



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Perspektiven der Zentren- und Einzelhandels- entwicklung für den Berliner Bezirk Spandau

Zentren- und Einzelhandelskonzept



SPATH | NAGEL
BÜRO FÜR STÄDTEBAU | UND STADTFORSCHUNG

im Auftrag des Bezirksamts Spandau von Berlin
Hamburg, September 2013/zuletzt teilaktualisiert August 2020



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Perspektiven der Zentren- und Einzelhandels- entwicklung für den Berliner Bezirk Spandau

Zentren- und Einzelhandelskonzept

Projektnummer: DLP2841
Exemplarnummer: 01

im Auftrag des
Bezirksamts Spandau von Berlin
Abt. Bauen, Planen, Umweltschutz und Wirtschaftsförderung
Carl-Schurz-Straße 2/6 • 13597 Berlin

erarbeitet durch
Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311 • 22159 Hamburg

in Kooperation mit
Spath+Nagel Büro für Städtebau und Stadtforschung
Neue Kantstraße 4 • 14057 Berlin

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	V
	Tabellenverzeichnis	VII
1	Grundlagen	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Untersuchungsdesign und Vorgehensweise	3
2	Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel	9
2.1	Demografischer Wandel	9
2.2	Betriebsformenwandel	10
2.3	Der Onlinehandel erobert die Märkte	12
2.4	Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	14
2.5	Fazit	16
3	Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung im Bezirk Spandau	19
3.1	Lage im Raum und Verkehr	19
3.2	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	23
3.3	Übergeordnete Planungen (Planungsvorgaben)	30
3.3.1	Raumordnung und Landesplanung	30
3.3.2	Flächennutzungsplan	32
3.3.3	Stadtentwicklungsplanung	33
3.3.4	Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel	38
3.3.5	Flächenkulisse Soziale Stadt	39
3.3.6	Verbindliches Planungsrecht	40
3.3.7	Folgerungen für das Zentrenkonzept	42
4	Nachfragesituation im Berliner Bezirk Spandau	44



4.1	Nachfragepotenzial des Bezirks Spandau	44
4.2	Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung (2013)	47
4.2.1	Einkaufsorientierung der Verbraucher im Raum	47
4.2.2	Veränderung der Einkaufsorientierungen	49
4.2.3	Einkaufszufriedenheit und Standortimage des Hauptzentrums Spandau	51
4.2.4	Kopplungsbeziehungen Spandau Arcaden - Altstadt	53
5	Angebotssituation des Einzelhandels im Bezirk Spandau	55
5.1	Verkaufsflächenstruktur in Berlin-Spandau	55
5.1.1	Verkaufsflächenangebot	55
5.1.2	Branchen- und Betriebsgrößenstruktur	58
5.2	Umsatzsituation des Einzelhandels in Berlin-Spandau	60
5.3	Leerstandssituation in Berlin-Spandau	63
5.4	Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in Berlin-Spandau	65
6	Regionale Wettbewerbssituation	67
7	Versorgungslage und Zentralitätsanalyse	71
7.1	Verkaufsflächendichten im Bezirk Spandau	71
7.2	Nahversorgungssituation im Bezirk Spandau	73
7.3	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Berlin-Spandau	78
7.4	Analyse der Nachfrageverflechtungen	80
8	Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandels im Bezirk Spandau	82
9	Zentren- und Einzelhandelskonzept für den Bezirk Spandau	85
9.1	Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025	85
9.1.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	85



9.1.2	Verkausflächenpielräume	88
9.2	Strategieoption für die künftige Einzelhandelsentwicklung	90
9.3	Ziele, Leitlinien und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	93
9.3.1	Bezirkliche Ziele und Leitlinien	93
9.3.2	Bezirkliche Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	95
9.3.3	Kriterien für die Bewertung von Vorhaben hinsichtlich ihrer Auswirkungen	99
9.4	Zentrale Versorgungsbereiche	99
9.4.1	Vorbemerkung zur Methodik	99
9.4.2	Hauptzentrum Spandau	104
9.4.3	Ortsteilzentren	106
9.4.4	Nahversorgungszentren	109
9.4.5	Nahversorgungsentwicklung in Streulagen	113
9.4.6	Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorte	118
9.4.6.1	Entwicklungstendenzen	118
9.4.6.2	Beurteilung von Fachmarktstandorten	119
10	Vertiefungsbereiche	122
10.1	Altstadt und Postareal – Hauptzentrum Spandau	122
10.2	Einkaufszentrum Kaufmitte Siemensstadt im Ortsteilzentrum Siemensstadt	136
10.3	Einkaufszentrum Staaken Center im Ortsteilzentrum Obstallee	139
10.4	Nahversorgungszentrum Brunsbütteler Damm/Magistratsweg	141
10.5	Das Neue Gartenfeld – Nahversorgungszentrum in Planung	143
10.6	Siemensstadt 2.0 – Suchbereich für ein Nahversorgungszentrum in Planung	146
10.7	Wasserstadt Oberhavel – Bereiche östlich der Havel	149
11	Umsetzung des Zentrenkonzepts	151
11.1	Planungsrechtliche Umsetzung der Entwicklungsziele	151
11.2	Anwendung des § 11 BauNVO	151
11.3	Anwendung des § 15 BauNVO	152
11.4	Anwendung des § 34 BauGB	152



11.5	Ausschluss-Bebauungspläne	154
11.5.1	Allgemeine Anforderungen an Ausschluss-Bebauungspläne	154
11.5.2	Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB	157
12	Flankierende Hinweise zu Monitoring und Fortschreibung	160
13	Glossar und Abkürzungsverzeichnis	162
14	Anhang: Zentrenbeschreibungen	167



Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen	10
■ Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel	11
■ Abbildung 3: Entwicklung des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz	13
■ Abbildung 4: Lage im Raum	19
■ Abbildung 5: Verkehrsstrassen und Siedlungsstruktur in den Spandauer LOR-Bezirksregionen	21
■ Abbildung 6: Einwohnerentwicklung nach LOR-Bezirksregionen	24
■ Abbildung 7: Übersicht über die kleinräumigen Wohnbaupotenziale	25
■ Abbildung 8: Kaufkraftkennziffern im Vergleich	27
■ Abbildung 9: Nachfragepotenzial im Bezirk Spandau nach Branchengruppen	44
■ Abbildung 10: Nachfragepotenzial im Bezirk Spandau nach LOR-Prognoseräumen	45
■ Abbildung 11: Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus dem Bezirk Spandau	48
■ Abbildung 12: Veränderung der Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus dem Bezirk Spandau	50
■ Abbildung 13: Benotung des Hauptzentrums (Altstadt und Spandau Arcaden)	51
■ Abbildung 14: Stärken und Schwächen des Hauptzentrums Spandau	52
■ Abbildung 15: Maßnahmenvorschläge zur Stärkung des Einzelhandelsstandorts Hauptzentrum Spandau	53
■ Abbildung 16: Sortimentsstruktur des Spandauer Einzelhandels (2016/2017)	55
■ Abbildung 17: Verkaufsflächenstruktur nach Standortlagen	56
■ Abbildung 18: Branchenstruktur des Einzelhandels	58



■ Abbildung 19: Leerstandssituation im Bezirk Spandau	63
■ Abbildung 20: Leerstandsquoten nach Standortlagen	64
■ Abbildung 21: Wettbewerbssituation	67
■ Abbildung 22: Verkaufsflächendichten	71
■ Abbildung 23: Verkaufsflächenausstattung im LEH nach LOR- Bezirksregionen	74
■ Abbildung 24: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten im Bezirk Spandau	79
■ Abbildung 25: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels im Bezirk Spandau	81
■ Abbildung 26: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Spandau	87
■ Abbildung 27: Entwicklungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandel im Berliner Bezirk Spandau	88
■ Abbildung 28: Strategie 'Spezialisieren und Konzentration auf die Zentren'	91
■ Abbildung 29: Konzept der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung	92
■ Abbildung 30: Teillagen des HZ Spandau und Vertiefungsbereiche	126
■ Abbildung 31: Teilbereich der Altstadt mit geringer Standortqualität	128
■ Abbildung 32: Weihnachtsmarkt in der Spandauer Altstadt	131
■ Abbildung 33: ehemaliges Postareal	133
■ Abbildung 34: Kaufmitte Siemensstadt	136
■ Abbildung 35: EKZ Staaken-Center im OTZ Obstallee	140
■ Abbildung 36: NVZ Brunsbütteler Damm/Magistratsweg	142
■ Abbildung 37: Das Neue Gartenfeld – Entwurf über die Flächennutzungen auf der Insel Gartenfeld (Arbeitsstand 2017)	144
■ Abbildung 38: Siemensstadt 2.0 – Masterplanentwurf für das Areal C (Arbeitsstand 2020)	147



Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Einwohnerentwicklung im Bezirk Spandau im Vergleich	23
■ Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	28
■ Tabelle 3: Tourismusentwicklung im Vergleich	29
■ Tabelle 4: Verkaufsflächenstruktur nach Zentren im Bezirk Spandau	57
■ Tabelle 5: Umsatzstruktur des Einzelhandels	61
■ Tabelle 6: Umsatzstruktur nach Zentren im Bezirk Spandau	62
■ Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante, großflächige Neueröffnungen (2015-2016)	65
■ Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Planvorhaben (Umsetzung in 2017 ff.)	66
■ Tabelle 9: Betriebsgrößenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Bezirk Spandau	76
■ Tabelle 10: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH	77
■ Tabelle 11: Zentrenkonzept Spandau - Hauptzentrum	105
■ Tabelle 12: Zentrenkonzept Spandau – Ortsteilzentren	107
■ Tabelle 13: Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau - Nahversorgungszentren	111



1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Der Bezirk Spandau befindet sich im Westen der Bundeshauptstadt Berlin und gliedert sich in die Ortsteile Spandau, Haselhorst, Siemensstadt, Staaken, Gatow, Kladow, Hakenfelde, Falkenhagener Feld und Wilhelmstadt.

Durch die in Ost-West-Richtung verlaufende Heerstraße (B 5/2) ist eine gute PKW-Anbindung des Stadtbezirks sowohl an die Innere Stadt, als auch in das westliche Berliner Umland gegeben. Die Erreichbarkeit der nördlich und südlich gelegenen Bezirke wird durch die BAB 100 (bzw. 111) gewährleistet. Die ÖPNV-Anbindung erfolgt neben der S-Bahn und der U-Bahnlinie U 7 über diverse Buslinien.

Die Bevölkerungsentwicklung im Bezirk Spandau war seit 2007 positiv. Im Januar 2017 hatte der Bezirk

rd. 239.900 Einwohner.

Damit entwickelte sich der Bezirk im Durchschnitt der Gesamtstadt Berlin (Zuwachs von +0,9 % p.a.). Auch mit Blick auf das Prognosejahr 2025 ist mit nach den aktuellen Prognosen der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen¹ mit einem weiteren Anstieg von etwa 0,9 % p.a. zu rechnen.

Der Bezirk Spandau mit einer Fläche von 9.191 ha erstreckt sich im Wesentlichen westlich der Havel und stellt wirtschaftsgeografisch vor allem den Schnittpunkt der Verkehrssysteme dar. Im Westen an den Berliner Ring angrenzend, mit direkten Autobahnverbindungen nach Magdeburg, Hannover und Hamburg, liegt Spandau zugleich im unmittelbaren Einzugsbereich des Güterverteilzentrums Wustermark. Die Landeshauptstadt Potsdam ist über die B 2 nur wenige Autominuten vom Zentrum Spandaus entfernt. Der gesamte westlich orientierte Güterverkehr wickelt sich über die drei großen Verkehrsachsen Heerstraße, Ruhlebener Chaussee und Nonnendammallee ab, den westlichen Ausfallstraßen Berlins. Entlang dieser Achsen erstrecken sich die bedeutendsten Gewerbegebiete Spandaus. Traditionell industriell geprägt, verfügt Spandau über eine große Gewerbeflä-

¹ Vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen Ref. I A – Stadtentwicklungsplanung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Bevölkerungsprognose für Berlin und die Bezirke 2018 – 2030, Berlin, 10. Dez. 2019



chenreserve in wirtschaftlich günstiger Lage. U.a. mit Siemens, BMW, und Osram ist Spandau Standort renommierter Unternehmen, die ihre Produkte weltweit vermarkten.

Insgesamt weist der Berliner Stadtentwicklungsplan Zentren² ein Hauptzentrum sowie fünf Ortsteilzentren für den Bezirk aus. Daneben wird die Standortstruktur durch agglomerierte Fachmarktstandorte aber auch durch zahlreiche Nahversorgungsstandorte ergänzt (die allerdings nicht im StEP Zentren definiert sind).

