränkt. Nennenswerte, über straßenbegleitendes Parken hinausgehende Stellplatzangebote bestehen lediglich am Standort des Rathauses und auf Teilen

der Mittelstreifen von Mehringdamm und Yorckstraße/Gneisenaustraße (teilweise gebührenpflichtig oder zeitlich eingeschränkt).

Es ist geplant, die Bergmannstraße zunächst temporär zu einer Begegnungszone umzuwidmen, um den Nutzungskonflikten zwischen Auto- und Radfahrern sowie Fußgängern gerecht zu werden. Die Neugestaltung soll zu einem besseren Verhältnis der Verkehrsteilnehmer und einer Reduzierung des Unfallpotenzials führen.

### Anlieferung

In der Bergmannstraße fehlen Lieferzonen bzw. werden durch den MIV missachtet (ordnungswidriges Parken), was erhebliche Probleme bei der Anlieferung zur Folge hat (haltende Lieferfahrzeuge in der Fahrbahn) und zu erheblichen Behinderungen der Verkehrsabläufe im Straßenverlauf führt.

### Fahrrad

Die Erreichbarkeit für Radfahrer ist im Bereich der Bergmannstraße durch mangelnden Fahrkomfort (fehlende Radverkehrsanlagen, Behinderung durch Lieferverkehr, vielfach gepflasterte Fahrbahnen in Nebenstraßen) und unzureichendes Stellplatzangebot eingeschränkt. Im Bereich Mehringdamm und Yorck-/ Gneisenaustraße sind straßenbegleitende Radverkehrsanlagen beidseitig vorhanden.

### Fußgängerverkehr

In der Bergmannstraße ist sowohl aufgrund ihrer Versorgungsfunktion als auch ihrer Freizeitfunktion ein hohes Aufkommen an Fußgängern zu verzeichnen. In Verbindung mit dem hohen Anteil an Sondernutzungen des Gehweges (Außengastronomie) kommt es hier teilweise zu Konflikten.

Erhöhtes Fußgängeraufkommen ist auch im Bereich des Knotens Yorck-/Gneisenaustraße und Mehringdamm zu beobachten, das vor allem aus Zu- bzw. Umsteigevorgängen (U-Bahn/Bus) und aus dem Zielpublikum der dortigen Verwaltungseinrichtungen (Rathaus, Finanzamt) und Gastronomieangebote resultiert. Insbesondere im Warte- und Verzehrereich der hier angesiedelten Imbiss-Gastronomie (Curry 36, Mustafas Gemüse-Kebab) besteht aufgrund deren besonderer Anziehungskraft für Touristen ein deutliches Konfliktpotenzial mit der Verkehrsfunktion der Geh- und Radwege.

In den übrigen Bereichen des Stadtteilzentrums (westlicher Abschnitt der Yorckstraße, Mehringdamm) ist das Fußgängeraufkommen gering bis sehr gering.

Die Einführung einer Begegnungszone in der Bergmannstraße ist geplant und befindet sich zurzeit in der Abstimmung.

### **Bewertung**

Das Angebot an öffentlichen und kulturellen Einrichtungen, das Dienstleistungs- sowie das Freizeit- und Gastronomieangebot ist in Teilbereichen als leicht defizitär, insgesamt jedoch als voll zentrumsadäquat einzuschätzen. Mit dem Rathaus/ Finanzamt befindet sich im Bereich des Zentrums der wichtigste bezirkliche Verwaltungsstandort. Mit dem Mehringhoftheater, BKA und dem Yorck Kino sind im Bereich Mehringdamm/ Yorckstraße wichtige Einrichtungen des Bereichs Freizeit/ Kultur vorhanden. Dem gegenüber ist hier das Einzelhandelsangebot unzureichend, insbesondere fehlen großflächige Betriebe des Bereichs Nahrungs- und Genussmittel.

Die Bergmannstraße ist einer der bezirklichen Schwerpunkte des Gastronomie-Angebots. Das Einzelhandelsangebot ist hier ausreichend, während jedoch größere öffentliche Einrichtungen, kulturelle Angebote und Freizeiteinrichtungen weitgehend fehlen.

Einzelne, für ein Stadtteilzentrum typische Einrichtungen fehlen im zentralen Versorgungsbereich bzw. sind unzureichend vorhanden (z.B. Krankenhaus, Bibliothek, Freizeitsport), befinden sich aber im weiteren Umfeld des Standortes (z.B. Krankenhaus am Urban, AGB, Prinzenbad, Park am Gleisdreieck, Deutsches Technikmuseum).

Der Branchenmix und die Vertriebsformen des Einzelhandels entsprechen eher der Typik eines Ortsteilzentrums, nicht jedoch der Funktion eines Stadtteilzentrums. Der Anteil an Nahrungs- und Genussmitteln (42,8 %) ist für ein Stadtteilzentrum überrepräsentiert, der Anteil des Angebotes im Bereich Bekleidung zu gering (22,2 %). Der Filialisierungsgrad ist sehr niedrig, es dominieren eindeutig inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe. Einkaufscenter/ -passagen, Kaufhäuser, SB-Warenhäuser und Fachmärkte fehlen mit Ausnahme des Möbelmarktes am Blücherplatz vollständig.

Magnetbetriebe mit einem zentrumsadäquaten Einzugsbereich sind nicht vorhanden. Die Nutzflächen der ansässigen Einzelhandelsbetriebe sind weit

überwiegend sehr klein. Im gesamten zentralen Versorgungsbereich haben lediglich 5 Betriebe eine Nutzfläche von über 400 m<sup>2</sup>. Lokale Magnetwirkung besitzen lediglich die Supermarkt- und Discounterfilialen im Gesundheitszentrum (Bergmannstraße 5) und die Marheinekemarkthalle. Im Umfeld des Zentrumsbereiches stellen die "Domäne" als großflächiger Einrichtungsfachmarkt und die Amerika-Gedenkbibliothek am Blücherplatz wichtige zentrentypische Einrichtungen dar. Eine Anbindung an den zentralen Versorgungsbereich Mehringdamm/Bergmannstraße ist jedoch aufgrund der Distanz und der städtebaulichen Barrieren sehr schwierig, so dass sie nur geringe Bedeutung für die Zentrumsentwicklung besitzen.

Insgesamt erfüllt der Zentrale Versorgungsbereich Mehringdamm/Bergmannstraße die Funktion als Stadtteilzentrum nur eingeschränkt und bedarf einer Aufwertung bzw. Ansiedlung entsprechender, für ein Stadtteilzentrum typischer Nutzungen. Außerdem besteht wie auch in anderen touristisch beliebten Quartieren der Stadt die Gefahr einer fortschreitenden gewerblichen Gentrifizierung, bei der vor allem auf die örtliche Bevölkerung zielende Einkaufsmöglichkeiten zunehmend durch Gastronomieangebote verdrängt werden.

### **Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten**

Im 2012 beschlossenen bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept war der als Dragoner-Areal bekannte nördliche Teil des „Rathausblocks“ (südwestlich der Kreuzung Mehringdamm/Obentrautstraße) als Erweiterungsfläche für das Stadtteilzentrum Mehringdamm/Bergmannstraße vorgesehen. Das bisher durch das Finanzamt und Kleingewerbe genutzte Areal soll nach den bezirklichen Vorstellungen nun mit einer Mischnutzung (vorwiegend Wohnen, außerdem kulturelle und gewerbliche Nutzungen) entwickelt werden. Für eine nennenswerte Ausweitung der Einzelhandelsflächen steht es damit nicht mehr zur Verfügung.

Weitere Entwicklungspotenziale im Bestand sind im Stadtteilzentrum Mehringdamm/Bergmannstraße nicht vorhanden.

### Handlungsempfehlungen

Empfohlen wird folgende räumlich differenzierte Schwerpunktzuweisung innerhalb des Stadtteilzentrums:

- Bergmannstraße  
Schwerpunkt des Warenangebots für kurzfristigen Bedarf/  
Nahversorgung, kleinteiligen Facheinzelhandel und für Gastronomie
- Yorckstraße/ Knoten Mehringdamm  
Schwerpunkt zentrale Verwaltungseinrichtungen, kulturelle Einrichtungen  
und Gastronomie

#### Bergmannstraße

Die Einzelhandelsstruktur im Bereich der Bergmannstraße entspricht heute bereits dieser Funktionszuweisung, erscheint stabil und ist zu erhalten. Nennenswerte weitergehende Ansiedlungspotentiale bestehen hier nicht.

Für einen nachhaltigen Erhalt der Funktion bzw. zur qualitativen Aufwertung sollten folgende Maßnahmen geprüft werden:

- Qualitative Aufwertung der Gehwegbereiche durch
  - Steuernde, ggf. restriktive Vergabe von Sondernutzungserlaubnissen (Minderung Konfliktpotential in Folge gastronomischer Nutzungen im Gehwegbereich)
  - Einordnung zusätzlicher Stellplätze für Fahrräder (Fahrradbügel)
- Lieferzonenkonzept zur Minderung von Konflikten im Fahrbahnbereich
- Umsetzung (und fortlaufende Evaluierung) des geplanten Umbaus zur Begegnungszone

#### Yorckstraße/ Knoten Mehringdamm

Der Erhalt der kulturellen Angebote im Knotenbereich Yorckstraße/ Mehringdamm und deren Erweiterung bzw. Ergänzung um Freizeit- (z.B. Fitness) und Gastronomieangebote ist anzustreben. In diesem Zusammenhang sollte die Aufenthaltsqualität in den Gehwegbereichen verbessert werden. Ein besonderes Potential stellt hierbei der Seitenraum der östlichen Seite des Mehringdamms zwischen Gneisenaustraße und Bergmannstraße dar. Der großzügige Gehweg in

diesem Abschnitt ist teilweise durch Pflanzinseln von der Fahrbahn abgegrenzt und bietet damit bereits jetzt eine relativ hohe Aufenthaltsqualität, die gestärkt werden sollte.

Folgende Maßnahmen sollten geprüft werden:

- Qualifizierung der östlichen Seite des Mehringdamms (Abschnitt Yorckstraße bis Bergmannstraße) als attraktiver Aufenthaltsraum/ attraktive fußläufige Verbindung zur Bergmannstraße (z.B. Einordnung von Sitzbänken, besondere Lichtgestaltung durch separate Gehwegbeleuchtung, Patenschaften für Pflanzinseln)
- Stärkung/ Ansiedlung von Nutzungen aus den Bereichen Freizeit/ Kultur (z.B. "Kulturhof" in Gewerbeobjekten Mehringdamm 43, 51, 53-57)
- Qualitative Aufwertung südlicher Gehwegbereich Yorckstraße (Umfeld Yorck-Kino), z.B. Nachpflanzung fehlender Straßenbäume
- Signalisierung besonderer Standorte im Zentrumsbereich (z.B. Bezirksrathaus, Markthalle, Kulturstandorte) im Knotenbereich Yorckstraße/ Mehringdamm (Wegweiser/ Leitsystem)

Langfristig ist außerdem die Wiederbelebung der städtebaulichen Achse Friedrichstraße - Hallesches Tor - Mehringdamm beabsichtigt. Hierzu soll insbesondere der Bereich um den Mehringplatz, die Amerika-Gedenkbibliothek und den Blücherplatz neu gestaltet werden. Mit Umsetzung dieser Maßnahmen reiht sich der Mehringdamm wieder in die mit zahlreichen zentralen Versorgungsbereichen besetzte Nord-Süd-Verbindung ein. Eine Rekonstruktion der durchgehenden Straßenverbindung ist jedoch aufgrund der zahlreichen Restriktionen (u.a. unzureichende Straßenquerschnitte, Fußgängerzone Mehringplatz/südliche Friedrichstraße, Nutzung der Hallesches-Tor-Brücke) nicht geplant.

4.2.5 Stadtteilzentrum Kottbusser Tor/Oranienstraße

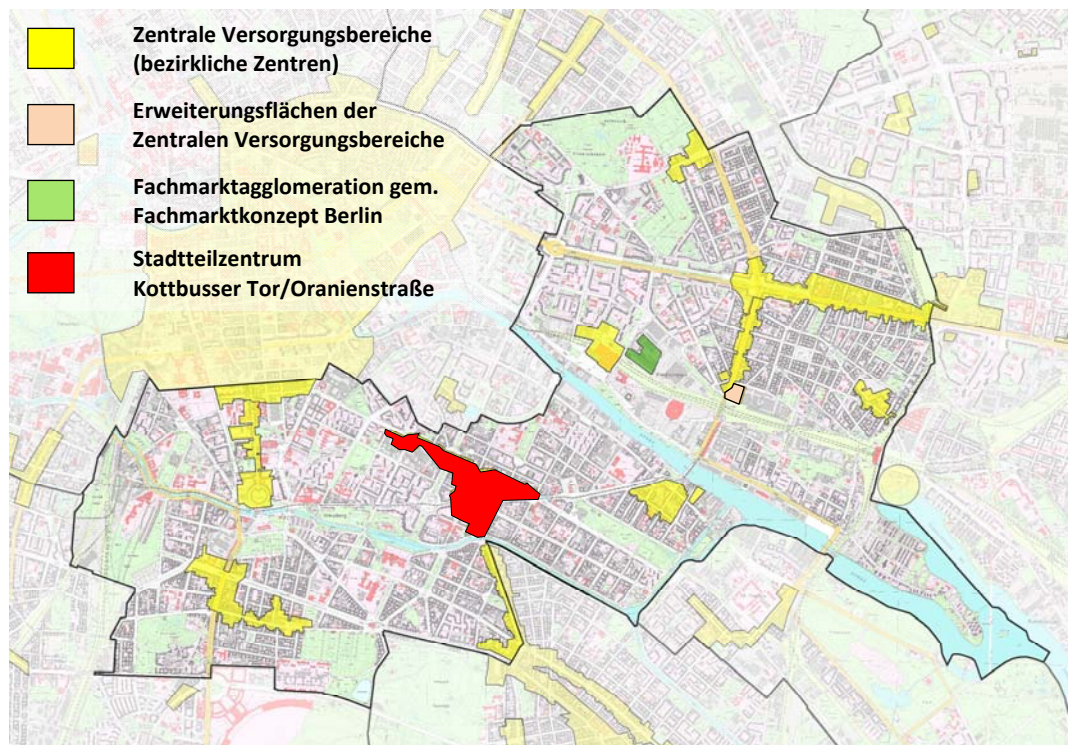
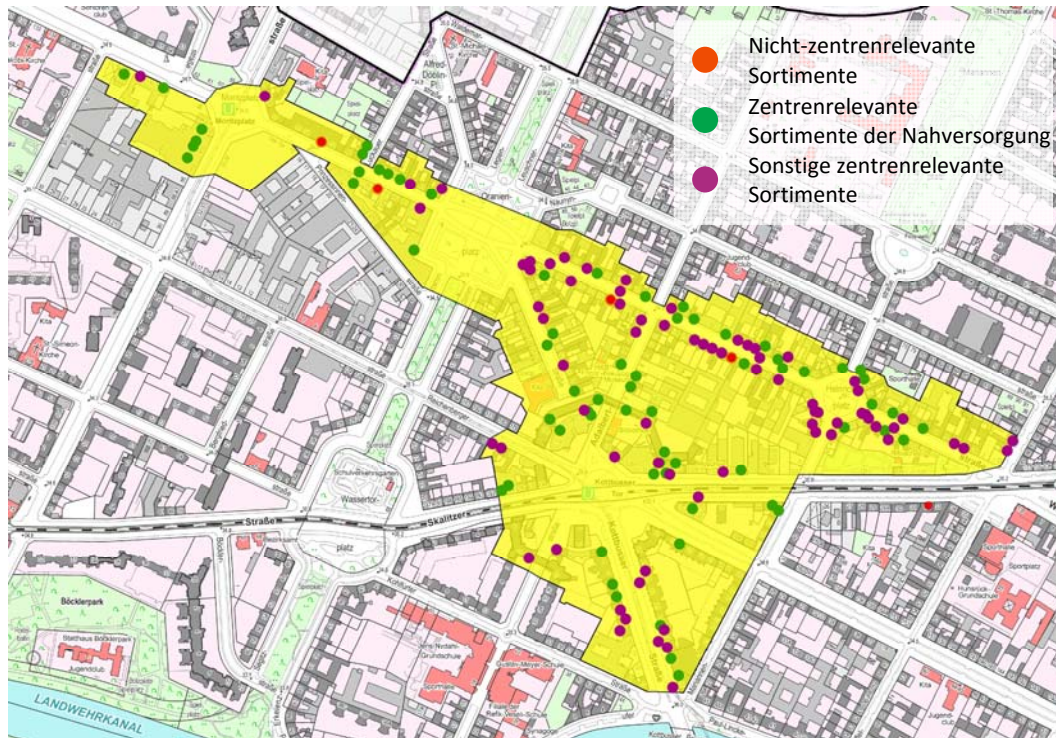


Abb.27: Lage des Stadtteilzentrums Kottbusser Tor/Oranienstraße



Abb. 28 und 29: Straßenszene Heinrichplatz, Aufbauhaus am Moritzplatz





**Abb. 30:** Einzelhandel im Stadtteilzentrum Kottbusser Tor/Oranienstraße

**Tab. 38:** Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	<b>Qualitätskriterien für Stadtteilzentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Stadtteilzentrums Kottbusser Tor/Oranienstraße</b>
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bezirksrathaus, Krankenhaus, Bildungseinrichtungen	Wenige öffentliche Einrichtungen im Gebiet / Umfeld
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kleinkunstabühnen, Veranstaltungsräume, Bibliothek, Museum	2 Kinos
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Mehrere Finanz- und Gesundheitsdienstleister, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern, Anwaltskanzleien etc.	Kreuzberg-Museum, Bibliothek, mehrere Bankstandorte am Kottbusser Tor, Ärztehaus Oranienstr. 158/159
<b>Gastronomieangebot</b>	Restaurants, Cafés, Bistro	Erfüllt

	<b>Qualitätskriterien für Stadtteilzentren</b> (gem. StEP Zentren 3)	<b>Bewertung des Stadtteilzentrums Kottbusser Tor/Oranienstraße</b>
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Umfassender zentrenrelevanter Einzelhandelsmix Anteil Nahrungs- und Genussmittel 20-30 % Anteil Bekleidung 20-30 %	Nahrungs- u. Genussmittel 26% Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren 7 % Schwerpunkt bei der Nahversorgung, bei Musikalien und Papier/Büro/Schreibwaren bzw. Künstlerbedarf. Defizite im Angebot für sonstige Sortimente
<b>Nahversorgung</b>	Differenzierter Betriebstypenmix: SB-Warenhäuser, große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Vorwiegend kleinteilige Angebote, Kaiser's, Aldi, Norma, Lidl (2x) und Rossmann als größere Anbieter
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Alle Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. Shopping-Center (<20.000 m <sup>2</sup> VKF), Einkaufspassagen, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte, Facheinzelhandel, Filialisten	Überwiegend inhabergeführter Facheinzelhandel, mehrere Lebensmittelmarktstandorte. Fachmärkte am Moritzplatz
<b>Angebotsqualität</b>	Niedriges und mittleres Angebotsniveau,	Oranienstraße mittleres Preisniveau, Kottbusser Tor und Kottbusser Straße überwiegend niedriges Preisniveau
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder; hohe Passantenfrequenzen	Erfüllt
<b>Straßennetz</b>	Lage an bzw. gute Erreichbarkeit über bedeutende Hauptverkehrsstraßen	Erfüllt (Skalitzer Straße, Kottbusser Straße, Oranienstraße)

	<b>Qualitätskriterien für Stadtteilzentren</b> (gem. StEP Zentren 3)	<b>Bewertung des Stadtteilzentrums Kottbusser Tor/Oranienstraße</b>
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn und Buslinien	Erfüllt (U1, U8, div. Buslinien)
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	Ca. 10-50.000 m <sup>2</sup> VKF	Ca. 22.100 m <sup>2</sup>

### Öffentliche Einrichtungen

Stadtteilbibliothek Kottbusser Tor  
 Union Sozialer Einrichtungen („Blindenanstalt“)  
*Im Umfeld*  
 Jens- Nydahl- GS  
 Gustav-Meyer Schule (Sonderschule)  
 Hunsrück-GS

### Kulturelles Angebot

Neue Gesellschaft für bildende Kunst (NGBK)  
 Friedrichshain-Kreuzberg Museum  
 Kino Babylon  
 fsk Kino

#### *Im Umfeld*

Ballhaus Naunynstraße  
 Künstlerhaus Bethanien

### Freizeit und Gastronomieangebot

SO 36  
 Max und Moritz, Hasir,  
 vielfältiges Gastronomieangebot v.a. in der Oranienstraße  
 Qualitativ einfacheres Gastronomieangebot am Kottbusser Tor.

### Dienstleistungsangebot

Mehrere Friseure und Reisebüros,  
 kein wesentlich darüber hinausgehendes Dienstleistungsangebot.  
 Kottbusser Tor als zentraler Bankenstandort im Gebiet, mehrere türkische Bankhäuser.

### Einzelhandel

#### Verkaufsfläche

*nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)*

Nahversorgung	9.973 m <sup>2</sup>
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	11.141 m <sup>2</sup>
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	936 m <sup>2</sup>

*nach Sortimenten*

Nahrungs- u. Genussmittel	5.725 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Schuhe/ Lederw.	1.639 m <sup>2</sup>
Sonstige	14.686 m <sup>2</sup>

#### Einzelhandelsvertriebsformen

### Vertriebsformen

- Weit überwiegend kleinteiliger Facheinzelhandel, inhabergeführt, Fachmärkte (Musikalien und PBS/Künstlerbedarf), mehrere Supermärkte/ Discounter, kaum sonstige Filialisten.
- Die Vertriebsformen Shopping Center, SB-Warenhäuser; Verbrauchermärkte fehlen vollständig.

### EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF

Just Music	ca.7.000 m <sup>2</sup>
Modulor	ca.3.000 m <sup>2</sup>
Kaiser's	ca. 1800 m <sup>2</sup>
Lidl Oranienplatz 4,	ca. 800 m <sup>2</sup>
Lidl Kottbusser Str. 16	ca. 700 m <sup>2</sup>
Norma	ca. 700 m <sup>2</sup>
Aldi	ca.500 m <sup>2</sup>
Bio Company	ca.500 m <sup>2</sup>
Rossmann	ca.500 m <sup>2</sup>

### Angebotsqualität

Kleinteiliger Facheinzelhandel in der Oranienstraße überwiegend mit Angeboten mittlerer Qualität.

Angebotsqualität am Kottbusser Tor und in der Kottbusser Straße tendenziell im niedrigen Preissegment.

### Straßennetz

Skalitzer Straße als Haupterschließungsachse,  
Kottbusser Straße, Oranienstraße, Prinzenstraße mit überörtlicher Verbindungsfunktion

### Öffentliche Verkehrsmittel

U-Bahnhof Kottbusser Tor als Umsteigebahnhof (U1, U8),  
U-Bahnhof Moritzplatz (U8),  
U-Bahnhof Görlitzer Bahnhof (U1)

#### Buslinien

140; M29, N1, N47

### Flächenausstattung

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs	ca. 294.000 m <sup>2</sup> ,
Verkaufsfläche insgesamt:	22.050 m <sup>2</sup>

### Einordnung in das Zentrengefüge

Im Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 ist der Bereich Kottbusser Tor als Stadtteilzentrum ausgewiesen. Der Einzelhandelsbestand verfügt über eine Verkaufsfläche von rd. 22.000 m<sup>2</sup> und liegt damit innerhalb der Orientierungswerte des StEP Zentren 3.

Das Stadtteilzentrum besteht aus dem Straßenzug der Oranienstraße (beidseitig östlich des Moritzplatzes sowie an der südlichen Straßenseite zwischen Moritzplatz und Lobeckstraße), der Skalitzer Straße (beidseitig zwischen Kottbusser Tor und Mariannenstraße sowie an der nördlichen Straßenseite bis

zur Oranienstraße), der Kottbusser Straße und dem Kottbusser Tor mit der jeweils angrenzenden Bebauung (einschließlich der westlichen Straßenseite der Mariannenstraße).

### **Bebauungs- und Nutzungsstruktur**

#### Bebauungsstruktur

Nördlich des Kottbusser Tores ist der gründerzeitliche Stadtgrundriss mit seiner typischen Bebauung mit Vorderhaus, Seitenflügeln und mehreren Quergebäuden erhalten und im Rahmen der "behutsamen Stadterneuerung" weitgehend saniert worden.

Das "Neue Kreuzberger Zentrum" (heute: "Zentrum Kreuzberg") am Kottbusser Tor mit zehngeschossiger, halbkreisförmiger Bebauung und vorgelagerter, bis zu dreigeschossiger gewerblicher Bebauung ist Resultat der Autobahnplanungen und "Kahlschlagsanierung" der sechziger und siebziger Jahre. Ebenso wurde in den Blöcken südlich des Kottbusser Tores die gründerzeitliche Altbebauung nahezu vollständig abgerissen und durch große fünf- bis siebengeschossige Gebäudekomplexe entlang den Blockkanten ersetzt (Blockrandschließung).

Der Moritzplatz, vor dem Krieg eines der Einkaufs- und Unterhaltungszentren mit gesamtstädtischer Bedeutung, besitzt durch die kriegsbedingte Zerstörung der Bausubstanz bis heute den Charakter einer Stadtbrache. Neubaumaßnahmen (Blockrandschließung im nordöstlich angrenzenden Block und vor allem die Errichtung des Aufbauhauses an der Südwestecke des Moritzplatzes) haben zu einer deutlichen Verbesserung des Stadtbildes in diesem Bereich geführt. Ein weiterbestehender städtebaulicher Mangel - gleichzeitig Entwicklungspotential - ist die fehlende Bebauung im südöstlich angrenzenden, derzeit durch die „Prinzessinnengärten“ genutzten Block (ehemaliger Standort des Wertheim-Kaufhauses und Grundstücke entlang der Prinzessinnenstraße).

#### Nutzungsstruktur

Prägend für den Bereich der Oranienstraße ist die "Kreuzberger Mischung" mit Wohnnutzung am Blockrand und eingelagerten Gewerbeobjekten in den Blockinnenbereichen.

Die Großstruktur des "Zentrums Kreuzberg" dient der Wohnnutzung, die vorgelagerte dreigeschossige Bebauung wurde für gewerbliche Nutzungen errichtet.

Die Blockrandbebauung südlich des Kottbusser Tores dient ausschließlich der Wohnnutzung, die im Verlauf der Kottbusser Straße im Erdgeschoss vorwiegend durch Einzelhandel unterlagert ist.

Wichtige öffentliche Einrichtungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind die Stadtteilbibliothek am Kottbusser Tor, das Friedrichshain-Kreuzberg Museum, die Union Sozialer Einrichtungen (USE, ehem. „Blindenanstalt“) und die Jugendfreizeiteinrichtung "Naunynritze" im angrenzenden Umfeld. Schulstandorte befinden sich südlich der Skalitzer Straße (Jens-Nydahl-Schule als wichtigster Grundschulstandort für das Gebiet).

### **Erschließung**

#### ÖPNV

Die Erschließung des Gebietes durch die U-Bahnlinien 1 und 8 (Bahnhöfe Kottbusser Tor, Moritzplatz und Görlitzer Bahnhof) gewährleistet eine stadtweit gute Erreichbarkeit und die Anbindung an die Zentrumsbereiche Mitte und City-West. Die nähräumliche Erreichbarkeit ist durch Buslinien in der Oranienstraße und Adalbertstraße gesichert.

