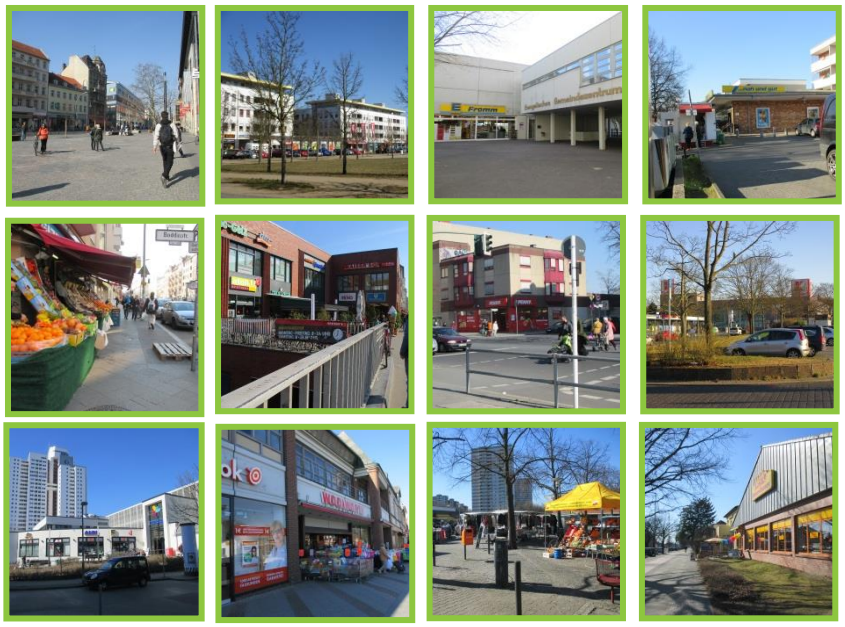
Einzelhandels- und Zentrenkonzept

für den Bezirk Neukölln von Berlin

Praxisorientierte Kurzfassung



Junker + Kruse
Stadtforschung
Planung

Juli 2016

EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT 2015

für den BEZIRK Neukölln

Praxisorientierte Kurzfassung

im Auftrag des Bezirksamts

Neukölln von Berlin
Stadtentwicklungsamt, Fachbereich Stadtplanung
Karl-Marx-Str. 83
12040 Berlin

Ansprechpartner:
Dirk Faulenbach

Bearbeitung:

Junker + Kruse
Stadtforschung Planung

Markt 5 D-44137 Dortmund
Tel. 0231 557858-0 / Fax 0231 557858-50
E-Mail: info@junker-kruse.de
Web: www.junker-kruse.de

Bearbeitung:
Elisabeth Kopischke
Stefan Kruse

Juli 2016

Inhalt

1 Ausgangssituation und Zielsetzung 5

2 Bezirkliche Analyseergebnisse 6

3 Zielstellungen für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung 9

3.1 Übergeordnete Ziele und bezirkliche Leitlinien 9

3.2 Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung im Bezirk Neukölln 10

3.3 Prüfschema zur ersten Bewertung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungs-, Erweiterungs- und / oder Verlagerungsvorhaben im Sinne der Ziele, Leitlinien und Grundsätze des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 15

4 Sicherung der Grund- und Nahversorgung in Neukölln 17

5 Standortstruktur 20

5.1 Hauptzentrum Karl-Marx-Straße / Hermannplatz / Kottbusser Damm (in Verbindung mit Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg) 22

5.2 Stadtteilzentrum Johannisthaler Chaussee (Prognoseraum Gropiusstadt) 24

5.3 Ortsteilzentrum Alt-Rudow (Prognoseraum Buckow Nord / Rudow) 25

5.4 Ortsteilzentrum Hermannstraße (Prognoseraum Neukölln) 26

5.5 Ortsteilzentrum Wutzkyallee (Prognoseraum Gropiusstadt) 27

5.6 Nahversorgungszentrum Bahnhof Hermannstraße (Prognoseraum Neukölln) 28

5.7 Nahversorgungszentrum Neucölln Carree (Prognoseraum Neukölln) 29

5.8 Nahversorgungszentrum Sonnenallee (Prognoseraum Neukölln) 30

5.9 Nahversorgungszentrum Alt-Buckow (Prognoseraum Britz / Buckow) 31

5.10 Nahversorgungszentrum Britzer Damm (Prognoseraum Britz / Buckow) 32

5.11 Nahversorgungszentrum Britz Süd (Prognoseraum Britz / Buckow) 33

5.12 Nahversorgungszentrum Marienfelder Chaussee (Prognoseraum Buckow Nord / Rudow) 34

5.13 Nahversorgungszentrum Rudower Straße (Prognoseraum Buckow Nord / Rudow) 35

5.14 Nahversorgungszentrum Lipschitzallee (Prognoseraum Gropiusstadt) 36

5.15 Standorte für Fachmärkte (großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten) 37

6 Anhang 42

6.1 Berliner Sortimentsliste 43

6.2 Definition der Zentren- und Standorttypen 44

6.3 Glossar zu Einzelhandelsbegriffen 47

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Der Bezirk Neukölln von Berlin hat durch den Beschluss der Bezirksverordnetenversammlung vom 02. Juni 2010 (Drucksache Nr. 1455/XVIII; veröffentlicht im Amtsblatt Berlin am 02.07.2010, Seite 1051) das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Neukölln von Berlin beschlossen. Ziel dieses städtebaulichen Konzeptes i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB ist es, eine fundierte Abwägungsgrundlage für stadtentwicklungsplanerische Entscheidungen im Rahmen der Ansiedlung, Verlagerung oder Veränderung von Einzelhandelsbetrieben zu schaffen.

Dabei liegt dem Konzept die Absicht zugrunde, dass die zentralen Versorgungsbereiche entsprechend ihrer Versorgungsaufgabe gesichert und gestärkt werden, die Grundversorgung flächendeckend und wohnungsnah gewährleistet wird und der großflächige Einzelhandel zentrenverträglich entwickelt wird. Dazu enthält das Konzept von 2010 eine Hierarchie von Zentren, beginnend mit dem Hauptzentrum Karl-Marx-Straße / Hermannplatz / Kottbusser Damm, sich fortsetzend über das Stadtteilzentrum Johannisthaler Chaussee und die drei Ortsteilzentren (Alt-Rudow, Hermannstraße, Wutzkyallee) und elf Nahversorgungszentren (Sonnenallee, Bahnhof Hermannstraße, Neucölln Carree, Sonnencenter, Britzer Damm, Rudower Straße, Marienfelder Chaussee, Buckow-Süd, Lipschitzallee, Zwickauer Damm, Frauenviertel). Ergänzt werden die städtischen Zentren durch Nahversorgungs- und Fachmarktstandorte.

Vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Einzelhandel (u.a. gesättigte Verkaufsflächenentwicklung, Online-Handel) sowie veränderter Rahmenbedingungen u.a. aufgrund der Rechtsprechung zu Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche, insbesondere Nahversorgungszentren sowie auch der Fortschreibung des StEP Zentren mit dem Fachmarktkonzept ergibt sich der Bedarf der Überprüfung bzw. Aktualisierung bestehender Ziele und Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Bezirk Neukölln.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Neukölln von 2009 wurde im Jahre 2015 überarbeitet. Dabei wurden bisherige Anwendungserfahrungen, die aktuelle Bestandssituation und auch veränderte bzw. aktualisierte Rahmenbedingungen (wie der StEP Zentren 3, das dazugehörige Fachmarktkonzept sowie die Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen sowie die Ausführungsvorschriften zu Zentrenkonzepten für das Land Berlin) berücksichtigt.

Mit der Überarbeitung seines Konzeptes folgt der Bezirk den aktuellen Richtlinien zur Regierungspolitik des Senats von Berlin aus dem Jahr 2012. Danach ist *„die Entwicklung und Stärkung der Berliner Zentrenstruktur … ein wesentliches Ziel der Stadtentwicklungspolitik. Die Bezirke müssen flexibel auf verändertes Konsumverhalten reagieren können, um durch Weiterentwicklung der bezirklichen Zentrenkonzepte den mittelständischen Einzelhandel zu stärken. Dabei sollen die Interessenvertretungen der Geschäftsstraßen, die Industrie- und Handelskammer und der Einzelhandelsverband eingebunden werden.*“[1]

[1] Auszug aus der Drucksache 17/0077 vom 03.01.2012 des Abgeordnetenhauses Berlin, 17. Wahlperiode, Billigung der Richtlinien der Regierungspolitik, Vorlage zur Beschlussfassung.

2 Bezirkliche Analyseergebnisse

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Neukölln stützt sich auf Ergebnisse aus sowohl primär- wie sekundärstatistischen Erhebungen. Für die primärstatistischen Erhebungen wurde auf eine Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen im engeren Sinne[2] sowie der Leerstände im Bezirk im Rahmen der flächendeckenden Erhebung zum Statusbericht des StEP Zentren 3 (Junker+Kruse im Auftrag der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, Stand Januar 2015) zurückgegriffen.

Die Einzelhandelssituation wird auf der Angebotsseite durch die Verkaufsflächenausstattung und -verteilung im Bezirk sowie auf der Nachfrageseite durch Komponenten wie das lokale einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial und die Einzelhandelsumsätze bestimmt. Es ist festzuhalten, dass seit Bestehen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eine weitere Qualifizierung der Versorgungsstruktur im Bezirk stattgefunden hat. Vor allem ist hier auf eine Stärkung der städtischen Zentren, insbesondere auch des Hauptzentrums Karl-Marx-Straße sowie die Entwicklung von Nahversorgungsstandorten hinzuweisen. Ein wesentliches Ziel war dabei die Sicherung und Stärkung einer wohnungsnahen Grundversorgung in den einzelnen Ortsteilen. Durch die Errichtung moderner Lebensmittelmärkte konnten darüber hinaus die Zentrenfunktion sowie die Nahversorgung gestärkt werden.

Folgende Rahmendaten kennzeichnen die Einzelhandelssituation im Bezirk Neukölln (Stand Januar 2015):

- Es existieren rund **1.681 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **355.600 m²** (ohne Leerstände).
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt rund **210 m²**.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** liegt bei **1,1 m²** pro Einwohner
- **Sortimentsspezifische Schwerpunkte** des Einzelhandelsangebotes liegen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (29 % der Gesamtverkaufsfläche), der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung (14 % der Gesamtverkaufsfläche) sowie in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (19 % der Gesamtverkaufsfläche).
- **Rund 57 % der Verkaufsfläche im Bezirk (201.300 m²) befindet sich in zentralen Lagen.** Knapp ein Fünftel der bezirklichen Verkaufsfläche liegt in städtebaulich nicht integrierten Lagen, dazu gehören vor allem auch die Fachmarktstandorte. Dabei handelt es sich vor allem um großflächige Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten oder aber auch um groß- und kleinflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Kernsortimenten. Ein weiteres Fünftel der Verkaufsfläche im Bezirk befindet sich in städtebaulich integrierten Lagen, dazu zählen vor allem die ergänzenden Nahversorgungsstandorte zur wohnungsnahen Grundversorgung in wohnsiedlungsräum-

[2] Zum Einzelhandel im engeren Sinne werden neben dem eigentlichen Einzelhandel auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckerei, Metzgerei) sowie weitere in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt. Kfz- und Brennstoffhandel, Tankstellen und Apotheken werden nicht dem Einzelhandel i.e.S. zugerechnet. Allerdings wurden aufgrund ihrer Einzelhandelsrelevanz Tankstellenshops und der freiverkäufliche Anteil der Apotheken bei der Erhebung berücksichtigt und mit erhoben.

lich integrierten Lagen. Die Verteilung der Verkaufsflächen auf die unterschiedlichen Lagen spiegelt deutlich die bisherige Steuerungsstrategie des Bezirks Neukölln wieder.

- Rund 214.700 m² der erhobenen Verkaufsfläche (ohne Leerstände) bzw. ein Anteil von **60 % der Verkaufsfläche** entfällt in Neukölln auf **großflächige Einzelhandelsbetriebe**, obwohl diese nur knapp 5 % aller Anbieter repräsentieren (87 Einzelhandelsbetriebe). Der sortimentsspezifische Schwerpunkt der großflächigen Betriebe liegt auch in Neukölln erwartungsgemäß in den Warengruppen **Bekleidung, Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente und Nahrungs- und Genussmittel** und damit in jenen Bereichen, die auch im bezirklichen Einzelhandelsprofil quantitativ hervortreten.

- Die **Grundversorgungssituation** im Bezirk ist rein **quantitativ** durch einen Ausstattungswert von **rund 0,32 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner** gekennzeichnet. Die Werte in den Prognoseräumen liegt zwischen 0,27 - 0,34 m² Lebensmittelverkaufsfläche / Einwohner.
  Der Betriebstypenmix im Bereich der Grundversorgung ist vielfältig. Die räumliche Versorgung (fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten von den Wohnstandorten) ist weitgehend gut. Räumliche Versorgungsdefizite ergeben sich im Rahmen einer ersten Einschätzung vornehmlich in den Siedlungsbereichen in Buckow / Rudow bzw. den dortigen Siedlungsrandbereichen. Dabei korrespondiert das räumliche Defizit mit der unterdurchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung.

- Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für den Bezirk Neukölln beträgt rund 1,66 Mrd. Euro (2014)**. Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei sehr unterschiedlich, im Bereich Nahrungs- und Genussmittel betragen sie rund 678,3 Mio. Euro bzw. 40,8 % des gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials. Hohe Kaufkraftanteile entfallen außerdem auf die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (174,4 Mio. Euro bzw. 10,5 %), Bekleidung (142,2 Mio. Euro bzw. 8,6 %) und Neue Medien, Unterhaltungselektronik (104,9 Mio. Euro bzw. 6,3 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind vor allem Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Möbel.

- Das geschätzte einzelhandelsrelevante **Jahresumsatzvolumen** beträgt rund **1.456,1 Mio. Euro**.