Der in den letzten Jahren eingetretene Entwicklungsprozess im Einzelhandelssektor, das Wegbrechen bisher bestehender Einzelhandelsstrukturen durch strukturelle Veränderung des Einzelhandels insbesondere zu Lasten der integrierten Zentren wie z.B. Verdrängungswettbewerb, Flächenexpansion, Filialisierung usw. erfordern stadtentwicklungspolitische Maßnahmen. Unterhalb der Ebene des StEP-Zentren sind durch den Bezirk Spandau keine Erhebungen durchgeführt worden, die z. B. Rückschlüsse auf die Nahversorgungslage, Defizite bzw. Potenziale zulassen würden. Zur Erstellung von generellen und lokal angepassten Maßnahmenkonzepten ist eine Analyse und Auswertung der im Bezirk vorhandenen Einzelhandelsstruktur notwendig. Vor diesem Hintergrund sollte erstmalig ein bezirkliches Zentren- und Einzelhandelskonzept für Spandau erarbeitet werden. Aufgrund der erheblichen Dynamik in Spandau sowohl bei der Einzelhandelsentwicklung als insbesondere bei der Wohnbauentwicklung waren nach der Vorlage des beschlussfähigen städtebaulichen Entwicklungskonzepts in 2013, bereits im Jahr 2014/15 (Integration zahlreicher realisierter Planvorhaben) und im Jahr 2016/17 (Beachtung der hohen Einwohnerdynamik, Überprüfung/Anpassung der Aussagen zu den Vertiefungsbereichen; Neuaufnahme von weiteren Nahversorgungszentren, Integration zahlreicher realisierter Planvorhaben) Anpassungen hinsichtlich der wesentlichen zugrundeliegenden Daten und daraus folgender Analysen erforderlich. Die vorliegende Fassung zum Zentren- und Einzelhandelskonzept soll einen grundsätzlichen Statusbericht geben (im Sinne eines Monitorings), zumal im Bezirk Spandau bislang kein beschlossenes Einzelhandelskonzept vorliegt. Aufgrund der anhaltend hohen Dynamik der relevanten Rahmenparameter und der zwischenzeitlich wiederum für Berlin/Brandenburg aktualisierten Anforderungen zur Erstellung von Zentren- und Einzelhandelskonzepten resp. zur Bewertung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben wird auch die vorlie-

² Vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (Hrsg.), Stadtentwicklungsplan Zentren 2030, 2019.



gende Fassung aus 2020 wiederum einer Fortschreibung zugeführt werden müssen.

1.2 Untersuchungsdesign und Vorgehensweise

Zur Erstellung des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts wurde folgendes Untersuchungskonzept bearbeitet. Untersuchungsraum war der Bezirk Spandau:

Einführung/Vorbemerkungen:

- Auftrag/Aufgabenstellung und Ziel der Untersuchung;
- Ausgangssituation;
- Untersuchungsmethode und Vorgehensweise;

Übergeordnete Zielaussagen:

- Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung;
- FNP und Stadtentwicklungsplanung;
- Relevante Ausführungsvorschriften;

Rahmenbedingungen für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Bezirk:

- Darstellung allgemeiner Entwicklungstrends im Einzelhandel und im Verbraucherverhalten;
- Lage des Bezirks im Raum;
- Darstellung und Bewertung der sozioökonomischen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung im Bezirk Spandau (v.a. Einwohnerentwicklung, Einwohnerdichte, Wirtschaftsstruktur, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Alters-, Sozial- und Einkommensstruktur, Pendlerströme, Tourismus etc.) mit Blick auf das Prognosejahr 2025;
- Darstellung und Bewertung der Erreichbarkeitsbeziehungen im Bezirk und ggf. deren prospektive Veränderungen;
- Einordnung der übergeordneten bezirklichen Zentren in das gesamtstädtische Zentrengefüge;

Bestandsaufnahme und analytische Bewertung der Einzelhandelsituation:



- Analyse, Darstellung und Bewertung der Bestandsstruktur des Einzelhandels im Bezirk Spandau, unter Berücksichtigung der Zentren (Schwerpunkt Nahversorgungs- und Ortsteilzentren), der Fachmarkttagglomerationen, der „Kleinstandorte“ der (Lebensmittel-) Nahversorgung sowie der Streulagen im Bezirk; Daneben wurden auch die Leerstände im Bezirk vollständig erfasst. Es erfolgte eine Bewertung der quantitativen und qualitativen Ausstattung untergliedert nach Zentren, Fachmarkttagglomerationen und Streulagen bzw. nahversorgungsrelevant, zentrenrelevant und nicht-zentrenrelevant (u.a. Verkaufsflächen, Umsatz, Zentralität, Verkaufsflächendichte); Ermittlung und Charakterisierung von einzelhandelsrelevanten Planvorhaben unter Berücksichtigung bestehender Planungsziele und Realisierungszeiträume. Dabei wurde Wert auf eine mit geringem Aufwand darstellbare Fortschreibung der Bestandsdaten gelegt;
- Analyse, Darstellung und Bewertung der Nahversorgungsstruktur im Bezirk (u.a. Versorgungsdichte/Verkaufsflächendichte, Betriebsformen [Discounter/Vollsortimenter]). In diesem Zusammenhang erfolgte auch eine räumliche Analyse bezüglich Versorgungslücken;
- Ermittlung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation: Darstellung und Ermittlung des Nachfragepotenzials nach Teilbereichen (LOR-Bezirksregionen) sowie der Kaufkraftbindung (Einkaufsorientierung) und deren Entwicklung;
- Quantitative und qualitative Bewertung der Zentren auf der Grundlage ihrer jeweils besonderen Stärken und Schwächen, insbesondere im Hinblick auf die eher kleinteiligen Strukturen in den traditionellen Zentren und unter Berücksichtigung der bestehenden Flächenpotenziale im Umfeld der Zentren (Infrastruktur- und Gewerbebrachen, Bahnflächen etc.). In diesem Zusammenhang erfolgte nicht nur eine Bewertung hinsichtlich des Einzelhandels, sondern auch der ergänzenden Nutzungen (z.B. Dienstleistungsunternehmen, Freizeiteinrichtungen etc.) und der Multifunktionalität;
- Überprüfung und Bewertung der Chancen und Potenziale und Einschätzung des Handlungsbedarfs in den einzelnen Zentren des Bezirks auf der Grundlage ihrer jeweils besonderen Stärken und Schwächen;
- Bewertung der Standorte des großflächigen Einzelhandels im Bezirk;
- Überprüfung nicht-integrierter Standortreserven außerhalb des Zentrengefüges in Bezug auf Verträglichkeit und Funktionszuweisung, Darstellung von Entwicklungsvorgaben für Bereiche, die ohne Beschränkung (Sortiment, Grö-



ße) unmittelbar den vorhandenen Zentren Konkurrenz machen können (z.B. Bahnflächen, Industrie- und Gewerbebrachen);

Konzept für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung und Nahversorgung im Bezirk:

- Ableitung und Entwicklung bezirklicher Einzelhandelsleitlinien;
- Abgrenzung, Beschreibung und Darstellung des künftigen bezirklichen Zentrengefüges im Hinblick auf eine räumliche und funktionale Schwerpunktsetzung (Zentrenhierarchie) innerhalb des Gefüges. Dabei wurde das Hauptaugenmerk auf die Nahversorgungszentren gelegt; In diesem Zusammenhang erfolgte auch eine Darstellung der Sonder- und Fachmarktstandorte;
- Räumliche Definition und Abgrenzung der Zentrenbereiche;
- Beschreibung eines qualitativen und quantitativen, wirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmens für den Einzelhandel im Bezirk unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche;
- Erarbeitung eines Nahversorgungskonzepts zur flächendeckenden Versorgungssicherung ohne Gefährdung zentraler Versorgungsbereiche. In diesem Zusammenhang wurden auch kleinräumige Bevölkerungsveränderungen sowie die Anforderungen an zukunftsfähige und zeitgemäße Nahversorgungsstandorte berücksichtigt;
- Bewertung der Entwicklungschancen einzelner Handelseinrichtungen außerhalb der Zentren und ggf. Darstellung von Eignungsflächen für großflächigen Einzelhandel;

Umsetzungsstrategien und Handlungsempfehlungen:

Zur Umsetzung des Konzepts sollten im nächsten Schritt Handlungsempfehlungen für die einzelnen Zentren (innerhalb der Zentrenpässe) sowie bauplanungsrechtliche Empfehlungen ausgesprochen werden. Für einige Standortbereiche waren auch vertiefende Betrachtungen durchzuführen.

- Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Stabilisierung, Ergänzung und Aufwertung der einzelnen Zentren (qualitative und ggf. quantitative Aufwertung);
- Entwicklung von Leitlinien und Kriterien für die Prüfung von künftigen Einzelhandelsvorhaben (Ansiedlung, Erweiterung, Nutzungsänderung); Entwicklung eines Prüfschemas;



- Empfehlungen zu „Ausschluss-Bebauungsplänen" oder Bebauungsplänen zur Sicherung und Entwicklung von Zentrenbereichen;
- Vertiefende Untersuchung: Sortimentsempfehlungen und Verkaufsflächendimensionierung für
 - Altstadt (auch Profilbildung und Vision)
 - Ehemaliger Poststandort (vor dem Hintergrund der städtebaulichen Lagequalität des Standorts sollen hier Möglichkeiten der künftigen Weiterentwicklung beleuchtet werden)
 - Kaufmitte Siemensstadt (ZVB Siemensstadt)
 - Staaken-Center (ZVB Obstallee)
- Vertiefende Untersuchung: Empfehlungen für Arrondierungen von Ortsteilzentren sowie Streulagen insbesondere im Hinblick auf die Eignung für die Lebensmittelversorgung (auch Vollsortimente) für die Bereiche
 - Nahversorgungszentrum Brunsbütteler Damm/Magistratsweg
 - Das Neue Gartenfeld – Nahversorgungszentrum in Planung
 - Siemensstadt 2.0 – Nahversorgungszentrum in Planung
 - Wasserstadt Oberhavel – Bereiche östlich der Havel
- Empfehlungen zur Arrondierung von Ortsteilen/Entwicklung von Kleinstandorten; in diesem Zusammenhang sollten auch die „Kleinstandorte" der Lebensmittelnahversorgung hinsichtlich ihrer örtlichen Versorgungsfunktion/ Versorgungsrelevanz und ihrer flächenbezogenen Entwicklungserfordernisse unter besonderer Berücksichtigung der „Regelvermutung" des § 11 BauNVO betrachtet werden;

Evaluation:

Abschließend sollten flankierende Hinweise zum Monitoring der weiteren Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Bezirk gegeben werden.

- Entwicklung einer Strategie bzw. eines Schemas zur Aktualisierung/Fortschreibung des bezirklichen Zentrenkonzepts für die Verwaltungspraxis im Sinne eines „Monitorings“.

Folgende Primär- und Sekundäranalysen waren erforderlich, um das o.g. Untersuchungskonzept umsetzen zu können:



- Vollständige Bestandserhebung des Einzelhandels³ im Bezirk auf Basis des Angebotsprinzips, d.h. Randsortimente eines Betriebs wurden den relevanten Sortimentsbereichen zugeordnet. Daneben wurden für die Zentren die wesentlichsten übrigen zentrenprägenden Nutzungen (z.B. Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit) erfasst.
- Sichtung und Auswertung vorliegender Gutachten und Konzeptionen sowie weiterer Datengrundlagen zur Bewertung der Bestandsstruktur.
- Sichtung und Auswertung weiterer vorliegender Gutachten und Konzeptionen sowie vorhandener bzw. anzufordernder Datengrundlagen auf kommunaler bzw. landesplanerischer Ebene, Datenergänzung, u.a. zur Ermittlung der Planvorhaben, durch telefonische Abfragen bei den zuständigen Fachbereichen.
- Umfangreiche und intensive Begehungen der Zentren und Nahversorgungsstandorte im Bezirk zur Bestimmung der spezifischen Stärken und Schwächen sowie zur Identifizierung räumlich-funktionaler Defizite, Verdichtung der Ergebnisse zu einer Stärken-/Schwächen- und Chancen-/Risiken-Analyse (sog. SWOT-Analyse).
- Begehung/Bewertung der überbezirklichen Wettbewerbsstandorte des Einzelhandels.
- (Telefonische) Expertengespräche mit den relevanten Akteuren der Einzelhandelsentwicklung im Jahr 2012.
- Durchführung einer telefonischen Haushaltsbefragung (n=630) im Jahr 2012 zur empirisch fundierten Ermittlung der Verbraucherorientierungen und deren Veränderungen in der jüngeren Vergangenheit sowie der von den Kunden wahrgenommenen Stärken und Schwächen der bezirklichen Einzelhandelsstruktur. Damit konnten konkret die Wünsche der Verbraucher vor Ort aufgegriffen werden, denn schließlich sind sie es, die letzten Endes mit ihrem Einkaufsverhalten die Zentren mit Leben füllen oder auch nicht.