#### MIV

Das Zentrum ist über die Skalitzer, die Kottbusser, die Prinzen- und die Oranienstraße gut an das Berliner Straßennetz angebunden. Die Erreichbarkeit für den MIV (PKW) ist jedoch durch das begrenzte Stellplatzangebot sehr eingeschränkt. Einzige größere öffentlich nutzbare Parkanlage auf Privatgrundstücken ist ein Parkhaus im Gebäudekomplex des Zentrums Kreuzberg, das jedoch aufgrund des baulichen Zustandes und Umfeldes kaum genutzt wird.

Neubauvorhaben im Bereich des Zentrums sind in der Regel mit Tiefgaragen ausgestattet, die jedoch nur in Einzelfällen öffentlich nutzbar sind (z.B. Kundenstellplätze in Tiefgarage für Lidl-Standort Kottbusser Straße).

### Anlieferung

Die in der Oranienstraße ausgewiesenen Lieferzonen sind durch ordnungswidriges Parken überwiegend nicht nutzbar. Auf Einzelgrundstücken bieten teilweise die Gewerbehöfe im Blockinnenbereich die Möglichkeit, die Anlieferung des straßenseitigen Ladengewerbes konfliktarm abzuwickeln. Im "Zentrum Kreuzberg" existiert für die vorgelagerte gewerbliche Nutzung ein Lieferhof (Ostseite Adalbertstraße). Die Gewerbebebauung westlich der Adalbertstraße verfügt über keinen separaten Lieferbereich.

### Fahrrad

Durch fehlende bzw. unzureichende Radverkehrsanlagen, die Enge des Straßenraums und ein ungenügendes Stellplatzangebot (Fahrradbügel) sind die Oranienstraße und Adalbertstraße für Radfahrer nur mit Schwierigkeiten erreichbar. Besondere Defizite an Abstellmöglichkeiten für Fahrräder bestehen im Umfeld der U-Bahnhöfe Kottbusser Tor und Görlitzer Bahnhof. Anders stellt sich die Erreichbarkeit in der Kottbusser Straße dar, in der beidseitig Radverkehrsanlagen vorhanden sind und großzügige Gehwegbereiche ausreichende Abstellmöglichkeiten anbieten.

### Fußgängerverkehr

Die Aufenthaltsqualität für Fußgänger im Bereich der Oranienstraße ist durch die geringe Gehwegbreite, die zusätzlich durch geschäftliche Auslagen eingeschränkt wird, sehr gering. Am gesamten Kottbusser Tor und "Zentrum Kreuzberg" ist aufgrund der gravierenden Drogen-, Alkohol- und Kriminalitätsproblematik<sup>63</sup> die Aufenthaltsqualität äußerst gering, teilweise sind in diesem Bereich aufgrund der baulichen Struktur ausgeprägte "Angsträume" vorhanden. Die Kottbusser Straße bietet mit großzügigen Gehwegbereichen erheblich bessere Qualitäten für den Fußgängerverkehr.

Erhöhtes Fußgängeraufkommen ist in der Oranienstraße zwischen Oranien- und Heinrichplatz sowie am Moritzplatz, in der Adalbertstraße und dem nördlichen Bereich des Kottbusser Tores ("Zentrum Kreuzberg") zu verzeichnen.

---

<sup>63</sup> S. hierzu: Kriminalatlas Berlin 2015, S. 14

### Bewertung

Bezogen auf das Gesamtgebiet ist das Nahversorgungsangebot mit Nahrungs- und Genussmitteln mit 25,9 % für ein Stadtteilzentrum angemessen (Richtwert gem. StEP Zentren 20-30 %), der Anteil des Angebotes an Bekleidung, Schuhen und Lederwaren mit 7,4 % deutlich zu gering (Richtwert StEP Zentren 20-30 %). Diese verstärkte Ausrichtung des Zentrumsbereichs auf spezialisierte (sonstige zentrenrelevante) Sortimente zeigt sich durch die Verkaufsflächen der Läden im Aufbauhaus (insb. Modulor) sowie des Fachmarkts Just Music. Zusammen stellen sie mit rund 10.000 m<sup>2</sup> die Hälfte der Verkaufsfläche des Zentrums.

Der Filialisierungsgrad ist im gesamten Gebiet mit Ausnahme der Lebensmitteldiscounter und eines Supermarktes sehr gering. Für ein Stadtteilzentrum typische großflächigere Vertriebsformen wie Shopping-Center oder (SB-)Warenhäuser fehlen vollständig bzw. sind nicht mehr vorhanden (ehemaliger OBI-Fachmarkt im "Zentrum Kreuzberg").

Die Oranienstraße ist ein berlinweit bekanntes Zentrum eines teilweise alternativen Kultur-, Freizeit- und Gastronomieangebotes, das durchmischt ist mit kleinteiligen Angeboten des Facheinzelhandels. Die Sortimente in der Oranienstraße werden – mit Ausnahme der hochwertigen Fachmarktangebote am Moritzplatz – überwiegend im mittleren Preissegment angeboten. Das Gastronomieangebot ist vielfältig und teilweise hoch spezialisiert (z.B. vegetarisch, ayurvedisch).

Von dieser Angebotsstruktur weichen das südlich anschließende Kottbusser Tor ("Zentrum Kreuzberg") und die Kottbusser Straße deutlich ab. Die Angebotsqualität ist hier deutlich geringer. Die Supermärkte von Kaiser's (Verkaufsfläche 1.800 m<sup>2</sup>) und Norma (700 m<sup>2</sup>) an der Skalitzer Straße sowie von Lidl (700 m<sup>2</sup>) in der Kottbusser Straße sind wichtige Standorte der niedrigpreisigen Nahversorgung. Hinzu kommt der Standort der "Bio-Company" (Skalitzer Straße) mit spezialisiertem Lebensmittelangebot. Diese Differenzierung zur Oranienstraße findet sich auch im gastronomischen Angebot wieder, das im Bereich des "Kreuzberger Zentrums" und der Kottbusser Straße deutlich geringer und niedrigpreisiger ist (Tendenz zu Imbissangeboten).

Die Bebauung des "Zentrums Kreuzberg" weist erhebliche Instandhaltungs- bzw. Gestaltdefizite auf. Die Bebauungsstruktur (halbkreisförmige zehngeschossige Wohnbebauung mit vorgelagertem "Gewerberiegel" und dazwischenliegenden Passagen) führt in Verbindung mit der Drogen- und Alkoholszene am Kottbusser Tor zu ausgeprägten "Angsträumen". Dieses gilt insbesondere für die durch



mangelnde Einsehbarkeit und Ausleuchtung gekennzeichneten Passagen zur Skalitzer Straße und zur Reichenberger Straße mit Durchgang zur Dresdener Straße.

Am Kottbusser Tor befinden sich mehrere Bankenstandorte, darunter mehrerer Einrichtungen türkischer Finanzinstitute, so dass für diesen Sektor die Qualitätsansprüche an ein Stadtteilzentrum erfüllt werden.

Die Verkehrsflächen unterhalb des Hochbahnhofs der U-Bahn stellen im Zusammenhang mit der stadträumlichen Barriere der Hochbahnstrecke eine deutliche Zäsur dar, durch die der Südbereich des Kottbusser Tors und die Kottbusser Straße vom nördlichen Zentrumsbereich abgetrennt werden. Dementsprechend ist die Passantenfrequenz auf den der Bebauung südlich der Skalitzer Straße vorgelagerten Platzflächen deutlich geringer. Der Einzelhandelsbestand in der südlich anschließenden Kottbusser Straße ist weitgehend auf die Nahversorgungsnachfrage der dortigen Wohnnutzung ausgerichtet, die Erdgeschosszonen sind hier weniger attraktiv als nördlich der Skalitzer Straße.

### **Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten**

Potentiale für die Erweiterung des Zentrumsbereichs liegen vor allem in der weiteren baulichen Entwicklung im Bereich des Moritzplatzes/Prinzessinnenstraße und der Gewerbebebauung im "Zentrum Kreuzberg". Einen Sonderstandort mit Entwicklungspotential stellt das weitgehend leerstehende Objekt Oranienstraße 40 dar.

#### **Moritzplatz**

Die nordöstliche Platzseite des Moritzplatzes wurde in den letzten Jahren baulich geschlossen (Neubebauung an Oranienstraße und Prinzenstraße, Motel One). Die südwestliche Platzkante wurde im Rahmen des Projektes "Aufbauhaus"/Modulor ebenfalls baulich gefasst (Fertigstellung 2011). Während die nordwestliche Platzecke auch künftig als öffentliche Grünfläche erhalten bleiben soll, besteht auf dem unbebauten ehemaligen Wertheimgrundstück (südöstliche Blockecke) und den angrenzenden Grundstücken an der Prinzessinnenstraße noch erhebliches bauliches Entwicklungspotential.

**"Zentrum Kreuzberg"**

Die der Wohnbebauung im "Zentrum Kreuzberg" vorgelagerte Gewerbebebauung ist durch Nutzungen gekennzeichnet, die eher den niedrigpreisigen Segmenten zuzurechnen sind. Eine nachhaltige Neuvermietung dieser Flächen erfordert hohe Investitionen des Eigentümers sowohl in den Gebäudebestand als auch in dessen Umfeld, um hier mittelfristig die Vermietungsaussichten zu verbessern und einen attraktiven Einzelhandelsstandort zu entwickeln. Es bestehen jedoch Zweifel, ob die erforderlichen hohen Investitionen durch den Grundstückseigentümer finanziert werden können bzw. entsprechendes Investitionsinteresse besteht. Das Vermietungsinteresse orientiert sich offenbar derzeit eher an einer kurzfristig gewinnorientierten Perspektive. Das Obergeschoss des westlichen Gewerbeobjektes ist derzeit durch Spielhallen genutzt.

**Oranienstraße 40**

Das Objekt Oranienstraße 40 befindet sich in exponierter Lage am Oranienplatz und verfügt über relativ große, zusammenhängende gewerbliche Nutzflächen, die für Einzelhandelsnutzung auch in den Obergeschossen geeignet sein könnten. Nach örtlicher Begehung steht das Gebäude offenbar weiterhin vollständig leer.

**Handlungsempfehlungen**

Die im zentralen Versorgungsbereich vorhandenen Entwicklungspotentiale sind unter dem Ziel, die vorhandene, vorrangig auf Nahversorgung ausgerichtete Angebotsstruktur um Angebote des mittelfristigen Bedarfs zu ergänzen, zu nutzen. Als Betriebsformen kommen insbesondere für die großflächigen Bestandsobjekte (z.B. Oranienstraße 40) weitere Fachmärkte/Fachgeschäfte infrage, die außer am Moritzplatz in der kleinteiligen Gewerbestruktur des Stadtteilzentrums nicht vorhanden sind. Sie könnten so als angemessene Ergänzung der vorhandenen kleinteiligen Strukturen dienen.

**Moritzplatz**

Das größte Entwicklungspotential liegt in dieser Hinsicht auf den unbebauten Flächen am Moritzplatz (Wertheim- Grundstück, straßenseitige Grundstücksteile Prinzessinnenstraße 16 bis 20). Bei Abstimmungen zur Grundstücksnutzung mit einem künftigen Investor sollte die exponierte Lage am Platz als Entrée zum Stadtteilzentrum explizit berücksichtigt werden. Einzelhandelsnutzungen sollten

großflächig die im Zentrumsbereich unzureichend vorhandenen Sortimente, vor allem im Bereich Kleidung/Schuhe, ggf. auch Nahversorgung, anbieten. Geprüft werden sollte auch, ob bei einer künftigen Neubebauung in diesem Bereich die unbebauten straßenseitigen Grundstücksteile Prinzessinnenstraße 16-20 in die bauliche Entwicklung einbezogen werden können, um die historischen Straßenfluchten und damit ein städtebaulich geschlossenes Bild wieder herzustellen.

Da insbesondere die westlich anschließenden Wohngebiete nur eine geringe Ausstattung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs aufweisen, bietet sich der Standort langfristig für die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelanbieters an. Angesichts der Grundstücksgröße, der Lage im Stadtteilzentrum und der Erschließungsgunst ist dabei die Entwicklung eines SB-Warenhauses bzw. Verbrauchermarktes denkbar. Wichtig für die weitere Entwicklung des Grundstücks erscheint die Sicherung einer angemessenen städtebaulichen und architektonischen Qualität, die der prominenten Lage gerecht werden kann.

Neben der Einzelhandelsnutzung sollte dabei im Sinne der vorhandenen und weiter auszubauenden Nutzungsmischung im Stadtteilzentrum eine Ergänzung durch Wohnnutzung sowie ggf. einzelhandelsnahe Dienstleistungen erfolgen.

Zu beachten ist, dass die Flächen südlich des Moritzplatzes Teil der wenigen noch verbliebenen Potenzialflächen für eine gewerbliche Entwicklung und in der Bereichsentwicklungsplanung/dem Flächennutzungsplan auch hierfür vorgesehen sind. Angesichts des unmittelbaren Anschlusses an das Stadtteilzentrum am Moritzplatz sollte jedoch zumindest ein Teil der Gesamtfläche auch für typische zentrale Nutzungen bereitgestellt werden. Ideal im Sinne einer Nutzungsmischung wäre dabei eine Kombination aus Produktion und Verkauf („Fabrikverkauf“).

Kottbusser Tor/ "Zentrum Kreuzberg"

Das "Zentrum Kreuzberg" bedarf erheblicher Investitionen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes, um zeitgemäße Voraussetzungen für eine nachhaltige und stabile Einzelhandelsnutzung zu schaffen. Die derzeitige Nutzung (Spielhallen) leistet hierzu keinen positiven Beitrag. Es ist zu prüfen, ob durch Ansiedlungssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung (Spielhallen-Bebauungsplan) ein weiterer Trading-Down Effekt vermieden werden kann. Angesichts der geänderten gesetzlichen Rahmenbedingungen (insb. Mindestabstände, Übergangsfristen) ist in Zukunft jedoch ohnehin mit einem Rückgang der Spielhallenbetriebe zu rechnen.

Aufgrund des zentralen Standortes der dortigen Gewerbeflächen (Umsteigebahnhof U-Bahn, Stadtbücherei, Kreuzberg-Museum) ist eine Aufwertung des Einzelhandelsstandortes, mit Schwerpunkt auf Angebote der Nahversorgung (Supermarkt, türkischer Markt, ergänzt um kleinteilige Lebensmittelangebote) denkbar und wünschenswert. In geringerem Umfang sind auch kleinteilige Angebote sonstiger zentrenrelevanter Sortimente möglich (Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren, Spielwaren/Sportartikel, Unterhaltungselektronik/PCs, Kommunikationstechnik). Erforderlich für die Umgestaltung des derzeit desolaten Bereichs sind jedoch erhebliche Investitionen, die auch einen (Teil-) Abriss der vorhandenen Gebäudesubstanz umfassen könnten, um den Standort modernen Nutzungsanforderungen anzupassen. Eine Umsetzung ist daher nur langfristig und bei entsprechendem Wandel des Investitionsverhaltens des Eigentümers möglich.

### Oranienstraße 40

Das denkmalgeschützte Gewerbeobjekt Oranienstraße 40, steht bereits seit vielen Jahren leer. Ansiedlungsinteressen verschiedener potenzieller Betreiber wurden bisher nicht umgesetzt.

Bei einer Neuvermietung der Flächen (ggf. i.V.m. baulichen Anpassungen) sollte versucht werden, größere, mit dem Gebietscharakter jedoch verträgliche Einzelhandelsbetriebe anzusiedeln, die in der kleinteiligen Einzelhandelsstruktur im zentralen Versorgungsbereich derzeit unterrepräsentiert sind (z.B. Bekleidung/Textilien, Einrichtungsbedarf, aber auch Lebensmittel).

Es empfiehlt sich eine Bewertung der Standortbedingungen durch einen Fachgutachter, der insb. die Bedarfssituation im Umfeld untersuchen sollte.

### Oranienstraße

Aufgrund der Enge des Straßenraums sind in der Oranienstraße kaum Potentiale zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität in den Gehwegbereichen vorhanden. Für den Heinrichplatz sollte geprüft werden, ob eine Umgestaltung der Fahrgassen vor den Gebäuden und eine anschließende Neugestaltung der Platzflächen möglich ist. Hier besteht die Möglichkeit, qualitativ höherwertige Aufenthaltsflächen für Passanten zu schaffen und damit die in der Oranienstraße vorhandenen Defizite zu verringern.

### Kottbusser Straße

Die Kottbusser Straße ist durch erhebliche Barrieren (Hochbahn, Kreisverkehr am Kottbusser Tor) vom übrigen Zentrumsbereich getrennt. Die Einzelhandelsstruktur ist hier fast ausschließlich auf die Nahversorgung ausgerichtet. Diese Versorgungsfunktion sollte auch langfristig erhalten bleiben. Eine an der Funktion eines Stadtteilzentrums orientierte Erweiterung des Angebotes durch Waren des mittelfristigen Bedarfs erscheint in diesem Bereich nicht zweckmäßig (schlechte Erreichbarkeit/ abgetrennte Lage zum übrigen Zentrumsbereich, geringere Passantenfrequenz).

Im Einzelnen werden folgende kurz- bis mittelfristige Maßnahmen vorgeschlagen:

- Steuerung der Ansiedlung von Vergnügungsstätten (Spielhallen-Bebauungsplan)
- Konzeptentwicklung zur Umgestaltung des Heinrichplatzes (Entwidmung Fahrgassen)
- Konzeptentwicklung für Fahrradstellplätze im Umfeld der U-Bahnhöfe
- Konzeptentwicklung zur Verbesserung des subjektiven Sicherheitsempfindens und der objektiven Sicherheitslage (s. Kriminalitätsatlas) im Bereich des Kottbusser Tors gemeinsam mit Grundstückseigentümer(n)
- Bauliche Umgestaltung der Lieferzonen in der Oranienstraße zur Vermeidung von Fehlnutzungen durch Dauerparker (z.B. Ausbildung der Lieferzonen als "Gehwegvorstreckung", auf denen geliefert werden darf; psychologisches Hemmnis für Fehlnutzer)

Bei Investitionsabsichten bzw. Nutzungsintensivierung auf den o.g. Standorten (Wertheim-Grundstück, Oranienstraße 40, "Zentrum Kreuzberg"):

- Vorrangig Ansiedlung von Einzelhandel mit Fachmarkt- und Lebensmittelangeboten.
- Bauliche Entwicklung des Wertheim- Grundstückes gemeinsam mit den Grundstücken Prinzessinnenstraße 16 bis 20.

Langfristig Umstrukturierung des Gewerbebereichs am "Zentrum Kreuzberg"

4.2.6 Ortsteilzentrum Ostbahnhof (StEP Zentren 3: „Stadtteilzentrum“)

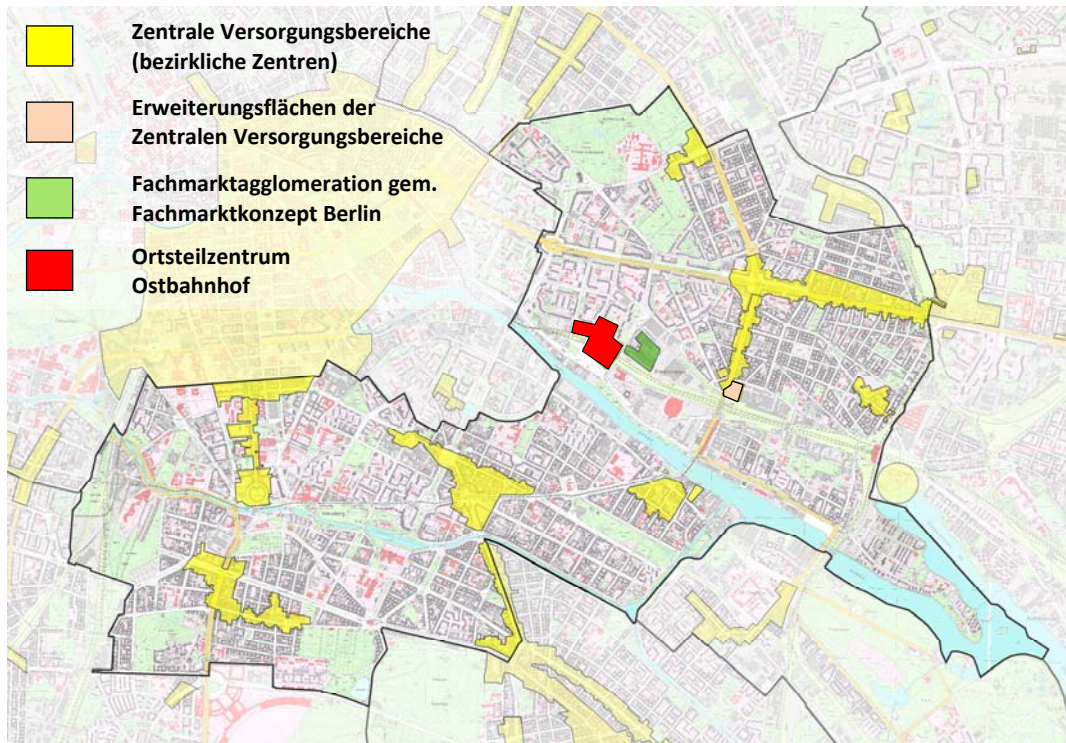
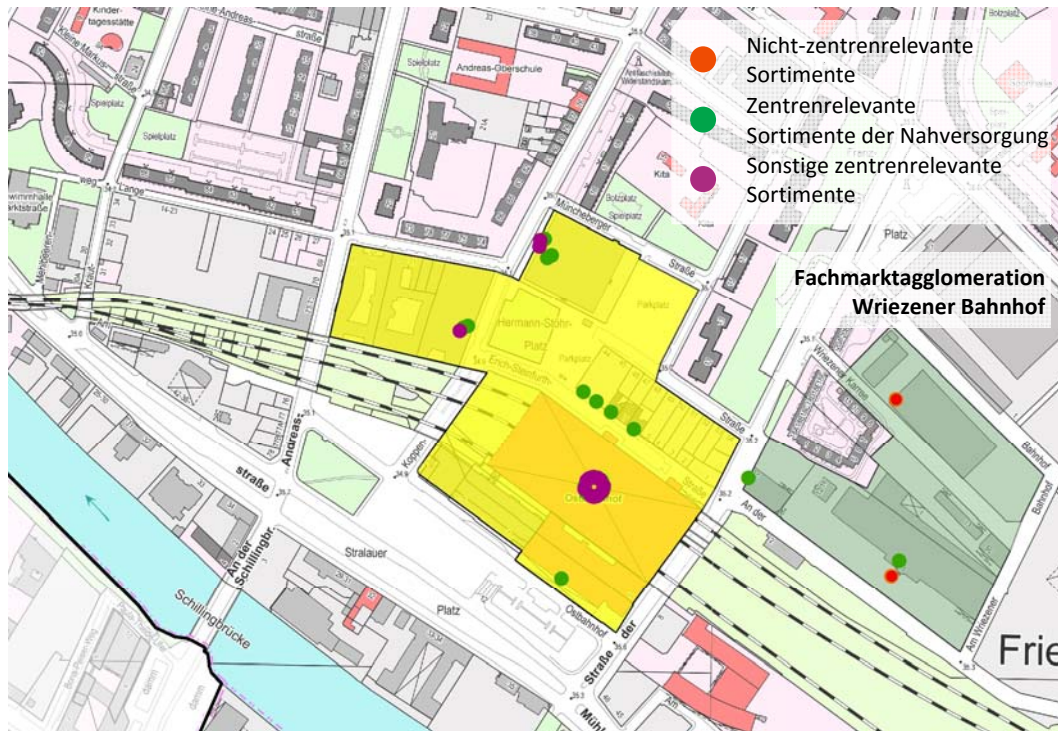


Abb.31: Lage des Ortsteilzentrums Ostbahnhof



Abb. 32 und 33: Einzelhandel im Ostbahnhof, Marktstände und Imbisse in der Erich-Steinfurth-Straße



**Abb. 34:** Einzelhandel im Ortsteilzentrum Ostbahnhof

**Tab. 39:** Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	<b>Qualitätskriterien für Ortsteilzentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Ortsteilzentrums Ostbahnhof</b>
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen	Schulen und Kitas im Umfeld
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kaum vorhanden	Kulturangebote im Umfeld
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Grundausrüstung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern sowie mit einzelhandelsnahen Dienstleistern	Bankfilialen, Post. Gesundheitsdienstleistungen unzureichend
<b>Gastronomieangebot</b>	Restaurant, ergänzendes Angebot	Fast ausschließlich Imbissangebote

	<b>Qualitätskriterien für Zentrumsbereichskerne</b> (gem. StEP Zentren 3)	<b>Bewertung des Ortsteilzentrums Ostbahnhof</b>
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Überwiegend Nahversorgung; Anteil Nahrungs- und Genussmittel 30-60 %; Anteil Bekleidung < 30 %	Nahrungs- u. Genussmittel 16 % Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren 46 % Branchenmix entspricht eher der Typik eines Hauptzentrums (Warenhaus Galeria Kaufhof, umfangreicher Bahnhofs-Einzelhandel). Nahversorgungsfunktion ist durch hohes Flächenangebot gewährleistet
<b>Nahversorgung</b>	Eingeschränkter Betriebstypenmix und Wettbewerbssituation: große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Erfüllt, Defizite im kleinteiligen Handel und bei höherwertigen Sortimenten
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel	Vorhanden
<b>Angebotsqualität</b>	Überwiegend niedriges und mittleres Angebotsniveau, geringe Sortimentstiefe, Sortimentslücken	Überwiegend mittleres Preisniveau, niedrigpreisige Angebote gewährleistet durch Discounter
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder;	Angebot ist geprägt durch Galeria Kaufhof und Bahnhofspassage. Eine Geschäftsstraße im klassischen Sinne ist nicht vorhanden. Deutliche Gestaltungsdefizite im öffentlichen Raum
<b>Straßennetz</b>	z.T. Lage abseits übergeordneter Hauptverkehrsachsen; an Erschließungsachsen der Wohngebiete	Hauptverkehrsachsen in Randlage zum Zentrumsbereich



	Qualitätskriterien für Zentrumsbereichskerne (gem. StEP Zentren 3)	Bewertung des Ortsteilzentrums Ostbahnhof
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	z.T. alternativ Anschluss an S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn oder Buslinien	Ausgezeichnete Anbindung
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	< ca. ab 5.000-10.000 m <sup>2</sup> VKF	Ca. 19.200 m <sup>2</sup>

## Öffentliche Einrichtungen

### Im Umfeld

Bernhard-Rose-Schule  
Blumen-Grundschule  
Andreas-Oberschule  
Ellen-Key-Oberschule

## Kulturelles Angebot

### Im Umfeld

Veranstaltungsorte und Clubs:  
Postbahnhof am Ostbahnhof, Yaam, Radialsystem, Berghain  
(Mercedes-Benz-)Arena

## Freizeit und Gastronomieangebot

East-Side-Bowling (im Kaufhof-Gebäude)  
Gastronomieangebot fast ausschließlich mit Imbisscharakter

## Dienstleistungsangebot

Kleinteiliges Dienstleistungsangebot (Friseure, Reisebüros, Schneiderei, Reinigung, Bankfilialen)  
Versorgung mit Gesundheitsdienstleistungen (Arztpraxen) unzureichend

## Einzelhandel

### Verkaufsfläche

#### nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)

Nahversorgung	5.322 m <sup>2</sup>
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	13.814 m <sup>2</sup>
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	24 m <sup>2</sup>

#### nach Sortimenten

Nahrungs- u. Genussmittel	3.148 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Schuhe/ Lederw.	8.744 m <sup>2</sup>
Sonstige	7.268 m <sup>2</sup>

## Einzelhandelsvertriebsformen

### Vertriebsformen

- Kaufhof-Warenhaus und Ostbahnhof mit Charakter eines Shopping-Centers als dominierende Einzelhandelsstandorte

### EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF

Warenhaus	
Galeria Kaufhof	ca. 13.700 m <sup>2</sup>
Rewe	ca. 1.300 m <sup>2</sup>

Lidl	ca. 800 m <sup>2</sup>
Netto	ca. 700 m <sup>2</sup>
KiK	ca. 600 m <sup>2</sup>
Deichmann	ca. 500 m <sup>2</sup>

### Angebotsqualität

Überwiegend mittlere Angebotsqualität.