- Die bezirksspezifische einzelhandelsrelevante **Zentralität** ist das Verhältnis des einzelhandelsrelevanten Umsatzes zur lokal vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, sie liegt für Neukölln bei **0,88**.

Die Kennwerte sind, differenziert nach den vier Prognoseräumen, in Tabelle 1 dargestellt:

Tabelle 1: Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in den Prognoseräumen

Prognoseraum	Neukölln	Britz / Buckow	Gropiusstadt	Buckow Nord / Rudow	Gesamt
Einwohner Stand 31.12.2014	167.111	70.068	36.466	52.071	325.716
Anzahl der Betriebe	1,181	201	156	143	1.681
Anteil an bezirklicher Anzahl der Betriebe (in %)	70	12	9	9	100
Verkaufsfläche (in m²)	190.460	81.680	54.860	28.650	355.620
Anteil an bezirklicher Verkaufsfläche (in %)	54	23	15	8	100
durchschnittliche Betriebsgröße (in m²)	160	200	350	200	210
Verkaufsfläche pro Einwohner (in m²)	1,1	1,2	1,5	0,6	1,1
Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel (in m²)	54.630	24.030	11.650	14.130	104.430
Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel pro Einwohner (in m²)	0,33	0,34	0,32	0,27	0,32
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	87,6	97,5	95,4	103,4	93,2
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (in Mio. Euro)	794,9	374,5	192,7	297,9	1.661,3
Einzelhandelsrelevanter Umsatz (in Mio. Euro)	837,2	225,3	261,0	132,5	1.456,1
Einzelhandelsrelevante Zentralität	1,05	0,60	1,35	0,44	0,88

Quellen: Einwohner: Bezirk Neukölln; eigene Berechnung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin, 2015
IFH RETAIL CONSULTANT GmbH, Köln, 2014 und eigene Berechnungen

3 Zielstellungen für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

3.1 Übergeordnete Ziele und bezirkliche Leitlinien

Die für den Bezirk Neukölln relevanten Zielaussagen und Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung aus den übergeordneten Planungen (der Landesplanung, der Flächennutzungsplanung und der Stadtentwicklungsplanung) stellen eine Fortführung der bisherigen Planungsstrategie dar. Die Ziele beschreiben in abstrakter Form die übergeordneten Intentionen. Die Leitlinien verdeutlichen, wie die Ziele umgesetzt werden und die Grundsätze stellen dar, wie die Einzelhandelssteuerung vor dem Hintergrund der Ziele und Leitlinien umzusetzen ist.

Übergeordnete Ziele

- Beachtung der hierarchisch gestuften Zentrentypen.
- Stärkung und Aufwertung der planerisch festgelegten zentralen Versorgungsbereiche.
- Großflächige Einzelhandelseinrichtungen stadtverträglich integrieren.
- Sicherung und Stärkung einer flächendeckenden, wohnungsnahen Grundversorgung.
- Sicherung urbaner Qualitäten bei allen Neuansiedlungen innerhalb und außerhalb der Zentren.

Bezirkliche Leitlinien

- Sicherung eines attraktiven Einzelhandelsangebotes sowie der bezirklichen Versorgungsstruktur.
- Erhaltung und Stärkung der Zentren.
- Gewährleistung der Nahversorgung im gesamten Bezirk.
- Fachmarktstandorte als sinnvolle und notwendige Ergänzungsstandorte entwickeln.
- Bestandsschutz, Erweiterungen und Nutzungsänderungen grundsätzlich nach den gleichen Regeln beurteilen wie Neuansiedlungen.
- Neue Einzelhandelsbetriebe, Dienstleistungs- und Freizeitnutzungen in das städtebauliche Umfeld einbinden.
- Investitions- und Planungssicherheit gewährleisten.

Eine ausführliche Erläuterung der übergeordneten Ziele sowie bezirklichen Leitlinien befindet sich in den Kapiteln 5 bzw. 5.1 der Langfassung zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Neukölln von Berlin (April 2016).

3.2 Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung im Bezirk Neukölln

Die Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung im Bezirk Neukölln präzisieren und ergänzen die vom Senat von Berlin vorgegebenen Steuerungsgrundsätze der Allgemeinen Verwaltungsvorschrift „Zentrenkonzepte“ aufgrund der örtlichen Gegebenheiten und Problemlagen im Bezirk. Folgende generelle Aussagen zum Ziel und zur Wirkung der Grundsätze sind voranzustellen:

- Die Grundsätze geben zur Einordnung von Einzelhandelsvorhaben einen gemeinschaftlich getragenen Orientierungsrahmen für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung wieder.
- Für die rechtliche Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation maßgebend.
- Die Grundsätze gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen.
- Bestehende Einzelhandelsbetriebe sind – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt. Sie genießen Bestandsschutz.

Differenziert nach Steuerungsregeln für zentrenrelevanten, zum Teil nahversorgungsrelevanten und den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel, sollen für den Bezirk Neukölln folgende Grundsätze gelten.

Grundsatz 1: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit <u>zentrenrelevanten</u> Kernsortimenten ohne Nahversorgungsfunktion

1.1 Standorte für <u>großflächige</u> Einzelhandelsbetriebe i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment, aber ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente im Sinne der Sortimentsliste gemäß AV Einzelhandel, sollen grundsätzlich in den zentralen Versorgungsbereichen <u>höherer Stufe</u> (Hauptzentrum, Stadtteil- und Ortsteilzentren) liegen.

Um die Kompatibilität der einzelnen zentralen Versorgungsbereiche mit ihrer funktionalen Zuordnung (Hauptzentrum, Stadtteilzentrum und Ortsteilzentrum) zu gewährleisten und das Zentrengefüge innerhalb des Bezirkes Neukölln attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, sind folgende **maximale Obergrenzen (für Einzelbetriebe) in Abhängigkeit der Zentrenkategorie** sinnvoll und zielführend

- Zentrumsbereichskern / Hauptzentrum: ohne Flächenbegrenzung
- Stadtteilzentrum: bis einer Verkaufsfläche von maximal 1.000 m², darüber hinaus Einzelfallprüfung
- Ortsteilzentrum: bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 1.000 m²

1.2 Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment, aber ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente, sollen in den zentralen Versorgungsbereichen einschließlich der Nahversorgungszentren liegen.
Außerhalb dieser Standortbereiche sind Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur dann zulässig, sofern von ihnen keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind i.d.R. dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten eine Größenordnung von 300 m² Verkaufsflä-

che nicht überschreiten („Neuköllner Laden“) und der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Nahbereich dieser Läden dienen.

1.3 Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden.

Grundsatz 2: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

2.1 Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Sinne der Sortimentsliste gemäß AV Einzelhandel sollen regelmäßig in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum, Stadtteil-, Ortsteil- und Nahversorgungszentren) liegen.

Folgende maximale Obergrenzen (für Einzelbetriebe) in Abhängigkeit der Zentrenkategorie sind dabei sinnvoll und zielführend:

- Hauptzentrum: ohne Flächenbegrenzung
- Stadtteilzentrum: bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 5.000 m²
- Ortsteilzentrum: bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 2.500 m²
- Nahversorgungszentrum: bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 2.000 m²

2.2 Ausnahme: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment können bis zur Großflächigkeit außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ermöglicht werden[3], wenn

- der Standort eine städtebaulich bzw. wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage aufweist,
- das Vorhaben der Nahversorgung dient. Das ist regelmäßig dann der Fall, wenn die sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens in einer 600 m-Isodistanz (in hochverdichteten Siedlungsbereichen) bzw. in einer 800 m-Isodistanz (bei geringer Siedlungsdichte) eine Quote von 35% der sortimentsspezifischen Kaufkraft nicht überschreitet und
- der Standort mindestens 800 m von zentralen Versorgungsbereichen entfernt liegt
- und keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Im Einzelfall kann sich bei der Umsetzung dieser Ausnahmeregel ein Planerfordernis zur Feinsteuerung gemäß § 1 (5) bis (10) BauNVO ergeben.

Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sind Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ausnahmsweise zulässig, sofern von ihnen keine Negativauswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind i.d.R. dann nicht anzunehmen,

[3] Die Zulässigkeit von entsprechenden Einzelhandelsvorhaben ergibt sich schließlich durch die Umsetzung im Planungsrecht. Im Einzelfall (beispielsweise in MI-Gebieten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche) kann sich diesbezüglich ein Planerfordernis zur Feinsteuerung gemäß § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO) ergeben.

wenn Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten eine Größenordnung von 300 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten („Neuköllner Laden“) und der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Nahbereich dieser Läden dienen.

Diese Ausnahmeregelung gilt **nicht** für Standorte innerhalb von GE- / GI-Gebieten.

Exkurs: Herleitung des Anlagentyps „Neuköllner Laden“

Der „Neuköllner Laden“ ist als bestehender Anlagentyp zu beschreiben. Er stellt im Bezirksgefüge eine Neuköllner Besonderheit dar, von der eine Prägung der bezirklichen Strukturen und des Ortsbildes ausgeht, die „typisch“ für Neukölln ist.

Der Neuköllner Laden wird durch die folgenden Merkmale charakterisiert:

- *meistens Fachgeschäfte in Wohn- und Mischgebieten, auch Gemengelagen mit stark eingegrenztem Sortiment des kurzfristigen Bedarfes für die Bevölkerung wie Bäcker oder Fleischer,*
- *Klein- und Familienunternehmen mit wenigen Arbeitsplätzen bei einer max. VKF von 300 m², oft wesentlich kleiner,*
- *Erdgeschossnutzung in Mehrfamilienhäusern zur Belebung der Straßenräume an hoch frequentierten Straßen mit attraktiver Aufenthaltsqualität für Fußgänger,*
- *In Nebenstraßen traditionell an Eckgebäuden im Erdgeschoss von Mehrfamilienhäusern, oft kleiner als 300 m² bzw. in der Größe der darüber liegenden Wohnungen,*

Der Anteil dieser Läden (nicht nur bezogen auf nahversorgungsrelevante Kernsortimente, sondern auch unter Berücksichtigung der übrigen Sortimente), an der Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe im Bezirk beträgt im Ergebnis der Erhebung insgesamt rund 88 %. In städtebaulich integrierten Lagen liegt ein Anteil dieser Läden an der Gesamtzahl der Neuköllner Einzelhandelsbetriebe bei rund 91 %.[4]

Grundsatz 3: Fachmarktstandorte

Bei der Entwicklung von Standorten für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten im Sinne der Sortimentsliste gemäß AV Einzelhandel (sog. Fachmärkte) sind die Standort- und Steuerungsanforderungen gemäß Fachmarktkonzept Berlin[5]zu berücksichtigen.

3.1 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten im Sinne der Sortimentsliste gemäß AV Einzelhandel (sog. Fachmärkte) sollen vorrangig auf Flä-

[4] Hinweis: Abweichend vom Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009 wird der Neuköllner Laden nicht mehr mit einer Verkaufsfläche von 200 m², sondern mit 300 m² ausgewiesen. Aufgrund der berlinweiten Erhebungssystematik (vgl. dazu auch Erhebungshandbuch Berlin) ist eine Herleitung des Anlagentyps mit der bislang festgesetzten Größe methodisch nicht möglich. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass die veränderte Größenordnung grundsätzlich mit den Zielen der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Bezirk Neukölln zu vereinbaren ist.

[5] Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt: Fachmarktkonzept Berlin Entwicklungsspielräume für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel Thematische Vertiefung des Stadtentwicklungsplans Zentren 3, November 2013

chen innerhalb der ausgewiesenen Zentren gelenkt werden, sofern sie zu deren Stabilisierung beitragen, der Funktionsstufe des jeweiligen Zentrums entsprechen und städtebaulich, verkehrlich und funktional verträglich eingeordnet werden können.

3.2 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs z.T. nicht in die gewachsenen Zentren integriert werden. Sie dürfen sich daher auch an eigens ausgewiesenen Fachmarktstandorten ansiedeln. Fachmarktstandorte sind Fachmarktagglomerationen, übergeordnete Fachmarktstandorte (> 8.000 m² Gesamtverkaufsfläche) in der gesamtstädtischen Steuerungskulisse (Fachmarktkonzept) sowie bezirkliche Fachmarktstandorte (bis 8.000 m² Gesamtverkaufsfläche).

3.3 Für zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen gilt Grundsatz 4. Innerhalb der Grenzen der ausgewiesenen Fachmarktstandorte und in deren Umfeld ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment unzulässig. Dies gilt auch für Einzelhandelsbetriebe, die der Nahversorgung dienen. Die Ausnahmeregelung nach Grundsatz 2.2 ist hier nicht anwendbar. Zur Durchsetzung dieser Grundsätze besteht häufig Bedarf nach verbindlicher Bauleitplanung, mit der die Einhaltung der vorgenannten Prinzipien abgesichert wird.

Grundsatz 4: Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (sog. Fachmärkte)

4.1 Zentrenrelevante **Randsortimente** von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Fachmärkten)

- außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches,
- aber innerhalb eines Fachmarktstandortes

dürfen bis zu **10 %** der Gesamtverkaufsfläche einnehmen. Innerhalb dieser 10 % gelten folgende Einschränkungen:

- Die nahversorgungsrelevanten Randsortimente dürfen zusammen maximal 800 m² Verkaufsfläche einnehmen.
- Jedes einzelne **nicht nahversorgungsrelevante Einzelsortiment darf 800 m²** Verkaufsfläche nicht überschreiten.

4.2 Zwischen dem Kernsortiment und den Randsortimenten von Fachmärkten muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen (vgl. dazu auch (Anhang III Ziffer 6 AV Einzelhandel 2014). Die Zentrenverträglichkeit des Randsortiments ist nachzuweisen. Der Bezirk behält sich vor, die Randsortimente durch Bauleitplanung und Baugenehmigung so zu begrenzen, dass schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche nicht zu erwarten sind. Dies ist in Abhängigkeit von der Art und dem Umfang der geplanten bzw. betriebstypischen Randsortimente und der Einzelhandelsstruktur in den umliegenden Zentren im Einzelfall zu überprüfen.