³ Hinweis: Die Bestandserhebung erfolgte erstmals im Jahr 2012 und wurde im Jahr 2014 um realisierte großflächige Planvorhaben aktualisiert. Im Jahr 2017 wurde eine Aktualisierung der strukturprägenden Angebote vorgenommen. Die folgenden Analysen stellen auf diese Daten ab. Die Karten wurden demgegenüber allein in Bezug auf die Betriebe mit 800 qm VKF und mehr aktualisiert (bei Lebensmittelbetrieben ab rd. 400 qm VKF).



- Durchführung/Dokumentation Steuerungen bzw. Präsentationen. Dabei waren auch eine Veranstaltung zur Öffentlichkeitsbeteiligung sowie Präsentationen vor den politischen Gremien vorgesehen.

Hinweis: Der vorliegende Bericht wurde im Jahr 2015 und im Jahr 2017 bzw. 2020 insbesondere ab Kapitel 5 hinsichtlich der zwischen 2013 und 2014 erfolgten großflächigen Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben aktualisiert. Zudem wurden die eingetretenen und die erwarteten Einwohnerzuwächse eingestellt. In diesem Zuge wurden die grundlegenden Berechnungen auf der teilaktualisierten Datenbasis angepasst. Darüber hinaus wurden die im letzten Jahr an den Bezirk herangetragenen großflächigen Einzelhandelsplanvorhaben in die vorliegende Aktualisierung eingestellt und auch in den Karten und Zentrenpässen berücksichtigt. Eine vollständige Fortschreibung war damit nicht Untersuchungsgegenstand.



2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel

2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor neue Herausforderungen. Nach Jahrhunderten des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten erstmals ein Rückgang der Einwohnerzahl bevor. Und während die Lebenserwartung vor 100 Jahren noch durchschnittlich 46 Jahre betrug, wird in einigen Jahren die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

Für den Einzelhandel bedeutet dies konkret, dass der demografische Wandel ...

- ... sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar sind, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar. Der Einzelhandel kann sich frühzeitig anpassen und Wettbewerbsvorteile generieren.
- ... mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie auch zeitversetzt voranschreitet. Bundesweit ist ein Bevölkerungsrückgang bei gleichzeitig absoluter Zunahme der über 60-Jährigen zu erwarten. Jedoch leiden die meisten Regionen in den Neuen Ländern stärker unter Bevölkerungsschrumpfung und Überalterung als die Alten Bundesländer, in welchen teilweise starke Einwanderungsüberschüsse (z.B. Achse Frankfurt-Stuttgart) zu verzeichnen sind. Aber auch im Osten bleiben attraktive Ballungsräume für den Einzelhandel vorhanden.
- ... je nach regionaler Ausgangslage unterschiedliche Herausforderungen für den Einzelhandel mit sich bringt. So ist in einzelnen Teilen mit starker Urbanisierung, in anderen mit Suburbanisierung zu rechnen. Wieder andere Regionen überaltern stark und andere wiederum ziehen verstärkt jüngeres Publikum an. Daher müssen Standortumfeld und Marketingkonzepte aufeinander abgestimmt werden.

Zieht man zusätzlich die soziografischen Tendenzen

- Absinken des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch,
- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse und
- Haushaltstypenverschiebung („Singlesierung“)

mit in Betracht, folgt daraus ein starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel.



Da eine Veränderung auch eine Chance bedeutet, eröffnet dieser Wandel gleichzeitig neue Märkte. Es gilt, diejenigen Standorte, die in Kombination mit dem Einsatz der Instrumente des Handelsmarketings für das eigene Unternehmen zielloptimal sind, frühzeitig zu erkennen und vor der Konkurrenz zu besetzen.

2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen (demografischer Wandel, ökonomische Megatrends) ausgesetzt. Zum einen sinken neben der Einwohnerzahl auch die einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben am privaten Verbrauch, zum anderen ‚überaltert‘ die Gesellschaft zusehends, womit Präferenzverschiebungen bei den Verbraucherbedürfnissen einhergehen. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, neue Konzepte zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

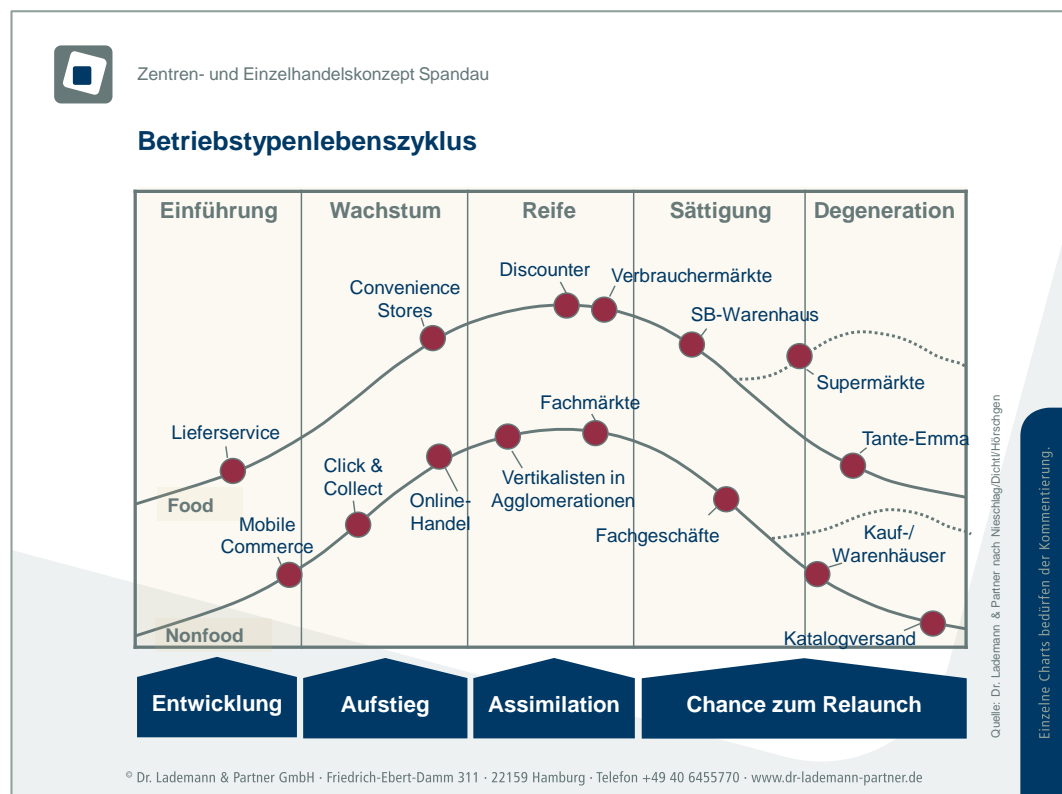


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen



Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung). So z.B. hat die Vertriebsform des SB-Warenhauses ihren Zenit bereits überschritten und ist gezwungen, sich anzupassen, um so durch Relaunch des Marketingkonzepts den Abschwung zu verhindern. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren („Nischenplayer“). Jüngere Absatzkanäle hingegen wie der B2C E-Commerce sind stark aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial.

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das Gewicht hin zu discountorientierten Konzepten. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen. Der Trend konnte allerdings nicht gleichermaßen fortgesetzt werden. Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden neuere Vertriebswege wie der Online-Handel oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie fachmarktorientierte Shopping-Center gehören.

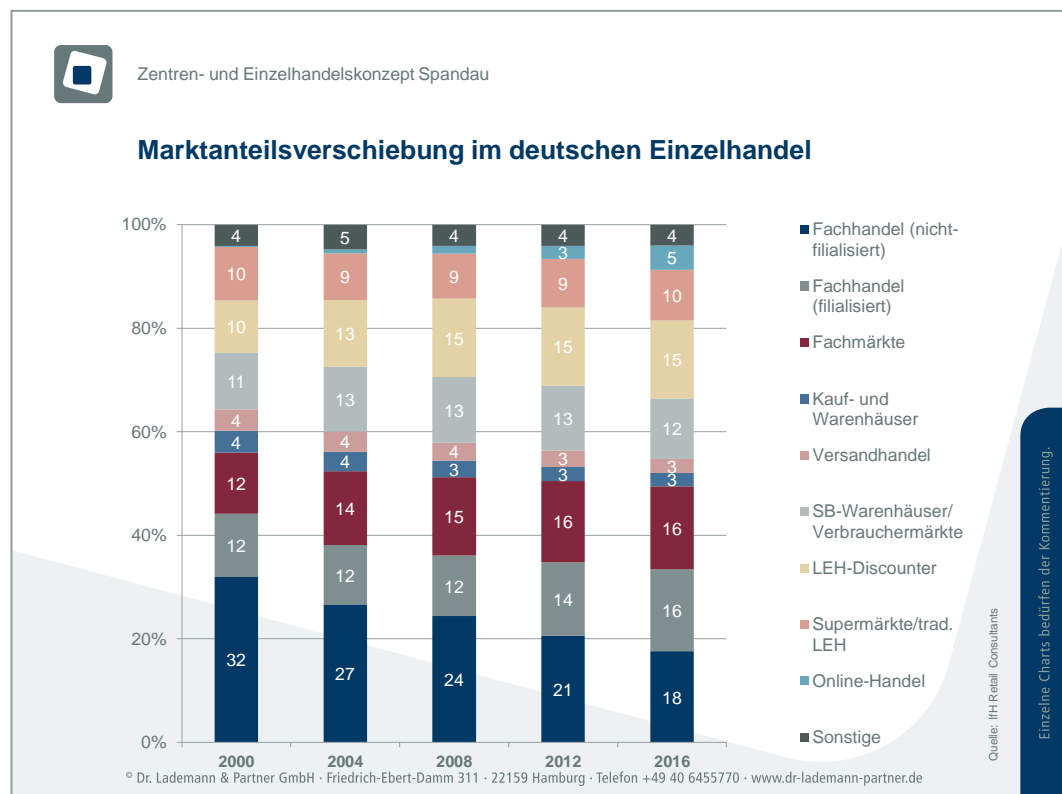


Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel



Mit Blick auf die Betriebsformentheorie ist schließlich auch bemerkenswert, dass es in den vergangenen Jahren anstelle des Eintritts neuer Betriebsformen zu einem heftigen Preiswettbewerb und einem weiteren Verfall der Margen gekommen ist. Gerade weil die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sich nicht assimiliert haben, haben sie offenbar das Reifestadium noch nicht erreicht. Solange dies der Fall ist und die Nahversorger konstitutiv bedingt ihre Wettbewerbsnachteile nicht verringern können, herrscht angesichts der Marktlage ein Verdrängungswettbewerb.⁴ Dieser Umstand ist zuletzt hauptverantwortlich für das konstant hohe Flächenwachstum im deutschen Einzelhandel.

2.3 Der Onlinehandel erobert die Märkte

Das Wachstum des E-Commerce-Markts in Deutschland setzt sich seit Jahren stetig fort. Hierbei geht einerseits eine Verschiebung innerhalb des Distanzhandels in Form einer Verdrängung des klassischen Katalogversands einher: Belief sich im Jahr 2008 der Anteil des Online-Handels am Versandhandel auf rd. 47 %, wird für das Jahr 2018 bereits ein Anteil von 95 % des gesamten Versandhandels prognostiziert.

Während zwischen den Jahren 2008 bis 2012 das Marktvolumen für den Distanzhandel im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr durchschnittlich um ca. 8 % auf insgesamt 39 Mrd. € anstieg, war im Jahr 2013 ein deutlich stärkeres Wachstum von rd. 23 % zu verzeichnen. Die Wachstumstendenzen für die nachfolgenden Jahre 2014 und 2015 (rd. 10 %) sowie 2016 und 2017 (rd. 9 %) sind unter den Erwartungen geblieben. Für das Jahr 2018 wird damit gerechnet, dass die Zuwachsraten bei etwa 8 % liegen werden.

Es verwundert daher nicht, dass der Vormarsch des Onlinehandels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen zulasten des innerstädtischen Einzelhandels geführt hat. Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Onlinehandels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der Ausrichtung auf Innenstadtleitsortimente zu Umsatzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den Zentren geführt hat.

⁴ Vgl. Lademann, Rainer, *Betriebstypeninnovationen in stagnierenden Märkten unter Globalisierungsdruck*, 1999.