Angebote niedriger Preislagen durch Lebensmitteldiscounter, Bekleidungs- und Schuhfilialisten (KiK, Deichmann) und Marktangebote auf Bahnhofsvorplatz (Hermann-Stöhr-Platz).

### Straßennetz

Randlage zu Hauptverkehrsachsen.

Mühlenstraße mit überörtlicher Verbindungsfunktion (Mitte/ Treptow Köpenick).

Anbindung an Frankfurter Allee durch Straße der Pariser Kommune.

### Öffentliche Verkehrsmittel

Ostbahnhof als Verkehrsknotenpunkt mit überregionaler Bedeutung

(ICE- Haltepunkt, Regionalbahn, S-Bahn, Endhaltepunkt mehrerer Buslinien).

### Flächenausstattung

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs	ca. 96.000 m <sup>2</sup> ,
Verkaufsfläche insgesamt:	19.160 m <sup>2</sup>

## Einordnung in das Zentrengefüge

Im Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 ist der Bereich Ostbahnhof als Stadtteilzentrum Ostbahnhof/Mühlenstraße ausgewiesen. Auch das 2012 beschlossene Einzelhandels- und Zentrenkonzept sah den Ostbahnhof vor allem aufgrund seiner Verkaufsflächenausstattung als Stadtteilzentrum vor. Aufgrund der bevorstehenden Schließung des Warenhausstandorts (Galeria Kaufhof) und des damit einhergehenden erheblichen Verlusts von Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente soll der Ostbahnhof nach Ansicht des Bezirks künftig nur noch als Ortsteilzentrum dienen.

Der Orientierungswert der Flächenausstattung eines Stadtteilzentrums liegt bei 10.000 bis 50.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, der Bestand am Ostbahnhof beläuft sich zurzeit noch auf ca. 19.000 m<sup>2</sup>, nach Schließung des Warenhauses auf rd. 5.000 m<sup>2</sup>. Die Einstufung als Ortsteilzentrum erlaubt weiterhin eine (dann jedoch eingeschränkte) Nutzung des Warenhaus-Standortes für Einzelhandel mit rd. 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, vorwiegend in der Erdgeschosszone. Angesichts der im Umfeld vorhandenen Wohnungsbaupotenziale (u.a. im Rahmen der Bebauungspläne V-44 und V-52 sowie durch Verdichtungspotenziale im Bestand) wäre eine Rückstufung allein auf den nach der Warenhaus-Schließung verbleibenden Bestand nicht ausreichend. Eine Rückstufung zum Ortsteilzentrum

erscheint hingegen angemessen, da die ursprünglich vorgesehene Bedeutung eines Stadtteilzentrums Ostbahnhof/Mühlenstraße nie erreicht wurde.

Diese noch im StEP Zentren 2020 vorgesehene sowie durch die Benennung als „Ostbahnhof/Mühlenstraße“ im StEP Zentren 3 angedeutete Verbindung der Standorte Ostbahnhof und (Mercedes-Benz-)Arena erscheint angesichts der jüngsten Entwicklungen im Bereich Mühlenstraße/Postbahnhof (Büro-, Hotel- und Wohnnutzung) nicht als realistisch. Außerdem ist die flächendeckende Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs entlang der Mühlenstraße aufgrund der Ausdehnung und der zu erwartenden Auswirkungen auf die benachbarten Zentren nicht mit der vorhandenen bezirklichen Zentrenstruktur vereinbar. Im Rahmen des bezirklichen Zentrenkonzeptes wird daher der Standort der Arena als Sonderstandort betrachtet, der nicht Teil des Stadtteilzentrums Ostbahnhof ist. Für den Ostbahnhof wird angeregt, die vom Bezirk gewünschte Herabstufung zum Ortsteilzentrum im Rahmen der nächsten Überarbeitung des StEP Zentren umzusetzen.

Das Ortsteilzentrum Ostbahnhof besteht aus dem Bahnhofsgebäude selbst, den beiden Vorplätzen, dem Hermann-Stöhr-Platz und der diesen begrenzenden Bebauung sowie den unbebauten und zur Zeit teilweise als Parkplatz genutzten Flächen südlich der Münchberger und der Langen Straße.

### **Bebauungs- und Nutzungsstruktur**

#### Bebauungsstruktur

Die Bebauung des Zentrumsbereichs wird durch große Solitärbauten geprägt (Warenhaus Galeria Kaufhof, Gleisanlagen, Halle und Empfangsgebäude des Ostbahnhofs, Geschäftshausbebauung Koppenstraße 93). Der nördlich und östlich des Zentrums gelegene Bereich ist durch Großwohnungsbau in Zeilenbauweise (bis zu 21 Geschosse) aus der DDR- Zeit charakterisiert. Im Osten schließen an das Zentrum neben einzelnen Großwohnungsbauten großflächige Gewerbebauten (Metro, Dämmisol) sowie die Fachmarkttagglomeration Wriezener Bahnhof (Hellweg, Möbel Boss, Netto) an.

Südlich der Bahnanlagen befinden sich die sehr heterogen bebauten bzw. noch unbebauten Flächen des Spreerraums (insbes. Standort der Arena).

### Nutzungsstruktur

Innerhalb des Zentrums befinden sich neben den Nutz- und Funktionsflächen des Ostbahnhofs (mit umfassenden Einzelhandelsnutzungen im Hauptgebäude) ausschließlich gewerblich genutzte Flächen. Neben den Einzelhandelsnutzungen im Ostbahnhof und im Warenhaus Galeria Kaufhof (Schließung vorgesehen für 2017) befinden sich im Zentrumsbereich zwei größere Hotelstandorte (Intercity-Hotel im Ostbahnhof, Hotel Inside Premium am Hermann-Stöhr-Platz).

Die nördlich und östlich des Zentrums liegenden Quartiere sind durch fast ausschließliche Wohnnutzung mit eingelagerten Infrastrukturstandorten (Schulen und Kitas) charakterisiert.

### Erschließung

#### ÖPNV

Der Ostbahnhof bildet einen zentralen Knotenpunkt des ÖPNV, dessen Bedeutung als ICE-Haltepunkt und Regionalbahnhof weit über die städtischen Verkehrsfunktionen hinausgeht. Zahlreiche Endhaltestellen von Buslinien gewährleisten auch die kleinräumige Erreichbarkeit des Zentrums.

#### MIV

Der Zentrumsbereich ist über die Straße der Pariser Kommune an Mühlenstraße und Frankfurter Allee und damit an das überörtliche Hauptstraßennetz angebunden. Ostbahnhof und Kaufhof verfügen über bewirtschaftete Stellplatzanlagen mit ausreichendem Stellplatzangebot (z.T. nicht ausgelastet). Die Erreichbarkeit des Zentrumsbereichs mit KFZ ist damit sehr gut.

#### Anlieferung

Die Anlieferung für die zentralen Einzelhandelsstandorte kann außerhalb des öffentlichen Straßenlandes bzw. in kaum befahrenen Nebenstraßen abgewickelt werden, so dass keine nennenswerte Lieferproblematik besteht. Für das Warenhaus besteht ein eigener Tunnel zur Anlieferung, der von der Straße der Pariser Kommune/dem Franz-Mehring-Platz aus befahren wird

### Fahrrad

Die Erreichbarkeit für Radfahrer ist aufgrund geringer Verkehrsbelastung im Zentrumsbereich und in den Wohnstraßen im nördlichen und östlichen Umfeld sehr gut. Abstellmöglichkeiten für Fahrräder sind im Bereich des Warenhausstandortes kaum und im Bahnhofsumfeld nicht ausreichend vorhanden.

### Fußgängerverkehr

Die Aufenthaltsqualität für Fußgänger ist durch die weitgehend verkehrsfreie Gestaltung des Zentrumsbereichs (Platzfläche zwischen Kaufhof-Standort und Ostbahnhof) gut.

Das Fußgängeraufkommen ist innerhalb des Ostbahnhofes durch Umsteigevorgänge bzw. der Funktion als Ziel-/ Abfahrtsbahnhof sehr hoch. Im Umfeld des Bahnhofs (Hermann-Stöhr-Platz) ist ein eher geringes Fußgängeraufkommen zu verzeichnen.

### Bewertung

Öffentliche Einrichtungen sind im unmittelbaren Versorgungsbereich nicht vorhanden.

Das nahversorgungsrelevante Dienstleistungsangebot ist mit mehreren Friseuren, Schuh- und Schlüsseldienst, Änderungsschneiderei und Textilpflegeangeboten ausreichend. Mit Bankstandorten, Reisebüros und einer Postfiliale kommen weitere Angebote hinzu.

Die Gastronomie beschränkt sich fast ausschließlich auf Imbiss- und Caféangebote. Neben den Gastronomieangeboten an den beiden Hotelstandorten befindet sich im Zentrum lediglich ein Restaurant mit gehobenerem Angebot.

Das Einzelhandelsangebot wird maßgeblich durch das in Form eines Shopping-Centers im Ostbahnhof angesiedelte, in hohem Maße filialisierte Ladengewerbe, und das großflächige Warenangebot im Kaufhof-Warenhaus bestimmt. Hinzu kommen die Standorte mehrerer Lebensmittel- und eines Textil-Discounters, die das Warensortiment vor allem durch nahversorgungsrelevante Angebote ergänzen. Im Ostbahnhof befinden sich weitere kleinteilige

Einzelhandelsangebote mit Relevanz für die Nahversorgung (z.B. Bäckereien, Fleischerei, Blumenladen, Apotheke).

Warenangebot und Branchenmix im Zentrumsbereich entsprechen zurzeit noch der Funktion eines Stadtteilzentrums. Der Schwerpunkt des Warenangebotes liegt auf den Sortimenten Kleidung und Schuhe/Lederwaren (46 %), während der nahversorgungsrelevante Anteil nur bei 16 % liegt. Die Lage im Stadtgebiet (erster aus dem östlichen Umland und den östlichen Stadtbezirken erreichbarer innerstädtischer Einkaufsstandort) und die große Bedeutung des Ostbahnhofs als Umsteigepunkt zwischen Fern- und Regionalverkehr sowie dem innerstädtischen S-Bahnverkehr (Zwischenstopp von Berufspendlern) ermöglichten bisher offenbar diese Angebotsstruktur. Mit Schließung des Warenhauses wird der Anteil der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente jedoch erheblich abnehmen. Trotz dieses bevorstehenden Verkaufsflächenverlusts wird der Ostbahnhof seiner zukünftigen Funktion als Ortsteilzentrum gerecht werden können, wenn der bisherige Warenhausstandort auch weiterhin für den Einzelhandel genutzt wird.

### **Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten**

Wesentliches bauliches Entwicklungspotential im Zentrumsbereich stellen die Grundstücke Erich-Steinfurt-Straße 1 bis 10 dar, die derzeit bis auf drei Grundstücke mit Altbaubestand Branchencharakter haben und als Stellplatzfläche genutzt werden.

Bisher sind keine Pläne bekanntgeworden, welche Entwicklungsabsichten der Eigentümer für das Warenhausgebäude der Kaufhof-Filiale nach deren Schließung verfolgt. Aus Sicht der Zentrenentwicklung ist – angesichts der Herabstufung des Ostbahnhofs zum Ortsteilzentrum, der beabsichtigten Stärkung der benachbarten Zentren Frankfurter Allee (HZ) und Warschauer Straße (NVZ) sowie der bevorstehenden Entwicklung erheblicher Verkaufsflächen an der Arena – eine Wiederansiedlung weiterer nennenswerter Einzelhandelsangebote nur bis zu einer Verkaufsfläche von ca. 5.000 m<sup>2</sup> wünschenswert. Der Bezirk sollte daher eigene Nutzungsvorstellungen für das Objekt entwickeln, die die Zentrenfunktion dennoch stärken könnten, etwa durch einen Ausbau der Freizeit- und Gastronomieangebote.

### Handlungsempfehlungen

Eine Erweiterung des Einzelhandelsangebotes im Zentrumsbereich sollte nach Schließung des Warenhauses nur in reduziertem Umfang und in städtebaulich integrierten Bereichen erfolgen. Die Nahversorgungsfunktion wird durch das vorhandene Angebot im Wesentlichen gewährleistet. Eine deutliche Erweiterung des Warenangebotes insbesondere für sonstige zentrenrelevante Sortimente sollte sich auf die Funktion des Ortsteilzentrums beschränken und eine Konkurrenzsituation mit höherrangigen Zentren und damit eine Beeinträchtigung des Zentrengefüges verhindern.

Im Hinblick auf die Funktion als Ortsteilzentrum sollten unabhängig vom vorhandenen Einzelhandelsangebot fehlende kleinteilige nahversorgungsrelevante Einrichtungen (Nahrungs- und Genussmittel, Back-/Fleisch- und Wurstwaren) und Dienstleistungsangebote (Arztpraxen, gehobene Gastronomie) angesiedelt und die Außenraumqualitäten verbessert werden.

Im Einzelnen werden unter dieser Zielsetzung folgende Maßnahmen vorgeschlagen

- Konzeptentwicklung für den bisherigen Warenhaus-Standort mit Einzelhandel im Erdgeschoss
- Städtebauliche Konzeptentwicklung für die Parkplatzflächen neben dem Warenhaus, in Verbindung mit der zukünftigen Nutzung am Warenhaus-Standort
- Qualifizierung des Hermann-Stöhr-Platzes als Aufenthaltsbereich (u.a. durch Sitzbänke)
- Erweiterung der Abstellmöglichkeiten für Fahrräder (Fahrradbügel)

Bei baulicher Entwicklung auf den Grundstücken Erich-Steinfurt-Straße 1-10

- Vorrangig Ansiedlung von Dienstleistungen und/ oder Wohnnutzung
- Ansiedlung qualitativ höherwertiger Gastronomie mit Angeboten an Außengastronomie im Bereich Hermann-Stöhr-Platz
- Angebotsverbesserung Gesundheit/ Arztpraxen (Ärztehaus)

4.2.7 Nahversorgungszentrum Mehringplatz/südliche Friedrichstraße

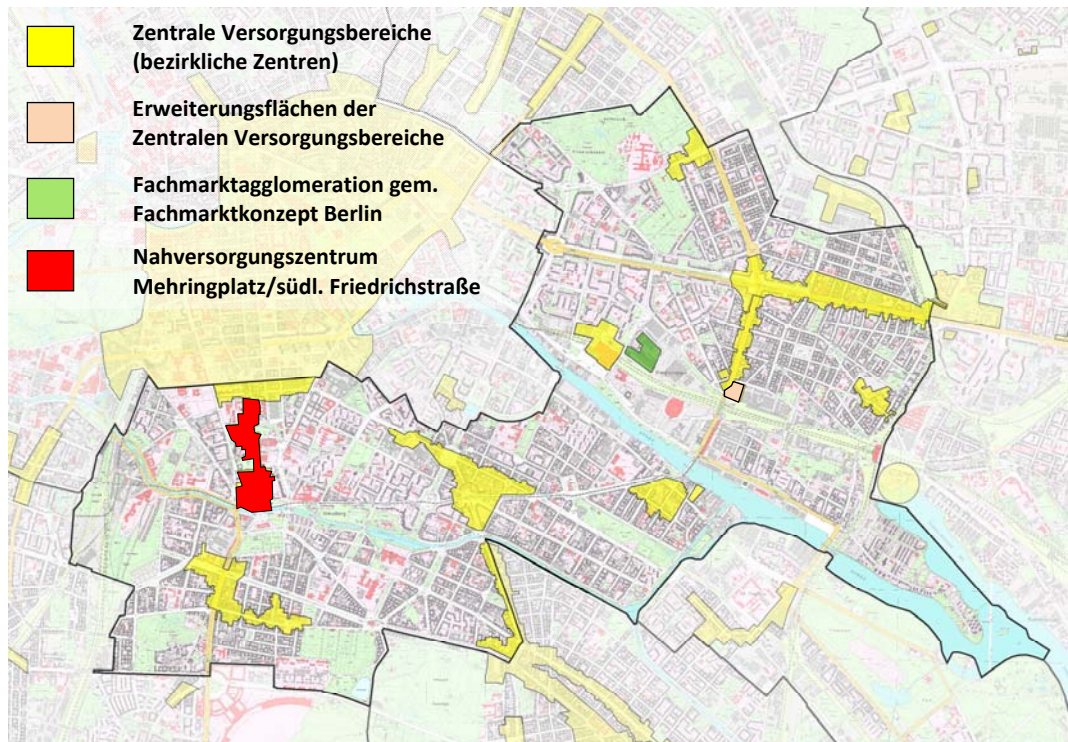
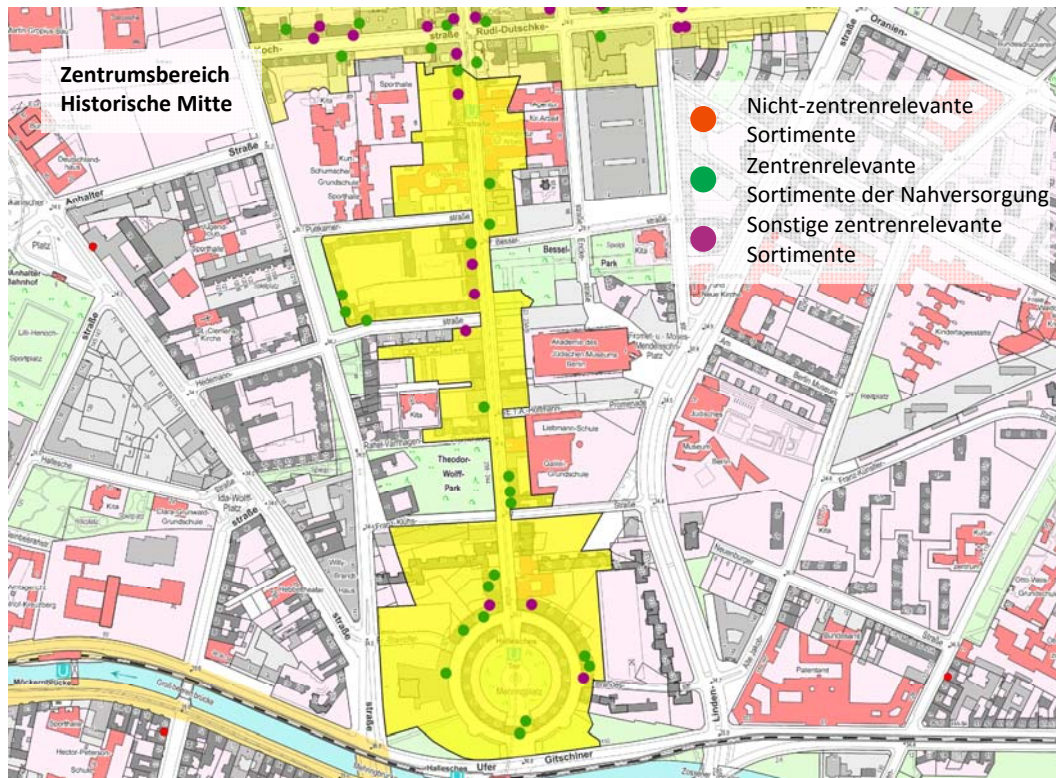


Abb.35: Lage des Nahversorgungszentrums Mehringplatz/südliche Friedrichstraße



Abb. 36 und 37: Fußgängerzone südliche Friedrichstraße





**Abb. 38:** Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Mehringplatz/südliche Friedrichstraße

**Tab. 40:** Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	<b>Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Nahversorgungszentrums Mehringplatz/südliche Friedrichstraße</b>
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen	u.a. Polizeidirektion 5 – Abschnitt 53, weitere im Umfeld
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kaum vorhanden	Akademie des Jüdischen Museums, IntiHaus der kma, weitere im Umfeld
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Minimalausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, ergänzendes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern	Post-Verkaufsstelle, AOK-Kundencenter
<b>Gastronomieangebot</b>	Ergänzendes Angebot	Gastronomieangebot unzureichend, wenig Freizeitangebote

	<b>Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Nahversorgungszentrums Mehringplatz/ südliche Friedrichstraße</b>
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Rein nahversorgungsorientiert; Anteil Nahrungs- und Genussmittel 60-90 %; Anteil Bekleidung < 20 %	Nahrungs- u. Genussmittel 44% Bekleidung, Schuhe/Lederwaren 22 %
<b>Nahversorgung</b>	Deutlich eingeschränkter Betriebstypenmix und Wettbewerbssituation (1-2 zentrenfunktionstragende Betriebe): große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Geringes Angebot vorhanden
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel	Fast ausschließlich inhabergeführter Facheinzelhandel 2 Filialisten, davon 1 Supermarkt
<b>Angebotsqualität</b>	Deutlich nahversorgungsorientiert, Sortimentlücken	Erfüllt
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder;	Weitgehend erfüllt
<b>Straßennetz</b>	Gut erreichbar über Wohnsammelstraßen	Erfüllt
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	z.T. nur mit Bus erreichbar; evtl. U- oder S- oder Straßenbahnanschluss	Erfüllt
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	< ca. 5.000 m <sup>2</sup> VKF	Ca. 1.800 m <sup>2</sup> Weit unterdurchschnittliche Verkaufsflächen-ausstattung

## Öffentliche Einrichtungen

Polizeidirektion 5, BfA Regionaldirektion Berlin  
Landesamt für Bürger- und Ordnungsangelegenheiten  
Botschaft der Republik Albanien  
Galilei- Grundschule  
Liebmann Schule für Lernbehinderte  
Kurt- Schumacher- Grundschule  
Carl-Friedrich-Zelter- Oberschule  
Clara Grunwald- Grundschule

*Private Verwaltungseinrichtungen*  
AOK, Ärztekammer

## Kulturelles Angebot

Akademie des Jüdischen Museums, IntiHaus der kma,

*Im Umfeld*

Hebbeltheater, Jüdisches Museum, Berlinische Galerie, FORUM Factory, Mauermuseum,  
Topografie des Terrors

## Freizeit und Gastronomieangebot

IntiHaus der kma,  
keine darüber hinausgehenden Freizeiteinrichtungen vorhanden.  
Nur geringes, meist niedrigpreisiges Gastronomieangebot

## Dienstleistungsangebot

Kleinteiliges Dienstleistungsangebot,  
AOK Berlin-Brandenburg am Mehringplatz

## Einzelhandel

### Verkaufsfläche

*nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)*

Nahversorgung	1.160 m <sup>2</sup>
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	680 m <sup>2</sup>
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	0 m <sup>2</sup>

*nach Sortimenten*

Nahrungs- u. Genussmittel	816 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Schuhe/ Lederw.	410 m <sup>2</sup>
Sonstige	614 m <sup>2</sup>

### Einzelhandelsvertriebsformen

*Vertriebsformen*

- Fast ausschließlich kleinteiliger Facheinzelhandel, inhabergeführt
- geringer Filialisierungsgrad

*EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF*

Nicht vorhanden

## Angebotsqualität

Kaiser's als größter Anbieter mit brachenüblichem Standardangebot, Rossmann mit  
Drogeriewaren.  
Im Übrigen niedrige Angebotsqualität.

### **Straßennetz**

*Hauptverkehrsachsen im Umfeld*

Gitschiner Straße, Hallesches Ufer,  
Wilhelm-/ Stresemannstraße, Lindenstraße

### **Öffentliche Verkehrsmittel**

U-Bahnhof Hallesches Tor (U1, U6)

U-Bahnhof Kochstraße (U6)

*Buslinien*

248, M 29, M41

### **Flächenausstattung**

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs	ca. 168.000 m <sup>2</sup> ,
Verkaufsfläche insgesamt:	1.840 m <sup>2</sup>

## **Einordnung in das Zentrengefüge**

Im Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 ist der Bereich Mehringplatz/südl. Friedrichstraße nicht als Zentrum ausgewiesen.

Der Bereich Mehringplatz/südliche Friedrichstraße wird im Rahmen des bezirklichen Zentrenkonzepts als Nahversorgungszentrum definiert. Dieses ist wie auch die benachbarten Zentren Mehringdamm/Bergmannstraße (Stadtteilzentrum) und Historische Mitte (Zentrumsbereich) Teil einer in Nord-Süd-Richtung verlaufenden „Zentrenachse“ von Tegel nach Mariendorf.

Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich dabei auf die Friedrichstraße (südlich des Zentrumsbereichs Historische Mitte) und den Mehringplatz sowie daran angrenzende Bebauung und sonstige Flächen.

## **Bebauungs- und Nutzungsstruktur**

### **Bebauungsstruktur**

Die heute im zentralen Versorgungsbereich vorzufindende Bebauungsstruktur resultiert aus den erheblichen Kriegsschäden in diesem Bereich und wurde maßgeblich durch die nie realisierten Autobahnplanungen der sechziger Jahre beeinflusst.

Die Bebauung am Mehringplatz und in seinem Umfeld zwischen Wilhelm-, Linden- und Franz-Klühs-Straße wurde in den sechziger und siebziger Jahren des vorigen Jahrhunderts errichtet. Der Mehringplatz selbst ist durch eine geschlossene, konzentrische Wohnbebauung mit 4 bis 6 Geschossen geprägt, die

ihm kleinstädtischen Charakter verleiht. Bei der umgebenden Wohnbebauung handelt es sich um Geschosswohnungsbau mit Großsiedlungscharakter und 10 bis 20 Vollgeschossen.

Die nördlich anschließende Bebauung im Verlauf der Friedrichstraße ist sehr heterogen. Durch die in den 80iger Jahren auf ehemaligen Vorhalteflächen der Autobahnplanung realisierten Parkanlagen, den zurückgesetzten, großflächigen Baukörper des ehemaligen Blumengroßmarktes und weitere untergenutzte Grundstücksflächen (z.T. Stellplatznutzung) fehlt die bauliche Fassung der Straßenflucht auf längeren Abschnitten. Erst nördlich der Besselstraße ist wieder eine beidseitig geschlossene Straßenrandbebauung vorzufinden.

### Nutzungsstruktur

Die Bebauung im Block um den Mehringplatz ist weit überwiegend durch Wohnnutzung geprägt. Nur im äußeren Ring der konzentrischen Bebauung am Mehringplatz und entlang der Friedrichstraße sind die Gebäude im Erdgeschoss mit gewerblicher Nutzung (v.a. Ladengewerbe und Gastronomie, teilweise auch nicht-kommerzielle Einrichtungen) unterlagert.