Grundsatz 5: Einzelhandelsagglomerationen

Die räumliche Konzentration mehrerer, selbständiger, für sich großflächiger wie auch nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe **(Einzelhandelsagglomeration**) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen, von denen in der Gesamtheit zentrenschädliche Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO ausgehen können, ist zu vermeiden.

Grundsatz 6: Zentrenrelevante Randsortimente in nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben; Kioske, Backshops

6.1 Zentrenrelevante Randsortimente von nicht großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Fachgeschäfte) außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches dürfen bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche einnehmen. Diese Betriebe unterliegen unter dem Gesichtspunkt des Zentrenschutzes keiner Beschränkung bei der Standortwahl. Bei unerwünschter Agglomeration von Fachgeschäften in solitärer Lage oder in räumlichem Zusammenhang mit Fachmarktstandorten kann Planungsbedarf entstehen.

6.2 Kioske, Backshops und ähnliche kleinflächige Einzelhandelsbetriebe sind zulässig, wenn sie der Nahversorgung[6] dienen.

Grundsatz 7: Tankstellenshops

Tankstellenshops sind zulässig, wenn

- die Verkaufsfläche für Waren dem Tankstellenbetrieb räumlich zugeordnet und
- die Größe der Verkaufsfläche in einem deutlich untergeordneten Verhältnis zur Größe der Tankstelle steht.

Grundsatz 8: Annexhandel / Werksverkauf

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben sind zulässig, wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.
-

[6] Dazu zählt beispielsweise auch die Versorgung der in einem Gewerbegebiet arbeitenden Menschen.

Grundsatz 9: Bestandsschutz, Erweiterungen und Nutzungsänderungen

9.1 Rechtmäßig bestehende Betriebe haben Bestandsschutz. Genehmigungs-pflichtige Erweiterungen und Nutzungsänderungen (auch Änderungen der zulässigen Sortimente), soweit sie wesentliche Auswirkungen erwarten lassen und nicht durch den Bestandsschutz erfasst werden, sind nach den gleichen Regeln zu beurteilen wie Neuansiedlungen.

9.2 Bei einer Verlängerung von Baugenehmigungen ist zu prüfen, ob sich zwischenzeitlich die Genehmigungsvoraussetzungen (insbesondere hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche) geändert haben.

3.3 Prüfschema zur ersten Bewertung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungs-, Erweiterungs- und / oder Verlagerungsvorhaben im Sinne der Ziele, Leitlinien und Grundsätze des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch dann ggf. erforderlichen formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema empfohlen, das eine **erste Bewertung** von neuen Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem **bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept** und der dort formulierten Zentrenhierarchie sowie den vorgeschlagenen Zielen, Leitlinien und Grundsätzen ermöglicht. Den übergeordneten Zielen und Leitlinien folgend sollen **Ansiedlungen von zentrenrelevantem Einzelhandel grundsätzlich nur in den zentralen Versorgungsbereichen** realisiert werden (Ausnahmen siehe Grundsätze). Neue Einzelhandelsvorhaben sind daher hinsichtlich ihrer Bedeutung für das Zentrengefüge im Bezirk Neukölln zu hinterfragen. Da die Bedeutsamkeit neuer Vorhaben - lokal und prognoseraum- bzw. bezirksübergreifend - insbesondere von ihrer Dimension und Lage bestimmt wird, wurden im Rahmen der Grundsätze Schwellenwerte für eine Prüfung von Neuvorhaben (aber auch Erweiterungen und Verlagerungen) definiert. Dabei ist das Prüfschema in zwei Schritten durchzuführen:

1. Planvorhaben ohne Berücksichtigung des vorhandenen Bestandes,

2. Planvorhaben mit Berücksichtigung des vorhandenen Bestandes.

Erst mit Durchführung auch des zweiten Schrittes ist eine erste Bewertung des Planvorhabens möglich. Grundsätzlich sei jedoch angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Einordnung von Vorhaben** ermöglichen soll und z.B. eine – im Einzelfall ggf. erforderliche - **konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann.**

Tabelle 2: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)

Zentrenkategorie		Zentrenrelevantes Kernsortiment		Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment	Nicht zentrenrelevantes Kernsortiment
		kleinflächige EH-Betriebe (< 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (ab 800 m² VKF)		
Hauptzentrum • Karl-Marx-Straße / Hermannplatz / Kottbusser Damm		ja	ja	ja	ja
Stadtteilzentrum • Johannisthaler Chaussee	innerhalb des Einkaufszentrums (ohne Erweiterung der bebauten Fläche)	ja	≤ 1.000 m², darüber hinaus Einzelfallprüfung	≤ 5.000 m²	ja
	außerhalb des Einkaufszentrums	nein	nein	nein	nein
Ortsteilzentren • Alt-Rudow • Hermannstraße • Wutzkyallee		ja	≤ 1.000 m²	≤ 2.500 m²	ja
Nahversorgungszentren • Bhf. Hermannstraße • Neucölln Carree • Sonnenallee • Alt-Buckow • Britzer Damm • Britz Süd • Buckow Süd • Marienfelder Chaussee • Rudower Straße • Lipschitzallee		ja	nein	≤ 2.000 m²	ja
außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (WS-, WA-, WB-, MD-, MI-, MK-Gebiete gem. BauNVO)		≤ 300 m² „Neuköllner Laden“	nein	Nachweis der Nahversorgungsrelevanz und Zentrenverträglichkeit (Einzelhandelsbetriebe < 800 m² im Ausnahmefall zulässig)	grundsätzlich möglich; Einzelfallprüfung erforderlich
Fachmarktstandorte		nein	nein	nein	Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche
Sonstige solitäre Standorte WR-, GE-, GI-, SO- (o. EZH) Gebiete gem. BauNVO nicht eindeutige Gebietsstruktur (§ 34.1 BauGB), Prüfung!		nein	nein	nein	grundsätzlich möglich; Einzelfallprüfung erforderlich

Quelle: eigene Darstellung

Hinweis: In dieser Tabelle erfolgt die Einstufung aufgrund einer Bewertung der Größenordnung eines geplanten Einzelhandelsbetriebes. Eine weitere städtebauliche Bewertung im Sinne von § 11 (3) BauNVO ist erforderlich. Für die Realisierbarkeit eines Vorhabens ist insgesamt zu prüfen, ob die planungsrechtliche Genehmigungsfähigkeit gegeben ist.

4 Sicherung der Grund- und Nahversorgung in Neukölln

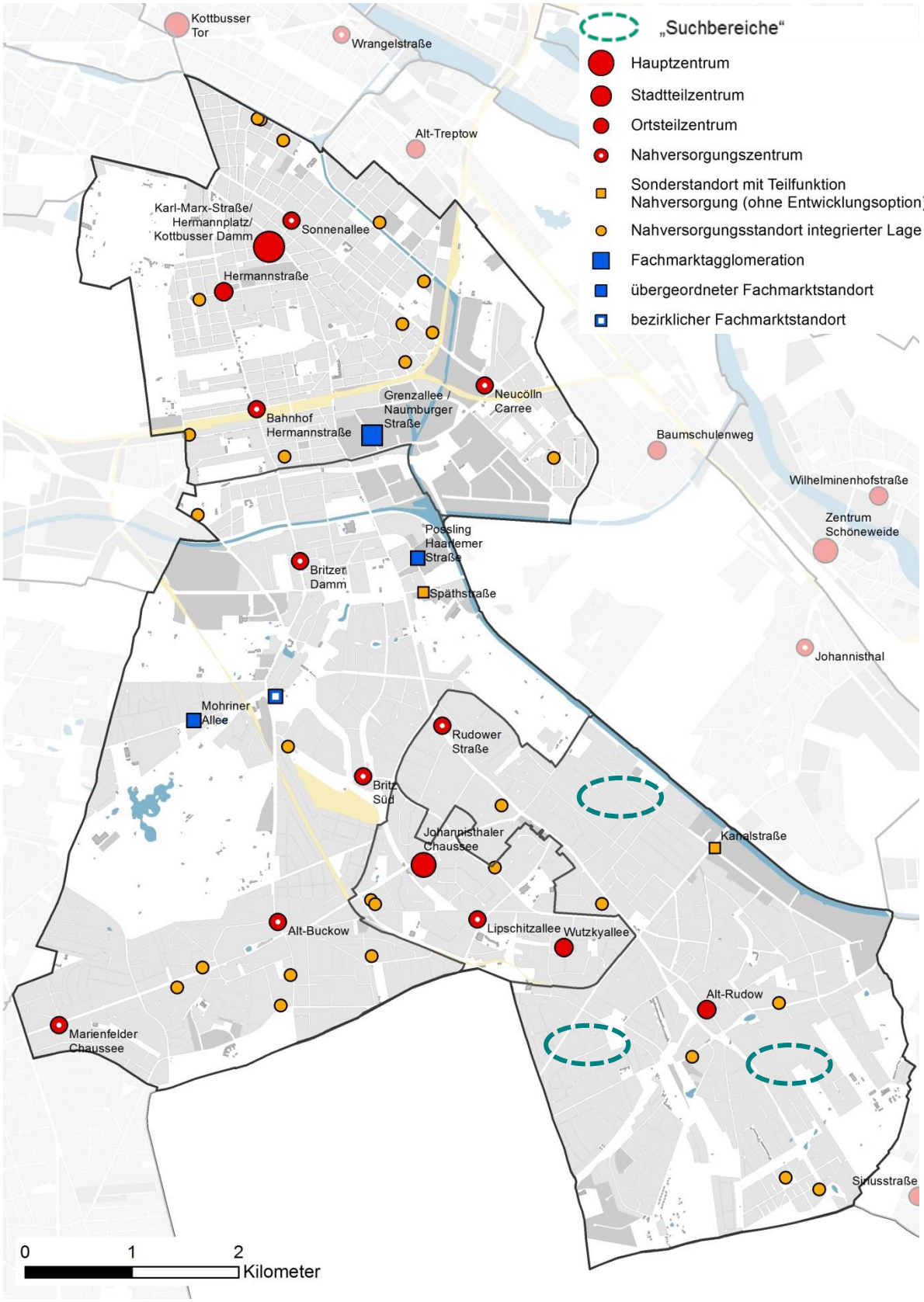
Die Sicherung und Stärkung einer möglichst umfassenden, kleinmaschigen Nahversorgung in allen Neuköllner Ortsteilen ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel des Bezirks Neukölln und rechtfertigt die räumliche Lenkung der entsprechenden Investitionen an die städtebaulich geeigneten Standorte. **Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v.a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z.B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst alle Einwohner möglich und zumutbar ist**. Voraussetzung für die Sicherstellung einer tragfähigen Nahversorgungsinfrastruktur ist jedoch, dass

- das Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung für den täglichen Bedarf nicht von zentralisierten Anbietern des großflächigen Einzelhandels in einem Maß gebunden wird, dass das Betreiben kleinerer Einheiten zur Nahversorgung nicht mehr rentabel ist,
- der Bezirk Neukölln bei Bedarf mitwirkt die städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen zu schaffen, die einen gewünschten Nahversorgungsstandort auch aus Betreibersicht mit den wichtigsten Standortfaktoren ausstattet.

In diesem Sinne ist eine Bestandssicherung von Lebensmittelmärkten an städtebaulich sinnvollen Standorten zu betreiben. Das impliziert eine Optimierung und Qualifizierung des bestehenden Angebotes. Außerdem sind lokale Versorgungslücken zu identifizieren und zu beseitigen. Im Sinne des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sind daher auch Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu ermöglichen, wenn sie der wohnungsnahen Grundversorgung dienen, d.h. den in den Grundsätzen formulierten Kriterien (vgl. dazu Kapitel 3.2) entsprechen. In diesem Sinne verfolgt der Bezirk Neukölln das Ziel großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (Lebensmittelmärkte) ausschließlich in den zentralen Versorgungsbereichen zu ermöglichen und außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche entsprechende Märkte nur bis zur Großflächigkeit zuzulassen. Dieses konsequente Ziel dient zum einen