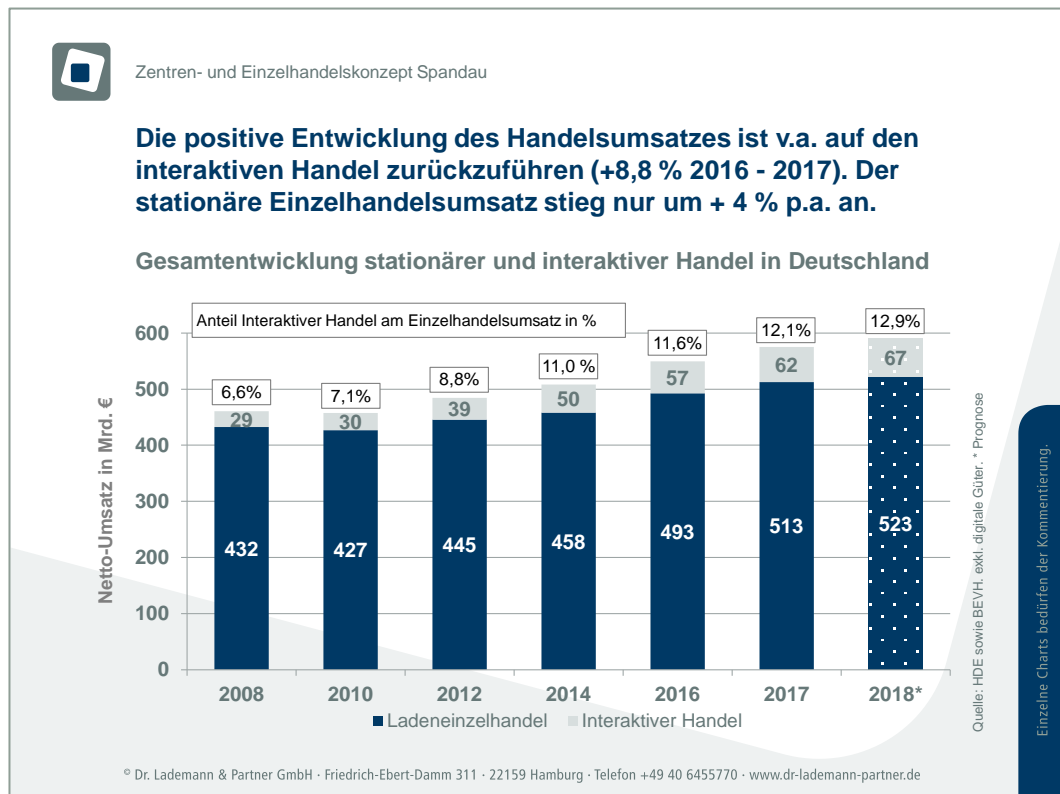


Abbildung 3: Entwicklung des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz

Der Vormarsch des Online-Handels führt auch dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) zunimmt. Der Anteil des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz wird für das Jahr 2018 auf 13 % prognostiziert. Das Einzelhandelsvolumen im stationären Handel bleibt nach den Prognosen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) „unterm Strich“ bis zum Jahr 2025 weitgehend stabil, da einerseits von einem Anstieg des Einzelhandelsumsatzes ausgegangen werden kann. Andererseits geht die GfK in ihrer Prognose bis 2025 davon aus, dass sich der Anteil des Online-Umsatzes am gesamten Einzelhandelsumsatz von 9 % (2014) in deutlich abgeschwächter Dynamik auf künftig etwa 15 % erhöhen wird.

Bei der Prognose von Umsatzanteilen der Kanäle „stationär“ bzw. „interaktiv“ muss darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen nicht möglich ist. Für den örtlichen Einzelhandel heißen Abflüsse in den nicht-stationären Handel nicht, dass dies mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen ist. Durch Multichannel-Strategien (wie click-and-collect) verschwimmen zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping). Darüber hinaus bestehen Möglichkeiten, Waren zusätzlich über Online-Marktplätze wie eBay und Amazon abzusetzen.



2.4 Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

Durch die flächendeckende Einführung der Selbstbedienung haben sich die ursprünglichen Funktionen des Einzelhandels als Verteiler von Waren (i.w.S. Nahversorgung) stark gewandelt. Es ist ein Netz der Filialisierung und Massendistribution mit ganz unterschiedlichen Betriebsformen entstanden. Die Betriebsformen unterscheiden sich in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsform und Größe. Im Lebensmittelsegment gibt es folgende Betriebsformen:

- Lebensmittelgeschäft (bis zu 400 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (400 bis 800 qm Verkaufsfläche)
- Verbrauchermarkt (800 bis 5.000 qm Verkaufsfläche)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm) sowie
- Discounter⁵

Zusätzlich zur Angebotsform wird nach Sortimenten und Branchen differenziert. Das Gesamtsortiment Nahversorgung beinhaltet folgende Sortimentsgruppen mit den entsprechenden Inhalten:

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel und
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie Apotheken.

Ein wesentlicher Faktor in der Nahversorgungsentwicklung ist durch die betriebswirtschaftlich bedingten Maßstabssprünge der durchschnittlichen Betriebsgrößen und einer damit verbundenen abnehmenden Anzahl von Betrieben und Standorten bedingt. So liegt die mindestoptimale Verkaufsfläche für Vollversorger aktuell bei rd. 1.500 bis 2.000 qm, bei Discountern häufig ebenfalls bei etwa 1.000 bis 1.200 qm. Die Folge ist, dass die Versorgungsfunktion einer ursprünglich großen Anzahl kleinerer Betriebseinheiten von immer weniger, dafür aber größeren Betrieben übernommen wird. Die angestrebten und auch betriebswirtschaftlich notwendigen Einzugsgebiete dieser Betriebe werden größer, was neben dem Wettbewerbsdruck unter den Betreiberfirmen auch zu einer deut-

⁵ Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.



lichen Präferenz von PKW-orientierten Standorten an wichtigen Verkehrsachsen geführt hat.

Größere Lebensmittelanbieter spielen allerdings auch eine wichtige Rolle für Stadtteil- und Wohngebietszentren durch ihre Funktion als Magnetbetriebe und Frequenzbringer. Vor diesem Hintergrund ist eine Integration dieser Betriebe in gewachsene, integrierte Standorte nach Möglichkeit zu fördern.

Die Erosion von Nahversorgungsbereichen wird jedoch keineswegs nur durch periphere Standorte ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende Aktivitätskopplungen der Verbraucher zwischen dem Einkauf nahversorgungsrelevanter Sortimente und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die teils zu einer Demografie- und Präferenzverschiebung⁶ der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat.

Wie eigene empirische Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner gezeigt haben, präferieren die Kunden für ihre Nahversorgung einen Standortverbund von einem leistungsfähigen, aber nicht zu großen Vollversorger und einem Discounter.

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das Vordringen der Lebensmitteldiscounter mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt auf größeren Flächen dar. Selbst diese Flächen werden immer weniger in oder an zentralen Standortbereichen, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder in Gewerbegebieten mit der Gefahr der Verdrängung von gewerblichen Nutzungen oder von verkehrlichen Gemengelagen entwickelt. Dabei ist die Verkaufsflächenexpansion der Discounter deutlich dynamischer verlaufen als die Entwicklung der Umsätze, was zu einem Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der Discounter geführt hat. In diesem Zusammenhang muss auch auf die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher an Convenience (z.B. breitere Gänge) und auf den größeren Flächenbedarf durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen hingewiesen werden.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial zur Akzeptanz und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was stark auch mit der Dynamik mindestoptimaler Ladengrößen mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik min-

⁶ Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.



desto optimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die ausufernde Sortimentsentwicklung infolge der von den Herstellern betriebenen Produktdifferenzierung forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat. Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation angewachsen sind.

Zusammenfassend lassen sich folgende Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland festmachen:

- Flächenexpansion mit etwas gedämpfter Geschwindigkeit auf weiterhin hohem Niveau;
- Marktanteilsverschiebung zu Lasten des kleinflächigen Lebensmitteleinzelhandels;
- Redimensionierung der Formate mit Tendenz zu
 - kleineren Verkaufsflächen bei SB-Warenhäusern (von 10.000 qm zu 5.000 bis 7.000 qm);
 - größeren Verkaufsflächen bei Discountern (von 600 bis 700 qm zu 1.000 bis 1.300 qm);
 - einem Vormarsch der großen Verbrauchermärkte (2.000 qm bis 3.000 qm).

2.5 Fazit

Der voranschreitende demografische Wandel und ökonomische Megatrends beschleunigen den Anpassungsdruck der Unternehmen. Aufgrund der demografischen sowie soziografischen Entwicklung sinkt und verschiebt sich die Einzelhandelsnachfrage, was zu einer erhöhten Betriebsformendynamik führt. Somit ist der Handel gezwungen, die Betriebsform, die Verkaufsfläche, das Sortiment und den Standort an dieses neue Umfeld anzupassen.

Für die zukünftige Entwicklung lassen sich somit folgende zentrale Befunde ableiten:

- Schrumpfung und Überalterung: Sinkende Einwohnerzahlen verringern das Marktpotenzial und Altersstrukturverschiebungen erhöhen den Anpassungsdruck für Handelsbetriebe. Diese Entwicklung verläuft jedoch sowohl bundesweit als auch auf Quartiersebene stark heterogen. Einzelne Gebiete werden auch langfristig von einem Bevölkerungszuwachs profitieren können (vorwie-



gend die Metropolen und die süd-westlichen Regionen, insb. zwischen Frankfurt und Stuttgart). Zusätzlich ist die heterogene Entwicklung innerhalb der Orte zu beachten (alternde Stadtteile).

- Präferenzverschiebung bei Verbrauchern: Die Altersverschiebung gepaart mit dem neu aufkommenden Image der ‚jungen Alten‘ bringt Veränderungen der Konsumpräferenzen mit sich. Zukünftig entscheidet v.a. im Lebensmitteleinzelhandel nicht die Größe, sondern die Nähe zum Verbraucher.
- Verschärfter Strukturwandel: Der Konzentrationsprozess im großflächigen Einzelhandel wird sich weiter beschleunigen (Verringerung der Anzahl an Top-Playern in den einzelnen Branchen), während auch die Dynamik der Betriebstypen weiter zunehmen wird (Ausdifferenzierung in Richtung Service oder Preis). Zu den Gewinnern der letzten Jahre zählten v.a. Discounter und Fachmärkte, wobei diese Marktanteilsverschiebung größtenteils zu Lasten des kleinflächigen Einzelhandels ging. Die starke Flächenexpansion der letzten Jahre führte zu einem Absinken der Flächenproduktivitäten. Die Verkaufsflächen pro Filiale im Lebensmitteleinzelhandel konvergieren: Diffusion der Betriebstypen SB-Warenhaus (kleiner) und große Verbrauchermärkte (größer) sowie Maßstabsvergrößerung bei Discountern. Befeuert wird der Strukturwandel zudem durch den Vormarsch des Onlinehandels, der die Entwicklung bei Anbietern mit zentrenrelevanten Sortimenten vorantreibt und zu Umsatzverlagerungen zulasten der Innenstädte führt. Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die Digital Natives noch in das konsumfähige Alter hineinwachsen, was in den nächsten Jahren die Einkaufsvorbereitung im Internet weiter treibt.

Langfristig ist demnach ein Rückgang des Käuferpotenzials, eine Abnahme der Altersgruppen mit hoher Einkaufsbereitschaft, jedoch eine Zunahme der Altersgruppen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf zu erwarten. Da sich diese Entwicklungen jedoch bundesweit sehr heterogen vollziehen, ist die regionale Analyse des langfristigen Potenzials eines Standorts unabdingbar. Es ist daher von einer Entwertung bzw. Aufwertung einzelner Standorte auszugehen.

Über Erfolg oder Misserfolg entscheiden der Weitblick und die Branchenkompetenz der Projektentwickler/Einzelhändler/Standortplaner, welche für die Abschätzung langfristiger Potenziale bestehender bzw. zukünftiger Standorte verantwortlich sind. Hierbei kommt es im Besonderen auf spezifisches Know-how und detaillierte Marktkenntnis an.



Aus diesen Entwicklungstendenzen leiten sich veränderte Rahmenbedingungen für den Einzelhandel ab:

- Anpassungsdruck steigt;
- Betriebsformendynamik steigt;
- Verdrängungswettbewerb und
- Strukturwandel intensivieren sich;
- Flächenwachstum setzt sich fort, jedoch gebremst und mit absehbarer Stagnation.

Daraus ergeben sich folgende Handlungsmöglichkeiten für den Einzelhandel:

- Gute Standorte (in Bezug auf Kaufkraft, Einzugsgebiet, Grundstück, Verkehrsanbindung, etc.) finden, welche auch langfristig erfolgreich erscheinen (vor allem in Bezug auf die Binnenmigration);
- Ausdifferenzierung des Angebots in Richtung Service-, Erlebnis- oder Discountorientierung;
- Entwicklung neuer Handelsformate und Vertriebskanäle als Reaktion auf die veränderten Marktbedingungen;
- Integration der digitalen Medien in das stationäre Geschäft zur breiteren Kundenansprache, zur verbesserten Auffindbarkeit und zur „digitalen Vergrößerung“ des Ladenlokals;
- permanente Verbraucherforschung, um langfristige Unternehmenserfolge sicherzustellen.