Einen Sonderstandort stellt das Gebäude der AOK Berlin-Brandenburg (Wilhelmstr./ Friedrich- Stampfer- Straße) dar.

Der Bereich nördlich der Franz-Klühs-Straße ist vor allem durch Büro- und Verwaltungsstandorte sowie soziale Infrastruktur (Liebmann- und Galilei- Schule, Polizeidirektion, BfA Regionaldirektion, Ärztekammer) und gewerbliche Nutzungen geprägt. Ein weiterer Sonderstandort ist der ehemalige Blumengroßmarkt, der 2010 verlagert wurde. Seine Halle wird seit 2012 durch die Akademie des Jüdischen Museums genutzt. Ergänzend sollen entlang der Friedrichstraße weitere Gebäude errichtet werden, die u.a. Wohnungen, Büroräume, Ateliers und Studios, in den Erdgeschosszonen außerdem Gastronomie und Einzelhandel enthalten sollen.

### Erschließung

#### ÖPNV

Die Erschließung des Nahversorgungszentrums erfolgt durch Buslinien in der Lindenstraße (Bus 248) und MetroBuslinien in der Wilhelm-/ Stresemannstraße (M 41) und in der Kochstraße (M 29). Zentrale Erschließungsachsen des ÖPNV

bilden die in der Friedrichstraße verlaufende U-Bahnlinie U6 (Alt Tegel – Alt Mariendorf) mit den Bahnhöfen Kochstraße und Hallesches Tor und die U-Bahnlinie U1 (Warschauer Straße – Uhlandstraße) südlich des Mehringplatzes.

### MIV

Die Erreichbarkeit für den MIV (PKW) ist durch das begrenzte Stellplatzangebot eingeschränkt. Einzelne Infrastruktur- und Gewerbestandorte verfügen über größere Stellplatzanlagen auf den jeweiligen Grundstücken (Polizei, AOK). Der Wohnnutzung ist an der Franz-Klühs-Straße eine großflächige Stellplatzanlage (Parkhaus) zugeordnet, die jedoch stillgelegt ist und abgerissen werden soll.

### Anlieferung

In der Friedrichstraße fehlen Lieferzonen. Im Bereich des verkehrsfrei gestalteten Mehringplatzes kann die Anlieferung direkt innerhalb der Fußgängerbereiche erfolgen.

Aufgrund des relativ geringen Verkehrsaufkommens in der südlichen Friedrichstraße und des geringen Ladenbesatzes sind Anlieferprobleme gegenwärtig kaum zu beobachten.

### Fahrrad

Die Erreichbarkeit für Radfahrer ist aufgrund des als Fußgängerzone gestalteten Bereichs am Mehringplatz bei gleichzeitig geringem KFZ- Verkehrsaufkommen in der südlichen Friedrichstraße und ihren Nebenstraßen als gut zu bewerten. Die Zugänglichkeit bleibt jedoch bis auf weiteres durch verschiedene Baustellen am Mehringplatz eingeschränkt (Sanierung des U-Bahntunnels, Neugestaltung des Mehringplatzes).

### Fußgängerverkehr

Die Erreichbarkeit und Aufenthaltsqualität für Fußgänger ist im Bereich des Mehringplatzes durch die Gestaltung als Fußgängerzone sehr gut. Die Aufenthaltsqualität in der Friedrichstraße ist aufgrund geringer Gehwegbreiten eingeschränkt.

Erhöhtes Fußgängeraufkommen ist im Bereich des Mehringplatzes (Ausgang U-Bahn im Platzbereich) und im Abschnitt der Friedrichstraße südlich der Kochstraße (Ausgang U-Bahn, hoher Touristenanteil durch nahen Checkpoint Charlie) zu verzeichnen. Auch für Fußgänger bleibt die Zugänglichkeit bis auf weiteres durch verschiedene Baumaßnahmen am Mehringplatz eingeschränkt.

### **Bewertung**

Öffentliche Einrichtungen und kulturelle Angebote sind im zentralen Versorgungsbereich nur wenige vorhanden. Der Akademie des Jüdischen Museums kommt dabei eine weit über den örtlichen Einzugsbereich hinaus reichende Bedeutung zu. Es fehlen wichtige Dienstleistungsangebote wie Post- (lediglich kleine Verkaufsstelle vorhanden) oder Bankfilialen. Das Gastronomieangebot ist sehr eingeschränkt, Freizeitangebote fehlen fast vollständig, lediglich das IntiHaus der Kreuzberger Musikalische Aktion e.V. hält verschiedene Kultur- und Freizeitangebote v.a. für Kinder und Jugendliche bereit.

Der Kaiser's-Supermarkt und die Roßmann-Filiale sind die wichtigsten und nahezu einzigen Anbieter mit Waren des täglichen Bedarfs. Darüber hinausgehender kleinteiliger Facheinzelhandel ist nur in sehr geringem Maße vorzufinden.

Hoher Ladenleerstand in Verbindung mit Billigangeboten (z.B. „Spätis“, An- und Verkauf) sowie Randgruppenprobleme (Alkoholszene am Mehringplatz) weisen auf einen erheblichen Trading-Down-Effekt hin.

Aufgrund der Bau- und Nutzungsstrukturen (eingelagerte Parkflächen, Infrastruktureinrichtungen und Verwaltungsstandorte) ist in der Friedrichstraße zwischen Mehringplatz und Kochstraße keine durchgehende Ladenzeile vorhanden bzw. realisierbar. Erst in unmittelbarer Nähe zur Kochstraße ist die Erdgeschosszone der Bebauung wieder geschlossen gewerblich genutzt (Einzelhandel und Gastronomie). Die Angebotsstruktur ist hier jedoch touristisch geprägt (unmittelbare Nachbarschaft zu Checkpoint Charlie/ Mauermuseum) und daher nicht auf die Nahversorgung ausgerichtet.

Insgesamt ist die Nahversorgungsfunktion des zentralen Geschäftsbereichs als stark gefährdet anzusehen. Einziger Teilbereich, in dem ein begrenztes Nahversorgungsangebot besteht, ist der Mehringplatz mit seiner nördlichen Randbebauung und ein direkt angrenzender, als Fußgängerzone gestalteter Abschnitt der Friedrichstraße. Schlüsselfunktion kommt dabei dem relativ kleinen Standort des Kaiser's-Supermarkt zu. Deutliches Signal des Trading-Down-Effektes ist die teils leerstehende oder mit nicht-gewerblichen (Zwischen-) Nutzungen belegte östliche Ladenzeile der Randbebauung am Mehringplatz. Der mit der Schließung des Eingangs zum AOK-Kundenzentrums am Mehringplatz einhergegangene Rückgang des Publikumsverkehrs in der westlichen Ladenzeile

kann darüber hinaus die Existenz des dort noch vorhandenen Ladengewerbes gefährden.

Auf dem zur Fußgängerzone ausgebauten Abschnitt der Friedrichstraße nördlich des Mehringplatzes findet zweimal wöchentlich ein Markt statt, der zur Belebung des Zentrums beiträgt und das Angebot insbesondere im Bereich der Nahversorgung ergänzt.

### **Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten**

Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten sind angesichts des hohen Leerstandsanteils kurzfristig vor allem im Bestand zu sehen. Eine darüber hinausgehende Erweiterung des Nahversorgungsangebotes kann mittelfristig auf derzeit untergenutzten Standorten (z.B. Stellplatzanlagen) erfolgen. Neben einer derartigen punktuellen Erweiterung der Angebotsstruktur ist die Schaffung einer durchgehenden Ladenzone in der Friedrichstraße aufgrund der Bebauungs- und Nutzungsstruktur nicht möglich. Aktivitäten zur Stabilisierung, Erweiterung im Baubestand und Aufwertung der Nahversorgungsfunktion sollten sich daher auf den Bereich der Friedrichstraße südlich der Franz-Klühs-Straße, den Mehringplatz und auf die Anbindung des südlich anschließenden Infrastruktur- und Einzelhandelsstandortes am Blücherplatz (Amerika- Gedenkbibliothek, Domäne-Einrichtungsmarkt im ehemaligen Hertie-Warenhaus) konzentrieren.

Ein mehrstufiges Workshop- und Wettbewerbsverfahren zur städtebaulichen Entwicklung des Quartiers rund um den Mehringplatz sowie zur Neugestaltung des Mehringplatzes mit einer intensiven Öffentlichkeitsbeteiligung wurde in den Jahren 2014 und 2015 durchgeführt. Der Baubeginn für die Umgestaltung des Platzes ist für das Frühjahr 2017 geplant.

Es bestehen derzeit konkrete Pläne für eine neue Wohnbebauung südlich der Franz-Klühs-Straße zwischen Wilhelm- und Friedrichstraße. Im Zuge dieser Baumaßnahmen soll auch der bisherige Supermarkt aufgegeben und durch einen neuen, deutlich größeren Markt am gleichen Standort ersetzt werden.

### **Handlungsempfehlungen**

Aufgrund der homogenen Eigentümerstruktur im Umfeld des Mehringplatzes (DeGeWo, weitere Eigentümer der Großwohnanlagen) und deren Eigeninteresse



an einer positiven Entwicklung sollten diese in konzeptionelle Überlegungen zur Standortentwicklung intensiv einbezogen bzw. deren bestehende Aktivitäten unterstützt werden.

Die erfolgte förmliche Festlegung als Sanierungsgebiet eröffnet zusätzliche Instrumentarien (z.B. sanierungsrechtliche Genehmigungspflichten, Ordnungsmaßnahmen, steuerliche Abschreibungsmöglichkeiten), die für die Stabilisierung und Entwicklung des Nahversorgungsstandortes genutzt werden sollten.

Im Einzelnen werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Qualitative Aufwertung der Straßenräume/ Gehwegbereiche, auch im Zusammenhang mit Investitionen am früheren Standort des Blumenmarkts bzw. an der AOK
  - Friedrichstraße
  - Friedrich-Stampfer-Straße
  - Franz-Klühs-Straße
- Umsetzung der Ergebnisse des Workshop-Verfahrens von 2014 und des Wettbewerbs von 2015
- Qualitative Aufwertung des südlichen Durchgangs Mehringplatz/ Übergang zum Blücherplatz (Verknüpfung mit AGB/Einrichtungsfachmarkt)
- Verbesserung der Anbindung des Mehringplatzes an den Kultur- und Einzelhandelsstandort Blücherplatz mit großflächigem Fachmarkt und AGB (vgl. Workshopverfahren 2014)
- Stärkung der Nahversorgungsfunktion durch Festlegung als Sanierungsziel
- Nutzung des Tourismuspotenzials als "Auftakt" der weltbekannten Friedrichstraße und „Vorzone“ des Zentrumsbereichs Historische Mitte.

4.2.8 Nahversorgungszentrum Wrangelstraße

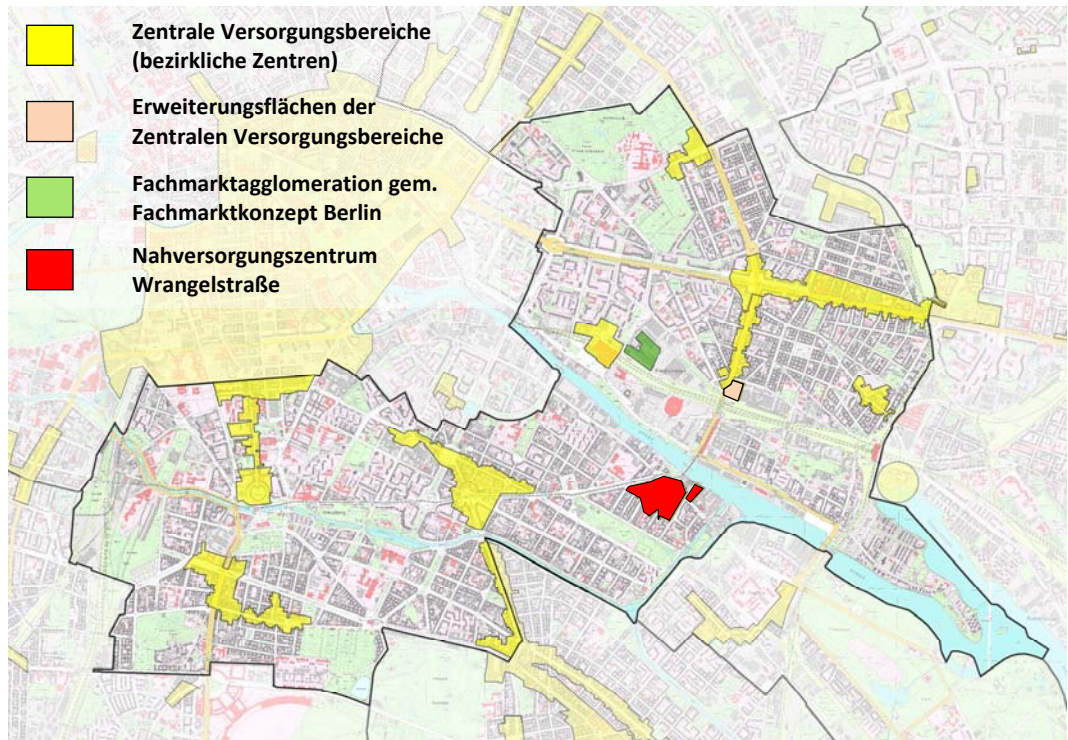


Abb.43: Lage des Nahversorgungszentrums Wrangelstraße



Abb. 44 und 45: Straßenszenen Wrangelstraße, Falckensteinstraße

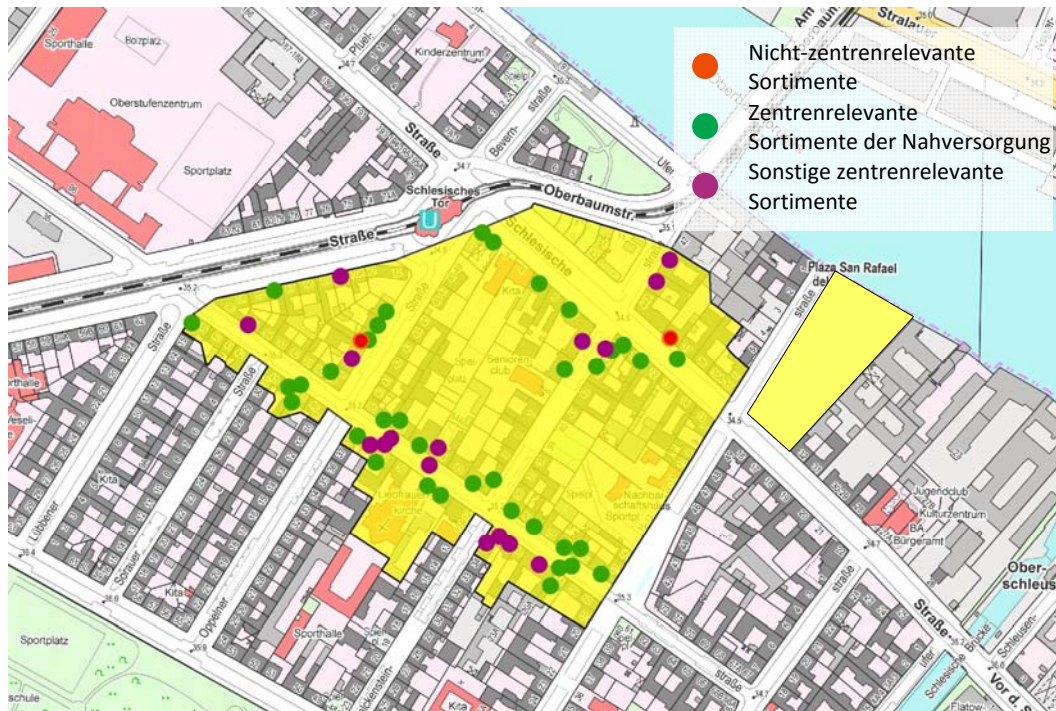


Abb. 46: Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Wrangelstraße

Tab. 42: Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren (gem. StEP Zentren 3)	Bewertung des Nahversorgungszentrums Wrangelstraße
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen	Bürgeramt, Standesamt Im Umfeld: 2 Schulstandorte, OSZ Handel
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kaum vorhanden	Ratibor-Theater Kino im Umfeld Nachbarschaftshaus Centrum
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Minimalausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, ergänzendes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern	div. gebietsangrenzend Post/Postbank
<b>Gastronomieangebot</b>	Ergänzendes Angebot	Vielfältiges Gastronomieangebot
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Rein nahversorgungsorientiert; Anteil Nahrungs- und Genussmittel 60-90 %; Anteil Bekleidung < 20 %	Nahrungs- u. Genussmittel 65% Bekleidung, Schuhe/Lederwaren 8%

	<b>Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Nahversorgungszentrums Wrangelstraße</b>
<b>Nahversorgung</b>	Deutlich eingeschränkter Betriebstypenmix und Wettbewerbssituation (1-2 zentrenfunktionstragende Betriebe): große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln unterdurchschnittlich. Zahlreiche Angebote aus den Bereichen Bücher/, Zeitschriften/ Schreibwaren, Apotheken ergänzen nahversorgungsrelevanten Branchenmix
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel	Fast ausschließlich inhabergeführter Facheinzelhandel, 1 Supermarkt
<b>Angebotsqualität</b>	Deutlich nahversorgungsorientiert, Sortimentenlücken	Warenangebot wird ergänzt durch Angebote sonstiger zentrenrelevanter Sortimente (Fahrräder/ Fahrradzubehör, Spielwaren, Möbel/ Antiquitäten, Haushaltsgegenstände). Im Ergebnis gebietsbezogen für ein Nahversorgungszentrum große Branchenvielfalt.
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder;	Erfüllt
<b>Straßennetz</b>	Gut erreichbar über Wohnsammelstraßen	Erfüllt
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	z.T. nur mit Bus erreichbar; evtl. U- oder S- oder Straßenbahnanschluss	Erfüllt
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	< ca. 5.000 m <sup>2</sup> VKF	Ca. 2.600 m <sup>2</sup>

## Öffentliche Einrichtungen

### *Im Umfeld*

Fichtelgebirgs – Grundschule  
E.-Klein-Oberschule  
OSZ Handel  
Post/ Postbank Skalitzer Straße  
Bürgeramt u. Standesamt

## Kulturelles Angebot

Nachbarschaftshaus Centrum

### *Im Umfeld*

Kino Eiszeit,  
Ratibor- Theater

## Freizeit und Gastronomieangebot

Vielfältiges Gastronomieangebot, Schwerpunkt Schlesische Straße und Falckensteinstraße

## Dienstleistungsangebot

Vielfältiges, nahversorgungsrelevantes Dienstleistungsangebot (z.B. Friseur, Textilpflege, Copyshop)

## Einzelhandel

### Verkaufsfläche

#### *nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)*

Nahversorgung	1.935 m <sup>2</sup>
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	560 m <sup>2</sup>
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	70 m <sup>2</sup>

#### *nach Sortimenten*

Nahrungs- u. Genussmittel	1.655 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Schuhe/ Lederw.	210 m <sup>2</sup>
Sonstige	700 m <sup>2</sup>

## Einzelhandelsvertriebsformen

### *Vertriebsformen*

- Fast ausschließlich kleinteiliger Facheinzelhandel, inhabergeführt
- Kaiser's-Supermarkt

### *EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF*

Nicht vorhanden

## Angebotsqualität

Angebote überwiegend auf niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Durch einen hohen Anteil an Angeboten für den mittelfristigen Bedarf ist die Branchenvielfalt im zentralen Versorgungsbereich relativ umfangreich

## Straßennetz

### *Hauptverkehrsachsen im Umfeld*

Skalitzer Straße  
Schlesische Straße

## Öffentliche Verkehrsmittel

U-Bahnhof Schlesisches Tor (U1)

### *Buslinien*

265, N1, N65

### **Flächenausstattung**

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs	ca. 118.000 m <sup>2</sup> ,
Verkaufsfläche insgesamt:	2.565 m <sup>2</sup>

### **Einordnung in das Zentrengefüge**

Im Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 ist der Bereich rund um die Wrangelstraße nicht als Zentrum ausgewiesen.

Das Nahversorgungszentrum übernimmt die Versorgung des dicht besiedelten Wrangelkiezes insb. mit Angeboten der Nahversorgung.

Das Nahversorgungszentrum Wrangelstraße beinhaltet die Südseite der Skalitzer Straße (östlich der Wrangelstraße), die Schlesische Straße (zwischen Skaltzer und Cuvrystraße) die Falckensteinstraße (zwischen Schlesischer und Wrangelstraße) sowie die namensgebende Wrangelstraße (zwischen Skalitzer und Cuvrystraße).

Die Einbeziehung des sog. IVG-Geländes (Schlesische Straße 33-34/Cuvrystraße 50-51), ursprünglich als Erweiterungsfläche vorgesehen, erfolgt mit Fertigstellung der hier geplanten Einzelhandelsangebote.

### **Bebauungs- und Nutzungsstruktur**

#### Bebauungsstruktur

Der weitgehend von Kriegsschäden verschont gebliebene Wrangelkiez befindet sich zwischen Spree, Lohmühleninsel, Görlitzer Park und Skalitzer Straße in einer stadträumlich abgeschlossenen Lage.

Südlich der Schlesischen Straße ist die gründerzeitliche Blockstruktur und Bebauung weitgehend erhalten. Der weit überwiegende Anteil der Gebäudesubstanz wurde in den achtziger und neunziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts modernisiert und instandgesetzt. Die Straßenräume wurden in diesem Zeitraum überwiegend neu gestaltet (Ausbildung von Parktaschen, z.T. Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung). Im Bereich nördlich der Schlesischen Straße ist die gründerzeitliche Bebauungsstruktur durch die große Brachfläche des Grundstücks Schlesische Straße 33-34/Cuvrystraße 50-51 ("IVG- Gelände")

und kleinteilige, weniger geordnete Bebauung im südöstlichen Straßenabschnitt gestört.

### Nutzungsstruktur

Im Bereich südlich der Schlesischen Straße dominiert eindeutig die Wohnnutzung. Eingestreut in die Baublöcke sind Infrastrukturstandorte (Schulen, kirchliche Einrichtungen, Seniorenfreizeitstätte, Familienzentrum) und in Einzelfällen rein gewerblich genutzte Gebäude.

Nördlich der Schlesischen Straße dominieren gewerbliche Nutzungen in gründerzeitlichen Fabrikgebäuden.

Wie in anderen touristisch stark frequentierten Kiezen ist im Wrangelkiez deutlich ein Wandel zu erkennen. Einzelhandelsbetriebe werden zunehmend durch Gastronomiebetriebe ersetzt. Insbesondere in der Falckensteinstraße, aber auch in der Wrangel- und der Schlesischen Straße ist dieser Effekt zu beobachten.

### Erschließung

#### ÖPNV

Die Erschließung des Nahversorgungszentrums erfolgt an den Gebietsrändern durch eine Buslinie in der Schlesischen Straße (Bus 268) und durch die U-Bahnlinie U1 (Bahnhof Schlesisches Tor), durch die das Gebiet an den Ortsteil Friedrichshain (Warschauer Straße) und die City West angebunden wird.

#### MIV

Die Erreichbarkeit für den MIV (PKW) ist durch das begrenzte Stellplatzangebot eingeschränkt. Nennenswerte Stellplatzanlagen auf Privatgrundstücken sind nicht vorhanden.

#### Anlieferung

Im zentralen Versorgungsbereich sind keine Lieferzonen vorhanden. Aufgrund der kleinteiligen Einzelhandelsstruktur (Anlieferung vorrangig mit Kleinfahrzeugen) und des relativ geringen Verkehrsaufkommens sind nur in Einzelfällen Konflikte durch Liefervorgänge zu beobachten.

### Fahrrad

Die Erreichbarkeit für Radfahrer ist auch bei fehlenden Radverkehrsanlagen aufgrund des geringen KFZ-Verkehrsaufkommens ausreichend. Das Angebot an Abstellmöglichkeiten für Fahrräder (Fahrradbügel) erscheint erweiterungsbedürftig.

### Fußgängerverkehr

Die Erreichbarkeit und Aufenthaltsqualität für Fußgänger ist aufgrund des geringen Verkehrsaufkommens ausreichend. Für die Wohnnutzung nördlich der Schlesischen Straße ist durch die erhöhte Verkehrsbelastung die Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereichs eingeschränkt, jedoch durch eine Bedarfsampel an der Kreuzung Falckensteinstraße gegeben.

Erhöhtes Fußgängeraufkommen ist auf der Südseite der Schlesischen Straße (Hauptzugang vom Kiez zum U-Bahnhof) und in der Wrangelstraße als Kiezzentrum zu verzeichnen.

### **Bewertung**

Als öffentliche Einrichtungen befinden sich das Standesamt Kreuzberg und ein Bürgeramt (Schlesische Straße 42a) und als Schulstandorte das OSZ Handel, die Fichtelgebirgs-Grundschule und die Eberhard-Klein-Oberschule im Umfeld des Gebietes.

Ebenfalls im Gebietsumfeld finden sich einzelne kulturelle Angebote (Kino Eiszeit, Ratibor-Theater). Der Görlitzer Park mit Spreewaldbad im Süden des Wrangelkiezes stellt einen wichtigen Freizeitstandort dar.

Das Dienstleistungsangebot ist mit mehreren Friseur-, Textilpflege- und Schneiderbetrieben einem Nahversorgungszentrum angemessen bzw. geht über die reine Nahversorgungsfunktion hinaus (z.B. KFZ- Reparatur, Reisebüro).

Der Anteil des Warenangebotes für die Nahversorgung liegt im Gebiet bei 75 % und entspricht damit der Nahversorgungsaufgabe.

Das Gastronomieangebot ist mit 58 Betrieben im zentralen Versorgungsbereich sehr groß und geht damit ebenfalls über die Funktion der Nahversorgung hinaus. Das Angebot ist vielfältig und ethnisch geprägt (türkisch, arabisch, italienisch), Gastronomieschwerpunkte befinden sich inzwischen im gesamten zentralen



Versorgungsbereich. Was bei oberflächlicher Betrachtung attraktiv wirkt und zu einer Belebung des Zentrums führt, ist tatsächlich Zeichen einer bedenklichen gewerblichen Gentrifizierung. Steigende Mietpreise führen zunehmend zur Verdrängung von Einzelhandelsangeboten durch gastronomische Einrichtungen. Dadurch wird nicht nur durch die damit einhergehenden Nebenerscheinungen (insb. abendliche/nächtliche Lärmemissionen) die Wohnqualität des Kiezes verringert, sondern auch die eigentliche Zentrenfunktion gefährdet. Seiner Aufgabe bei der Nahversorgung der umliegenden Wohnquartiere kann ein auf diese Weise vorgeschädigtes Zentrum nur noch bedingt gerecht werden.

Als Vertriebsform befindet sich im Gebiet fast ausschließlich kleinteiliger, inhabergeführter Facheinzelhandel. Filialisten sind lediglich durch einen einen Supermarkt (Kaiser's) mit geringer Verkaufsfläche (unter 300 m<sup>2</sup>) vertreten. Dieses Fehlen großflächiger Einzelhandelsangebote innerhalb des stadträumlich abgeschlossenen Wrangelkiezes scheint die atypische Kleinteiligkeit und Vielfältigkeit des Angebotes im Zentralen Versorgungsbereich zu ermöglichen. Die Ansiedlung großflächigerer Fachmarktangebote würde daher diese gewachsene Einzelhandelsstruktur erheblich stören bzw. beeinträchtigen. Wünschenswert wäre jedoch die Ansiedlung eines Anbieters des Lebensmittel-Einzelhandels in Gestalt eines Supermarktes oder Discounters.