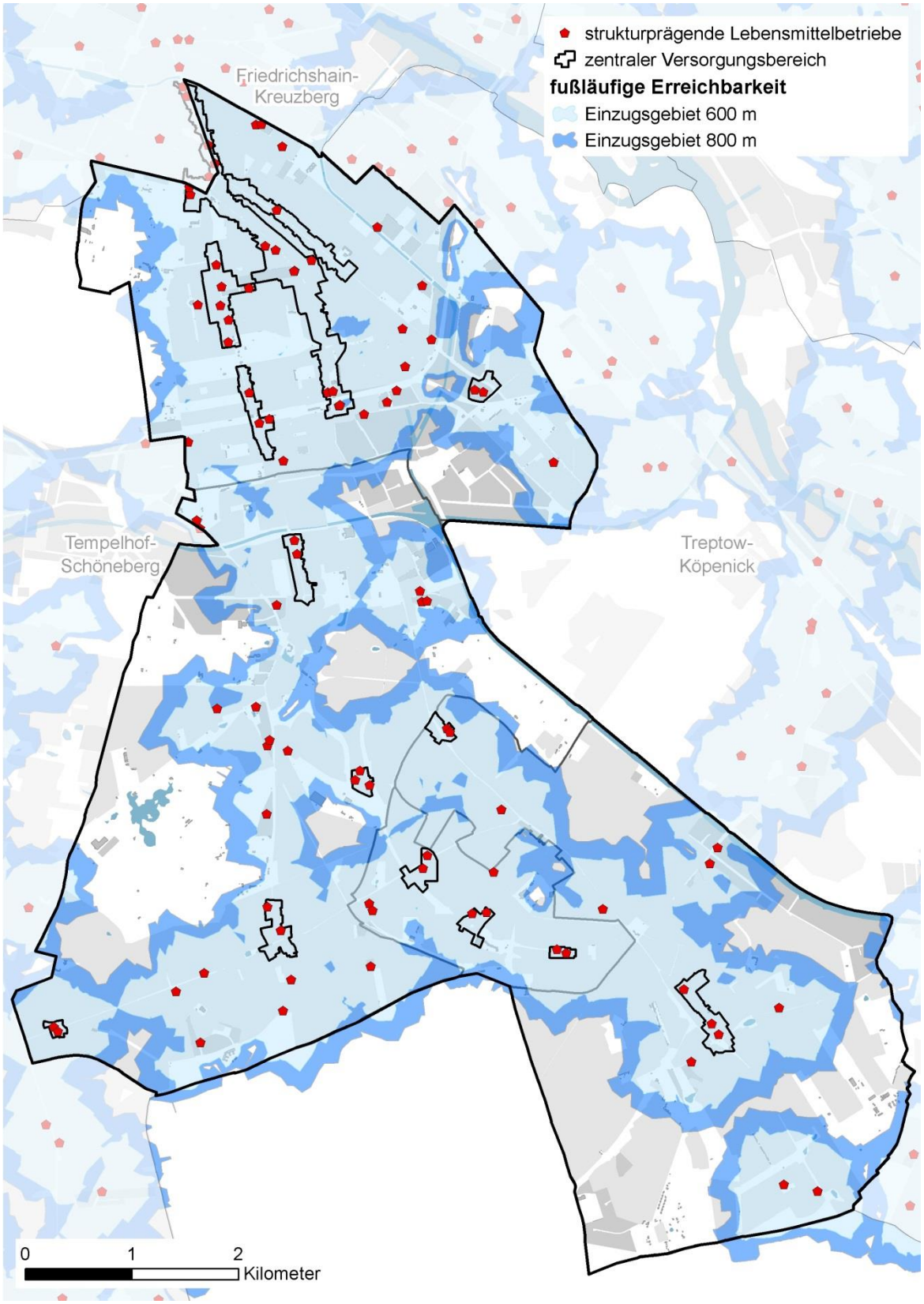
- der Klarheit bei der Entscheidung zu Einzelhandelsvorhaben,
- soll zur Qualifizierung des nahversorgungsrelevanten Angebotes in den zentralen Versorgungsbereichen beitragen und
- einer räumlichen und quantitativen Schieflage zu Gunsten dezentraler Standorte entgegenwirken.

Karte 1: Standortstruktur Zentren und Fachmarkstandorte unter Berücksichtigung von Nahversorgungsstandorten und Sonderstandorten mit Teilfunktion Nahversorgung - Konzept



Quelle: eigene Darstellung

Karte 2: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2015

5 Standortstruktur

Die Einzelhandelsstandorte in Neukölln wurden aufgrund der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie bestehender stadtentwicklungspolitscher Zielsetzungen unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten überprüft, bewertet und in ein arbeitsteiliges, hierarchisches **Standortstrukturmodell** eingeordnet.

Die Standortstruktur (vgl. dazu Abbildung 1) besteht aus einem vierstufigen System zentraler Versorgungsbereiche, nämlich

- Hauptzentrum
- Stadtteilzentrum,
- Ortsteilzentren und
- Nahversorgungszentren

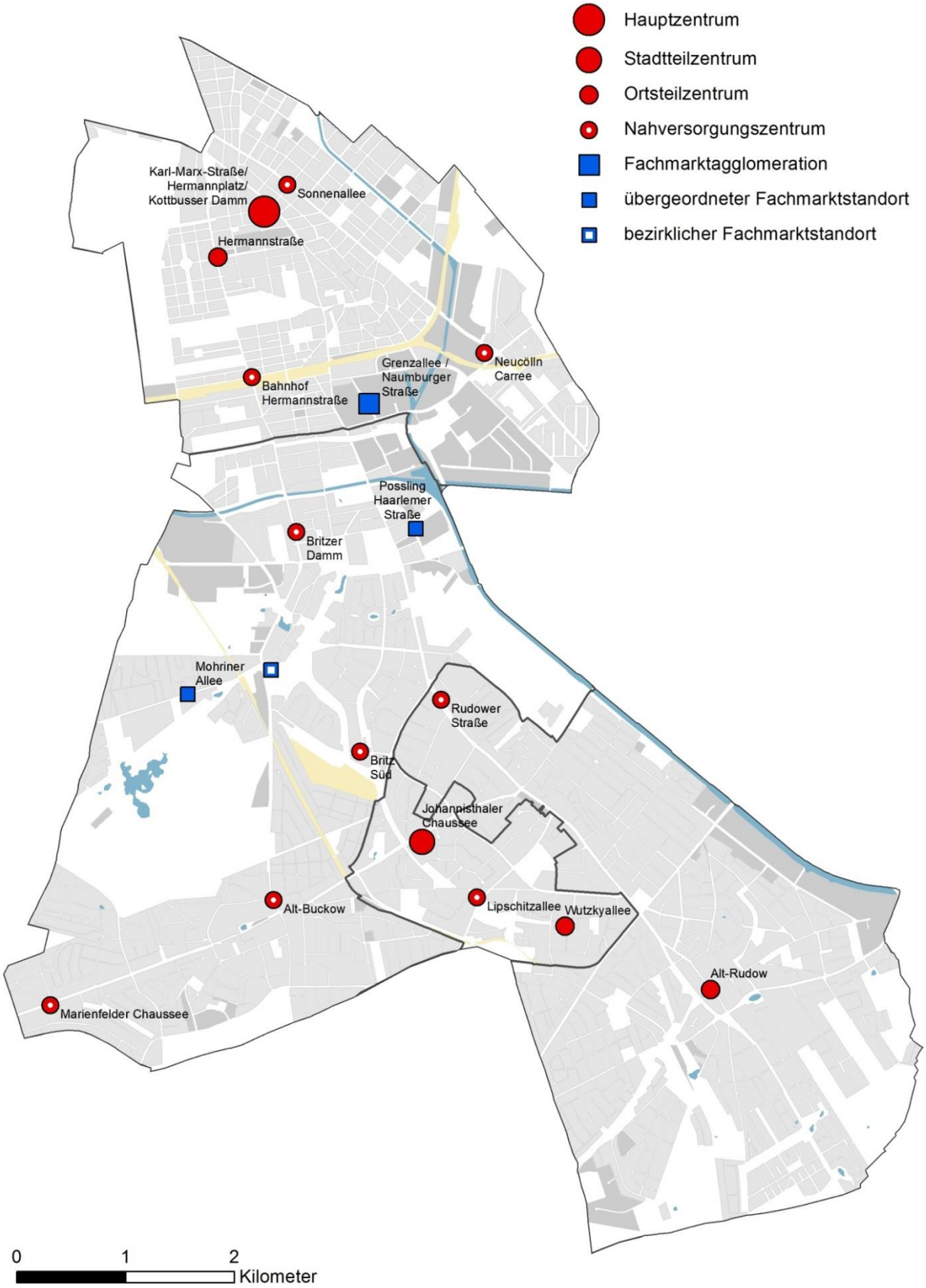
sowie ergänzenden Standorten des Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, die der Gewährleistung der Nahversorgung dienen sowie den Fachmarktstandorten (großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten), nämlich:

- den Fachmarktagglomerationen,
- übergeordneten Fachmarktstandorten sowie
- bezirklichen Fachmarktstandorten.

Abbildung 1: Standortstrukturmodell

Quelle: eigene Darstellung

Karte 3: Standortstruktur Zentren und Fachmarktstandorte im Bezirk Neukölln - Konzept



Quelle: eigene Darstellung

5.1 Hauptzentrum Karl-Marx-Straße / Hermannplatz / Kottbusser Damm (in Verbindung mit Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg)

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Oberstes Ziel ist die Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität und der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt unter Berücksichtigung der Haupt- und Nebenlagen im zentralen Versorgungsbereich durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten, insbesondere des großflächigen Einzelhandels in die Hauptlagen. An den bislang formulierten Zielen ist grundsätzlich weiterhin festzuhalten.

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sind konsequent in das Hauptzentrum zu lenken.
  Dabei stellt die Hauptlage (insbesondere die Karl-Marx-Straße zwischen Weichselstraße und Saltykowstraße) den Kristallisationspunkt der künftigen Einzelhandelsentwicklung im Hauptzentrum dar, entsprechend sind hier großflächige (zentrenrelevante) Einzelhandelsbetriebe mit Ausrichtung auf die Karl-Marx-Straße zu konzentrieren.
  Den Nebenlagen kommt eine Ergänzungsfunktion zur Hauptlage zu. Hier sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten bis 800 m² Verkaufsfläche angesiedelt werden.
- Belebung des großflächigen Leerstandes des ehemaligen C&A mit attraktiver Einzelhandelsnutzung,
- Entwicklungen auf dem Kindl-Gelände dienen der Stärkung der Multifunktionalität des zentralen Versorgungsbereiches,
  im östlichen Teilbereich sind vor allem Nutzungen aus dem Bereich Kultur, Kunst und Wohnen vorgesehen, großflächiger Einzelhandel ist hier (vgl. Karte: zentrenergänzender Bereich) auszuschließen
- weitere Ausbildung einzelhandelsspezifischer Magnete und städtebaulicher Highlights
- Strukturelle Verbesserung des Angebotsniveaus, Sicherung der Leitsortimente des Innenstadteinzelhandels
- Aufwertung des öffentlichen Raums entlang der Karl-Marx-Straße insbesondere im Bereich der Hauptlagen
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität entlang der Straßen durch breitere Gehwege, Straßenbäume und eine helle Beleuchtung, Pflege des öffentlichen Raumes
- Aufwertung der Außendarstellung des Einzelhandels, Aufwertung von Fassaden
- Fortführung des Citymanagements: Profilierung der lokalen Identität, Vermarktung und imagefördernde Maßnahmen im Bereich Kultur, Vielfalt, Nutzungsmischungen, ethnischer Einzelhandel

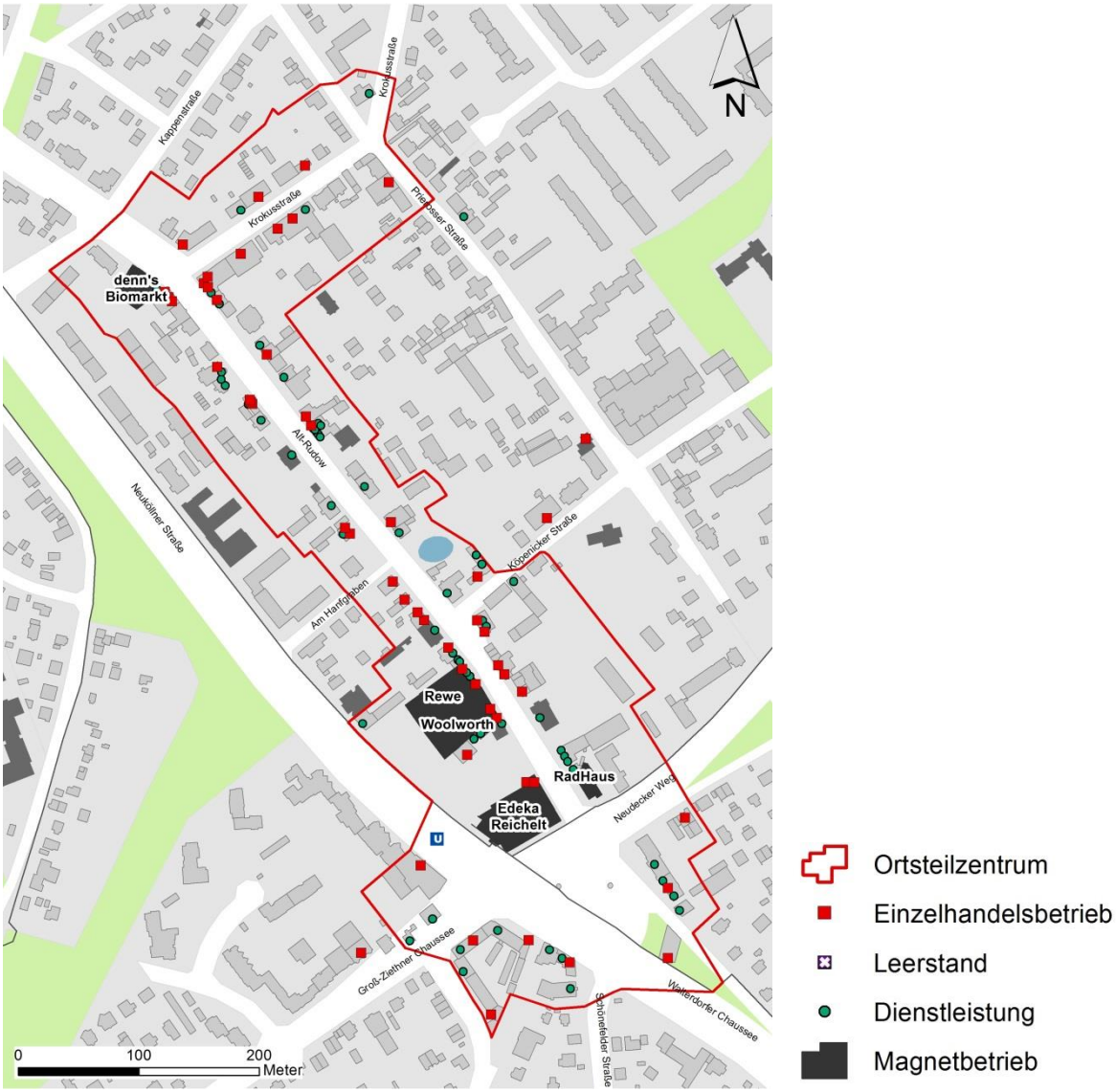
5.2 Stadtteilzentrum Johannisthaler Chaussee (Prognoseraum Gropiusstadt)

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Ziel ist die Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches als Stadtteilzentrum, dabei ist derzeit kein dringender Handlungsbedarf zu verzeichnen. An den bislang formulierten Zielen ist grundsätzlich weiterhin festzuhalten, es ist zu empfehlen:

- kein weiterer Ausbau (zusätzliche Verkaufsflächen) des Einkaufszentrums, Dimensionierung reicht derzeit über die Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums hinaus, Stärkung des Hauptzentrums genießt Priorität
- Schaffung von Aufenthaltsqualitäten im Umfeld des Einkaufszentrums, Stärkung der Multifunktionalität durch ergänzende Nutzungen
- Entwicklungsfläche im westlichen Bereich des Stadtteilzentrums soll nicht zur Entwicklung weiterer, insbesondere großflächigen Einzelhandels genutzt werden, sondern zur Stärkung der Funktionsmischung

5.3 Ortsteilzentrum Alt-Rudow (Prognoseraum Buckow Nord / Rudow)



Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ziel ist die Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des Ortsteilzentrums: Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion als Ortsteilzentrum in Rudow
- Entwicklungen und Aufwertungen sind vor allem im Bestand vorzunehmen
- Wettbewerbsmäßige Anpassung der Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscounters
- Angebotsausbau in den Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs empfehlenswert (z.B. Bücher und Unterhaltungselektronik)
- Erhöhung der Einzelhandelsdichten in der Straße Alt-Rudow durch Ausbildung eines Kernbereichs im Süden der Straße, Schaffung zusammenhängender Lauflagen
- Funktionale und gestalterische Verbindung der Einzelhandelslagen
- Durchgängige gestalterische Aufwertung des öffentlichen Raums

- Aufwertung des Eingangsbereiches ins Zentrum im Kreuzungsbereich Neuköllner Straße / Neudecker Weg, besonders bessere Integration und gestalterische Anbindung der dortigen Einzelhandelseinrichtungen und des U-Bahnhofes
- Prüfung zur Einrichtung eines BID oder ggf. vergleichbarer zentrenstärkender Maßnahmen, insbesondere mit dem Ziel einer Aufwertung der Bausubstanz / Fassadengestaltungen unter Berücksichtigung der kleinteiligen („dörflichen“) Bebauungsstrukturen im Zentrum sowie Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels

5.4 Ortsteilzentrum Hermannstraße (Prognoseraum Neukölln)

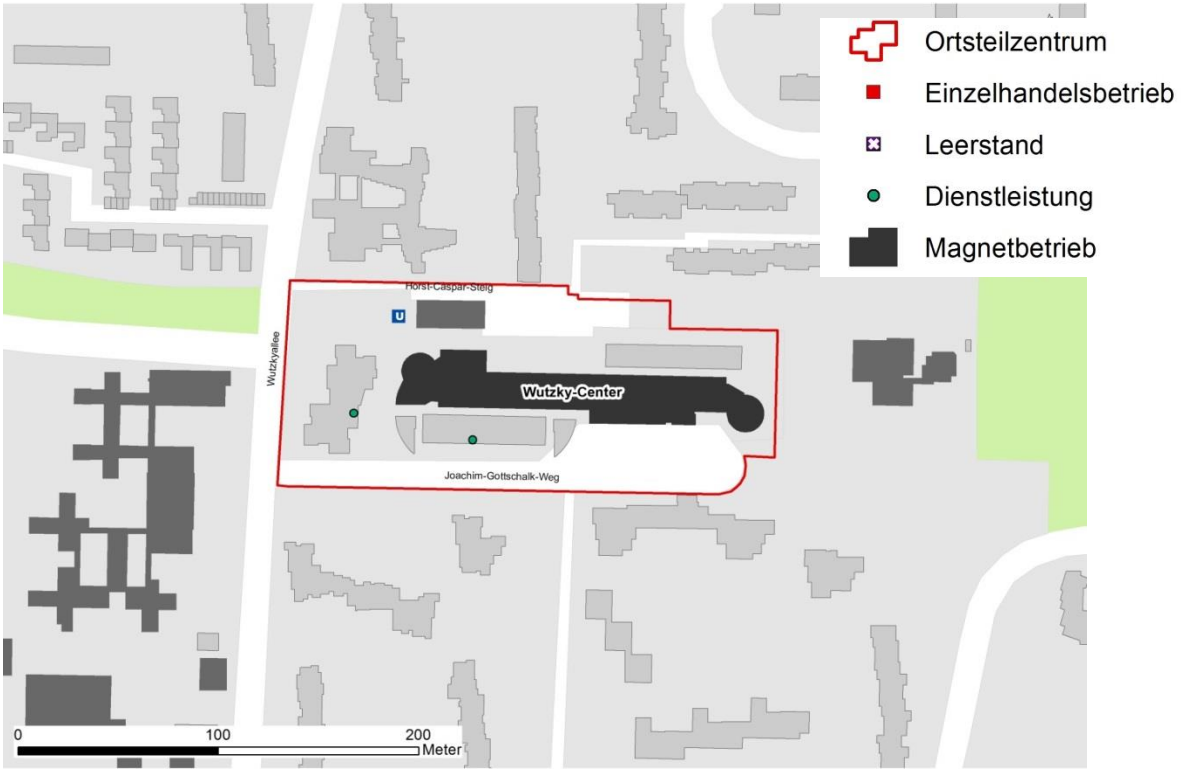
Entwicklungsziele und -empfehlungen

Ziel ist die Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des Ortsteilzentrums unter Berücksichtigung des engen Zentrengefüges im Norden von Neukölln:

- Entwicklungen und Aufwertungen sind vor allem im Bestand vorzunehmen

- Neuansiedlung von großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel auf max. 1.000 m² Verkaufsfläche begrenzen (gemäß der Grundsätze dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes)
- Konzentration der Einzelhandelsentwicklung auf den Kernbereich zwischen Boddin- und Briesestrasse rund um den Kindl-Boulevard
- Erhöhung des Filialisierungsgrades
- Leerstandsmanagement / Qualitätsmanagement, insbesondere Belebung im Bereich des Kindl-Boulevards
- Aufwertung der Außendarstellung des Einzelhandels, Aufwertung von Fassaden
- Schaffung von Aufenthalts- und Gastronomiebereichen im öffentlichen Raum, Pflege des öffentlichen Raums
- Förderung von Kooperationen zwischen Einzelhandel, Gewerbetreibenden, Immobilienbesitzern und lokalen Akteuren (u.a. Werbegemeinschaften, Veranstaltungen) ggf. Prüfung zur Einrichtung eines BID oder vergleichbarer Maßnahmen zur Zentrenstärkung – Ziel: langfristig gestärkte Identifikation mit dem Standort

5.5 Ortsteilzentrum Wutzkyallee (Prognoseraum Gropiusstadt)



und bezieht die U-Bahnhaltestelle sowie den Rotraud-Richter-Platz mit ein. Das Ortsteilzentrum setzt sich mit seiner städtebaulichen Gestalt und den Nutzungen deutlich von der umliegenden Wohnbebauung ab.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ziel ist die Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des Ortsteilzentrums sowie der Ausschluss zentrenschädigender Einzelhandelsentwicklungen im Umfeld.
- Entwicklungen und Aufwertungen sind im Bestand vorzunehmen, weitere Flächenpotenziale sind aufgrund der verdichteten Strukturen nicht ablesbar

5.6 Nahversorgungszentrum Bahnhof Hermannstraße (Prognoseraum Neukölln)

Entwicklungsziele und -empfehlungen

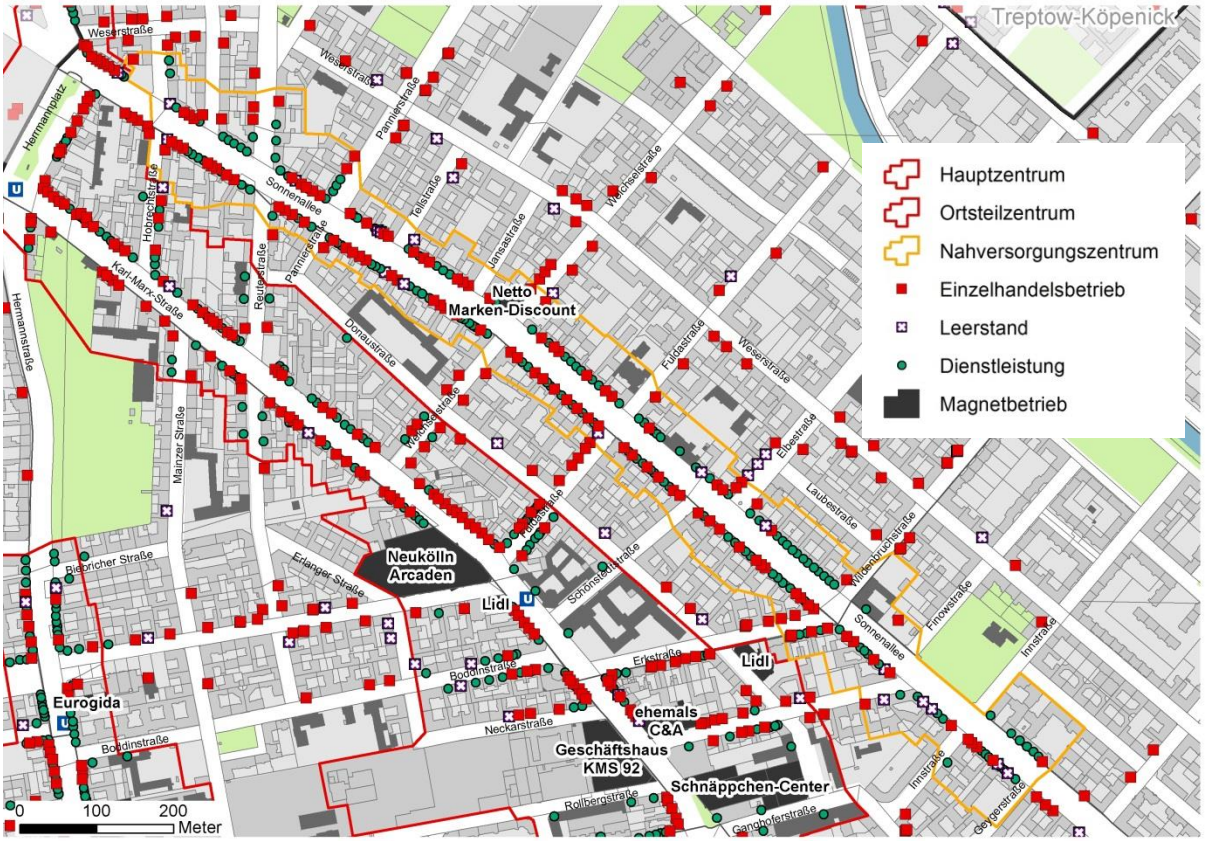
- Sicherung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches als Nahversorgungszentrum
- Hermannquartier als moderner Standort, derzeit ohne konkreten Handlungsbedarf
- Gestalterische Aufwertung und funktionale Anbindung des Umfeldes
- Entwicklungen und Aufwertungen sind vor allem im Bestand vorzunehmen

5.7 Nahversorgungszentrum Neucölln Carree (Prognoseraum Neukölln)

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches als Nahversorgungszentrum
- aus funktionaler Sicht kein Handlungsbedarf gegeben
- Städtebauliche Qualifizierung des Nahversorgungszentrums (u.a. Verbesserung der Aufenthaltsqualität, Stärkung der Multifunktionalität) und Verbesserung der (wohn-)siedlungsräumlichen Integration vor dem Hintergrund der geplanten Entwicklung der Wohngebiete nördlich und südlich des Nahversorgungszentrums
- Keine räumliche Entwicklungspotenziale, weitere Entwicklung ggf. durch Substitution

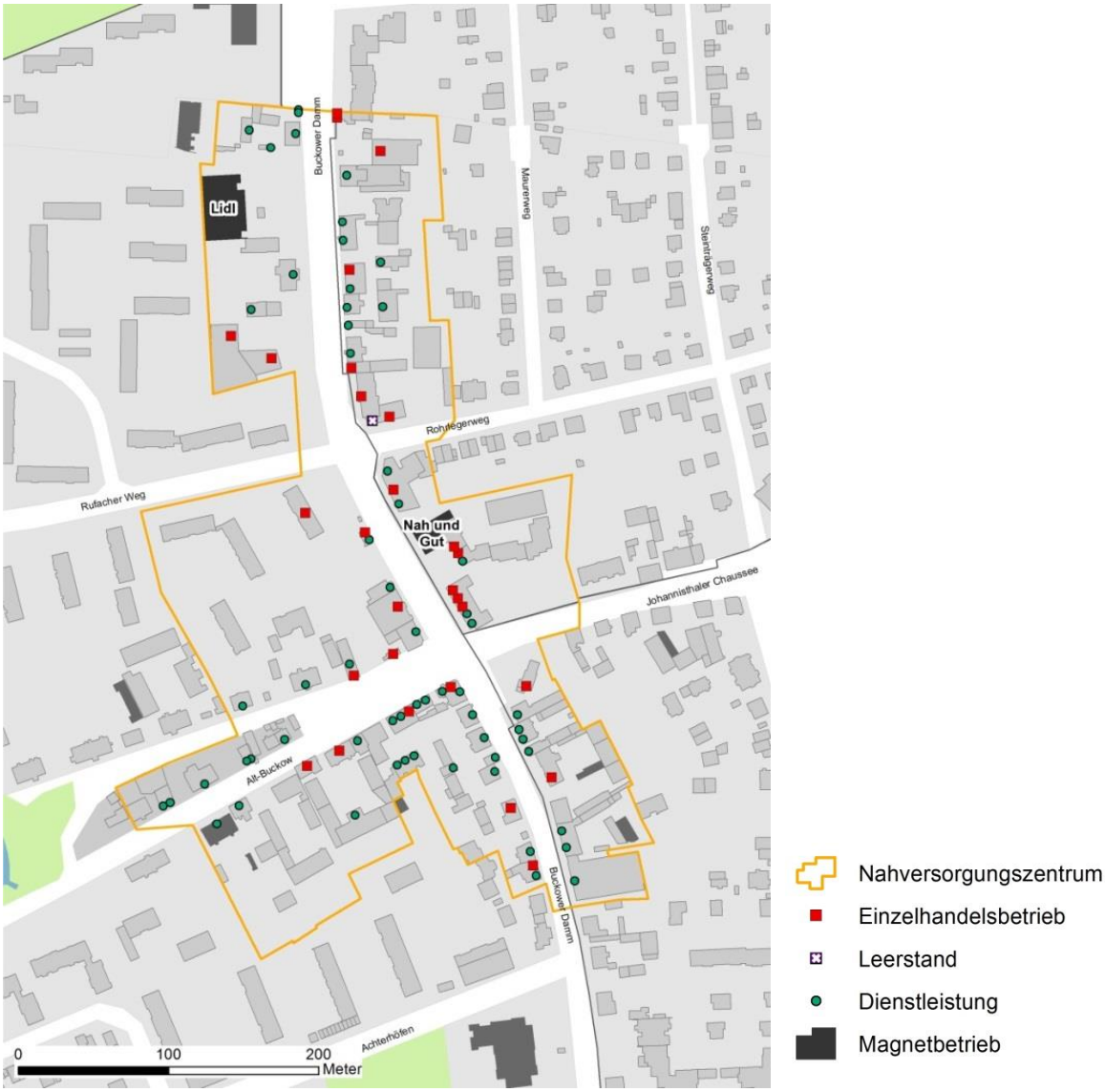
5.8 Nahversorgungszentrum Sonnenallee (Prognoseraum Neukölln)



Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches als Nahversorgungszentrum
- Förderung gewerblicher Nutzungen in den dichter besetzten Abschnitten, Belebung von Leerständen
- Initiativen für Sauberkeit und Sicherheit
- Profilierung als Standort für ethnischen Einzelhandel und ergänzende Nutzungen

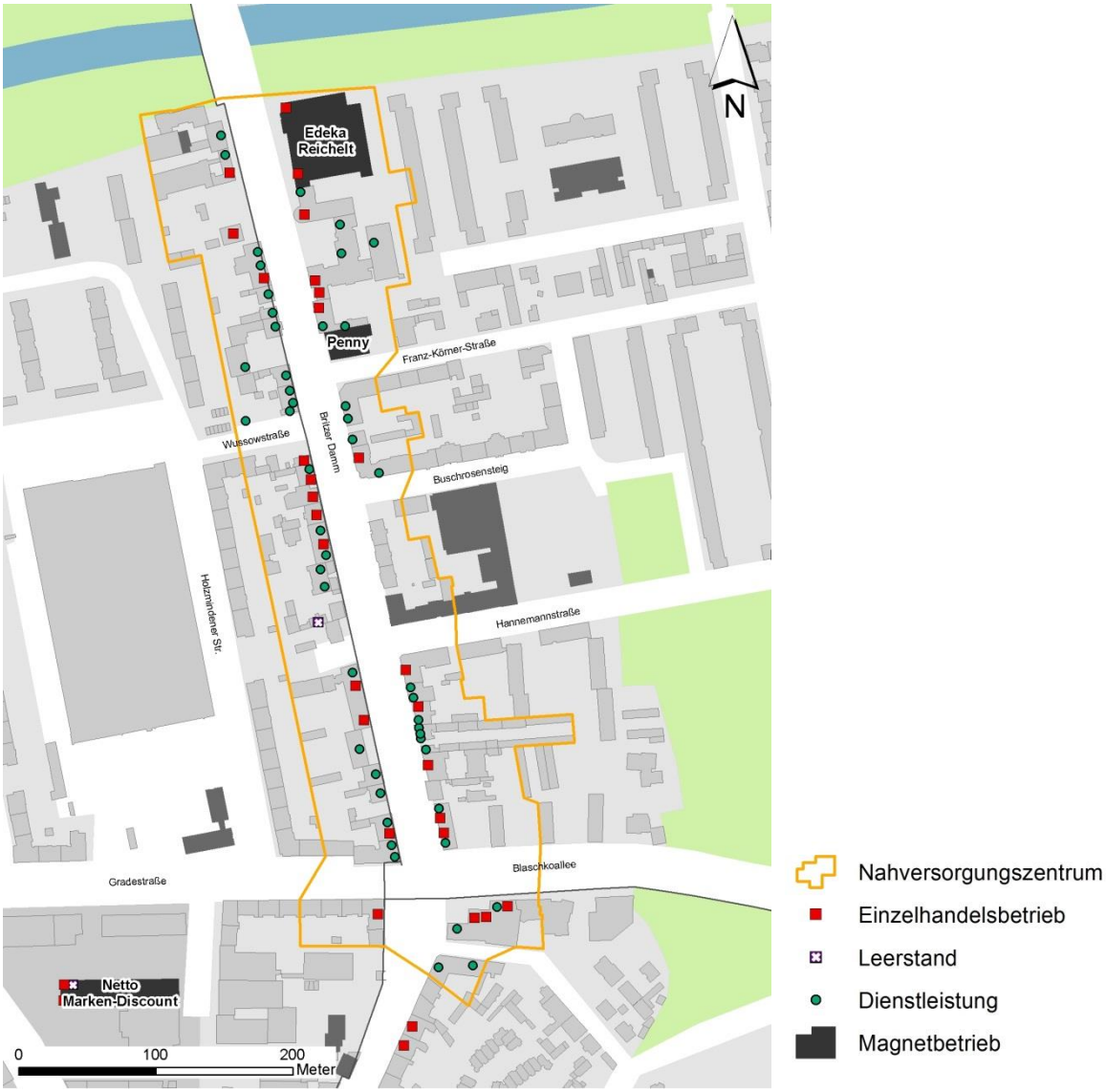
5.9 Nahversorgungszentrum Alt-Buckow (Prognoseraum Britz / Buckow)



Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches als Nahversorgungszentrum
- Wettbewerbsmäßige Anpassung der Verkaufsfläche des Supermarktes
- Gestalterische und funktionale Verknüpfung der verschiedenen Bereiche und Einkaufsstandorte, insbesondere zwischen dem Lebensmitteldiscounter und dem Supermarkt
- Entwicklungen und Aufwertungen sind vor allem im Bestand vorzunehmen, tlw. mindergenutzte Flächen, z.B. südlich Johannisthaler Chaussee
- Aufbau einer Hauptlage in der Mitte des Zentrums, Aufwertung des Kreuzungsbereiches Buckower Damm / Alt Buckow
- Ausbildung eines attraktiven Treffpunktes, Ansiedlung von Gastronomie/ Außengastronomie

5.10 Nahversorgungszentrum Britzer Damm (Prognoseraum Britz / Buckow)



Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches als Nahversorgungszentrum
- Entwicklungen und Aufwertungen sind vor allem im Bestand vorzunehmen, tlw. mindergenutzte Flächen, z.B. im Bereich Wussowstraße / Britzer Damm
- Sicherung und Stärkung funktionstragender Einzelhandelsbetriebe (Lebensmittelmärkte)
- Erhöhung der Einzelhandelsdichten, insbesondere im nördlichen Abschnitt
- Aufwertung des öffentlichen Raums und der Außendarstellung
- Gestalterische Anbindung des Teltow-Kanals und des Braunschweiger Ufers
- Ausbildung eines attraktiven Treffpunktes

5.11 Nahversorgungszentrum Britz Süd (Prognoseraum Britz / Buckow)

Nahversorgungszentrum
Einzelhandelsbetrieb
Leerstand
Dienstleistung
Magnetbetrieb

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches als Nahversorgungszentrum
- Entwicklungen und Aufwertungen sind vor allem im Bestand vorzunehmen
- Modernisierung der Ladenzeilen, Aufwertung der Außendarstellung und der Vordächer sowie im Bereich der U-Bahn
- Aufwertung des Umfeldes, gestalterische Aufwertung des Parkplatzes als räumliche Mitte des Zentrums
- Ausbildung eines attraktiven Aufenthalts- und Gastronomiebereichs

5.12 Nahversorgungszentrum Marienfelder Chaussee (Prognoseraum Buckow Nord / Rudow)

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches als Nahversorgungszentrum
- Entwicklungen und Aufwertungen sind vor allem im Bestand vorzunehmen
- Markierung und Verbesserung der Präsenz des Zentrums im Straßenraum
- Ausbildung eines attraktiven Treffpunktes, Ansiedlung von Gastronomie/ Außengastronomie

5.13 Nahversorgungszentrum Rudower Straße (Prognoseraum Buckow Nord / Rudow)

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches als Nahversorgungszentrum
- Wettbewerbsmäßige Anpassung der Verkaufsflächen der Lebensmitteldiscounter
- Modernisierung der Ladenzeilen
- Gestalterische und funktionale Verknüpfung der verschiedenen Bereiche
- Ausbildung eines attraktiven Treffpunktes, Ansiedlung von Gastronomie/ Außengastronomie
- Einheitlicher Auftritt zur Straße

5.14 Nahversorgungszentrum Lipschitzallee (Prognoseraum Gropiusstadt)

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung des Nahversorgungszentrums
- Entwicklungen und Aufwertungen sind vor allem im Bestand vorzunehmen, z.T. mindergenutzte Flächen im Bereich der Ladenzeile am Lipschitzplatz
- Wettbewerbsmäßige Anpassung der Verkaufsfläche des Lebensmittelladens / Modernisierung
- Arrondierung des Zentrums mit weiteren kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben
- Modernisierung der Ladenzeilen / Beseitigung von Leerständen an der Lipschitzallee
- Verbesserung der Präsenz des Zentrums im Straßenraum, Markierung, Schilder und Werbung, Öffnung des Zentrums nach Außen

5.15 Standorte für Fachmärkte (großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten)

Das Fachmarktkonzept Berlin formuliert Kriterien zur Funktionsbestimmung von Fachmarktstandorten sowie Standort- und Steuerungsanforderungen für Fachmarktvorhaben (vgl. dort Kapitel 6.2 und 6.3 sowie Kapitel 5.2.4 der Langfassung zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Neukölln von Berlin, April 2016). Diese sind bei der Ausweisung und Entwicklung von Fachmarktagglomerationen bzw. Fachmarktstandorten zu berücksichtigen.

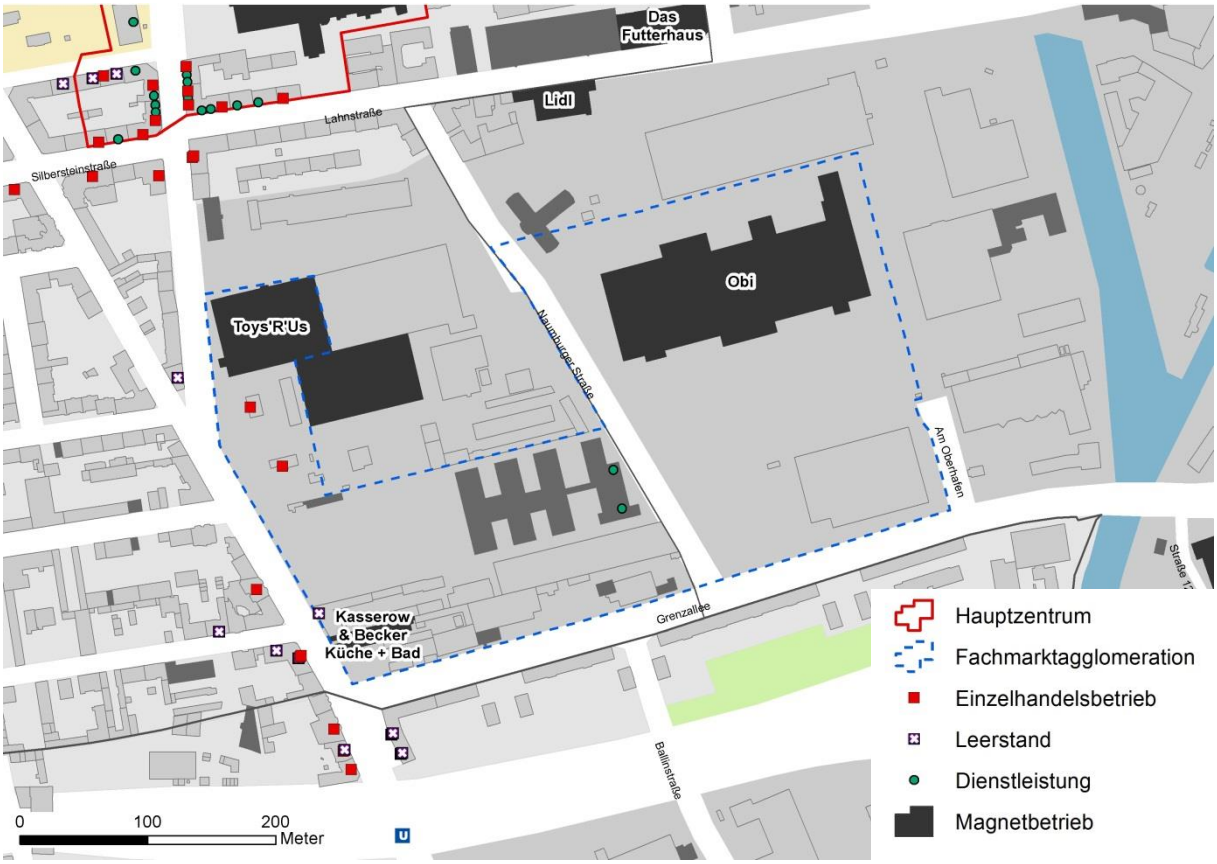
Für den Bezirk Neukölln stellen sich die Standorte für Fachmärkte des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wie folgt dar.