3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung im Bezirk Spandau

3.1 Lage im Raum und Verkehr

Der Bezirk Spandau ist im Westen der Metropole und Bundeshauptstadt Berlin verortet.

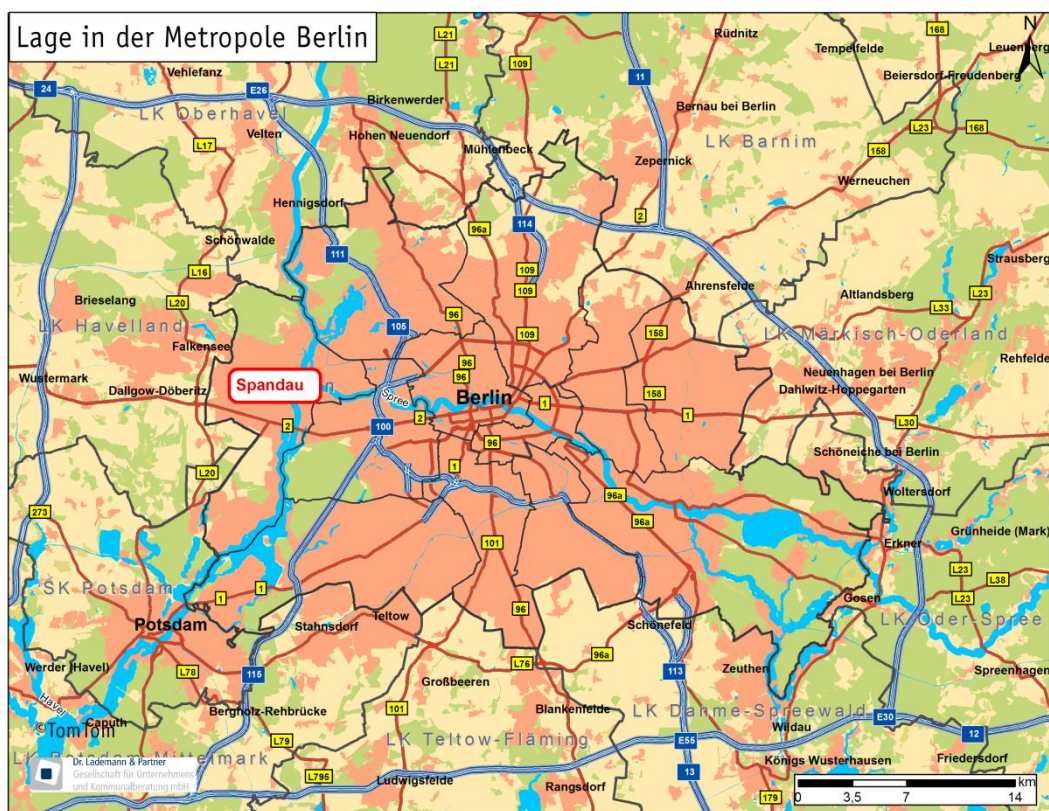


Abbildung 4: Lage im Raum

Spandau grenzt an die Berliner Bezirke Reinickendorf, Charlottenburg-Wilmersdorf und Steglitz-Zehlendorf. Berlin ist gemäß Gemeinsamer Landesplanung Berlin-Brandenburg⁷ als Metropole eingestuft. Neben der Altstadt von Spandau (inkl. der Spandau Arcaden) fungieren v.a. der bipolare Zentrumsbereich der City-West (Wilmersdorfer Str. /Ku'damm [11 km⁸]), aber auch u.a. die

⁷ Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR), 2019.

⁸ Jeweils Fahrroute gemessen vom Hauptzentrum Spandau



HZ Gorkistraße/Berliner Straße (rd. 12 km), HZ Müllerstraße (rd. 11 km), HZ Schloßstraße (16 km) als Standorte höherrangiger Versorgungsaufgaben.⁹ Überdies grenzt Spandau an das Bundesland Brandenburg, mit der Landeshauptstadt Potsdam (26 km), dem Mittelzentrum Falkensee (9 km) sowie Schönwalde-Glien.

Der Bezirk Spandau gliedert sich in die neun Ortsteile¹⁰ Spandau, Haselhorst, Siemensstadt, Staaken, Gatow, Kladow, Hakenfelde, Falkenhagener Feld und Wilhelmstadt. Insgesamt ist die Siedlungsdichte im Bezirk Spandau, wie auch innerhalb der einzelnen Ortsteile, sehr heterogen ausgebildet: In den kernstädtischen Quartieren – v.a. der Spandauer Alt- und Neustadt sowie der Wilhelmstadt – dominieren Gründerzeitquartiere/geschlossene Mietshausbebauung mit urbanen Charakter und vielfältigen kulturellen Einrichtungen/multifunktionaler Nutzungsstruktur. Daneben finden sich verdichtete Siedlungsstrukturen in den zentralen Ortsteilen Staaken und Falkenhagener Feld, die durch 70er-Jahre Großwohnsiedlungen geprägt sind. Die Siemensstadt ist ein durch Arbeiterwohngebiete der 1930er-Jahre geprägtes Areal (Werkssiedlungen von Siemens), das ebenfalls eine höhere Bevölkerungsdichte aufweist.

Während die Siedlungsstrukturen in den kernstädtischen Bereichen weitestgehend verdichtet sind, nimmt die Einwohnerzahl in Richtung des brandenburgischen Stadtrands deutlich ab. Die Ortsteile Gatow und Kladow, beide im Süden des Bezirks gelegen, sind von kleinstädtischer Struktur geprägt. Zudem werden dichtere Siedlungsstrukturen von dünner besiedelten Bereichen durchsetzt (z.B. Gartenstadt Staaken), z.T. markieren diese den Übergang zur offenen Landschaft.

⁹ Vgl. StEP Zentren 2030.

¹⁰ In der Analyse wird auf Wunsch des Auftraggebers zur Gewährleistung der Vergleichbarkeit mit anderen Konzeptionen auf die Lebensweltlich orientierten Räume zurückgegriffen. Der Bezirk Spandau untergliedert sich in die neun LOR-Bezirksregionen 01 Hakenfelde, 02 Falkenhagener Feld, 03 Spandau Mitte, 04 Brunsbütteler Damm, 05 Heerstraße Nord, 06 Wilhelmstadt, 07 Haselhorst, 08 Siemensstadt und 09 Gatow/Kladow.

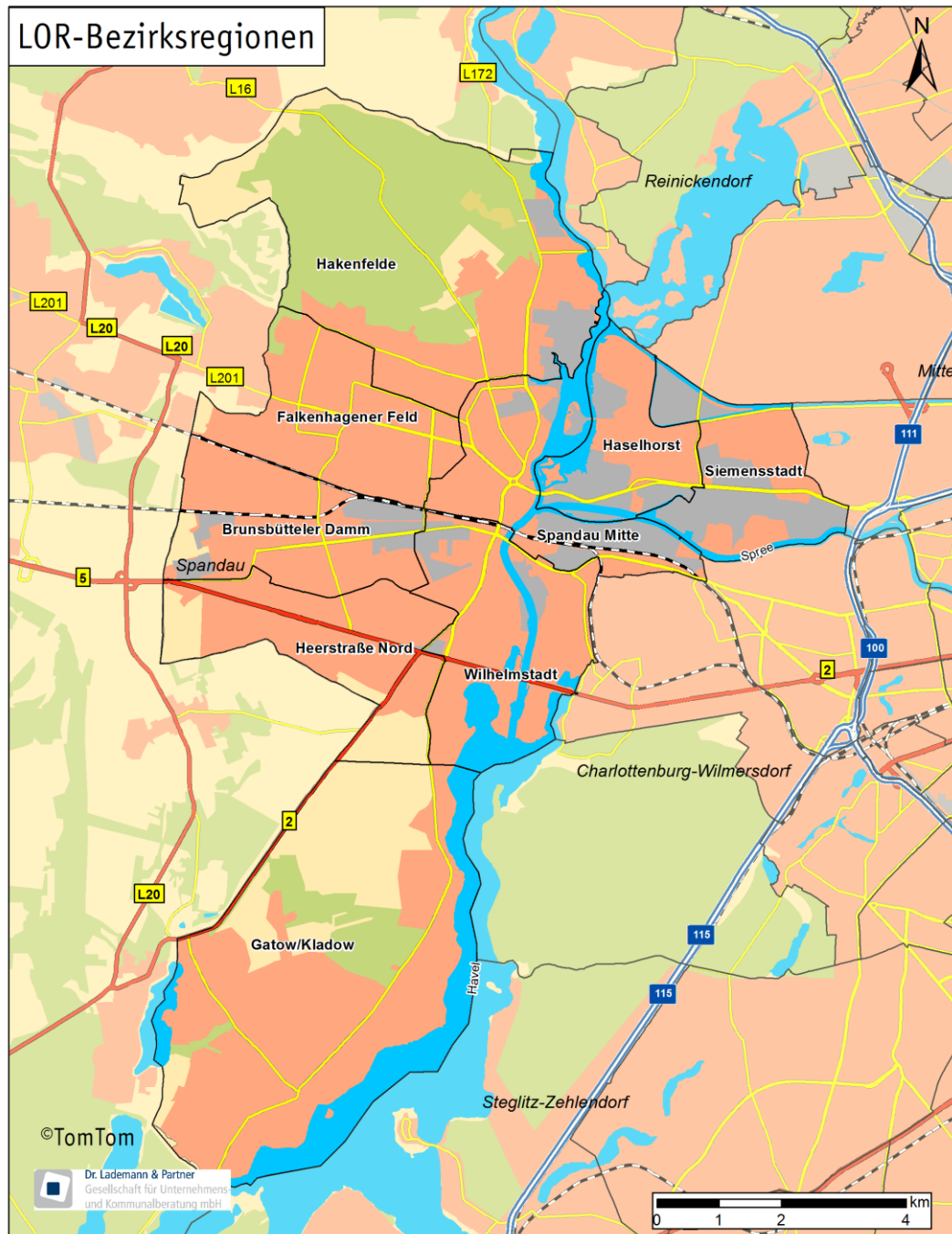


Abbildung 5: Verkehrstrassen und Siedlungsstruktur in den Spandauer LOR-Bezirksregionen



Aufgrund der Randlage Spandaus im Westen der Metropole Berlin ist das leistungsfähige Straßen- und Schienennetz als überregionale Ein- und Ausfalltrassen vom Brandenburger Umland in das Berliner Stadtzentrum ausgerichtet. Die wichtigste Verkehrsstrasse des Bezirks ist die in Ost-West-Richtung verlaufende vier-spurige Heerstraße (B 5, Hamburg – Berlin-Zentrum – Frankfurt/O.). Mehrere parallel zur B 5 verlaufende, überbezirkliche Achsen (Am Juliusturm/ Nonnendammallee und Brunsbütteler Damm) ergänzen das leistungsfähige Verkehrsnetz. Durch diese in Ost-West-Richtung verlaufenden Trassen ist eine gute PKW-Anbindung des Stadtbezirks sowohl an die Innere Stadt, als auch in das westliche Berliner Umland gegeben. Die B 5 führt unter dem Namen Hamburger Chaussee durch das Havelland und kreuzt rd. 11 km (von der Bezirksgrenze aus) den Berliner Autobahnring BAB 10. Die Nord-Süd-Verbindungen fungieren, mit Ausnahme der von der B 5 abzweigenden B 2 (Richtung Südwest, u.a. über Potsdam) v.a. der innerbezirklichen Erschließung. Überdies ist die Erreichbarkeit der nördlich und südlich gelegenen Bezirke durch den angrenzenden Berliner Stadtring (BAB 100) und die Autobahzubringer (BAB 111, 115) gewährleistet.

Die schienengebundene ÖPNV-Anbindung innerhalb Berlins erfolgt durch die S-Bahn (S 5) (vom Bahnhof Spandau gen Süd-Ost) und der U-Bahnlinie U 7 (vom Rathaus-Spandau gen Nord-Ost), die beide im Weiteren an die Berliner Ringbahn anschließen. Überdies grenzt unmittelbar an die Bezirksgrenze die Endstation der U 2 (Ruhleben). Spandau verfügt ferner über einen Regional- und Fernbahnhof und ist dadurch an den Fernverkehr angeschlossen. Im westlichen Stadtgebiet sind zudem zwei Regionalbahnhaltdepunkte (Albrechtshof und Staaken) eingerichtet. Eine große Bedeutung kommt zudem dem Busverkehr zu. Am Bahnhof/Rathaus Spandau befindet sich der Busverkehrsknotenpunkt des Bezirks Spandau. Er fungiert mit einem dichten Netz an städtischen und regionalen Buslinien als ‚zentraler Umsteigepunkt‘.