Aus Vorstehendem ist der Schluss zu ziehen, dass im zentralen Versorgungsbereich die für ein Nahversorgungszentrum erforderlichen Angebote im Wesentlichen vorhanden sind. Die Ausstattung mit Verkaufsflächen für kurzfristigen Bedarf ist im Planungsraum Wrangelkiez jedoch mit 0,21 m<sup>2</sup> VKF/EW vergleichsweise gering (Durchschnitt Friedrichshain-Kreuzberg: 0,35 m<sup>2</sup> VKF/EW).

Im Gebiet ist eine über die Nahversorgung hinausgehende Versorgungsfunktion gegeben (Annäherung an die Typik eines Ortsteilzentrums). Insgesamt erweckt der zentrale Versorgungsbereich den Eindruck eines kleinstädtischen Zentrums. Neben den bereits dargestellten Problemen des wachsenden Gastronomieanteils ist trotz aller positiven Aspekte ein deutliches Ansteigen der Leerstände zu verzeichnen.

Ein nachhaltiger Fortbestand dieser Struktur ist jedoch nur zu erwarten, wenn auch künftig keine großflächigen Einzelhandelsangebote in Konkurrenz zu den kleinteiligen Anbietern treten. Diesbezügliche Entwicklungspotentiale bestehen nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, jedoch in seinem unmittelbaren Umfeld (Gewerbeband zwischen Schlesischer Straße und Spree). Insbesondere die angestrebte Entwicklung auf dem derzeit brach liegenden IVG-

Areal (Schlesische Straße 33/34, geplante "Neue Spreespeicher"; gem. Investorenangabe mit Nutzflächen von 1.300 m<sup>2</sup> für Gastronomie und 3.200 m<sup>2</sup> für Einzelhandel) würde die vorhandene Einzelhandelsstruktur im Gebiet erheblich beeinflussen.

### **Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten**

Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten sind innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nur punktuell vorhanden (z.B. Verdichtung der Bebauung am Schlesischen Tor (Schlesische Straße 1,2) und auf dem Grundstück Falckensteinstraße 1.

Ein erhebliches Erweiterungspotential stellt das Grundstück Schlesische Straße 33, 34 dar (IVG-Areal). Eine verstärkte Einzelhandelsnutzung auf diesem Grundstück würde jedoch wie vorstehend dargelegt gravierende Folgen für den Zentralen Versorgungsbereich haben.

### **Handlungsempfehlungen**

Das Nahversorgungszentrum erscheint stabil. Über den Nahversorgungsaspekt hinausgehend sind auch Funktionen eines Ortsteilzentrums vorzufinden. Das Nahversorgungsangebot sollte moderat durch unzureichend vorhandene Betriebsformen ergänzt werden (Ansiedlung eines weiteren Supermarkts/ Discounters in der Schlesischen Straße).

Größte Bedeutung für den Erhalt des Nahversorgungszentrums in seiner jetzigen Struktur hat die künftige Entwicklung auf dem IVG-Areal. Die hier zuvor von Investorenseite angestrebte Nutzung mit Einzelhandelsflächen über 3000 m<sup>2</sup> würde die Stabilität des übrigen Versorgungsbereichs empfindlich beeinträchtigen. Eine Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben an diesem Standort sollte daher auf maximal 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche begrenzt werden.

Nachfolgende kleinteilige Maßnahmen können die Stabilität des zentralen Versorgungsbereichs unterstützen:

- Begrenzung der Ansiedlung großflächiger Betriebe des Lebensmittel-Einzelhandels an der Schlesischen Straße auf 1.500 m<sup>2</sup> VKF

---

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept

- Qualifizierung der Platzfläche Falckensteinstraße 39, 40 (Zugang zum Jugendzentrum und zur Blockdurchwegung, gegenüberliegende Seniorenfreizeitstätte) als zentraler Kiezplatz (Aufenthalt, Kommunikation)
- Ansiedlung eines Wochenmarktes in diesem Bereich
- Verbesserung der Querungsmöglichkeiten Schlesische Straße im Bereich Cuvrystraße (z.B. zusätzliche Bedarfsampel), insbes. bei baulicher Entwicklung auf dem IVG-Areal
- Qualitative Aufwertung des nördlichen Abschnitts der Cuvrystraße (z.B. Baumpflanzungen) zur Anbindung des Zentrums an den geplanten Uferweg (im Zusammenhang mit baulicher Entwicklung auf IVG-Areal bzw. Realisierung Uferweg)
- Unterstützung von Initiativen zur Vernetzung der Gewerbetreibenden (z.B. "Wrangel-Vision", Wiederbelebung des Quartiersmanagements)
- Ausarbeitung eines Konzepts zur Begrenzung einer weiteren Verdrängung von Einzelhandel durch Gastronomie sowie zur Verhinderung/Minimierung von Leerständen, ggf. in Zusammenarbeit mit dem Quartiersmanagement
- Prüfung weiterer Standorte für Fahrradbügel

4.2.9 Nahversorgungszentrum Warschauer Straße

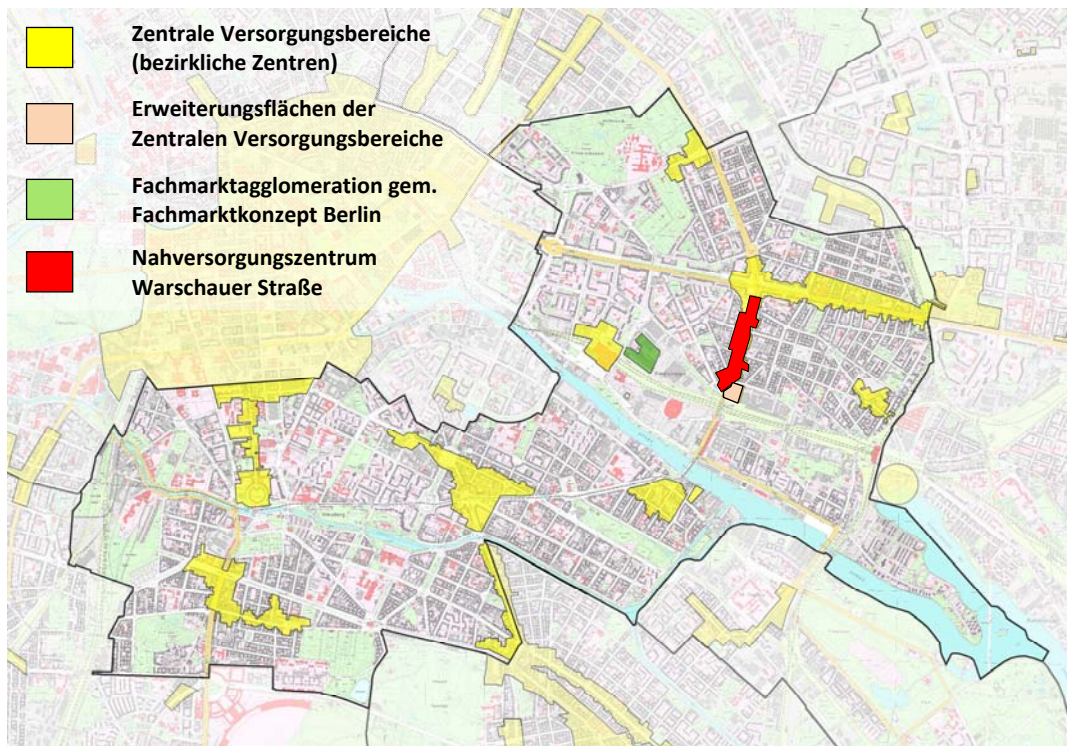


Abb.47: Lage des Nahversorgungszentrums Warschauer Straße



Abb. 48 und 49: Straßenszenen Warschauer Straße

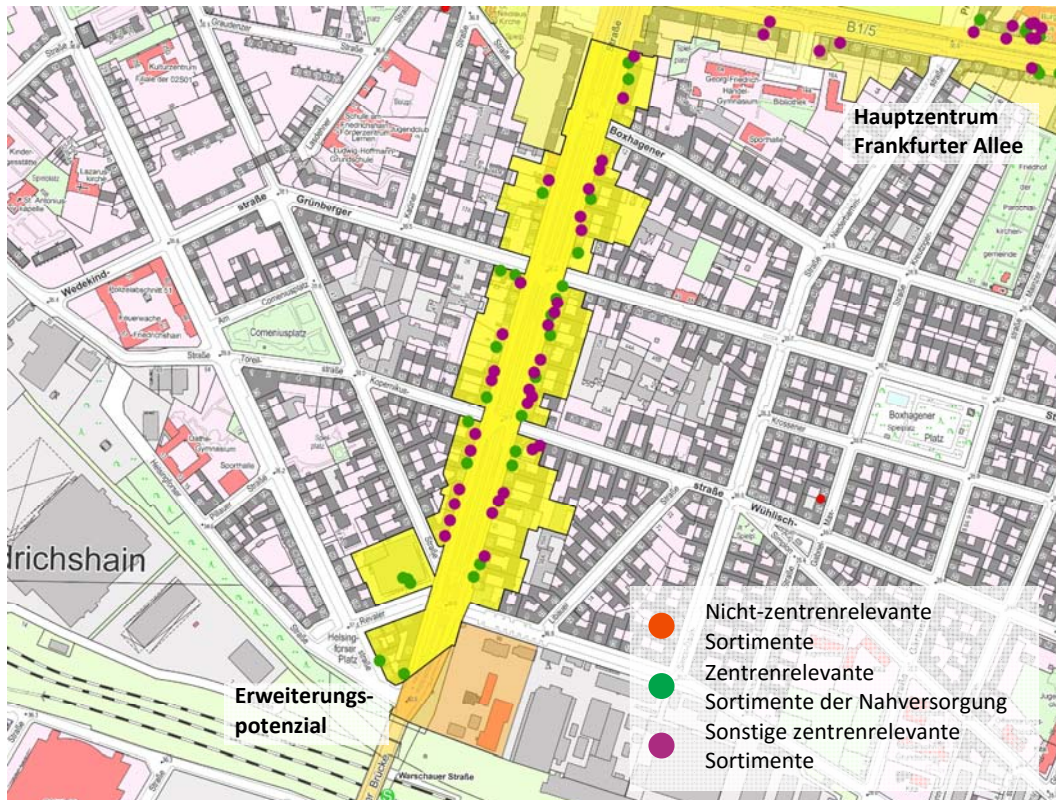


Abb. 50: Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Warschauer Straße

Tab. 43: Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren (gem. StEP Zentren 3)	Bewertung des Nahversorgungszentrums Warschauer Straße
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen	Im Umfeld
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kaum vorhanden	Umfeld: RAW-Gelände, Kino "Intimes"
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Minimalausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, ergänzendes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern	Bankfilialen, div. Anbieter sonstiger DL
<b>Gastronomieangebot</b>	Ergänzendes Angebot	Vorhanden
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Rein nahversorgungsorientiert; Anteil Nahrungs- und Genussmittel 60-90 %; Anteil Bekleidung < 20 %	Nahrungs- u. Genussmittel 46% Bekleidung, Schuhe/Lederwaren 7 %

	<b>Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren</b> (gem. StEP Zentren 3)	<b>Bewertung des Nahversorgungszentrums Warschauer Straße</b>
<b>Nahversorgung</b>	Deutlich eingeschränkter Betriebstypenmix und Wettbewerbssituation (1-2 zentrenfunktionstragende Betriebe): große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Erfüllt, Kaisers und dm als einzige größere Anbieter
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel	Erfüllt
<b>Angebotsqualität</b>	Deutlich nahversorgungsorientiert, Sortimentlücken	Angebot geht teilw. über Nahversorgung hinaus
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder;	Erfüllt
<b>Straßennetz</b>	Gut erreichbar über Wohnsammelstraßen	Lage an Hauptverkehrsachse, hohe Emissionsbelastung
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	z.T. nur mit Bus erreichbar; evtl. U- oder S- oder Straßenbahnanschluss	Sehr gute Anbindung
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	< ca. 5.000 m <sup>2</sup> VKF	Ca. 5.200 m <sup>2</sup>

## Öffentliche Einrichtungen

### Im Umfeld

Bezirkszentralbibliothek  
Dathe-Gymnasium  
Händel-Gymnasium  
Ludwig-Hoffmann-Grundschule  
Förderzentrum Kadiner Straße  
Polizeidirektion 5, Abschnitt 51  
Feuerwehrstandort Rüdersdorfer Straße

## Kulturelles Angebot

### Im Umfeld

Sozio- kulturelle Projekte auf dem RAW-Gelände  
Kino "Intimes"  
(Mercedes-Benz-)Arena

## Freizeit und Gastronomieangebot

### Im Umfeld

Freizeitangebote auf dem RAW-Gelände (z.B. "Kletterfelsen", Skaterhalle)  
Kneipenszene Simon-Dach-Straße

## Dienstleistungsangebot

Sparkasse,  
kleinteilige Dienstleistungsbetriebe

## Einzelhandel

### Verkaufsfläche

#### nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)

Nahversorgung	3.376 m <sup>2</sup>
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	1.780 m <sup>2</sup>
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	0 m <sup>2</sup>

#### nach Sortimenten

Nahrungs- u. Genussmittel	2.364 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Schuhe/ Lederw.	344 m <sup>2</sup>
Sonstige	2.448 m <sup>2</sup>

### Einzelhandelsvertriebsformen

#### Vertriebsformen

- Fast ausschließlich kleinteiliger Facheinzelhandel
- Mehrere Filialisten (z.B. Kaiser's, dm, denn's, Rossmann)

#### EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF

Kaiser's	ca. 1.600 m <sup>2</sup>
dm	ca. 600 m <sup>2</sup>

## Angebotsqualität

Kaisers als größter Anbieter mit brachenüblichem Standardangebot,  
im Übrigen Facheinzelhandel mit teilweise spezialisiertem, höherwertigem Angebot

## Straßennetz

Warschauer Straße als Teil des Innenstadtrings  
Frankfurter Allee

### Öffentliche Verkehrsmittel

U-/S- Bahnhof Warschauer Straße (U1, div. S-Bahnlinien)  
U-Bahnhof Frankfurter Tor (U5)  
*Straßenbahnlinien*  
M10, M13, Linie 21  
*Buslinien*  
Bus 347, 240, N1

### Flächenausstattung

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs	ca. 101.000 m <sup>2</sup> (Erweiterungsfläche ca. 158.000 m <sup>2</sup> ),
Verkaufsfläche insgesamt:	5.156 m <sup>2</sup>

### Einordnung in das Zentrengefüge

Im Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 ist der Bereich Warschauer Straße nicht als Zentrum ausgewiesen.

Das Zentrum erstreckt sich – anschließend an das Hauptzentrum Frankfurter Allee – über beide Seiten der Warschauer Straße nördlich der Revaler Straße. Der Bereich südlich der Revaler Straße (westlicher Teil des RAW-Geländes) soll langfristig als Erweiterungsgebiet dienen.

### Bebauungs- und Nutzungsstruktur

#### Bebauungsstruktur

Das Umfeld der Warschauer Straße ist durch eine weitgehend geschlossene gründerzeitliche Bebauung geprägt, im Norden und Westen schließt sich eine offene z.T. denkmalgeschützte Zeilenbebauung der Nachkriegszeit an (Baudenkmal Karl-Marx-Allee). An der Warschauer Brücke erstreckt sich entlang der Revaler Straße die Industriebrache des ehemaligen Reichsbahn-Ausbesserungswerkes (RAW).

#### Nutzungsstruktur

Die Nutzungsstruktur wird durch Wohnnutzung dominiert, als Besonderheit befinden sich in mehreren Blöcken an der Warschauer Straße gewerblich genutzte Blockkerne (vor allem Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe).

An der benachbarten Simon-Dach-Straße und ihrem Umfeld hat sich seit 2000 eine ausgeprägte, berlinweit bekannte Kneipen-/ Gastronomieszene entwickelt.



Im angrenzenden RAW-Gelände haben sich zahlreiche alternative sozio-kulturelle Projekte angesiedelt, teilweise auf Basis von Mietverträgen mit dem Grundstückseigentümer. Es handelt sich hier um einen wichtigen Kultur- und Freizeitstandort mit Bedeutung über den angrenzenden Kiez hinaus.

### Erschließung

#### ÖPNV

Die Warschauer Straße ist hervorragend durch den ÖPNV erschlossen. Die Straßenbahnlinien M10, M13 und 21 verkehren in der Mittelpromenade der Straße, im Norden bietet am Frankfurter Tor die U-Bahnlinie U5 eine Verbindung zum Alexanderplatz, im Süden besteht über den Bahnhof Warschauer Straße Anschluss an die Stadtbahn und über die U-Bahnlinie U1 eine Verbindung nach Kreuzberg und weiter in die City West. Durch die Buslinien 347 und 240 sind die angrenzenden Wohnquartiere an das Nahversorgungszentrum angebunden.

#### MIV

Die Warschauer Straße selbst als Teil des Innenstadtrings und die Frankfurter Allee bieten eine ausgezeichnete Anbindung an das Straßennetz. Die Erreichbarkeit für den MIV ist jedoch durch das knappe Stellplatzangebot eingeschränkt. Stellplatzanlagen auf Privatgrundstücken beschränken sich auf die große Hoffläche des Grundstücks Warschauer Straße 5-8. Diese Stellplatzanlage ist jedoch nicht für die Öffentlichkeit nutzbar. Absehbar wird das Stellplatzangebot aufgrund der Umbauplanungen für die Marchlewskistraße (Stellplatzreduzierung aufgrund Neugestaltung des Straßenraums) und die Warschauer Straße (Verzicht auf Stellplatznutzung zu Gunsten von Radverkehrsanlagen) weiter reduziert (geplante Baudurchführung bis 2013).

#### Anlieferung

Die Neugestaltung des Straßenraums in der Warschauer Straße führte zur Anordnung von Lieferzonen, so dass frühere Konflikte minimiert werden konnten.

#### Fahrrad

Im Umfeld des S-Bahnhofs Warschauer Straße besteht weiterhin ein erhebliches Defizit an Abstellanlagen für Fahrräder. Mit Umsetzung der Planung zur

Neugestaltung des Straßenraums (Einordnung von Radfahrstreifen im Fahrbahnbereich) wurde die Situation für Radfahrer erheblich verbessert.

### Fußgängerverkehr

Die Aufenthaltsqualität für Fußgänger ist aufgrund der Enge der Gehwege, Auslagen von Gewerbetreibenden und der Emissionen durch den KFZ-Verkehr beeinträchtigt. Die Umgestaltung des Straßenraums führte jedoch in Teilbereichen zu einer Verbreiterung der Gehwege und brachte damit eine erhebliche Verbesserung mit sich. Auch die Anlage des Boulevardstreifens in der Mitte der Straße hat erheblich zur Steigerung der Aufenthaltsqualität beigetragen.

Das Fußgängeraufkommen ist auf der östlichen Straßenseite hoch, auf der westlichen etwas geringer. Im südlichen Bereich ist aufgrund der Umsteigebeziehungen zwischen S-Bahn/ U-Bahn und Straßenbahn ein sehr hohes Fußgängeraufkommen zu beobachten.

### Bewertung

Die Warschauer Straße war bis zur Wende 1989 eines der wichtigen und stadtbekanntesten Einkaufszentren Ost-Berlins. Mit dem wirtschaftlichen Umbruch ab 1990 hat die Straße jedoch einen kontinuierlichen Bedeutungsverlust als Einkaufsstandort erfahren. Mit der Standortaufgabe wichtiger Filialisten und alteingesessener Betriebe, deren Angebotsspektrum auch unterschiedliche zentrenrelevante Sortimente umfasste, besitzt der Straßenzug heute lediglich noch die Bedeutung eines Nahversorgungszentrums für das Altbauquartier südlich der Frankfurter Allee. Nach erheblichen Leerstandsproblemen Ende der neunziger und Anfang der 2000er Jahre hat sich der Einzelhandelsbestand heute weitgehend stabilisiert; auch die lange vernachlässigte Westseite der Straße wurde inzwischen deutlich aufgewertet. Wichtigster – und zugleich größter – Einzelhandelsanbieter ist der Supermarkt Warschauer/Ecke Revaler Straße mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.600 m<sup>2</sup> sowie einem Drogeriemarkt mit ca. 600 m<sup>2</sup> VKF. Hinzu kommt ein Bio-Supermarkt zwischen Revaler und Kopernikusstraße. Diese Angebote werden durch kleinteiliges, Ladengewerbe vor allem auf der Ostseite der Warschauer Straße und in den angrenzenden Nebenstraßen ergänzt (Bäcker, Fleischer, Tabakwaren- und Getränkehandel, zunehmend auch wieder höherwertige Spezialangebote). Auf der Westseite der Warschauer Straße ist der

Ladenbesatz noch deutlich geringer ausgeprägt, eine Trendumkehr ist jedoch erkennbar.

Die Lage im "Szenebezirk" Friedrichshain, insbesondere die Nähe zur Simon-Dach-Straße als "Gastronomiemeile" des Quartiers spiegelt sich auch in der Angebotsstruktur der Warschauer Straße wieder (z.B. Biomarkt, Gastronomiebetriebe bzw. Einzelhandelsbetriebe mit gastronomischem Angebot).

Die Situation des Einzelhandels im Nahversorgungszentrum erscheint nach dem rapiden Abwärtstrend in den neunziger Jahren heute weitgehend stabil. Die Versorgungsfunktion mit Waren des täglichen Bedarfs ist durch die Mischung aus filialisierten Lebensmittelanbietern (Supermarkt, Drogeriemarkt, Biomarkt) und kleinteiligem Ladengewerbe gewährleistet.

Der Kaiser's- Standort besitzt jedoch als einziger Supermarkt im Gebiet und mit relativ großer Verkaufsfläche nahezu Monopolstellung im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln. Insgesamt ist gemäß den Qualitätskriterien des StEP Zentren das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln mit rund 46 % der Verkaufsfläche zu gering (typischer Wert gem. StEP Zentren 60-90 %).

Öffentliche Einrichtungen sind im unmittelbaren Versorgungsbereich nicht vorhanden. Im Umfeld befindet sich der Standort der Bezirkszentralbibliothek. Das Dienstleistungsangebot ist reichhaltig. Gastronomieangebote überwiegend geringer Qualität (Imbiss) befinden sich im zentralen Versorgungsbereich. In unmittelbarer Nähe liegt der stadtwie bekannte Gastronomie- und Kneipenstandort der Simon-Dach-Straße.

Die Funktionsfähigkeit des Nahversorgungszentrums Warschauer Straße ist langfristig gefährdet durch die Planung eines großflächigen Einkaufszentrums südwestlich der Warschauer Brücke, das als Teil der Entwicklung rund um die Arena bereits vor einigen Jahren in einem entsprechenden Bebauungsplan berücksichtigt wurde. Inwieweit das Center Kaufkraft von der Warschauer Straße abziehen wird, oder ob es umgekehrt zu einer Frequenzsteigerung und damit möglicherweise auch einem Kaufkraftzufluss kommt, lässt sich erst mit Eröffnung des zum baldigen Baubeginn vorgesehenen Centers abschätzen.

Der Umbau der Warschauer Straße (u.a. Neuanlage der Straßenbahnhaltestellen, Einordnung Radfahrstreifen, Lieferzonen auf Gehwegen, teilweise

Gehwegverbreiterung) hat zu einer deutlichen Aufwertung des Nahversorgungszentrums geführt.

### **Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten**

Das einzige verbliebene Entwicklungspotenzial für das Nahversorgungszentrum Warschauer Straße stellt das RAW-Gelände dar. Da die Warschauer Straße mit über 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits einen für ein Nahversorgungszentrum vergleichsweise hohen Wert erreicht und in Kürze mit dem Center südwestlich der Warschauer Brücke erhebliche Verkaufsflächen hinzukommen, außerdem der Kultur- und Freizeitstandort am RAW bestens etabliert ist, ist eine großflächige Einzelhandelsentwicklung an diesem Standort abzulehnen. Eine Ergänzung des Angebots durch einen Lebensmittelmarkt mit weiteren Flächen für die Nahversorgung erscheint hingegen unproblematisch.

### **Handlungsempfehlungen**

Zur Verbesserung des Angebots an Lebensmitteln und zur Schaffung von Alternativangeboten zum Kaisers- Supermarkt sollten Möglichkeiten genutzt werden, weitere Lebensmittel-Anbieter (Supermarkt oder LM-Discounter) im Gebiet anzusiedeln (s.o.).

Im Einzelnen werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen

- Konzeptentwicklung für Radstellplätze im Umfeld des U/S- Bahnhofs Warschauer Straße, der Tram-Halte Revaler Straße und am Frankfurter Tor,
- Langfristig Erweiterung des Nahversorgungsangebots um einen Lebensmittelmarkt auf dem RAW-Gelände.