Fachmarktagglomerationen sind gesamtstädtisch bedeutsame Standorte an denen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Kernsortimenten der nicht-zentrenrelevanten Warengruppen gruppiert werden sollen. Fachmarktagglomerationen werden auf gesamtstädtischer Ebene festgelegt und sollen mindestens eine Verkaufsfläche von 15.000 m² aufweisen. Zum typischen Besatz gehören insbesondere Bau- und Gartenmärkte sowie Möbelhäuser. Fachmarktagglomerationen zeichnen sich dadurch aus, dass sie

- „als Agglomeration aus Kunden- und Anbietersicht attraktive Angebotskoppelungen bieten (z.B. Möbel- und Baumarktsortimente) bzw. charakteristische Gestalt in der Einzelhandelsstruktur,
- aufgrund der Standortgröße und Lagevorteile erwarten lassen, dass sich solche Angebotskoppelungen grundsätzlich ansiedeln lassen,
- aufgrund der Verkaufsflächenvolumina eine räumlich weitreichende, regelmäßig überbezirkliche Versorgungsbedeutung haben bzw. erwarten lassen,
- einen gewissen Umfang zentrenrelevanter Randsortimente anbieten und von ihnen daher Beeinträchtigungen der gewachsenen Zentren Berlins ausgelöst werden können,
- und dass sie nicht zuletzt auch relevante Auswirkungen auf den Verkehr und das Stadtbild sowie weitere gesamtstädtische Aspekte nach sich ziehen können“[7].

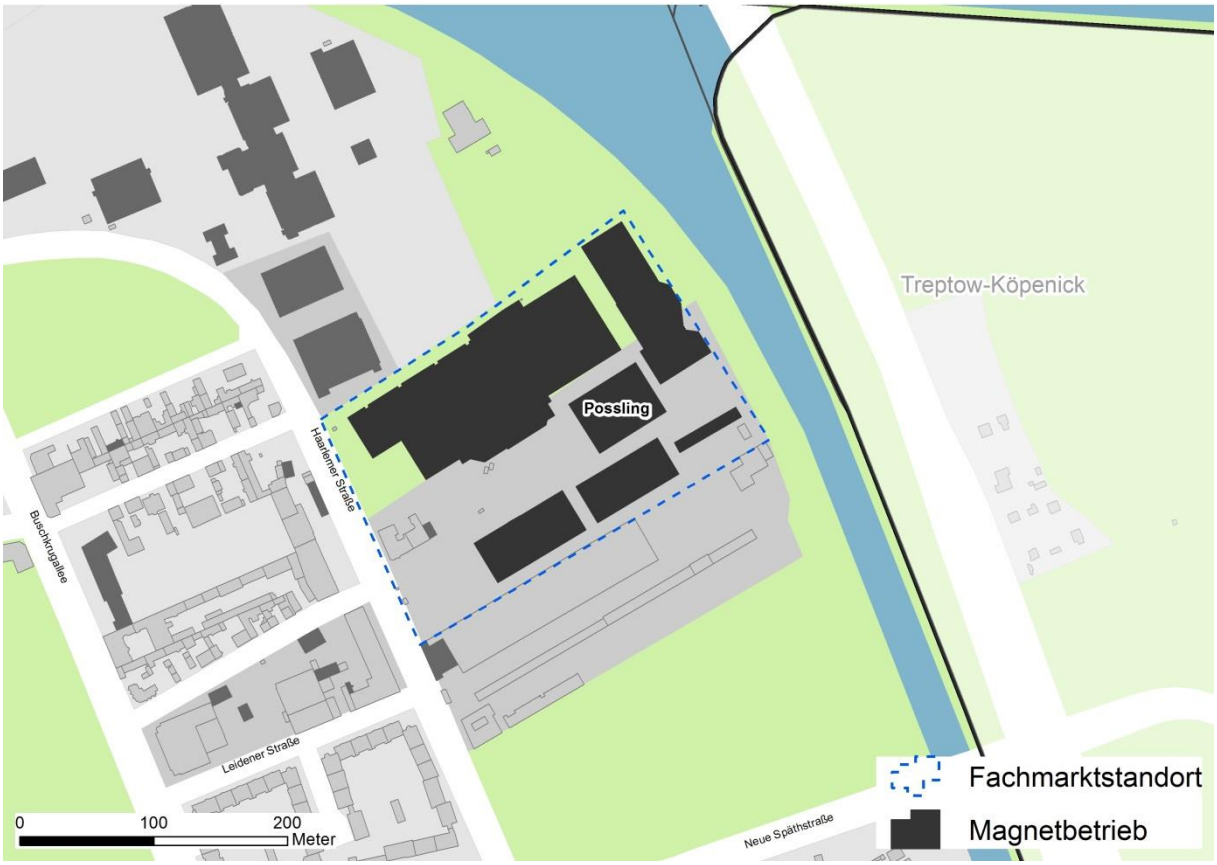
[7] Vgl. dazu SenStadtUm: Fachmarktkonzept Berlin, (in der am 5.11.2013 vom Senat beschlossenen Fassung November 2013)

Im Bezirk Neukölln besteht eine Fachmarktagglomeration an der Naumburger Straße / Grenzallee mit dem Bau- und Gartenmarkt OBI. Diese ist für die Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, z.B. Möbel, zu nutzen. Dabei ist eine Weiterentwicklung von zentrenrelevantem Einzelhandels (insbesondere Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment) auszuschließen. Der südwestliche Teilbereich ist als mögliche Entwicklungsfläche anzusehen. Aufgrund der Lage an einer innenstadtnahen, durch gründerzeitliche Wohnbebauung geprägten Straße sind hohe gestalterische Anforderungen an eine Neubebauung in diesem Bereich zu stellen. Die Flächen westlich der Naumburger Straße (BEWAG-Sportplatzes) sind prioritär für Nutzungen des Kfz-Handels / Motorradhandels, auch in der Verbindung mit Werkstätten, zu entwickeln.



Übergeordnete Fachmarktstandorte sind als Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevante Kernsortimenten kleiner als Fachmarktagglomerationen. Sie weisen regelmäßig eine überörtliche Bedeutung auf und werden ab einer Verkaufsfläche von 8.000 m² auf gesamtstädtischer Ebene festgelegt.

Possling (Holzfachmarkt, Fliesenfachmarkt), Haarlemer Straße

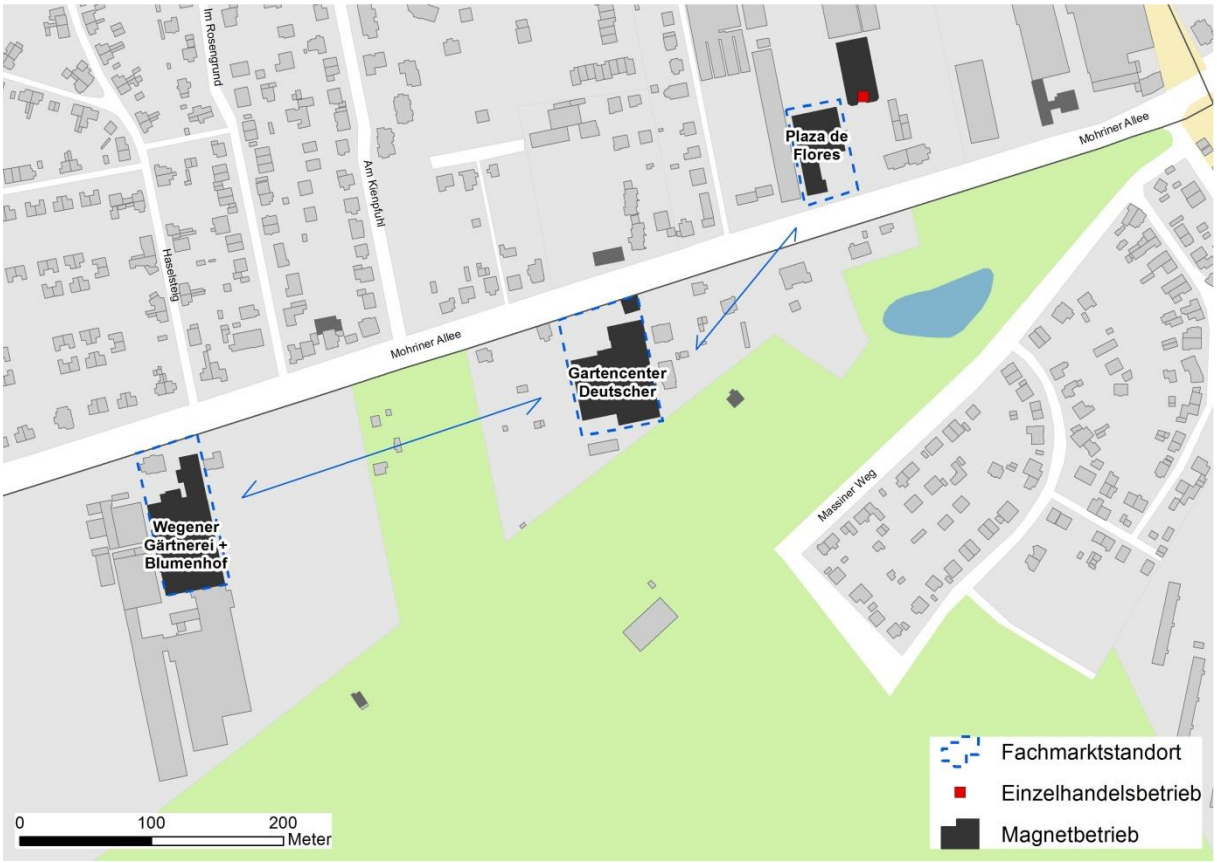


Dieser Standort wird den Standortanforderungen (gemäß Fachmarktkonzept Berlin) bis auf einen geforderten Bezug zu verdichteten Wohnsiedlungsbereichen weitgehend gerecht. Er besitzt Arrondierungsspielräume zur Bestandssicherung.

Die Standorte der Gartenmärkte an der Mohriner Allee werden im Einzelhandelskonzept im Verbund als atypischer übergeordneter Fachmarktstandort eingeordnet. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass sie die Standortanforderungen des Fachmarktkonzeptes nur eingeschränkt erfüllen (vgl. dazu Kapitel 4.2.3 der Langfassung zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Neukölln von Berlin, April 2016) und entlang der Mohriner Allee vor allem Wohnungsbau entwickelt werden soll, genießen die hier angesiedelten Gartenmärkte Bestandsschutz (mit einmaligen Entwicklungsspielraum von 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Dabei handelt es sich um folgende Betriebe:

- Plaza de Flores, Mohriner Allee
- Gartencenter Deutscher, Mohriner Allee
- Wegener Gärtnerei+Blumenhof, Mohriner Allee

Atypischer übergeordneter Fachmarktstandort an der Mohriner Allee



Der Standort des Hornbach (Bau- und Gartenmarkt) an der Gradestraße erfüllt nur unzureichend die Standortanforderungen an einen übergeordneten Fachmarktstandort. Hier handelt es sich um einen Standort der vornehmlich mit dem Kfz angefahren wird, er liegt in einem Gewerbegebiet und hat keinen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen. Im Sinne der Zielsetzungen des Konzeptes besitzt dieser Markt Bestandsschutz.

Bezirkliche Fachmarktstandorte dienen als Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Mit einer Verkaufsfläche bis zu 8.000 m² dienen sie überwiegend der bezirklichen Versorgung. Dabei handelt es sich ausschließlich um Bestandsstandorte.

- Poco, Buckower Damm

Der Standort wird den Standortanforderungen (gemäß Fachmarktkonzept Berlin) nur zum Teil gerecht.

Bezirklicher Fachmarktstandort Poco, Buckower Damm

Vor dem Hintergrund der Einstufung als bezirkliche Fachmarktstandorte liegt der maximale Entwicklungsspielraum bei einer Gesamtverkaufsfläche von 8.000 m², bei entsprechender Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente. Damit ist aber nicht gleichbedeutend ein entsprechendes Entwicklungserfordernis verbunden. Erweiterungsabsichten sind vor dem Hintergrund der Anforderungen des Berliner Fachmarktkonzeptes und vor allem des Zentrenschutzes zu bewerten.

Standorte, die die definierten Anforderungen an Fachmarktstandorte nicht erfüllen, wie beispielsweise die Möbelfachmärkte ([Sconto[8]], Möbel Boss/Möbel Erin) an der Grenzallee (Lage in EpB), genießen Bestandsschutz. Im Planungsfall soll ein „Zurückfahren“ dieser Standorte als Einzelhandelsstandort angestrebt werden.

[8] Hinweis: Im Laufe der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde der Möbelfachmarkt Sconto geschlossen. Als Folgenutzung sind derzeit Großhandel und Selfstorage - und damit keine Einzelhandelsnutzungen - vorgesehen.

6 Anhang

6.1 Berliner Sortimentsliste

Zur Feinsteuerung des Einzelhandels ist in Berlin die Liste der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente gemäß AV Einzelhandel 2014 heranzuziehen. Diese ist für alle Berliner Bezirke bindend und wird nachfolgend dargestellt.