Spandau ist durch eine enge Verknüpfung von Wohnen, Gewerbe und (ehemals) militärischen sowie öffentlichen Nutzungen charakterisiert. Weitläufige Gewerbegebiete sowie Fachmarktstandorte haben sich v.a. entlang der leistungsfähigen Ost-West-Achsen herausgebildet. Neben den gewerblichen Nutzungen entlang des Brunsbütteler Damms sind vor allem weitläufige Gewerbe- und Industriegebiete im Osten des Bezirks Spandau beiderseits der Spree zwischen Am Juliusturm/Nonnendammallee und Ruhlebener Straße/Charlottenburger Chaussee zu nennen.

Die stadtrandgeprägten Teilbereiche werden durch zahlreiche landwirtschaftlich genutzte Flächen sowie Wiesen und Wald- und Forstgebiete geprägt. Der Einwohnerschwerpunkt des Bezirks Spandau befindet sich westlich des Havel-Laufs.



Der Bezirk Spandau verfügt durch die großen Wald- und Wasserflächen über naturräumliche Potenziale (Ausflugsgebiet, Bootstour). Vor allem der in Nord-Süd Richtung den Bezirk erschließende Havellauf induziert durch die reizvolle Seenlandschaft und der sogenannten (schiffbaren) Unteren Havel-Wasserstraße (Pichelsdorfer Havel mit dem Pichelsee, der Kladower Seenstrecke und dem Jungferensee) - noch nicht ausreichend ausgeschöpfte - touristische Potenziale. Überdies ist auf die Zitadelle Spandau hinzuweisen, einer Festung der Hochrenaissance, mit Museum und kulturellen Veranstaltungen.

3.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die Bevölkerungsentwicklung im Bezirk Spandau weist seit 2012 einen Zuwachs von rd. +0,9 % p.a. auf und wird v.a. durch Wanderungsgewinne aus dem Umland generiert. Gegenüber dem Zeitraum 2007 bis 2012 ist damit ein deutlicher Anstieg der Dynamik zu verzeichnen (+ 0,4 % p.a.).

Damit liegt die Entwicklung in Spandau auf dem Niveau des angrenzenden Bezirks Charlottenburg-Wilmersdorf wie auch im Land Berlin insgesamt. U.a. der Bezirk Reinickendorf wie auch die bezirksnahen Kommunen des brandenburgische Landkreises Havelland wiesen im gleichen Zeitraum eine deutlich positivere Einwohnerentwicklung auf. Nur im Bezirk Steglitz-Zehlendorf war eine geringere Einwohnerdynamik zu verzeichnen.

Insgesamt lebten in Spandau am 1.1.2017

239.900 Einwohner.

Einwohnerentwicklung im Berliner Bezirk Spandau im Vergleich					
Ausgewählte Bezirke/Bundesland	2012	2017	+/- 12/17		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Spandau	228.919	239.942	11.023	+4,8	+0,9
Reinickendorf	244.146	261.919	17.773	+7,3	+1,4
Charlottenburg-Wilmersdorf	323.359	336.249	12.890	+4,0	+0,8
Steglitz-Zehlendorf	297.849	304.086	6.237	+2,1	+0,4
Berlin	3.501.872	3.670.622	168.750	+4,8	+0,9

Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung im Bezirk Spandau im Vergleich

Auf Ebene der Lebensweltlich orientierten Räume (LOR) stellt sich die Einwohnerentwicklung der Bezirksregionen wie folgt dar:



Abbildung 6: Einwohnerentwicklung nach LOR-Bezirksregionen

Etwa die Hälfte der Bevölkerung ist in den LOR-Bezirksregionen Falkenhagener Feld (2017: rd. 40.700 EW), Spandau-Mitte (36.300 EW) und Wilhelmstadt (rd. 37.300 EW) verortet. Die Siedlungsstrukturen reichen von kernstädtischen Wohngebieten bis hin zu hochverdichteten Großwohnsiedlungen (durch großmaßstäbliche Strukturen geprägt). Die in den südlichen Randlagen lokalisierten LOR Gatow/Kladow sind eher dörflich zu charakterisieren. Sie weisen Kleinsiedlungsstrukturen mit einem höheren Anteil an Ein- und Zweifamilienhäusern und Grünanteilen auf, bzw. sind wie Haselhorst/Siemensstadt durch weite Gewerbebereiche geprägt (Einwohneranteil jeweils unter 10 % am Gesamtbezirk).

Im Vergleich zu dem Zeitraum 2007 bis 2012 zeigt sich dabei, dass innerhalb der einzelnen LOR-Bezirksregionen teils deutlich positivere Entwicklungen eingetreten sind, als in den vorausgehenden Jahren zu verzeichnen war.

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung im Bezirk Spandau unter Berücksichtigung der aktuellen Prognosen der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahl auch sehr dynamisch entwickeln wird. So kann in 2025 mit einer Einwohnerzahl von rd. 255.200 gerechnet werden.

Dies entspricht einer jährlichen Zuwachsrate ab 2017 von + 0,9 %.

Die größten Zuwächse können dabei für die Planungsregion SPA 3 (Haselhorst/Siemensstadt) mit durchschnittlichen jährlichen Zuwachsraten von 3,4 % erwartet werden. Eine Übersicht über die räumliche Verortung der wesentlichen Wohnungsbaupotenziale in Teilen Spandaus gibt folgender Auszug aus WoFIS:

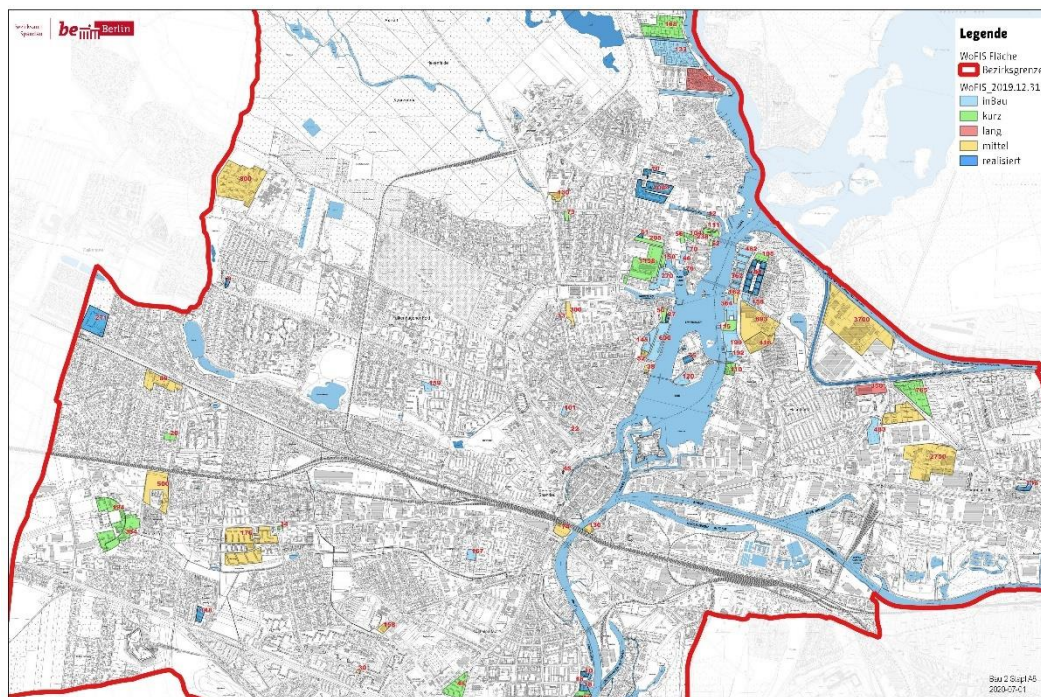


Abbildung 7: Übersicht über die kleinräumigen Wohnbaupotenziale

Die Altersstruktur¹¹ der Spandauer Bevölkerung wird im Vergleich zur Gesamtstadt durch einen tendenziell unterdurchschnittlichen Anteil der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter geprägt (insbesondere Altersgruppe 27 bis 45 Jähriger). Dies ist sowohl auf die hohe Bedeutung des Randbezirks als Wohnstandort von Familien mit Kindern (leicht überdurchschnittlicher Anteil von Unter-18-Jährigen [17 %]) als auch auf Personen, die das Rentenalter erreicht haben, zurückzuführen (der 65plus-Anteil befindet sich mit 22 % oberhalb des städtischen Vergleichswerts).

Auf Ebene der LOR-Bezirksregionen lassen sich als priorisierte Wohnstandorte für Erwerbstätige in Spandau Mitte und in Siemensstadt identifizieren. Der LOR

¹¹Vgl. Statistisches Amt Berlin-Brandenburg: Einwohnerinnen und Einwohner in Berlin am 31. Dezember 2016 nach LOR-Planungsräumen und Altersgruppen



Heerstraße Nord zeichnet sich demgegenüber durch einen überproportionalen Kinderanteil aus. Besonders hohe Anteile Über 65-Jähriger lassen sich den LOR Hakenfelde und Gatow/Kladow zuordnen. Auf Quartiersebene stellt sich die Altersstruktur deutlich differenzierter dar; so befinden sich neben Planungsräumen, die durch Überalterung geprägt sind, zugleich größere Neubaugebiete mit Ein-/ Zweifamilienhausbebauung, die einen hohen Anteils an Kindern/ Jugendlichen verzeichnen.

Die Herausforderungen des demografischen Wandels werden auf kleinräumiger Ebene eine unterschiedliche Dynamik entfalten. Sie wirkt sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist. Die aktuell in Umsetzung befindlichen Wohnbauvorhaben und die kurz- bis mittelfristigen teils erheblichen Wohnbaupotenziale werden dabei zum Teil zu einer Überformung bisheriger Strukturen führen.

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer¹². Für das Jahr 2015 lag dieser Wert für Gesamtberlin bei 96,9. Der Bezirk Spandau verfügte über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 99,0. Innerhalb des Bezirks stellt sich das Kaufkraftniveau uneinheitlich dar. Die LOR-Bezirksregionen Haselhorst und Spandau Mitte (91,7 bzw. 90,3) verfügen über eine deutlich unterdurchschnittliche Kaufkraft. Die durch eine geringe Siedlungsdichte gekennzeichnete LOR-Bezirksregion Gatow/Kladow (125,1) und u.a. der Brunsbütteler Damm (105,0) verfügen über ein deutlich höheres Kaufkraftniveau.

¹² Vgl. GfK Geomarketing, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.

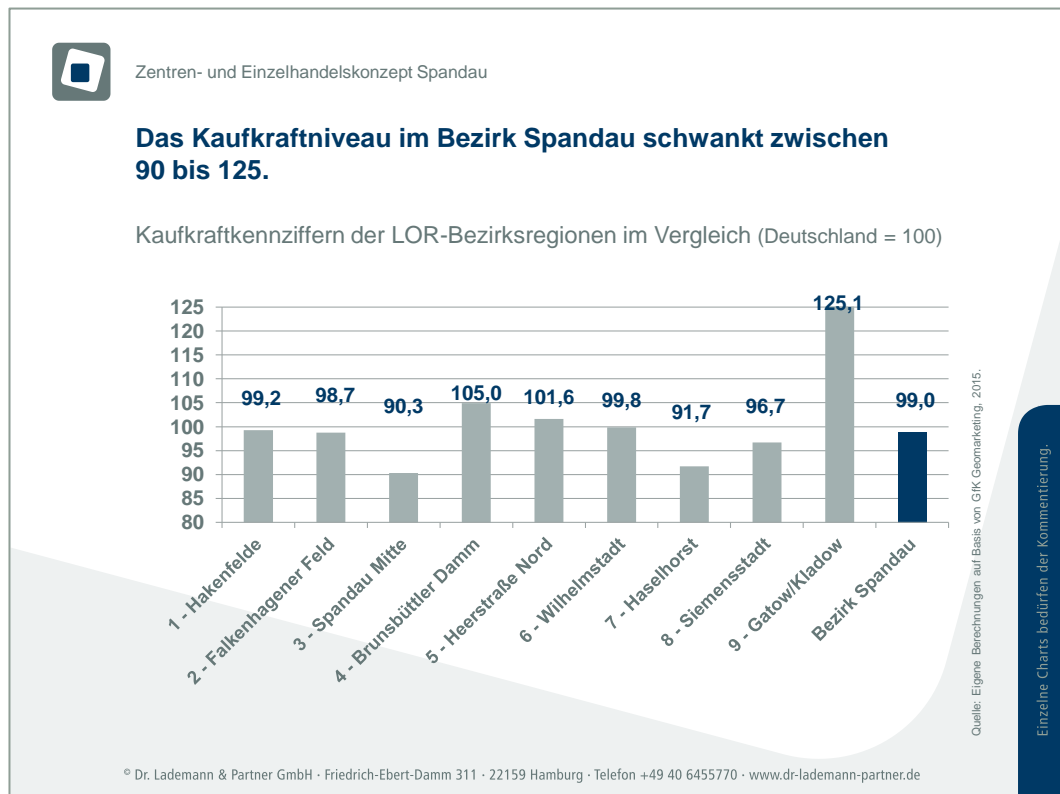


Abbildung 8: Kaufkraftkennziffern im Vergleich

Die Beschäftigungssituation im Bezirk Spandau stellt sich ungünstiger dar als in Berlin insgesamt. So beläuft sich die Arbeitslosenquote 2016 auf 11,2 % und liegt damit oberhalb der Quote für Berlin-Gesamt sowie deutlich oberhalb der Bezirke Charlottenburg-Wilmersdorf und Steglitz-Zehlendorf. Im Zeitraum 2010 bis 2016 hat sich der Anteil an Arbeitslosen in Spandau jedoch deutlich rückläufig entwickelt (-3,4 %-Punkte). Demzufolge muss die Entwicklung der Arbeitslosenquote zweizeitig betrachtet werden: Zwar liegt die Quote deutlich oberhalb der Vergleichswerte, dennoch ist die rückläufige Entwicklungstendenz als positiv zu bewerten; sie deutet auf zusätzliche Impulse für die Einzelhandelsentwicklung hin.