## 4.2.10 Nahversorgungszentrum Boxhagener Straße

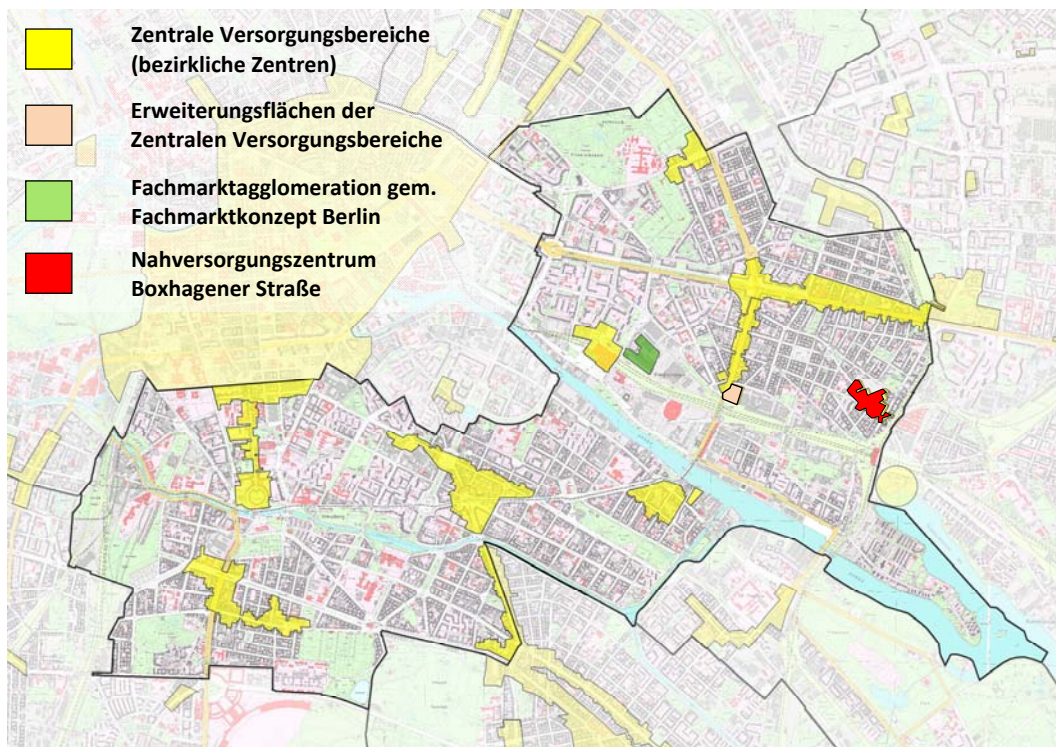


Abb.39: Lage des Nahversorgungszentrums Boxhagener Straße



Abb. 40 und 41: Straßenszene Boxhagener Straße, Baustelle ehem. Freudenberg-Gelände

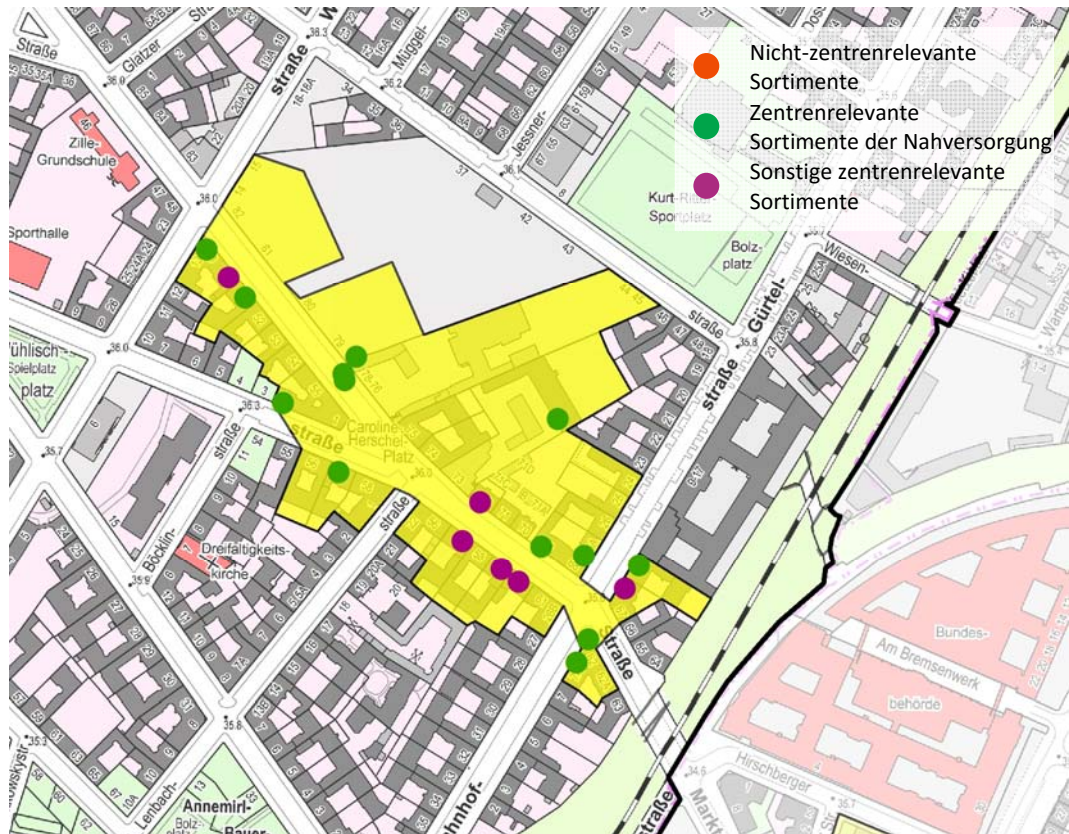


Abb. 42: Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Boxhagener Straße

Tab. 41: Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren (gem. StEP Zentren 3)	Bewertung des Nahversorgungszentrums Boxhagener Straße
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen	Vorhanden
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kaum vorhanden	Kleinere Kulturstandorte im Umfeld
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Minimalausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, ergänzendes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern	teilweise vorhanden
<b>Gastronomieangebot</b>	Ergänzendes Angebot	Erfüllt
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Rein nahversorgungsorientiert; Anteil Nahrungs- und Genussmittel 60-90 %; Anteil Bekleidung < 20 %	Nahrungs- u. Genussmittel 73% Bekleidung, Schuhe/Lederwaren 5 % Versorgung quantitativ unzureichend

	<b>Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Nahversorgungszentrums Boxhagener Straße</b>
<b>Nahversorgung</b>	Deutlich eingeschränkter Betriebstypenmix und Wettbewerbssituation (1-2 zentrenfunktionstragende Betriebe): große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Zur Zeit noch geringes Angebot, Ausbau geplant
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel	Außer Nahversorgungsstandort Schreibfeder-Passage und Bio Company kaum kleinteiliger Facheinzelhandel vorhanden
<b>Angebotsqualität</b>	Deutlich nahversorgungsorientiert, Sortimentenlücken	Erfüllt
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder;	Umnutzung der ehem. Industriefläche zu Wohngebiet mit Quartierszentrum im Bau. Teilweise attraktiv gestalteter öffentl. Raum (Caroline-Herschel-Platz)
<b>Straßennetz</b>	Gut erreichbar über Wohnsammelstraßen	Lage an Boxhagener Straße mit hoher KFZ-Emissionsbelastung
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	z.T. nur mit Bus erreichbar; evtl. U- oder S- oder Straßenbahnanschluss	Gute Anbindung
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	< ca. 5.000 m <sup>2</sup> VKF	Ca. 1.800 m <sup>2</sup> Weit unterdurchschnittliche Verkaufsflächen-ausstattung

**Öffentliche Einrichtungen**

*Im Umfeld*

Grundschule Scharnweber Straße  
 Grundschule am Traveplatz  
 Zille-Grundschule  
 JFE Skandal  
 Kurt-Ritter-Sportplatz

**Kulturelles Angebot**

*Im Umfeld*

Lovelight, Simplonstraße 38-40  
 Zebrano-Theater, Sonntagstraße 8  
 Theaterkapelle, Boxhagener Str. 99  
 Kino Intimes, Boxhagener Str. 107

**Freizeit und Gastronomieangebot**

*Im Umfeld*

Kneipenszene Sonntagstraße/ Boxhagener Platz

**Dienstleistungsangebot**

Sparkasse,  
 Kleinteilige Dienstleistungsbetriebe

**Einzelhandel**

**Verkaufsfläche**

*nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)*

Nahversorgung	1.555 m <sup>2</sup>
Sonstige zentrenrelevante	
Sortimente	274 m <sup>2</sup>
Nicht-zentrenrelevante	
Sortimente	2 m <sup>2</sup>

*nach Sortimenten*

Nahrungs- u. Genussmittel	1.331 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Schuhe/ Lederw.	82 m <sup>2</sup>
Sonstige	142 m <sup>2</sup>

**Einzelhandelsvertriebsformen**

*Vertriebsformen*

- Lidl-Filiale, Hoffmann-Getränkemarkt und Bio Company als dominierende Einzelhandelsstandorte

*EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF*

Lidl	ca. 800 m <sup>2</sup>
------	------------------------

**Angebotsqualität**

Lidl, Getränke Hoffmann und Bio Company mit brachenüblichem Standardangebot, im Übrigen meist niedrige Angebotsqualität.

**Straßennetz**

Boxhagener Straße als Verbindung zur Warschauer Straße und in Richtung Oberschöneweide/ Köpenick

**Öffentliche Verkehrsmittel**

S-Bahnhof Ostkreuz (im Umfeld)  
*Straßenbahnlinien*  
 M13, Linie 21



Buslinie  
240

### Flächenausstattung

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs	ca. 73.000 m <sup>2</sup> ,
Verkaufsfläche insgesamt:	1.831 m <sup>2</sup>

### Einordnung in das Zentrengefüge

Im Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 ist der Boxhagener Straße keine Zentrumsfunktion zugewiesen.

Das Nahversorgungszentrum übernimmt die Versorgung der umliegenden Planungsräume Traveplatz und Boxhagener Platz sowie angrenzender Gebiete.

Es besteht aus beiden Seiten der Boxhagener Straße (zwischen Holtei- und Bahnhofstraße) sowie der Südhälfte des Blocks 74 (umschlossen von Holteistraße, Weserstraße, Neuer Bahnhofstraße und Boxhagener Straße).

### Bebauungs- und Nutzungsstruktur

#### Bebauungsstruktur

Die Bebauungsstruktur im zentralen Versorgungsbereich war bisher durch die ehemaligen Industrieanlagen im zentral gelegenen Block 74 geprägt (ehemaliger Produktionsstandort der Firma Freudenberg Schwingungstechnik sowie ehemalige Schreibfederfabrik). Nur am Ostrand dieses Blocks und an den übrigen Blockrändern der Boxhagener Straße finden sich geschlossen bebaute Blockränder mit gründerzeitlicher Altbausubstanz.

Der ehemalige Industriestandort der Fa. Freudenberg wird derzeit (2016) als Wohnquartier neu bebaut (s.u.).

#### Nutzungsstruktur

In den gründerzeitlich bebauten Bereichen dominiert die Wohnnutzung mit Ladengewerbe im Erdgeschoss.

Im Block 74 befindet sich auf dem Grundstück Boxhagener Straße 76-78 („Schreibfederpassage“) der zentrale Nahversorgungsstandort im Gebiet (Lidl, Getränke-Hoffmann). Östlich angrenzend an dieses Grundstück liegt der Standort

eines großen Hostels (Boxhagener Straße 73, Bettenzahl ca. 500), in dessen Erdgeschoss ein Biomarkt eingezogen ist. Der gesamte westliche Teil dieses zentralen Blocks wurde bis 2011 gewerblich/ industriell als Produktionsstandort genutzt. Hier entsteht derzeit ein neues Wohnquartier mit teilweise gewerblicher Erdgeschossnutzung. Vorgesehen sind Flächen für Einzelhandel mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.500 m<sup>2</sup>.

### **Erschließung**

#### ÖPNV

Das Gebiet ist durch die Straßenbahnlinie 21 und die Buslinie 240 in der Boxhagener Straße an das ÖPNV-Netz angebunden. Zusätzlich kreuzt die Straßenbahnlinie M 21 den zentralen Versorgungsbereich. Über den nahe gelegenen S- und Regionalbahnhof Ostkreuz bestehen sehr günstige stadtweite Verkehrsverbindungen.

#### MIV

Hauptverkehrsachse im Gebiet ist die Boxhagener Straße, die eine Anbindung an die Warschauer Straße sowie in Richtung Schöneweide und Köpenick herstellt. Über die Neue Bahnhofstraße/ Gürtelstraße besteht eine Anbindung an die Frankfurter Allee als überörtliche Hauptverkehrsstraße.

#### Anlieferung

Lieferzonen sind in der Boxhagener Straße nicht vorhanden und aufgrund des geringen Geschäftsbesatzes nicht erforderlich. Die Belieferung des derzeitigen zentralen Nahversorgungsstandortes (Boxhagener 76-78 mit Lidl, Getränke-Hoffmann) erfolgt auf dem Grundstück.

#### Fahrrad

Die Erreichbarkeit für Radfahrer ist aufgrund fehlender Radwege eingeschränkt.

#### Fußgängerverkehr

Die Aufenthaltsqualität für Fußgänger ist aufgrund der hohen Verkehrsbelastung der Boxhagener Straße, enger Gehwege und unzureichender Querungsmöglichkeiten äußerst schlecht. Insbesondere der derzeitige zentrale Nahversorgungsstandort (Boxhagener 76-78) ist von Süden her sehr schwer

erreichbar (hohe KFZ- Verkehrsbelastung der Boxhagener Straße, zusätzlicher Tramverkehr und spitzwinklige Einmündung der Wühlischstraße).

### **Bewertung**

Öffentliche Einrichtungen sind im unmittelbaren Versorgungsbereich nicht vorhanden. Das Dienstleistungsangebot ist sehr beschränkt. Gastronomieangebote mittlerer Qualität befinden sich vor allem im Umfeld des Gebietes (Neue Bahnhofstraße, Sonntagstraße)

Über den zentralen Handelsstandort Boxhagener 76-78 (Schreibfeder-Passage) und den angrenzenden Biomarkt hinausgehend befinden sich nur sehr wenige Anbieter mit Waren für die Nahversorgung.

Das Gebiet erfüllt derzeit allein aufgrund des Standortes Boxhagener Str. 76-78 (Lidl, Getränke Hoffmann) die Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum. Im Planungsraum Traveplatz, in dem der größte Teil des zentralen Versorgungsbereichs liegt, beträgt die spezifische Verkaufsflächenausstattung 0,23 m<sup>2</sup>/Ew und liegt damit unterhalb des für eine funktionsfähige Nahversorgung erforderlichen Bereichs (ca. 0,35 m<sup>2</sup> bis 0,45 m<sup>2</sup> VKF je EW). Bemängelt werden muss insbesondere das Fehlen eines Lebensmittel-Vollsortimenters.

Eine zufriedenstellende Zentrumsfunktion kann nur dann erreicht werden, wenn auf der brachgefallenen Gewerbefläche im Block 74 zentrenrelevante Nahversorgungsangebote geschaffen werden (s.u.).

### **Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten**

Das einzige und für die Erfüllung der Nahversorgungsaufgabe des Gebietes bestimmende Entwicklungspotential liegt im bisherigen Gewerbestandort der Firma Freudenberg im Block 74.

Mit der Bebauung des Freudenberg-Areals wird der einzige Potenzialstandort für eine Vergrößerung der Verkaufsfläche einer neuen Nutzung zugeführt. Dabei ist für die Erdgeschosszone auch eine Einzelhandelsnutzung vorgesehen.

### Handlungsempfehlungen

Der Bereich Boxhagener Straße kann seine Funktion als Nahversorgungszentrum nur dann erfüllen, wenn die Entwicklungspotentiale auf dem Freudenberg-Areal ausgeschöpft werden.

Zur Unterstützung der Funktionsfähigkeit des Zentrums ist die Erreichbarkeit vor allem aus den südlichen Quartieren, die derzeit sehr problematisch ist, zu verbessern. Dieses gilt bereits in der derzeitigen Situation für den bestehenden Nahversorgungsstandort Boxhagener Straße 76-78.

Im Einzelnen werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Verbesserung der Querungsmöglichkeiten zum derzeitigen Nahversorgungsstandort (Boxhagener 76-78) und zum künftigen Nahversorgungszentrum (bei beginnender baulicher Entwicklung) im Bereich Boxhagener Straße und Holteistraße
- Qualitative Aufwertung der Straßenräume der Boxhagener Straße und Holteistraße (z.B. Baumpflanzungen)
- Detailstudie zur Tragfähigkeit eines Ärztehauses

## 4.2.11 Nahversorgungszentrum Landsberger Allee

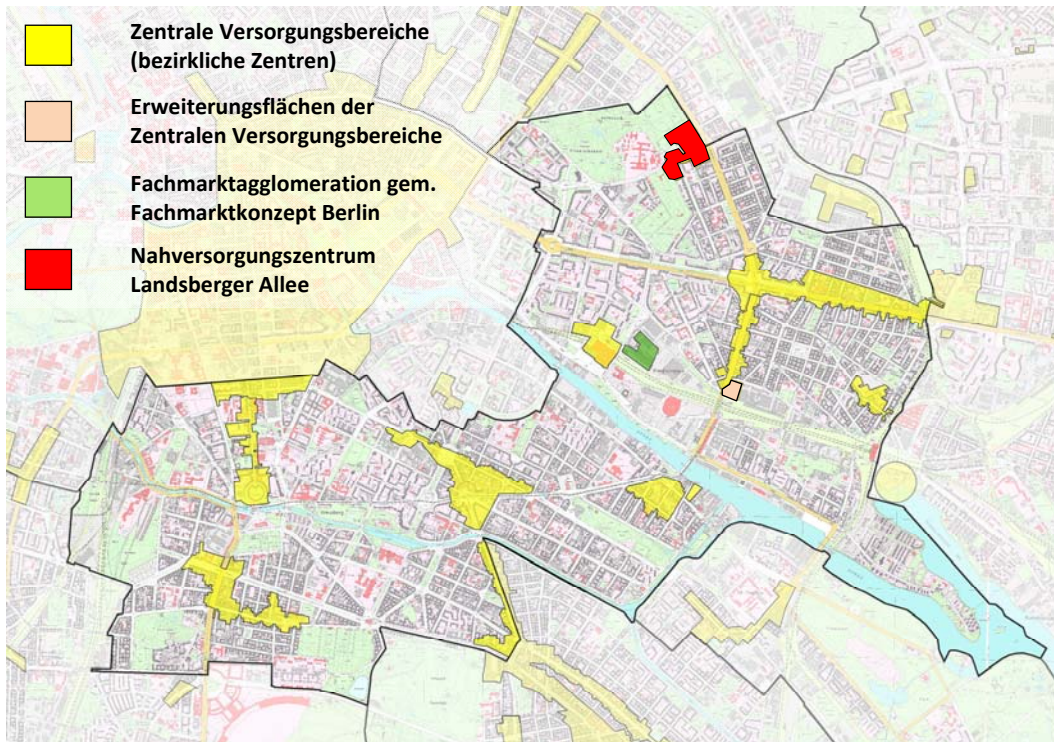


Abb.51: Lage des Nahversorgungszentrums Landsberger Allee



Abb. 52 und 53: Ladenzeile an der Landsberger Allee, Quartiersplatz Petersburger Straße/Landsberger Allee

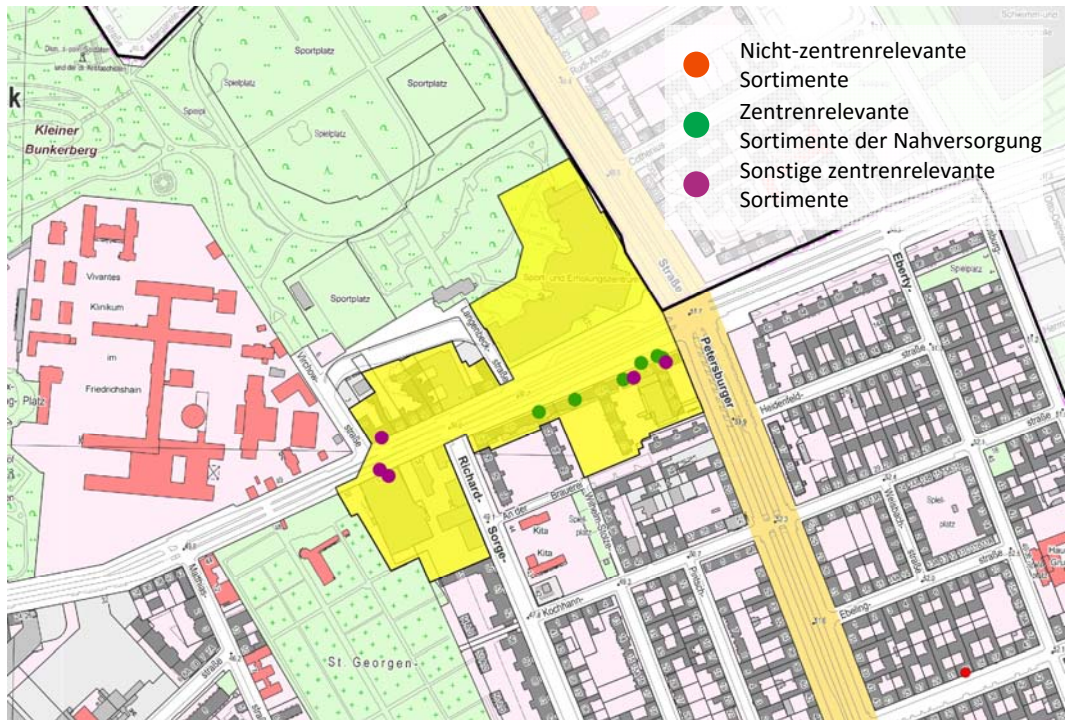


Abb. 54: Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Landsberger Allee

Tab. 44: Einhaltung der Qualitätskriterien des StEP Zentren 3

	Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren (gem. StEP Zentren 3)	Bewertung des Nahversorgungszentrums Landsberger Allee
<b>Öffentliche Einrichtungen</b>	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen	Vorhanden, Vivantes Klinikum im Friedrichshain im Umfeld
<b>Kulturelles Angebot</b>	Kaum vorhanden	UCI-Kino
<b>Dienstleistungsangebot</b>	Minimalausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, ergänzendes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern	Sparkasse Wenige Dienstleistungsbetriebe Kein Poststandort
<b>Gastronomieangebot</b>	Ergänzendes Angebot	Vorhanden
<b>Branchenmix - Einzelhandel</b>	Rein nahversorgungsorientiert; Anteil Nahrungs- und Genussmittel 60-90 %; Anteil Bekleidung < 20 %	Nahrungs- u. Genussmittel 71% Bekleidung, Schuhe/Lederwaren 2 %

	<b>Qualitätskriterien für Nahversorgungszentren (gem. StEP Zentren 3)</b>	<b>Bewertung des Nahversorgungszentrums Landsberger Allee</b>
<b>Nahversorgung</b>	Deutlich eingeschränkter Betriebstypenmix und Wettbewerbssituation (1-2 zentrenfunktionstragende Betriebe): große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	Vorhanden, insgesamt jedoch kein ausreichendes Angebot
<b>Einzelhandelsvertriebsformen</b>	Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels, u.a. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel	Angebot fast ausschließlich durch 2 LM-Märkte, kaum kleinteiliger Facheinzelhandel
<b>Angebotsqualität</b>	Deutlich nahversorgungsorientiert, Sortimentenlücken	Erfüllt
<b>Städtebauliche Situation</b>	Konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte; Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder;	Städtebauliche Mängel, Landsberger Allee als Barriere
<b>Straßennetz</b>	Gut erreichbar über Wohnsammelstraßen	Lage an Hauptverkehrsachse, hohe Emissionsbelastung
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>	z.T. nur mit Bus erreichbar; evtl. U- oder S- oder Straßenbahnanschluss	Sehr gute Anbindung
<b>Orientierungswert für die Flächenausstattung</b>	< ca. 5.000 m <sup>2</sup> VKF	Ca. 2.000 m <sup>2</sup> Weit unterdurchschnittliche Verkaufsflächen-ausstattung

## Öffentliche Einrichtungen

### Im Umfeld

Hausburg-Grundschule  
Oberstufenzentrum Farbtechnik u. Raumgestaltung  
Vivantes Klinikum im Friedrichshain  
Ärztehaus Landsberger Allee 44

## Kulturelles Angebot

### Im Umfeld

Galerie im ehem. Brauereistandort

## Freizeit und Gastronomieangebot

Sehr großes Freizeitangebot durch UCI-Kino mit Bowlinganlage und Sportangebote im SEZ (z.Z. nur Ballsport)  
Nur sehr wenige Gastronomieangebote im Nahversorgungszentrum oder im Umfeld

## Dienstleistungsangebot

Sparkasse, Friseur, Nagelstudio, sonstiges einzelhandelsnahes Dienstleistungsangebot sehr gering

## Einzelhandel

### Verkaufsfläche

#### nach Sortimentsgruppen (Zentrenrelevanz)

Nahversorgung	1.604 m <sup>2</sup>
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	380 m <sup>2</sup>
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	1 m <sup>2</sup>

#### nach Sortimenten

Nahrungs- u. Genussmittel	1.414 m <sup>2</sup>
Bekleidung, Schuhe/ Lederw.	43 m <sup>2</sup>
Sonstige	528 m <sup>2</sup>

## Einzelhandelsvertriebsformen

### Vertriebsformen

- Nahversorgungsangebot wird fast ausschließlich von 2 Lebensmittelmärkten (Netto, Kaiser's) bereitgestellt.
- Sehr wenige kleinteilige, inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe

### EZH ab 400 m<sup>2</sup> VKF

Kaiser's	ca. 1.000 m <sup>2</sup>
Netto	ca. 600 m <sup>2</sup>

## Angebotsqualität

Filialisten (Kaiser's, Netto) mit branchenüblichem Standardangebot, im übrigen niedrigpreisige Angebotsqualität

## Straßennetz

Lage an Hauptverkehrsachsen Landsberger Allee und Petersburger/ Danziger Straße (Innenstadtring)

## Öffentliche Verkehrsmittel

S- Bahnhof Landsberger Allee im Umfeld

### Straßenbahnlinien

M5, M6, M8, M10



Keine Buslinien

### Flächenausstattung

Fläche des zentralen Versorgungsbereichs	ca. 102.000 m <sup>2</sup>
Verkaufsfläche insgesamt:	1.985 m <sup>2</sup>

### Einordnung in das Zentrengefüge

Der Einzelhandels- und Freizeitstandort an der Landsberger Allee ist im StEP Zentren 3 nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.

Er erfüllt die wesentlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum, wengleich einzelne Angebote zum Teil stark verbesserungswürdig sind. Das Nahversorgungszentrum sichert vorwiegend die Versorgung der umliegenden Wohngebiete in den Planungsräumen Barnimkiez, Friedenstraße, Richard-Sorge-Viertel und Habsburgviertel im Ortsteil Friedrichshain sowie Conrad-Blenkle-Straße im Ortsteil Prenzlauer Berg (Bezirk Pankow).

Das Nahversorgungszentrum Landsberger Allee erstreckt sich auf die Bebauung entlang der Landsberger Allee zwischen Virchowstraße und Danziger/Petersburger Straße sowie auf die Flächen des ehemaligen SEZ.

### Bebauungs- und Nutzungsstruktur

#### Bebauungsstruktur

Die Bebauungsstruktur im Nahversorgungszentrum ist sehr heterogen. Prägend sind die großflächigen Baukörper des Sport und Erholungszentrums (SEZ), des Kinokomplexes (UCI-Kinowelt) und der sieben- bis achtgeschossigen Zeilenbebauung südlich der Landsberger Allee.

Nur auf einigen Grundstücken im nordwestlichen Zentrumsbereich befinden sich noch gründerzeitliche Altbauten. In einer Baulücke in diesem Bereich wurde ein großflächiges Lagergebäude ("Self-Storage") errichtet.

Der Bereich östlich des Zentrums ist durch Großwohnungsbauten aus DDR-Zeit geprägt. Südlich und südöstlich des Zentrumsbereichs schließen sich gründerzeitlich geprägte Quartiere an.

### Nutzungsstruktur

In den Quartieren südlich und östlich des Zentrumsbereichs dominiert die Wohnnutzung. Im Osten wird das Zentrum durch den großflächigen Standort des Klinikums im Friedrichshain und durch das Gelände des St-Georgen-Friedhofs begrenzt. Im Nordosten schließt sich der Volkspark Friedrichshain als wichtiges Naherholungsgebiet an.

Die größten gewerblichen Nutzungen innerhalb des Zentrumsbereichs stellen das SEZ und der Komplex der UCI-Kinowelt dar. Weitere gewerbliche Nutzungen befinden sich in der Erdgeschosszone der Wohngebäude an der Landsberger Allee.

Einen Sonderstandort stellt die denkmalgeschützte Anlage der ehemaligen Patzenhofer-Brauerei dar. Zwischenzeitlich kulturwirtschaftlich genutzt, steht sie derzeit (2016) augenschlich leer.

In Nachbarschaft zum Nahversorgungszentrum stellen das Velodrom und die Schwimm- und Sprunghalle an der Landsberger Allee Sport- und Freizeitangebote von gesamtstädtischer Bedeutung dar.