Liste der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente gemäß AV Einzelhandel 2014 (Anhang I)

1 Zentrenrelevante Sortimente

1.1 Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung

52.11/52.2	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
52.3	Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel
52.49.9	aus dieser Unterklasse: Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel
52.47	Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf
52.49.9	aus dieser Unterklasse: Organisationsmittel für Bürozwecke

1.2 Übrige zentrenrelevante Sortimente

52.41	Textilien
52.42	Bekleidung
52.43	Schuhe und Lederwaren
52.44.2	Beleuchtungsartikel
52.44.3	Haushaltsgegenstände, ausgenommen Bedarfsartikel für den Garten, Möbel und Grillgeräte für den Garten
52.44.4	Keramische Erzeugnisse und Glaswaren
52.44.6	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
52.44.7	Heimtextilien
52.45	Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik und Musikinstrumente, ausgenommen elektrotechnische Erzeugnisse
52.48.2	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel
52.48.5	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
52.48.6	Spielwaren
52.49.1	aus dieser Unterklasse: Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen)
52.49.2	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere
52.49.3	Augenoptiker
52.49.4	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)
52.49.5	Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software
52.49.6	Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone
52.49.7	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
52.49.8	Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel), ausgenommen Sport- und Freizeitboote und Zubehör
52.49.9	Sonstiger Facheinzelhandel, ausgenommen Büromöbel, Brennstoffe, Organisationsmittel für Bürozwecke, Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel
52.5	Antiquitäten und Gebrauchtwaren

2 Nicht-zentrenrelevante Sortimente

50.10.3	Kraftwagen
50.30.3	Kraftwagenteile und Zubehör
50.40.3	Krafträder, Kraftradteile und -zubehör
50.50	Tankstellen (Fahrzeugkraftstoffe an Tankstellen sowie Einzelhandel mit Schmierstoffen und Kühlmitteln für Kraftfahrzeuge)
52.44.1	Wohnmöbel
52.44.3	aus dieser Unterklasse: Bedarfsartikel für den Garten, Möbel und Grillgeräte für den Garten
52.45.1	aus dieser Unterklasse: elektrotechnische Erzeugnisse
52.46.1	Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (anderweitig nicht genannt)
52.46.2	Anstrichmittel
52.46.3	Bau- und Heimwerkerbedarf, ausgenommen Campingartikel und Fahrradzubehör
52.48.1	Tapeten und Bodenbeläge
52.49.1	Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen)
52.49.8	aus dieser Unterklasse: Sport- und Freizeitboote und Zubehör
52.49.9	aus dieser Unterklasse: Büromöbel und Brennstoffe

Quelle Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen für das Land Berlin (AV Einzelhandel), Sonderdruck zur Bekanntmachung im Amtsblatt für Berlin: Nr. 29 vom 11.6.2014 (ABl. S. 1334 bis 1348)

6.2 Definition der Zentren- und Standorttypen

Tabelle 3: Ausstattungsmerkmale der Zentrentypen

	Hauptzentrum (HZ)	**Stadtteilzentren (STZ)**	**Ortsteilzentren (OTZ)**	**Nahversorgungszentren (NVZ)**
Versorgungsfunktion	Bezirk und angrenzende Bereiche	Bezirk bzw. Teilbereiche	Wohnsiedlungsbereich / Ortsteil	Wohnsiedlungsbereich / Quartier
Öffentliche Einrichtungen	Bezirksrathaus, Wirtschaftsverbände, Bildungs-einrichtungen	Bezirksrathaus, Krankenhaus, Bildungseinrichtungen	Bildungseinrichtungen, Kindertages-einrichtungen	Bildungseinrichtungen, Kindertages-einrichtungen
Kulturelles Angebot	Kleinkunstbühnen, Bibliothek, Theater, Konzertsaal, Museum	Kleinkunstbühnen, Veranstaltungs-räume, Bibliothek, Museum	kaum vorhanden	kaum vorhanden
Dienstleistungsangebot	Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern Anwaltskanzleien, etc.	mehrere Finanz- und Gesundheitsdienstleister, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern, Anwaltskanzleien, etc.	Grundausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern sowie mit einzelhandelsnahen Dienstleistern	Minimalausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, ergänzendes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern
Gastronomieangebot	Hotels, Hostels, Restaurants, Cafés, Bistros	Restaurants, Cafés, Bistros	Restaurant, ergänzendes Angebot	ergänzendes Angebot
Branchenmix-Einzelhandel	vollständiger, zentrenrelevanter Branchenmix Anteil Nahrungs- und Genussmittel < 20 %, Anteil Bekleidung 30-40 %, hoher Filialistenanteil, Angebot an Luxusgütern	umfassender, zentrenrelevanter Branchenmix Anteil Nahrungs- und Genussmittel 20-30 %, Anteil Bekleidung 20-30 %	Überwiegend Nahversorgung Anteil Nahrungs- und Genussmittel 30- 60 %, Anteil Bekleidung < 30 %	rein nahversorgungsorientiert Anteil Nahrungs- und Genussmittel 60-90 %, Anteil Bekleidung < 20 %
Nahversorgung	differenzierter Betriebstypenmix: SB-Warenhäuser, große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachge-schäfte, Lebensmittelhandwerk	differenzierter Betriebstypenmix: SB-Warenhäuser, große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhand-werk	Eingeschränkte(r) Betriebstypenmix und Wettbewerbssituation große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhand-werk	deutlich eingeschränkte(r) Betriebstypenmix und Wettbewerbssituation (1-2 zentrenfunktionstragende Betriebe) : große Supermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk
Einzelhandels-vertriebsformen	alle Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels u.a. Einkaufszentren (> 20.000 m² Verkaufsfläche) Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Facheinzelhandel, Filialisten	Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels u.a. Einkaufszentren (< 20.000 m² Verkaufsfläche), Einkaufspassagen, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte, Facheinzelhandel, Filialisten	Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels u.a. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel	Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels u.a. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel
Angebotsqualität	differenziertes Angebotsniveau Angebot für verschieden Zielgruppen	niedriges und mittleres Angebotsniveau	überwiegend niedriges und mittleres Angebotsniveau geringe Sortimentstiefe, Sortimentslücken	deutlich nahversorgungsorientiert, Sortimentslücken
Städtebauliche Situation	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			
Straßennetz	zentrale Lage im Hauptstraßennetz	Lage an bzw. gute Erreichbarkeit über bedeutende Hauptverkehrsstraßen	z.T. Lage abseits übergeordneter Hauptverkehrsachsen; an Erschließungsachsen der Wohngebiete	gut erreichbar über Wohnsammelstraßen
Öffentliche Verkehrsmittel	S-Bahn, U-Bahn, Regionalbahnhof Straßenbahn und Buslinien	S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn und Buslinien	z.T. alternativ Anschluss an S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn oder Buslinien	z.T. nur mit dem Bus erreichbar; eventuell Anschluss an S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn
Orientierungswerte zur Flächenausstattung	ca. ab 50.000 m² - 100.000 m² Verkaufsfläche	ca. ab 10.000 - 50.000 m² Verkaufsfläche	ca. ab 5.000 - 10.000 m² Verkaufsfläche	< 5.000 m² Verkaufsfläche

Quelle: Auszug StEP Zentren 3

Ergänzende Standorte des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels

Nahversorgungsstandort

- städtebauliche Integration des Standortes in Wohnsiedlungsbereiche mit ausreichender Mantelbevölkerung und fußläufige Erreichbarkeit
- Vorhandensein eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes (Verkaufsfläche weniger als 2.000 m²), Randsortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- geringes über alle Warengruppen lückenhaftes Angebot sowohl im Einzelhandels- als auch im Dienstleistungs-/Gastronomiebereich
- Versorgungsfunktion für unmittelbar umliegende Wohnsiedlungsbereiche

Sonderstandorte mit Teilfunktion Nahversorgung

Einen Sondertypus im Rahmen der Standortstruktur im Bezirk Neukölln stellen Sonderstandorte mit Teilfunktion Nahversorgung. Dabei handelt es sich um bestehende Standorte (Kanalstraße, Späthstrßae), die nicht im Einklang mit den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes stehen. Aufgrund ihrer Versorgungsbedeutung für nahegelegene Wohngebiete ohne entsprechende nahversorgungsrelevante Angebote werden diese Standorte bei der Darstellung der Standort- und Zentrenstruktur zusätzlich berücksichtigt. Sie zeichnen sich in Abgrenzung zum Fachmarkstandort oder Nahversorgungsstandort durch einen Angebotsschwerpunkt in nahversorgungsrelevanten Sortimenten aus. Die Standorte befinden sich nicht in wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen und sind daher nur eingeschränkt fußläufig, sondern eher mit dem Fahrrad oder dem Kfz erreichbar. Sie profitieren z.B. auch vom Durchgangsverkehr. Die Standorte weisen Einzelhandelsagglomerationen mehrerer Lebensmittelmärkte auf, welche zusammen eine Ausstrahlungskraft entwickeln, die deutlich über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht. Vor dem Hintergrund des Ziels des Zentrenschutzes sowie einer flächendeckenden, fußläufigen Erreichbarkeit sind diese Standorte jedoch nicht weiter zu entwickeln, sie genießen lediglich Bestandsschutz. Bei geplanten Veränderungen bzw. Geschäftsaufgaben ist ein „Zurückfahren“ der Verkaufsflächen zu prüfen. Insbesondere Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten an diesen Standorten stehen im Widerspruch zu den Zielsetzungen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Fachmarktstandorte

Fachmarktstandorte dienen der Unterbringung von Einzelhandelsbetrieben mit nichtzentrenrelevanten Kernsortimenten, welche nicht in den zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden können.

Folgende Standortanforderungen sind gemäß Fachmarktkonzept Berlin bei der (Neu-)Ausweisung von Fachmarktstandorten zu berücksichtigen (vgl. dazu Fachmarktkonzept (Kapitel 6.3):

1. *Nähe und städtebaulich-funktionaler Bezug zu verdichteten Wohnsiedlungsgebieten*
   Fachmärkte sind regelmäßig frequenzintensive Nutzungen. Um auf Nachfrageseite den Verkehrsaufwand insbesondere mit Bezug zu den Wegelängen zu minimieren, sind Fachmarktstandorte erforderlich, die eine Nähe bzw. einen Bezug zu den verdichteten Wohnsiedlungsgebieten aufweisen. Als verdichtete Wohnsiedlungsgebiete gelten die mit M1, M2, W1 sowie W2 bezeichneten Bauflächen des Flächennutzungsplans.

Einen Bezug zu Wohnsiedlungsgebieten haben Fachmarktagglomerationen und Fachmarktstandorte auch dann noch, wenn sie in eher gewerblich geprägten Gebieten liegen, jedoch zugleich an Wohnsiedlungen angrenzen und wenn ihre Außen- und Innenerschließung zu den Wohnsiedlungsgebieten orientiert sind.

2. *Lage außerhalb von EpB-Gebieten*
EpB-Gebieten kommt für die gewerblich-industrielle Entwicklung Berlins eine herausgehobene Bedeutung zu. Sie stehen im Hinblick auf die Zielsetzungen des 2011 beschlossenen StEP Industrie und Gewerbe für Einzelhandelsansiedlungen grundsätzlich nicht zur Verfügung. Die EpB-Gebiete sind für Betriebe und Einrichtungen des sog. produktionsgeprägten Bereichs vorzuhalten.

3. *Erreichbarkeit mittels ÖPNV*
Aufgrund der niedrigen Motorisierungsrate in Berlin, in Verbindung mit den demografischen Veränderungen sowie mit Bezug zu den beschlossenen Entwicklungszielen des StEP Verkehr ist es erforderlich, dass neue wie auch zu erweiternde Fachmarktagglomerationen und Fachmarktstandorte gut bis sehr gut mit den öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖPNV) erreichbar sind. Unterstrichen wird diese Anforderung nicht zuletzt auch durch Vorgaben im Rahmen der Lärmminderungsplanung, wonach Standorte mit publikumsintensiven Nutzungen und hohem Personenverkehrsaufkommen über eine sehr hohe ÖPNV-Erschließungsqualität verfügen sollen.

   Als gut bis sehr gut im Sinne dieses Fachmarktkonzeptes gelten Bedienungsqualitäten, die auch in der Nebenverkehrszeit[9] einen Mindesttakt von 10 Minuten anbieten. Dies kann insbesondere durch U-Bahnen sowie die Metrolinien (Bus/ Straßenbahn), je nach Lage im Liniennetz auch durch die S-Bahn erreicht werden. Es muss gewährleistet sein, dass die zu entwickelnden Fachmarktvorhaben von der Haltestelle des ÖPNV unmittelbar und nutzer-freundlich zu Fuß erreichbar sind (vgl. auch Kriterien zur städtebaulichen Integration gem. Kap. 3.6 des StEP Zentren 3).

4. *Erreichbarkeit für den MIV*
Das Kriterium der guten bis sehr guten Erreichbarkeit auch für den motorisierten Individualverkehr (MIV) ergibt sich aus den Marktanforderungen (Nachfrage- und Anbieteranforderungen). Durch dieses Kriterium kann – in Verbindung mit einer guten „Sichtbarkeit“ bzw. Werbewirksamkeit – die Wettbewerbsfähigkeit der Handelsstandorte unterstützt werden. Zugleich unterstützt das Kriterium stadtplanerische Zielstellungen (wie z.B. Minimierung gebietsfremder Verkehre in Wohngebieten). Als gut erreichbar im Sinne dieses Konzeptes können Standorte an städtischen, regionalen und überregionalen Hauptverkehrsstraßen gelten.

5. *Keine Beeinträchtigungen zu Lasten und durch das unmittelbare Umfeld*
Fachmarktagglomerationen und -standorte sollten nur dort (fort-) entwickelt werden, wo dies ohne Konflikte mit den angrenzenden Nutzungen möglich ist. So verlangt beispielsweise die Nähe zu einem Seveso-II-Betrieb die Einhaltung eines gewissen Abstandes. Auch die von großen Fachmarktvorhaben potenziell ausgehenden Immissionen auf benachbarte Wohngebiete können Aspekte darstellen, die im Rahmen der Standortplanung frühzeitig zu berücksichtigen sind.

6. *Übereinstimmung mit anderen stadtentwicklungsplanerischen Belangen*
Bereits frühzeitig ist zu prüfen, ob durch die Einrichtung oder Erweiterung einer Fachmarktagglomeration bzw. eines Fachmarktstandortes andere relevante stadtentwicklungsplanerische Belange berührt werden (z.B. alternative Planungsziele). Die Ergebnisse dieser Prüfung sind im Planverfahren nachvollziehbar zu berücksichtigen.

---

[9] Die Nebenverkehrszeit (gem. Nahverkehrsplan 2006-2009 z.B. werktags zwischen 09:00 und 14:00 und samstags zwischen 10:00 und 18:00 Uhr) deckt – neben der Hauptverkehrszeit – wesentliche Teile der Einzelhandels-Öffnungszeiten ab.

6.3 Glossar zu Einzelhandelsbegriffen

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.

Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m².
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i.d.R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i.d.R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i.d.R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).
Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort	Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

Sortimentsliste (ortstypische)

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentsspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.
Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium). Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

Stadtteilzentrum

Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.

(Städtebaulich) Integrierte Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Castrop-Rauxeler Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Castrop-Rauxel integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.

Verkaufsfläche

Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt

	die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamtstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.
Zentraler Versorgungsbereich	Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt. Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung. Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.
Zentrenrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nichtzentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebes- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).
Zielzentralität	Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet

Quelle: eigene Zusammenstellung