Entwicklung der Arbeitslosenquoten				
SGB II-Gebietsstruktur	Arbeitslosenquote in %			+ / - 16/10
	2010	2013	2016	%-Punkte
Spandau	14,6	13,3	11,2	-3,4
Reinickendorf	14,6	14,3	12,3	-2,3
Charlottenburg-Wilmersdorf	12,2	10,4	8,7	-3,5
Steglitz-Zehlendorf	11,1	9,8	8,6	-2,5
Stadt Berlin	13,6	11,7	9,8	-3,8

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2010-16 / Jahreszahlen, Nürnberg.

Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Bundeshauptstadt Berlin mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die Aus- und Einpendlerströme. Berlin weist traditionsgemäß einen hohen Einpendlerüberschuss auf. Der Saldo betrug 2011 knapp 101.000 Personen – im Jahr 2017 sogar 129.000 (+28 %). Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg – insbesondere im Segment der nahversorgungsrelevanten Sortimente – sollte das dem Bezirk Spandau zufließende Potenzial (wichtige Pendlerachsen verlaufen durch den Bezirk) für den Einzelhandel durch ein attraktives Angebot gebunden werden.

Die Tourismusentwicklung im Bezirk Spandau verlief seit 2011 tendenziell dynamischer als für die Stadt Berlin insgesamt. Während die Gästeankünfte in Berlin gesamt einen Zuwachs von rd. 4,7 % p.a. verzeichneten, konnte der Berliner Bezirk Spandau mit einem Zuwachs von 5,3 % p.a. ebenfalls stark an der touristischen Bedeutung Berlins partizipieren. Bei den Übernachtungszahlen zeigt sich für Spandau ebenfalls eine positive Entwicklung (+6,4 % p.a.).

Auf jeden Einwohner Spandaus kommen zwei touristische Übernachtungen im Jahr; in Berlin insgesamt ist das Verhältnis 1:8. Das Touristenaufkommen im Bezirk Spandau entspricht nur ca. 2 % des Gesamttouristenaufkommens der Stadt und ist auf die ‚Randlage‘ des Bezirks zur Inneren Stadt zurückzuführen. Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als neun Betten erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. Das tatsächliche Tourismusaufkommen ist demnach größer einzuschätzen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass in Berlin auch der Tagestourismus (Geschäftstourismus, Kultur, Naturräumliche Potenziale) eine wichtige Rolle spielt.



Tourismusentwicklung im Berliner Bezirk Spandau 2011 bis 2017					
Übernachtungen					
Bezirk/Stadt	2011	2017	+/- 11/06		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Berlin-Spandau	404.052	586.401	+182.349	+45,1	+6,4
Stadt Berlin	22.359.470	31.150.090	+8.790.620	+39,3	+5,7
Gästeankünfte					
Bezirk/Stadt	2011	2017	+/- 11/06		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Berlin-Spandau	191.516	261.805	+70.289	+36,7	+5,3
Stadt Berlin	9.866.088	12.966.347	+3.100.259	+31,4	+4,7
Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg.					

Tabelle 3: Tourismusentwicklung im Vergleich

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Spandau sind leicht positiv zu bewerten. V.a. die prospektiv weiter steigende Einwohnerplattform induziert Potenziale für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Spandau.



3.3 Übergeordnete Planungen (Planungsvorgaben)

3.3.1 Raumordnung und Landesplanung

Landesentwicklungsprogramm

Nach § 5 Abs. 4 des Landesentwicklungsprogramms 2007 der Länder Berlin und Brandenburg (LePro 2007) soll der innerstädtische Einzelhandel gestärkt und eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) gesichert werden. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen den Zentralen Orten entsprechend der jeweiligen Funktionszuweisung zugeordnet werden.

Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion (LEP HR)

Der LEP HR konkretisiert als überörtliche und zusammenfassende Planung die Grundsätze der Raumordnung des am 1. Februar 2008 in Kraft getretenen Landesentwicklungsprogramms 2007 (LEPro 2007) und setzt einen Rahmen für die künftige räumliche Entwicklung in der Hauptstadtregion.

Der LEP HR ist am 1. Juli 2019 in Kraft getreten und hat damit den LEP B-B abgelöst. Berlin wird darin insgesamt als Metropole mit zentralörtlicher Bedeutung definiert, so dass Einschränkungen der Einzelhandelsentwicklung außerhalb zentraler Orte im Stadtgebiet nicht greifen. Zur Einzelhandelsentwicklung innerhalb zentraler Orte (und damit auch innerhalb Berlins) sieht der Landesentwicklungsplan folgende Festlegungen vor:

Z 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot).

Z 2.7 Schutz benachbarter Zentren

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).

G 2.8 Angemessene Dimensionierung

Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).



Z 2.9 Hersteller-Direktverkaufszentren

Hersteller-Direktverkaufszentren mit einer Verkaufsfläche von mehr als 5.000 Quadratmetern sind nur in der Metropole Berlin und in Oberzentren zulässig.

Z 2.10 Umgang mit Bestandssituationen

Vorhandene genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen, die im Widerspruch zu den Plansätzen Z 2.6, Z 2.7, G 2.8 oder Z 2.9 stehen, können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für nahversorgungsrelevante Sortimente und sonstige zentrenrelevante Sortimente nicht erhöht wird.

G 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung

Bei der Entwicklung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden.

Z 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte

(1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1.2 sind nur in Zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Integrationsgebot).

(2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Tabelle 1 Nummer 2 sind auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente zehn Prozent nicht überschreitet. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.

(3) Vorhandene genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Sinne von Absatz 1 können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt, als auch für nahversorgungsrelevante Sortimente und sonstige zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 1 Nummer 1.1 und 1.2) nicht erhöht wird. G 2.11 bleibt unberührt. Durch die Veränderung darf keine Umwandlung zu einem Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne von Z 2.9 erfolgen.



Z 2.14 Einzelhandelsagglomerationen

Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist entgegenzuwirken (Agglomerationsverbot).

3.3.2 Flächennutzungsplan

Der Flächennutzungsplan Berlin (FNP) stellt für die Altstadt Spandau und ihre südliche Erweiterung etwa bis zur Altonaer Straße (einschließlich der Spandau Arcaden und des ehemaligen Postgeländes) eine Einzelhandelskonzentration dar. In Verbindung mit der Bauflächendarstellung (Kerngebiet, Mischgebiet) und den Ausführungen im Erläuterungsbericht ergibt sich daraus die Einstufung als Hauptzentrum.

Die Haupt- und Stadtteilzentren des FNP gelten gemäß textlicher Darstellung Nr. 1 zugleich als regionalplanerisch festgelegt. Die so festgelegten „Zentren sind zu erhalten, auszubauen und zu entwickeln. Sie sind zur Stärkung der polyzentrischen Siedlungsstruktur zu integrierten Standorten vorrangig für Kultur, Dienstleistungen, Einzelhandel und Freizeit weiterzuentwickeln" (Z 1.1). Diese regionalplanerischen Festlegungen sind nach § 4 Abs. 3 Raumordnungsgesetz durch öffentliche Stellen und Personen des Privatrechts zu beachten; für Bauleitpläne gilt nach § 1 Abs. 4 BauGB die Anpassungspflicht. Die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt kann ggf. ein Anpassungs- oder Planungsgebot aussprechen.

Die Standorte Falkenhagener Feld, Heerstraße West (Obstallee), Siemensstadt, Wasserstadt Oberhavel (Maselake) und Wilhelmstadt Spandau sind im FNP durch Darstellung einer Einzelhandelskonzentrationen in symbolischer Ausdehnung als Ortsteilzentren ausgewiesen; Lage und Ausdehnung der Einzelhandelsstandorte sollen hier im Zuge der konkretisierenden Planungen ermittelt werden.

Hinweise zur Entwicklung von Bebauungsplänen gibt die AV FNP¹³. Danach sind angrenzend an die genannten Zentren im Einzelfall funktionale Ergänzungen entwickelbar. Im Übrigen sind Sondergebiete für großflächige Einzelhandelsbetriebe bzw. entsprechende Kerngebiete grundsätzlich nur aus den mit einer Einzelhandelskonzentration dargestellten Zentren oder aus gemischten Bauflächen

¹³Vgl. Ausführungsvorschriften zum Darstellungsumfang, zum Entwicklungsrahmen sowie zu Änderungen des Flächennutzungsplans Berlin (AV FNP) vom 18. Juli 2017.



M1 entwickelbar. Die Entwicklung aus anderen Bauflächen bzw. für bauliche Nutzungen vorgesehenen Flächen des FNP ist grundsätzlich nicht beabsichtigt. Ob ausnahmsweise das Entwicklungsgebot gewahrt wird, bedarf der Prüfung im Einzelfall. Mindestvoraussetzung ist – neben der Zentrenverträglichkeit des Sortiments – das Vermeiden negativer stadtstruktureller Auswirkungen auf die Umgebung und eine günstige Verkehrserschließung. Negative stadtstrukturelle Auswirkungen sind nicht zu erwarten, wenn sich die beabsichtigten Standorte aus dem Stadtentwicklungsplan Zentren (einschließlich Fachmarktkonzept) und den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten ergeben sowie mit den Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen (siehe Kapitel 3.3.4) vereinbar sind.

3.3.3 Stadtentwicklungsplanung

Der Stadtentwicklungsplan Zentren gilt als von der Gemeinde beschlossenes Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Er ist somit bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und als gesamtstädtische Grundlage für alle weiteren Planungen heranzuziehen. Soweit darin die Ziele der Raumordnung und die Darstellungen des Flächennutzungsplans konkretisiert werden, sind seine Maßgaben auf den nachfolgenden Planungsebenen zu beachten. Das Zentrenkonzept sowie die Leitlinien und Steuerungsgrundsätze des StEP geben insofern einen verbindlichen Rahmen für bezirkliche Zentrenkonzepte ab.

Festlegung der Zentrenstruktur

Gegenstand des StEP Zentren 2030 ist u.a. die Festlegung der gesamtstädtischen Zentrenstruktur. Im Bezirk Spandau werden das Hauptzentrum Altstadt Spandau sowie die Ortsteilzentren Heerstraße West (Obstallee), Kladow, Siemensstadt, Wasserstadt Oberhavel (Maselake) und Wilhelmstadt Spandau ausgewiesen. Außerdem stellt der StEP die Standorte Paulsternstraße und Gewerbehof als „Fachmarkttagglomerationen“ dar.

Nahversorgungszentren sind nicht Gegenstand der gesamtstädtischen Konzeption; ihre Entwicklung zu steuern, ist in erster Linie Aufgabe der Bezirke. Weiterhin trifft der StEP Zentren keine Aussagen zur Abgrenzung der einzelnen Zentren, die jedoch zur Handhabung der bauplanungsrechtlichen Instrumente erforderlich ist (s. Kap. 11); auch dies ist damit Aufgabe der Bezirke.