### Erschließung

#### ÖPNV

Die Erschließung durch den ÖPNV erfolgt ausschließlich durch die Straßenbahn mit den Linien M5, M6, M8 und M10, die die Anbindung an den Zentrumsbereich Mitte und in Richtung Prenzlauer Berg, Kreuzberg und Marzahn-Hellersdorf gewährleisten. Der S-Bahnhof Landsberger Allee befindet sich im weiteren Umfeld des Gebietes.

#### MIV

Das Nahversorgungszentrum ist durch die Petersburger und Danziger Straße als Teil des Innenstadtrings und durch die Landsberger Allee als Verbindung zum Alexanderplatz und in Richtung Nordosten sehr gut an das übergeordnete Straßennetz angebunden.

Ein größeres Stellplatzangebot innerhalb des Zentrumsbereichs befindet sich lediglich im Komplex des UCI-Kinos (Tiefgarage). Stellplätze im Straßenraum sind aufgrund der verkehrlichen Anforderungen der Landsberger Allee (Tramhalte,

Abbiegespuren im Knoten-bereich mit Petersburger-/ Danziger Straße) nur sehr eingeschränkt vorhanden.

### Anlieferung

Anlieferprobleme im Gebiet sind aufgrund des geringen Geschäftsbesatzes nicht zu beobachten. Der Standort des SEZ und die gewerblichen Nutzungen im Kinokomplex verfügen über Anliefermöglichkeiten auf den Grundstücken.

### Fahrrad

Die Erreichbarkeit für Radfahrer ist aufgrund der vorhandenen Radverkehrsanlagen in der Landsberger Allee, Petersburger und Danziger Straße sehr gut.

### Fußgängerverkehr

Die großzügigen Gehwegbereiche in der Landsberger Allee bieten günstige Voraussetzungen für den Fußgängerverkehr, die Aufenthaltsqualität wird jedoch durch die Emissionen des starken KFZ- Verkehrs erheblich beeinträchtigt. Auch sind die Querungsmöglichkeiten der Landsberger Allee aufgrund der Straßenbreite mit bis zu sechs Fahrspuren und des Gleiskörpers der Straßenbahn stark eingeschränkt.

Erhöhtes Fußgängeraufkommen ist im Bereich der Tramhalte am Knoten Landsberger Allee/ Petersburger Straße durch die Umsteigebeziehungen zwischen den Tramlinien des Innenstadtrings (Richtung Warschauer Straße/Prenzlauer Berg) und den Tramlinien in Ost-/Westrichtung (Marzahn/Alexanderplatz) zu beobachten.

### Bewertung

Öffentliche Einrichtungen sind im unmittelbaren Versorgungsbereich nicht vorhanden. Das Dienstleistungsangebot ist sehr gering. Neben einer Bankfiliale und einigen Betrieben aus dem Bereich Friseur/Kosmetik/Nagelstudio fehlen nahversorgungsrelevante Dienstleistungsangebote. Auch das Gastronomieangebot ist mit nur drei Betrieben innerhalb des Zentrumsbereichs äußerst gering.

Die Nahversorgungsfunktion des Gebietes wird fast ausschließlich durch die Standorte der Filialisten Kaiser's und Netto erfüllt, rund 77 % der gesamten Verkaufsfläche im Gebiet entfallen auf diese beiden Betriebe.

Die Verkaufsflächenausstattung im Planungsraum Richard-Sorge-Viertel liegt mit 0,38 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner am unteren Rand des für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in Berliner Wohngebieten angemessenen Bereichs (0,35 m<sup>2</sup> bis 0,45 m<sup>2</sup> VKF). Bei einer Kaufkraftbindung von nur rd. 40 % ist davon auszugehen, dass eine Erweiterung des nahversorgungsrelevanten Angebots tragfähig wäre.

Insgesamt erfüllt der Zentrumsbereich trotz der annähernd den Orientierungswerten im Umfeld entsprechenden Verkaufsflächenausstattung u.a. wegen des weitgehenden Fehlens nahversorgungsrelevanter Dienstleistungsangebote (z.B. Banken, Post, Ärzte) die Nahversorgungsfunktion nur unzureichend.

Auf dem Grundstück der ehemaligen Patzenhofer Brauerei wurde die Entwicklung eines kulturwirtschaftlichen Standortes inzwischen aufgegeben (Club/ Disco, Gastronomie, Künstlerateliers, Galerie). Aktuell ist geplant, die in hohem Maße modernisierungs- und instandsetzungsbedürftige denkmalgeschützte Gebäudesubstanz zu erhalten und als gemischten Standort mit Wohnen, Gewerbe und kulturellen Nutzungen zu entwickeln. Im SEZ ist der überwiegende Teil der Flächen derzeit ungenutzt; die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen betreibt zurzeit ein Verfahren zur Aufstellung eines Bebauungsplans für das Grundstück. Beide Objekte stellen die Entwicklungspotentiale des Zentrums dar.

Durch die Nähe des Volksparks Friedrichshain und die großen Nutzflächen des SEZ und der UCI-Kinowelt ist das Zentrum eher als Freizeitstandort geprägt. Das Nahversorgungsangebot erscheint gegenüber diesen Nutzungen nur akzessorisch. Hierin liegt jedoch gleichzeitig ein Potential für die Einzelhandelsentwicklung (Ergänzung freizeitbezogener Einzelhandelsangebote, z.B. Sportartikel, Bekleidung).

Die städtebauliche Situation ist unbefriedigend. Der breite Straßenraum ist durch mehrere Fahrspuren und eine Straßenbahnstrecke/-haltestelle mit Zäunen geprägt. Eine Querung dieser Hindernisse durch Fußgänger ist nur an den Straßenecken Landsberger Allee/Richard-Sorge-Straße und Landsberger Allee/Petersburger Straße sowie an einem weiteren Zugang zur

Straßenbahnhaltestelle möglich. Die Bürgersteige wirken aufgrund ihrer Lage unattraktiv (verschattete Südseite, unter- bzw. nicht genutzte Nordseite).

### Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten

Erweiterungsmöglichkeiten des Nahversorgungsangebotes bestehen im Gebäudebestand auf zurzeit ungenutzten/leerstehenden Flächen des SEZ. Dies setzt eine konzeptionelle bzw. planerische Neuorientierung des Sportstandortes und die Ansiedlungswilligkeit von Einzelhandels-Unternehmen voraus.

Eine bauliche Erweiterung ist auch auf dem Standort der ehemaligen Patzenhofer-Brauerei (Landsberger Allee 54) denkbar, die jedoch durch die Denkmaleigenschaft des Gebäudebestandes eingeschränkt ist.

### Handlungsempfehlungen

Da die weitere Nutzung (wie auch die Besitzverhältnisse) des SEZ derzeit unklar sind, ist die zukünftige Entwicklung schwer abzuschätzen. Die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen strebt für das Gebiet eine gemischte Nutzung bestehend aus Gemeinbedarfsflächen (Schule), Wohnen und einem Mischgebiet an. Im Erdgeschoss sollen weiterhin Sport- und Freizeitangebote sowie außerdem Einzelhandel untergebracht werden.

Damit besteht das Potenzial, das Nahversorgungszentrum mit weiteren Angeboten zu ergänzen und so zu stabilisieren.

Für den Standort der ehemaligen Patzenhofer-Brauerei erscheint die Erarbeitung eines Umnutzungskonzepts erforderlich. Unter dem Aspekt der wechselseitigen Ergänzung der beiden Nachbargrundstücke wurde offenbar ein Übergang zum Eingangsbereich des Ki-nos hin geöffnet. Erforderlich sind auf dem Brauereigrundstück jedoch erhebliche Investitionen in die Sanierung der Gebäudesubstanz.

Im Einzelnen werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Erarbeitung eines Entwicklungskonzeptes für den SEZ-Standort (z.B. Standort als "Tor zum Volkspark": Öffnung zum Volkspark, Ergänzung durch Einzelhandelsnutzungen, Außengastronomie) zur Unterstützung des laufenden Bebauungsplanverfahrens

- Entwicklung des Brauereigrundstücks
- Verbesserung der Querungsmöglichkeiten der Landsberger Allee vom Standort Kino/Brauereigelände zum SEZ und qualitative Aufwertung der Gehwegbereiche

### 4.3 Sonderstandorte

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

- Die Markthalle IX in der Eisenbahnstraße (Eisenbahnmarkthalle)
- Der Bereich um die (Mercedes-Benz-)Arena.

#### 4.3.1 Kiezzentrum Markthalle IX (Eisenbahnmarkthalle)

Die Markthalle IX (Eisenbahnmarkthalle) stellt einen historischen Standort der Quartiersversorgung im Planungsraum Lausitzer Platz dar. Die hierin befindlichen Läden und Verkaufsstände nehmen für weite Teile des Quartiers die Funktion des Nahversorgers wahr. Dennoch litt die Halle lange Jahre unter einem hohen Leerstand und offensichtlichem Kundenmangel. Mit der Übernahme durch einen neuen Betreiber hat sich die Halle in den letzten Jahren jedoch zu einem attraktiven Standort für Wochen- und Streetfoodmärkte sowie für andere Veranstaltungen entwickelt. An Markttagen ist im Umfeld der Halle eine deutliche Belegung zu erkennen, die auch zu einer Stärkung der dortigen Einzelhandelsangebote führen wird. Mit dem Erfolg des neuen Konzeptes gehen jedoch auch deutliche Nebenwirkungen einher. Insbesondere bei abendlichen Veranstaltungen sind der Besucherverkehr (einschl. erhöhter Parkplatznachfrage) sowie die hierdurch entstehenden Lärmemissionen oftmals Anlass für Beschwerden von Anwohnern. Auch nimmt die Bedeutung der Markthalle für den Tourismus stetig zu, was zu einer Verstärkung der Konflikte mit den Wohngebieten im Umfeld führt.

Die Berücksichtigung der Eisenbahnmarkthalle im bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Sonderstandort Kiezzentrum soll es daher 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 Fortentwicklung des zeitgemäßen Markthallenkonzeptes mit einer kleinteiligen Einzelhandelsstruktur sowie eine Stärkung des Standorts. Gleichzeitig sollte zeitnah für die zunehmenden Verkehrs- und Lärmschutzprobleme ein Konzept entwickelt werden, das sowohl den Erfolg der Markthalle als auch die Wohnqualität im Umfeld gleichermaßen berücksichtigt.

### **4.3.2 Arena**

Der Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg ist mit den bestehenden und unter Punkt 4.1 aufgeführten zentralen Versorgungsbereichen räumlich gut ausgestattet. Die Nahversorgung wird durch die vorhandene Zentrenstruktur weitgehend gewährleistet und in einzelnen Quartieren durch Einzelstandorte unterstützt. Echte Versorgungslücken gibt es lediglich auf der Stralauer Halbinsel und in kleinen Teilen Kreuzbergs. Die Versorgung mit höherwertigen Waren insb. des mittel- bis langfristigen Bedarfs wird vornehmlich durch die beiden Hauptzentren des Bezirks sowie – entsprechend ihrer Funktion – durch die ebenfalls gut erreichbaren Zentrumsbereiche City West und Historische Mitte wahrgenommen. Obwohl die Kaufkraftbindung im Bezirk nach wie vor 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 Veranstaltungsarena (ehem. O2-World, derzeit Mercedes-Benz-Arena) die planungsrechtliche Voraussetzung für den Bau von Gebäuden mit bis zu 28.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für großflächigen Einzelhandel und weiteren in der Summe unbegrenzten Verkaufsflächen für nicht-großflächigen Einzelhandel geschaffen. Der StEP Zentren 2020 sah daher eine Zusammenfassung mit dem Standort Ostbahnhof zu einem gemeinsamen Stadtteilzentrum vor.

Da die bisherige Entwicklung im Bereich Mühlenstraße/Postbahnhof (Projekte für Hotel-, Büro- und Wohngebäude) keine Einzelhandels- oder sonstige Zentrennutzung im engeren Sinne erkennen lässt und eine flächenhafte Zentrenentwicklung in diesem Bereich nicht zweckmäßig ist, wurde in der 2012 beschlossenen Fassung des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts das Stadtteilzentrum auf die unmittelbare Umgebung des Ostbahnhofs beschränkt. Diese Begrenzung wurde im Rahmen der Überarbeitung des Stadtentwicklungsplans zum StEP Zentren 3 übernommen. Aufgrund der jüngsten Entwicklungen am Ostbahnhof (Reduzierung der Verkaufsfläche am Warenhaus Kaufhof, weitere Verwahrlosung des Umfelds, schließlich Ankündigung der Warenhaus-Schließung für 2017) sieht die vorliegende aktualisierte Fassung hier kein Stadtteilzentrum mehr vor. Vielmehr soll der Ostbahnhof nach Ansicht des Bezirks zukünftig als Ortsteilzentrum dienen (vgl. Pkt. 4.1).



Um das vorhandene, sowohl planungsrechtlich wie auch vertraglich gesicherte Baurecht dennoch im vorliegenden Konzept zu berücksichtigen, wird das Umfeld der Mercedes-Benz-Arena als Sonderstandort außerhalb der Zentrenstruktur in das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept aufgenommen. Bei der weiteren Entwicklung des Quartiers an der Arena 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 sollte in einem Bezug zur Quartiersgröße stehen.

#### **4.4 Fachmarkttagglomeration Wriezener Bahnhof**

Das berlinweite Fachmarktkonzept Berlin konkretisiert den Stadtentwicklungsplan Zentren 3 für die Fachmärkte und weist entsprechende Standorte und Agglomerationen aus. Der Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg ist in diesem Konzept mit der Fachmarkttagglomeration Wriezener Bahnhof vertreten, die je einen Baumarkt (Hellweg), einen Möbelmarkt (Möbel Boss) und einen Lebensmittel-Discounter (Netto) umfasst. Der Standort liegt nordöstlich des Ostbahnhofs und grenzt direkt an das benachbarte Nahversorgungszentrum Ostbahnhof an.

#### **4.5 Gewährleistung der Nahversorgung**

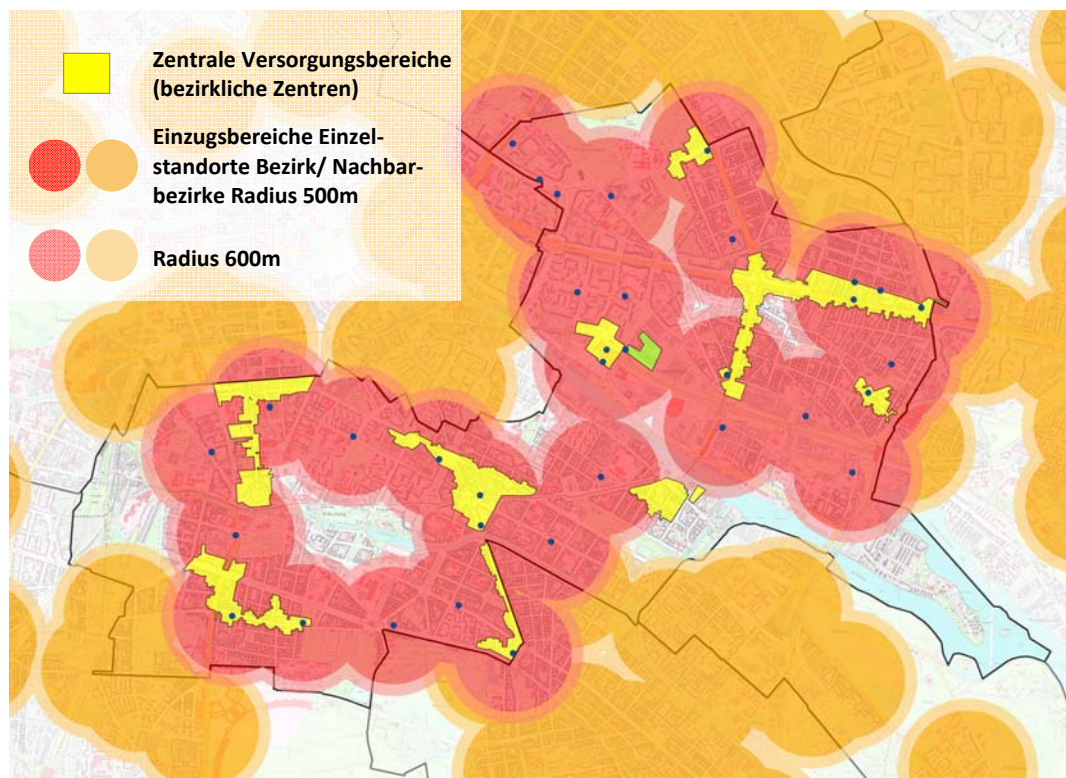
Für die Untersuchung der Nahversorgung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg wurden zwei unterschiedliche Betrachtungsweisen herangezogen: Einerseits erfolgte eine Analyse aufgrund der in den Planungsräumen vorhandenen Verkaufsflächenausstattung und der in diesen Räumen vorhandenen Einwohner (s. Pkt. 3). Andererseits wurde die Ausstattung des Bezirks mit Nahversorgungsangeboten anhand der fußläufigen Einzugsbereiche der bezirklichen und benachbarten zentralen Versorgungsbereiche sowie der relevanten Einzelstandorte im Bezirk untersucht.

##### **4.5.1 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

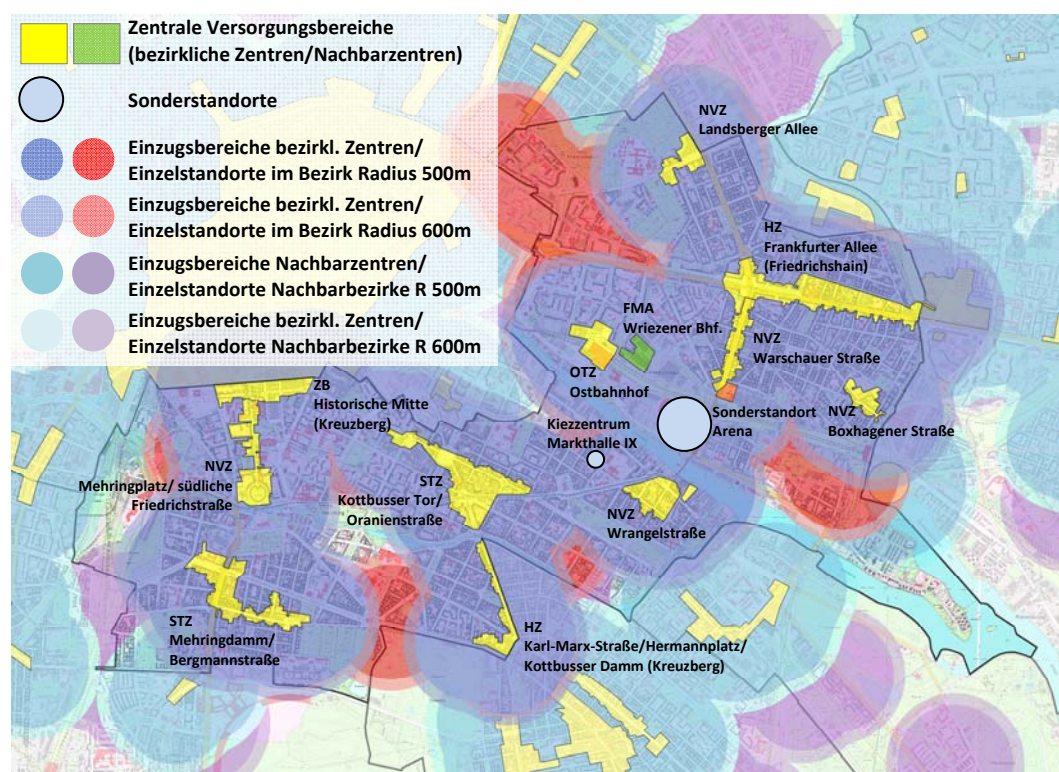
Versorgungsnetz, vornehmlich für Angebote der Nahversorgung, bestehen. Ergänzt wird das Angebot der bezirklichen Zentren zudem durch verschiedene Zentren der Nachbarbezirke sowie durch zahlreiche Supermärkte und Lebensmittel-Discounter an Einzelstandorten. Aufgrund dieser Struktur des Bezirks bestehen kaum Versorgungslücken (s. Abb. 55). Bei der Darstellung der Einzugsbereiche (Fußläufige Erreichbarkeit, 500 bzw. 600 m Luftlinie) von Einzelstandorten wurden nur solche mit einer Verkaufsfläche ab 700 m<sup>2</sup> berücksichtigt. Obwohl es im Bezirk aufgrund seiner Baustruktur einerseits zahlreiche kleinere Angebote gibt und andererseits die AV Einzelhandel (und die aktuelle Rechtsprechung) die Regelgrenze der Großflächigkeit bei 800 m<sup>2</sup> bestimmt, wurde die Grenze von 700 m<sup>2</sup> gewählt, da dieser Wert lange als Grenze zur Großflächigkeit angesehen wurde und viele Einzelhandelsobjekte sich an dieser Grenze orientiert haben. Sie kann somit immer noch als repräsentativ für einen Großteil der typischen Nahversorgungsangebote gelten.

**Abb. 55:** Nahversorgung durch Betriebe mit einer Verkaufsfläche > 699 m<sup>2</sup>, Einzugsradien 500m/600m



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

**Abb. 56:** Nahversorgung durch die zentralen Versorgungsbereiche im Bezirk, Einzelstandorte



Die Entwicklung neuer Wohngebiete auf der Stralauer Halbinsel hat zu einem deutlichen Bevölkerungszuwachs in diesem Bereich geführt. Das Angebot an Waren der Nahversorgung 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, insbesondere da im Nachbarbezirk Lichtenberg südöstlich des Ostkreuzes ein Nahversorgungszentrum geplant ist. Eine entsprechende Entwicklung ist bei weiter ansteigender Bevölkerungszahl auf der Stralauer Halbinsel jedoch weiterhin nicht vollständig auszuschließen. Auch die Verzögerung des seit langem geplanten Zentrums am Ostkreuz lässt Überlegungen zur Ansiedlung eines Nahversorgungsangebots an der Glasbläserallee zu.

Die Versorgungslücken der Planungsräume Mehringplatz, Moritzplatz, Wassertorplatz, Urbanstraße und Graefekiez beziehen 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).

Der Planungsraum Gleisdreieck liegt teilweise außerhalb der Einzugsbereiche bestehender Zentren und auch die nächstgelegenen Einzelstandorte liegen in diesen Teilbereichen außerhalb einer fußläufigen Erreichbarkeit. Dies betrifft auch das hier geplante Projekt Urbane Mitte rund um den U-Bahnhof Gleisdreieck, das zwar zu einem deutlichen Zuwachs an Arbeitsplätzen, nach aktuellem Planungsstand aufgrund fehlender Wohnprojekte jedoch nicht zu zusätzlichen Einwohnern im Planungsraum führen wird.

Die im Westen des Planungsraums Viktoriapark gelegenen Wohnquartiere werden durch die im Nachbarbezirk Tempelhof-Schöneberg gelegenen Angebote an der Dudenstraße und der Kreuzbergstraße versorgt.

### Vorhaben im Bereich Bautzener Straße / Yorckstraße

Im Bereich der Einmündung der Bautzener Straße in die Yorckstraße sind derzeit zudem zwei weitere Einzelhandelsobjekte geplant: Nördlich der Yorckstraße soll neben dem bestehenden Parkplatz des dortigen Baumarktes ein Biomarkt angesiedelt werden. Südlich der Yorckstraße im Bezirk Tempelhof-Schöneberg ist im Rahmen des vorhabenbezogenen Bebauungsplans 7-66 VE die Errichtung eines Lebensmittel-Vollsortimenters vorgesehen. Mit einer Verkaufsfläche von unter 800 m<sup>2</sup> liegt der Biomarkt unterhalb der Großflächigkeit, der Vollsortimenter liegt mit einer maximalen Verkaufsfläche von 1.600 m<sup>2</sup> deutlich darüber. Mit dieser Ausweitung der Verkaufsfläche verbessert sich die Versorgungslage für den südlichen Teil des Planungsraums Gleisdreieck. Da hier jedoch kaum Wohnbevölkerung vorhanden ist, zielen die Märkte im Wesentlichen auf ein Kerneinzugsgebiet in Schöneberg (und in geringerem Maße in Kreuzberger Planungsraum Viktoriapark) sowie auf die verkehrlich attraktive Lage an der Yorckstraße.

Aufgrund der Entfernung von den nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereichen und der Lage zwischen den Trassen der Potsdamer, Anhalter und Dresdner Bahn sind laut einer Auswirkungsanalyse für das Projekt Bautzener Straße keine erheblichen Auswirkungen auf benachbarte Zentren im Bezirk zu befürchten.

### **4.5.2 Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung in den Planungsräumen**

Die Betrachtung der Nahversorgungssituation im Bezirk zeigt, dass beide Ortsteile mit 0,34 m<sup>2</sup> (Kreuzberg) bzw. 0,35 m<sup>2</sup> (Friedrichshain)

nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche je Einwohner am unteren Rand dessen liegen, was allgemein als angemessene Versorgung gilt.<sup>64</sup> In den einzelnen Planungsräumen sind jedoch teilweise deutliche Abweichungen davon zu erkennen.

So werden die Ausstattungswerte insbesondere auf der Stralauer Halbinsel weit verfehlt. Da es im gesamten Quartier nur zwei kleinflächige Anbieter gibt, werden hier nur 0,02 m<sup>2</sup> je Einwohner erreicht. Auch im Planungsraum Hausburgviertel (0,08 m<sup>2</sup>) sowie am Wassertorplatz (0,07 m<sup>2</sup>) werden nur sehr niedrige Werte erreicht. Ebenfalls eine geringe Ausstattung weisen die Planungsräume Viktoriapark (0,15 m<sup>2</sup>), Urbanstraße (0,15 m<sup>2</sup>), Friedenstraße (0,18 m<sup>2</sup>), Wrangelkiez (0,21 m<sup>2</sup>), Traveplatz (0,23 m<sup>2</sup>), Lausitzer Platz (0,24 m<sup>2</sup>), Reichenberger Straße (0,25 m<sup>2</sup>), Boxhagener Platz (0,27 m<sup>2</sup>), Rathaus Yorckstraße (0,28 m<sup>2</sup>), Gleisdreieck (0,29 m<sup>2</sup>), Askanischer Platz (0,30 m<sup>2</sup>) und Mehringplatz (0,33 m<sup>2</sup>) auf.

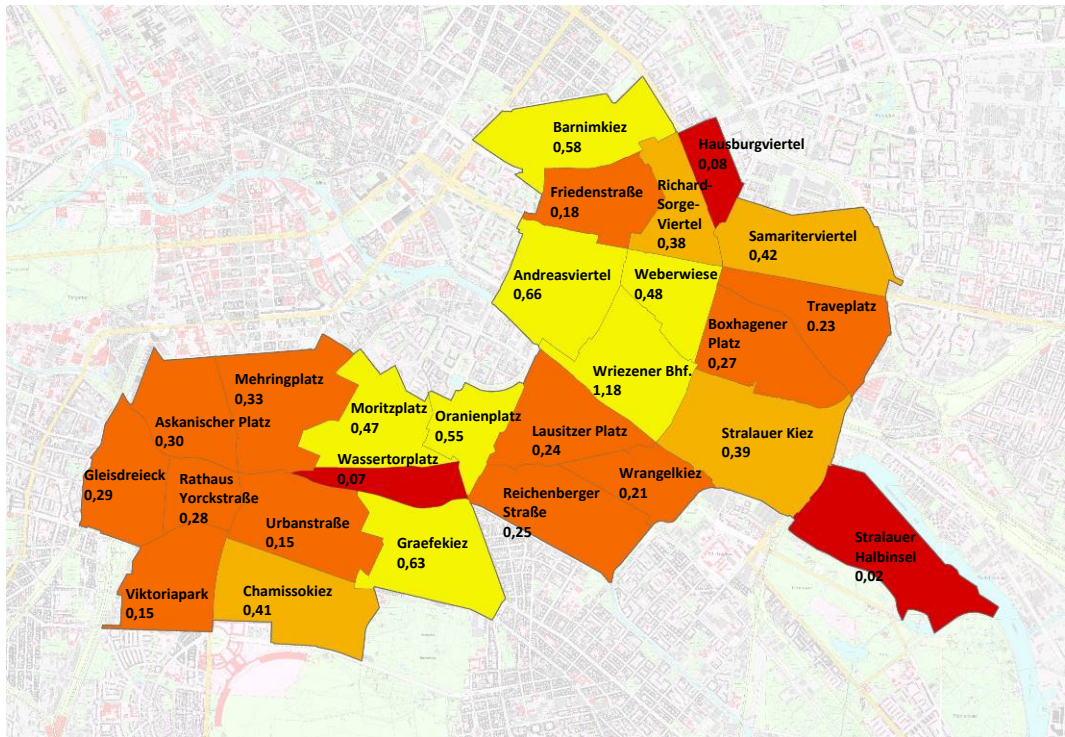
Eine deutliche Überversorgung ergibt sich rechnerisch für den Wriezener Bahnhof, was jedoch nicht an einem überaus üppigen Angebot, sondern vielmehr an der geringen Einwohnerzahl im Planungsraum (855) liegt. Die ebenfalls erhöhten Werte der Planungsräume Andreasviertel (0,66 m<sup>2</sup>), Graefekiez (0,63 m<sup>2</sup>), Barnimkiez (0,58 m<sup>2</sup>), Oranienplatz (0,55 m<sup>2</sup>), Weberwiese (0,48 m<sup>2</sup>) und Moritzplatz (0,47 m<sup>2</sup>) lassen sich durch das tatsächlich hohe – teilweise in den zentralen Versorgungsbereichen liegende – Angebot erklären. Bei der Beurteilung dieses vermeintlichen Überangebots ist jedoch zu berücksichtigen, dass teilweise benachbarte Quartiere anderer Planungsräume mitversorgt werden oder Angebote in zentralen Versorgungsbereichen enthalten sind, deren Einzugsbereiche über das unmittelbare Umfeld hinausgehen.

Allein die Planungsräume Richard-Sorge-Viertel, Stralauer Kiez, Chamissokiez und Samariterviertel weisen mit Werten zwischen 0,38 und 0,42 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner – rechnerisch – ein angemessenes Nahversorgungsangebot auf.

Insgesamt ergibt sich für die beiden Ortsteile Friedrichshain und Kreuzberg eine zufriedenstellende Ausstattung. Der gesamte Bezirk erreicht eine Ausstattung mit Verkaufsflächen für die Nahversorgung von 0,35 m<sup>2</sup> je Einwohner.

<sup>64</sup> Die AV Zentrenkonzepte von 2009 empfahl für die Berliner Wohngebiete eine nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenausstattung von 0,35 bis 0,45 vor. Die aktuell gültige AV Zentrenkonzepte aus dem Jahr 2014 verzichtet auf entsprechende „Richtwerte“.

**Abb. 57:** Nahversorgung im Bezirk, Verkaufsfläche f. d. Nahversorgung je Einwohner nach Planungsräumen



**Tab. 45:** Gegenüberstellung der Kaufkraftbindung zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner nach Planungsräumen im Ortsteil Friedrichshain

Planungsraum	VKF m <sup>2</sup> (Nahversorgung)	m <sup>2</sup> VKF je Einwohner
Barnimkiez	3.153	0,58
Friedenstraße	1.294	0,18
Richard-Sorge-Viertel	4.101	0,38
Andreasviertel	8.045	0,66
Weberwiese	5.136	0,48
Wriezener Bhf.	1.007	1,18
Hausburgviertel	665	0,08
Samariterviertel	8.302	0,42
Traveplatz	4.255	0,23
Boxhagener Platz	5.304	0,27
Stralauer Kiez	2.580	0,39
Stralauer Halbinsel	70	0,02
<b>Friedrichshain gesamt</b>	<b>43.912</b>	<b>0,35</b>

**Tab. 46:** Gegenüberstellung der Kaufkraftbindung zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner nach Planungsräumen im Ortsteil Kreuzberg

Planungsraum	VKF m <sup>2</sup> (Nahversorgung)	m <sup>2</sup> VKF je Einwohner
Askanischer Platz	1.849	0,30
Mehringplatz	4.325	0,33
Moritzplatz	7.270	0,47
Wassertorplatz	350	0,07
Gleisdreieck/Entwicklungsgebiet	82	0,29
Rathaus Yorckstraße	1.611	0,28
Viktoriapark	1.560	0,15
Urbanstraße	1.773	0,15
Chamissokiez	6.131	0,41
Graefekiez	11.977	0,63
Oranienplatz	5.110	0,55
Lausitzer Platz	3.250	0,24
Reichenberger Straße	3.732	0,25
Wrangelkiez	2.355	0,21
<b>Kreuzberg gesamt</b>	<b>51.375</b>	<b>0,34</b>

### 4.5.3 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 und Urbanstraße bestehen.

Fast alle übrigen Gebiete liegen innerhalb des Einzugsbereichs eines Zentrums oder eines Einzelstandorts mit über 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Dies gilt auch für das Hausburgviertel, das zwar eine äußerst niedrigen Verkaufsflächenausstattung aufweist, das jedoch sowohl im Einzugsbereich des Nahversorgungszentrums Landsberger Allee als auch in dem der Fachmarkttagglomeration Eldenaer Straße/ Storkower Straße im Bezirk Pankow (Ortsteil Prenzlauer Berg) liegt.

Das einzige Gebiet, das aus diesem Schema heraus fällt, ist das Gleisdreieck, das lediglich im Randbereich der bestehenden Wohnquartiere liegt. Hier sind zurzeit

nur wenige Einwohner betroffen, weshalb sich die geringe Verkaufsflächenausstattung rechnerisch kaum auswirkt.

### **4.5.4 Sicherung der Nahversorgung durch Einzelstandorte**

Die Versorgung der unterversorgten Bereiche (die Stralauer Halbinsel sowie der „Kreuzberger Korridor, s. Pkt. 4.4.3, 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 und ein abgestimmtes Konzept zur städtebaulichen Entwicklung vorliegt, 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.

### **4.5.5 Zukünftige Entwicklung (Prognose 2030)**

Die aktuelle Bevölkerungsprognose der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt sieht für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg von 2015 bis 2030 ein Bevölkerungswachstum um rd. 6 % voraus. Das größte Wachstum wird dabei für den Ortsteil Friedrichshain (fast 10 %) erwartet, während das Wachstum in Kreuzberg mit 3-4 % eher moderat ausfällt. Bei einer gleichbleibenden Verkaufsfläche im Bezirk würde dies eine Abnahme der Gesamtverkaufsfläche/Einwohner von 0,90 m<sup>2</sup> im Jahr 2014 auf 0,87 m<sup>2</sup> im Jahr 2030 (Kreuzberg) bzw. von 0,81 m<sup>2</sup> auf 0,73 m<sup>2</sup> (Friedrichshain) bedeuten. Die Verkaufsfläche der Sortimente der Nahversorgung fiel in Kreuzberg von 0,34 m<sup>2</sup> auf 0,33 m<sup>2</sup> und in Friedrichshain von 0,35 m<sup>2</sup> auf 0,32 m<sup>2</sup>. Kleinräumlich können sich diese Werte aufgrund der Verteilung des Bevölkerungswachstums noch deutlich verschärfen.

In der Gesamtbetrachtung bedeutet diese Entwicklung, dass die Auswirkungen des Bevölkerungswachstums in Kreuzberg auf die Nahversorgung eher gering bleiben, während im Ortsteil Friedrichshain, vor allem in den bereits heute unterversorgten Planungsräumen örtlich deutliche Defizite entstehen können. Es besteht damit insbesondere in den Zentren, aber auch in unterversorgten Randlagen ein deutliches Entwicklungspotenzial für weitere Nahversorgungsangebote.



---

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Wichtig für die Entwicklung solcher Angebote ist die Einhaltung der im folgenden Kapitel enthaltenen Ziele, Leitlinien und Ansiedlungsregeln, insbesondere die Beachtung der benachbarten Zentren sowie die städtebauliche Integration neuer Einzelhandelsvorhaben.

## **5 Ziele und Leitlinien**

Das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept steht nicht allein in seiner Absicht, die bezirkliche Zentren- und Einzelhandelsstruktur sowie eine wohnortnahe, flächendeckende Nahversorgung zu sichern. Es ist vielmehr Teil einer umfassenden Regelsammlung, die von allgemeinen raumplanerischen Vorgaben über gesamtstädtische Fachplanungen und Verwaltungsvorschriften bis hin zur Bauleitplanung reicht.

Relevante Planwerke und Vorschriften in diesem Sinne sind:

- Das Landesentwicklungsprogramm (LEPro) von 2007,
- der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) von 2009,
- der Flächennutzungsplan Berlin (i. d. jeweils aktuellen Fassung),
- der Stadtentwicklungsplan (StEP) Zentren 3 von 2011,
- das Fachmarktkonzept Berlin von 2013,
- die Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen für das Land Berlin (AV Einzelhandel) von 2014,
- die Ausführungsvorschriften zum Aufbau und Inhalt bezirklicher Einzelhandelskonzepte (AV Zentrenkonzepte) von 2015,
- sowie die sich aus bestehendem Baurecht (auf Grundlage festgesetzter Bebauungspläne, des Baunutzungsplans oder auf Grundlage des § 34 BauGB) ergebenden Restriktionen und Bindungen.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept dient dabei der Bündelung der für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg relevanten Vorgaben und konkretisiert diese für die bezirklichen Belange. Es gibt außerdem konkrete Hinweise zur weiteren Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sowie des Einzelhandels insgesamt im Bezirk, die bei weiteren Planungen (insb. bei der verbindlichen Bauleitplanung) und Genehmigungsverfahren zu berücksichtigen sind. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll daher auch als Handreichung für das bezirkliche Verwaltungshandeln verstanden werden.

### 5.1 Übergeordnete Bindungen, Ziele und Leitlinien

Die einschlägigen Planwerke und Vorschriften geben bereits eine Reihe von Bindungen und 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

Das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept berücksichtigt diese Ziele und Grundsätze und konkretisiert sie auf Bezirksebene. Es entspricht somit den Zielen der Raumordnung.

### 5.1.2 StEP Zentren 3

Neben den auch in der Einleitung des Stadtentwicklungsplans Zentren 3 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 beinhaltet der Stadtentwicklungsplan Zentren 3 die folgenden

### **Steuerungsgrundsätze:**

#### *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 m<sup>2</sup> 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. 5.3).

Im Gegensatz zum vorherigen 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 und wurden durch Orientierungswerte ersetzt. Diese sehen für die unterschiedlichen Zentrenkategorien die folgende Verkaufsflächenausstattung vor:

**Tab. 47:** Orientierungswerte zur Verkaufsflächenausstattung der Berliner zentralen Versorgungsbereiche gem. StEP Zentren 3

Zentrenkategorie	VKF (m <sup>2</sup> )
Zentrumsbereichskerne	ca. ab 100.000
Hauptzentren	ca. 50.000 – 100.000
Stadtteilzentren	ca. 10.000 – 50.000
Ortsteilzentren	ca. 5.000 – 10.000
Nahversorgungszentren	< 5.000

Die im StEP Zentren 3 verzeichneten Zentren werden im vorliegenden Konzept im Wesentlichen bestätigt und – insb. hinsichtlich ihrer Abgrenzung – konkretisiert. Lediglich für das im StEP Zentren 3 enthaltene Stadtteilzentrum Ostbahnhof/Mühlendamm weicht das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept vom StEP Zentren ab und schlägt stattdessen die Rückstufung zum Ortsteilzentrum Ostbahnhof vor. Für einige Zentren wird eine Namensänderung empfohlen. Zu diesen Änderungen s. auch Pkt. 4.1.

### 5.1.3 Fachmarktkonzept Berlin

Das Fachmarktkonzept Berlin als thematische Vertiefung des StEP Zentren 3 gibt die Standorte von Fachmarkttagglomerationen vor. Im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg verzeichnet es die Fachmarkttagglomeration Wriezener Bahnhof.

Das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept übernimmt die gem. StEP Zentren 3 vorgenommene Einstufung der Einzelhandelsangebote am Wriezener Bahnhof als Fachmarkttagglomeration und konkretisiert sie bzgl. der räumlichen Abgrenzung.



### 5.1.4 AV Zentrenkonzepte

Die AV Zentrenkonzepte beschreibt in ihrer aktuellen Fassung von 2015 im Wesentlichen Aufbau und Inhalt der bezirklichen Zentrenkonzepte. Anders als die Vorgängervorschrift von 2009 finden sich keine konkreten inhaltlichen Vorgaben (etwa die Formulierung von Zielen o. ä.) mehr. Vielmehr bezieht sich die AV Zentrenkonzepte hier auf die Vorgaben und Inhalte des StEP Zentren 3.

Dennoch lassen sich die Vorgaben zur Ausarbeitung der bezirklichen Zentrenkonzepte in zwei Hauptziele zusammenfassen. So sollen die Zentren durch das Instrument bezirklicher Zentren- und Einzelhandelskonzepte weiter gestärkt und die Nahversorgung in allen Bereichen der Stadt sichergestellt werden.

### 5.1.5 AV Einzelhandel

Hauptaufgabe der AV Einzelhandel 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 einzelhandelsbezogene und für die Zentrenstruktur der Stadt bedeutsame Begriffsbestimmungen vorgenommen.

### 5.1.6 Flächennutzungsplan Berlin

Der FNP dient der vorbereitenden Bauleitplanung und stellt damit gem. Baugesetzbuch die „sich aus der beabsichtigten städtebaulichen Entwicklung ergebende Art der Bodennutzung nach den voraussehbaren Bedürfnissen der Gemeinde in den Grundzügen“ dar. Der Berliner Flächennutzungsplan bildet mit seinen Darstellungen, insbesondere den „Einzelhandelskonzentrationen“, die polyzentrale Struktur der Stadt ab.

Das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept greift diese Darstellungen auf und integriert sie in die bezirkliche Zentrenstruktur. So werden die im FNP dargestellten Einzelhandelskonzentrationen an der Frankfurter Allee, am Hermannplatz/Kottbusser Damm, am Kottbusser Tor und am Mehringdamm in die zentralen Versorgungsbereiche Frankfurter Allee (Friedrichshain), Karl-Marx-

Straße/Hermannplatz/Kottbusser Damm (Kreuzberg), Kottbusser Tor/Oranienstraße und Mehringdamm/Bergmannstraße integriert. Nicht berücksichtigt werden die Einzelhandelskonzentrationen am Strausberger Platz sowie südlich des Halleschen Tors, da beide Standorte zwar einen nennenswerten Einzelhandelsbestand aufweisen, ansonsten aber insbesondere aufgrund der Sortimentsstruktur sowie der sonstigen Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche nicht als Teil eines solchen gelten können.

### **5.2 Ziele und Grundsätze 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 berücksichtigt 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 der Bereiche um die Arena und die Markthalle IX (Eisenbahnstraße) als Sonderstandorte genannt. Weitere Abweichungen vom StEP Zentren 3 bestehen nicht.

#### **5.2.1 Oberziele**

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

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

### 5.2.2 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. 5.1.2) zu eigen. Auch sie sollen als Grundsätze für die Entwicklung des Einzelhandels im Bezirk gelten.

### 5.3 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 dem StEP Zentren 3 übernommenen Steuerungsgrundsätzen und
- ergänzenden Steuerungsregeln für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg.

### 5.3.1 Steuerungsgrundsätze des StEP Zentren 3

Die nachfolgenden Steuerungsgrundsätze sind dem StEP Zentren 3 entnommen und bilden die Grundlage für die Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen in Berlin. Sie gelten gleichermaßen für alle Berliner Bezirke.

#### *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 m<sup>2</sup> 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.*

### **5.3.2 Steuerungsregeln für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg**

Die durch den StEP Zentren 3 vorgegebenen Steuerungsgrundsätze werden durch die folgenden Steuerungsregeln für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg konkretisiert und ergänzt:

#### **A) Großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel (außer Nahversorgung)**

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (außer Nahversorgung) 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.

#### **B) Nicht großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel (außer Nahversorgung)**

(1) Nicht-großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel (außer Nahversorgung) soll mit den Instrumenten der Bauleitplanung auf die zentralen Versorgungsbereiche (städtische Zentren und - als Angebots-ergänzung - Nahversorgungszentren) begrenzt werden.

(2) Für die Zulässigkeit von Läden mit einer Verkaufsfläche von maximal 250 m<sup>2</sup> gilt Pkt. J) (Sonderregelung „Kreuzberger Laden“).

#### **C) Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel**

(1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten 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) Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sind Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten der Nahversorgung nur zulässig, wenn sie überwiegend der Nahversorgung dieser Quartiere dienen.

Dabei sind die folgenden Kriterien einzuhalten:

- Verkaufsfläche maximal 800 m<sup>2</sup> VKF,
- jeweils nicht mehr als geringfügige räumliche Überschneidung des Einzugsbereichs mit dem Kerneinzugsbereich (500 m - 600 m in Abhängigkeit von den siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und stadträumlichen Zäsuren) benachbarter zentraler Versorgungsbereiche,
- ausschließlich zur Versorgung der im engeren Umfeld wohnenden Bevölkerung,
- 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) Für die Zulässigkeit von Läden mit einer Verkaufsfläche von maximal 250 m<sup>2</sup> gilt Pkt. J) (Sonderregelung „Kreuzberger Laden“).

### **D) Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel**

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

(2) In zweiter Priorität ist eine Ansiedlung innerhalb der ausgewiesenen Fachmarkttagglomeration oder in Abstimmung mit den zuständigen Senatsverwaltungen an sonstigen geeigneten Fachmarktstandorten nach

den Standort- und Steuerungsanforderungen des Fachmarktkonzeptes Berlin (dort Kap. 6.3) vorzusehen.

(3) Unterhalb der Grenze von 800 m<sup>2</sup> sind nicht-zentrenrelevante Sortimente im gesamten Bezirk generell zulässig.

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

Verkaufsflächen von Betrieben des produzierenden Gewerbes sind, auch in Gewerbe- und Industriegebieten, nur unterhalb der Großflächigkeitsschwelle (i.d.R. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) zuzulassen. Der Verkauf muss dem Hauptbetrieb räumlich und funktional zugeordnet, der Einzelhandelsumsatz deutlich untergeordnet sein.

### **F) 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 des StEP Zentren (3) 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.

### **G) Planungsrechtliche Vorgaben bestehender Bebauungspläne**

Auch bestehende rechtskräftige Bebauungspläne behalten weiterhin ihre Gültigkeit; selbst wenn Sie den Inhalten und Zielen des vorliegenden Konzeptes widersprechen. Bei der Änderung, Aufhebung oder Neuaufrichtung 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.



### H) Städtebauliches Integrationsgebot

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 – insbesondere 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.

### I) Generelle Zulässigkeit von Betrieben mit einer Verkaufsfläche bis 250 m<sup>2</sup>

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 zeigte die Bestandsaufnahme des bezirklichen Einzelhandels von 2009/2010, dass rd. 94,5 % der Läden außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Verkaufsfläche von 250 m<sup>2</sup> nicht überschreiten. Man kann daher unterhalb dieser Grenze von einem typischen

Friedrichshain-Kreuzberger Laden sprechen, der durchaus flächendeckend vor allem in den Altbauquartieren vorkommt.<sup>65</sup>

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 den vorhandenen kleinteiligen Einzelhandel, vor allem den für die Attraktivität der Nebenlagen so wichtigen inhabergeführten Einzelhandel, außerhalb der teuren Zentrenlagen zu stärken und Unternehmensgründungen zu ermöglichen, soll der zuvor beschriebene Friedrichshain-Kreuzberger Laden bis zu einer Verkaufsfläche von 250 m<sup>2</sup> generell, d.h. auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig sein.

Mit dieser Regelung werden die Läden mit einer Verkaufsfläche unter 250 m<sup>2</sup> von der eigentlich generell geltenden „Zentrenpflicht“ befreit.

**J) Im Zentrumsbereich Historische Mitte sind nur Betriebe mit einer Verkaufsfläche bis 800 m<sup>2</sup> – 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 m<sup>2</sup> je Betrieb. Größere Einrichtungen sind nur in den im Bezirk Mitte gelegenen Zentrumsbereichskernen zulässig. Eine Beschränkung des Sortiments erfolgt nicht.

---

<sup>65</sup> Die jüngste – berlinweite – Bestandsaufnahme durch die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt von 2014/15 verzichtet auf eine Dokumentation der Verkaufsflächen bei Läden mit einer VKF unterhalb von 300 m<sup>2</sup>. Stattdessen wurden zwei Größenklassen (0-100 m<sup>2</sup> und 101-300 m<sup>2</sup>) eingeführt, denen die Referenzwerte 35 m<sup>2</sup> bzw. 170 m<sup>2</sup> zugeordnet wurden. Differenzierte Aussagen zur VKF der Läden unterhalb von 300 m<sup>2</sup> VKF sind daher nicht mehr möglich. Da sich der bauliche Bestand im kleinteiligen Bereich jedoch seit 2010 nicht wesentlich verändert hat, kann weiterhin von einer Gültigkeit der Aussagen zum „Friedrichshain-Kreuzberger Laden“ ausgegangen werden. Die aktuelle Bestandsaufnahme ergab für die Läden unter 300 m<sup>2</sup> VKF einen ähnlichen Wert (94,6 %).

### **K) Die Begrenzungen der Verkaufsfläche für Einzelhandelseinrichtungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelten nicht für den Sonderstandort Eisenbahnmarkthalle/Markthalle IX.**

Die Eisenbahnmarkthalle/Markthalle IX erfüllt eine wichtige Funktion für die Quartiersversorgung im Planungsraum Lausitzer Platz. Die Attraktivität der Markthalle wurde mit Einführung eines neuen Betriebskonzept deutlich verbessert, wonach die Eisenbahnmarkthalle – ähnlich wie dies für die Halle am Marheinekeplatz bereits geschehen ist – als lebendiges Quartierszentrum ausgebaut wurde. Die Stärkung des Standorts konnte durch eine Kombination von Dauerangeboten und regelmäßig stattfinden Veranstaltungen erreicht werden. Anders als die Halle am Marheinekeplatz, die innerhalb des Stadtteilzentrums Mehringdamm/Bergmannstraße liegt, befindet sich die Markthalle IX außerhalb der gewachsenen Zentrenstruktur.

Um den Anteil des Einzelhandels im Umfeld der Markthalle IX nicht zu begrenzen und hier ein für das Quartier attraktives Einzelhandelsangebot etablieren zu können, soll die Halle daher von den Verkaufsflächenbeschränkungen für Einzelhandelseinrichtungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausgenommen werden. Vorrangiges Ziel ist dabei die Entwicklung des Standorts mit seiner kleinteiligen Einzelhandelsstruktur.

### **5.3.3 Kriterien für schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche**

Der StEP Zentren 3 nennt unter seinem Steuerungsgrundsatz 6 die einheitlichen Kriterien für die Bestimmung negativer Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche (s. Pkt. 5.3.1 – Steuerungsgrundsatz 6).

Eine Konkretisierung oder Ergänzung dieser Kriterien erfolgt durch das vorliegende bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept nicht. 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 Prozent etwa kann für ein gesundes, gut funktionierendes Zentrum (fast) ohne Folgen bleiben, während ein anderes bei gleichem – oder auch geringerem – Kaufkraftverlust erheblich geschädigt würde.

Es soll daher an dieser Stelle auf die Darstellung konkreter Prüfparameter verzichtet werden, anhand derer „schematisch“ die Schädigung bestehender Zentren 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 schädigender Auswirkungen auf bestehende Zentren 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 hierzu jedoch nicht genannt werden. Dieser ist von den individuellen Eigenschaften des Vorhabens und des Zentrums abhängig.<sup>66</sup>
- Durch das Vorhaben zu erwartende Kaufkraftabzüge aus dem zentralen Versorgungsbereich
- 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 eine Gefährdung dieser für den unbeeinträchtigten Fortbestand des zentralen Versorgungsbereichs wichtigen Betriebe darstellen.

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

---

<sup>66</sup> 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.

### 5.4 Hinweise zur planungsrechtlichen Umsetzung

#### 5.4.1 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 Schädigung eines Versorgungsbereichs ist dann zu erwarten, wenn

- das Vorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt werden soll,
- das Warenangebot des Vorhabens 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, d. h. auf den Ortsteil Friedrichshain, da für den Westteil der Stadt mit dem Baunutzungsplan von 1961 flächendeckend bauplanungsrechtliche Festsetzungen getroffen wurden.

## **5.4.2 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 Einzelhandelsbetrieben 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. Damit ist die Festsetzung des Nutzungsmaßes und der überbaubaren Grundstücksflächen in diesen Fällen entbehrlich.

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 nur wenige 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 m<sup>2</sup> Geschossfläche für nachfolgende Bebauungspläne der Fall ist.

In Bebauungsplänen, die seit dem 1.8.1962 aufgestellt wurden, 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 dienen. Mit der Baunutzungsverordnung von 1977 schließlich wurde eine Regelvermutungsgrenze von 1.500 m<sup>2</sup> Geschossfläche 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 zuständige Senatsverwaltung (derzeit: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen) 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 Einkaufszentrum (Ringcenter) und je ein großes Warenhaus in beiden Ortsteilen (Karstadt am Hermannplatz und Galeria Kaufhof am Ostbahnhof). Mit der geplanten Schließung der Galeria Kaufhof am Ostbahnhof und der Eröffnung einer geplanten Shopping Mall zwischen Warschauer Brücke und (Mercedes-Benz-)Arena wird sich diese Struktur zwar verschieben, jedoch nicht grundsätzlich ändern.

Die Versorgung der Wohnquartiere insbesondere mit Waren des kurzfristigen Bedarfs ist bis auf wenige Ausnahmen gesichert und durch eine ausgewogene Mischung aus eher kleinteiligen Angebote sowie Supermärkten und Discountern 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/Oranienstraße).

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 bestehenden Angebotslücken in zentrenrelevanten Sortimenten (etwa Unterhaltungselektronik, elektrische Haushaltsgeräte/Leuchten oder Uhren/Schmuck), 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 anhaltenden Druck von Projektentwicklern, auch an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Einzelhandelsstandorte zu etablieren, besteht 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**

- A Übersichtsplan Zentrale Versorgungsbereiche im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg und in den Nachbarbezirken**
- B Einzugsgebiete der nahversorgungsrelevanten Einzelstandorte**
- C Nahversorgungsrelevante Einzugsgebiete der Zentralen Versorgungsbereiche und der Einzelstandorte**