Leitlinien und Steuerungsgrundsätze

Die Leitlinien des StEP Zentren 2030 stellen die Multifunktionalität der Berliner Zentren, die Synergien zwischen Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur-, Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen, sowie die Ausstrahlung Berlins als Einkaufsstandort und dessen Bedeutung für den Tourismus als Wirtschaftsfaktor heraus:

1. Metropole Berlin profilieren
2. Polyzentralität sichern und qualifizieren
3. Großflächigen Einzelhandel in die Zentren lenken
4. Nahversorgung sichern
5. Städtebauliche, architektonische und stadtklimatische Qualitäten von Zentren und Einzelhandelsstandorten sichern
6. Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung definieren
7. Nutzungsmischung erhöhen und die effektive Ausnutzung von Baugrundstücken forcieren
8. Das bauplanungsrechtliche Instrumentarium konsequent anwenden
9. Investitions- und Planungssicherheit gewährleisten
10. Kommunikation und Kooperation der Berliner Bezirke intensivieren.

Darauf aufbauend formuliert der StEP Zentren 2030 fünf übergeordnete Steuerungsgrundsätze:

Steuerungsgrundsatz 1

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten – ohne nahversorgungsrelevante Sortimente - sind nur in zentralen Versorgungsbereichen städtischer Zentren (an der Ebene Ortsteilzentren aufwärts) möglich. Dabei muss die Größe des Vorhabens der Funktion des zentralen Versorgungsbereichs angemessen sein.

Steuerungsgrundsatz 2

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind mit Mitteln der Bauleitplanung primär in die zentralen Versorgungsbereiche Berlins zu lenken. Kleinflächige Läden mit zentrenrelevanten Kernsortimenten, die überwiegend der Gebietsversorgung dienen, können nachrangig auch außer-



halb zentraler Versorgungsbereiche ermöglicht werden, solange ihr Standort in ein Wohnquartier integriert ist.

Steuerungsgrundsatz 3

(a) Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorzusehen. Dabei muss die maximale Größe des Vorhabens der Funktion des zentralen Versorgungsbereichs angemessen sein (in einem Ortsteilzentrum sind das zum Beispiel höchstens 2.500 Quadratmeter je Betrieb).

(b) Um eine wohnungsnah Grundversorgung (im Umkreis von fünf bis zehn Minuten Fußweg) zu gewährleisten, können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ausnahmsweise auch an integrierten Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorgesehen werden.

Voraussetzungen dafür:

- Der Standort ist städtebaulich in ein Wohnquartier integriert.
- Der Betrieb ist überwiegend darauf ausgerichtet, das unmittelbare Umfeld zu versorgen.
- Eine Agglomerationsbildung, die den Steuerungsgrundsätzen des StEP Zentren 2030 zuwiderliefe, ist ausgeschlossen.
- Die Ansiedlung stimmt mit Inhalten und Zielen des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts überein, das nähere Regelungen zur Ausgestaltung der örtlichen Nahversorgung enthalten kann.

Steuerungsgrundsatz 4

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen in zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden, sofern das städtebaulich und funktional verträglich ist. Andernfalls besteht die Möglichkeit, solche Vorhaben auf die definierten Fachmarkttagglomerationen und -standorte zu lenken. Zentrenrelevante Randsortimente müssen mit dem Kernsortiment sachlich zusammenhängen.

Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sind diese Randsortimente auf zehn Prozent der vorhabenbezogenen Verkaufsfläche, höchstens jedoch 2.500 Quadratmeter Verkaufsfläche zu begrenzen.



Steuerungsgrundsatz 5

Zur Prüfung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gelten einheitlich quantitative und qualitative Mindestkriterien. Diese Kriterien können durch bezirkliche Grundsätze ergänzt und präzisiert werden.

Ab einer Umsatzumverteilung von fünf Prozent gegenüber dem Bestand sind in jedem Fall die möglichen städtebaulichen Auswirkungen konkret und das heißt: auch qualitativ zu beschreiben, denn bereits Umverteilungen von deutlich unter zehn Prozent der Umsätze können städtebaulich relevante Folgen haben (siehe OVG Berlin-Brandenburg, Beschluss 10 N 138.11 vom 27. August 2014; für Vorhaben nach § 34 BauGB auch: OVG Berlin-Brandenburg, Beschluss 10 N 30.12 vom 31. Oktober 2014).

Weitere Aussagen

In Tabelle 3 benennt der StEP Zentren 2030 Ausstattungsmerkmale für die unterschiedlichen Zentrentypen sowie Orientierungswerte zur Flächenausstattung (ca. 50.000-100.000 qm Verkaufsfläche in Hauptzentren, 10.000 bis 50.000 in Stadtteilzentren, 5.000-10.000 qm Verkaufsfläche in Ortsteilzentren und <5.000 qm Verkaufsfläche in Nahversorgungszentren). Ein „Zielkorridor“ für die Verkaufsfläche im Bezirk insgesamt oder in den einzelnen Zentren ist im StEP nicht enthalten. Lediglich „beispielhaft“ werden als für Betriebe in Ortsteilzentren „angemessene Verkaufsflächen“ angegeben: maximal 2.500 qm für nahversorgungsrelevante zentrenrelevante Sortimente.

Nicht zuletzt beinhaltet der StEP Zentren 2030 Anforderungen an zukunftsfähige Nahversorgungsstrukturen (Kapitel 3.6), die Nahversorgung für neue Quartiere (Kapitel 3.7) sowie an die städtebauliche Integration (Kapitel 3.8).

Fachmarktkonzept

Das am 5.11.2013 vom Senat beschlossene Fachmarktkonzept Berlin dient als branchenspezifische Vertiefung des StEP Zentren 3 im Hinblick auf die stadtplanerischen Handlungsbedarfe für großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, insbesondere für Möbelhäuser sowie Bau- und Gartenmärkte. Alle Grundsätze dieses Konzepts sind dann auch wieder in den StEP Zentren 2030 aufgenommen worden.

Im Fachmarktkonzept wird die im StEP Zentren 3 enthaltene Priorität für die Ansiedlung von Fachmärkten (mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und maximal 10 % zentrenrelevanten Randsortimenten) in den städtischen Zentren -



soweit dort verträglich - sowie in den benannten Fachmarkttagglomerationen bestätigt. Ergänzend definiert das Konzept Fachmarktstandorte (ohne sie zu verorten), in denen die Entwicklung von Fachmärkten stadtentwicklungsplanerisch ebenfalls möglich sein soll, wenn die folgenden, im Fachmarktkonzept näher ausgeführten Standortanforderungen gegeben sind:

- Nähe und Bezug zu verdichteten Wohnsiedlungsgebieten,
- Lage außerhalb der EpB-Gebiete des StEP Wirtschaft 2030,
- Gute bis sehr gute Erreichbarkeit mittels ÖPNV,
- Gute bis sehr gute Erreichbarkeit mit dem Motorisierten Individualverkehr,
- Keine Beeinträchtigungen des unmittelbaren Umfelds,
- Keine Beeinträchtigungen durch das unmittelbare Umfeld,
- Übereinstimmung mit anderen stadtentwicklungsplanerischen Belangen.

Dabei wird zwischen übergeordneten Fachmarktstandorten (>8.000 qm VKF) und bezirklichen Fachmarktstandorten (<8.000 qm VKF) unterschieden. Übergeordnete Fachmarktstandorte sollen auf gesamtstädtischer Ebene daraufhin überprüft werden, ob sie den genannten Kriterien entsprechen; der Anstoß für ihre Ausweisung kann durch die Bezirke im Rahmen ihrer Einzelhandels- und Zentrenkonzepte gegeben werden. Bezirkliche Fachmarktstandorte werden durch die Bezirke in ihren Einzelhandels- und Zentrenkonzepten ausgewiesen. Bei Erweiterungen von bestehenden Fachmarktstandorten über den Orientierungswert von 8.000 qm VKF ist das Einvernehmen mit der Senatsverwaltung herzustellen. Die stadtverträgliche Dimensionierung zentrenrelevanter Randsortimente (i.d.R. <10 % der VKF) in diesen Standorten ist - nötigenfalls durch Bebauungspläne - sicherzustellen.

Die Abgrenzung von Fachmarkttagglomerationen, übergeordneten und bezirklichen Fachmarktstandorten soll in den bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepten erfolgen; Potenzialflächen können dabei einbezogen werden. Innerhalb dieser Abgrenzungen und in ihrem Umfeld sollen Anlagerungen von weiteren kundenorientierten Nutzungen, insbesondere von zentrenrelevanten Einzelhandelseinrichtungen, aber auch von gastronomischen, kulturellen, sozialen, sportlichen sowie Freizeit- und Erholungsnutzungen, die den gewachsenen Zentren vorbehalten bleiben sollen, durch geeignete planungsrechtliche Instrumente ausgeschlossen werden.



3.3.4 Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel

Die Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin (Bekanntmachung vom 20. Dezember 2019) enthalten Begriffsbestimmungen sowie inhaltliche und verfahrensbezogene Vorgaben für die Aufstellung von Bebauungsplänen für großflächige Einzelhandelseinrichtungen und die planungsrechtliche Zulassung von Einzelvorhaben. Sie konkretisieren die Anpassungs-, Planungs- und Unterrichtungspflichten, die sich aus den übergeordneten Ebenen der Gemeinsamen Landesplanung, der Flächennutzungsplanung und der Stadtentwicklungsplanung sowie aus dem AGBauGB ergeben und setzen sich mit den Voraussetzungen und Prüfkriterien für die baurechtliche Zulassung von Einzelvorhaben des großflächigen Einzelhandels innerhalb und außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen auseinander. Für die zentralen Versorgungsbereiche verweist die AV auf die Orientierungswerte zur Flächenausstattung des StEP Zentren 2030 (s.o.), die im begründeten Einzelfall jedoch auch über- oder unterschritten werden können. Im Anhang I findet sich eine Liste der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente, die berlinweit und damit auch für das Zentren- und Einzelhandelskonzept verbindlich ist. Anhang II bietet eine Checkliste für Untersuchungen zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben.

Zudem formuliert die AV Vorgaben für bezirkliche Zentren- und Einzelhandelskonzepte:

- Einordnung von bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten
- Grundlegende Anforderungen an bezirkliche Zentren- und Einzelhandelskonzepte
- Aufgaben von bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten
- Zentrale Versorgungsbereiche
- Verfahren

Vom Verfahren her ist eine Beschlussfassung durch das Bezirksamt und die Bezirksverordnetenversammlung erforderlich, damit das Zentrenkonzept künftig den rechtlichen Status eines „von der Gemeinde beschlossenen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes oder einer von ihr beschlossenen sonstigen städtebaulichen Planung“ im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB erlangt, der Voraussetzung für die Anwendung der Instrumente des Baugesetzbuches zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist.



Das vorliegende Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau lehnt sich in Aufbau und Inhalten an die in diesen Ausführungsvorschriften enthaltenen Vorgaben an.

3.3.5 Flächenkulisse Soziale Stadt

Auf der teilräumlichen Ebene sind die Konzepte für das Sanierungsgebiet Wilhelmstadt, das Fördergebiet „Stadtumbau West“ im Falkenhagener Feld sowie die Fördergebiete Soziale Stadt (Neustadt, Heerstraße, Falkenhagener Feld West, Falkenhagener Feld Ost) im Zentren- und Einzelhandelskonzept zu berücksichtigen. Mit Stand 2013 waren relevant:

Sanierungsgebiet Wilhelmstadt

Das mit Beschluss vom 15.3.2011 festgelegte Sanierungsgebiet Wilhelmstadt umfasst u.a. das gleichnamige Ortsteilzentrum sowie einen kleinen Teil des Hauptzentrums Altstadt Spandau (ehemaliger Poststandort, Flächen beiderseits der Klosterstraße, nördlicher Bahnhofsvorplatz). Dabei ist für den ehemaligen Poststandort, den Einmündungsbereich Pichelsdorfer Straße/ Klosterstraße und den Baublock Pichelsdorfer Straße/ Adamstraße eine Sanierung im „umfassenden Verfahren“ (d.h. mit Bodenordnung und Erhebung von Ausgleichsbeträgen) vorgesehen.

Ziel der Sanierung ist u.a. die Qualifizierung des Ortsteilzentrums, wo in der vorbereitenden Untersuchung Funktionsschwächen in der Handelsnutzung sowie Mängel der öffentlichen Räume festgestellt wurden. Die wohnungsnahе Versorgung soll sichergestellt und das Geschäftsband von der Altstadt über den Bahnhof, die Klosterstraße und die Pichelsdorfer Straße bis hin zur Adamstraße erhalten und qualifiziert werden, u.a. durch Neugestaltung der Pichelsdorfer Straße und weiterer Straßenräume. Ein Geschäftsstraßenmanagement wurde bereits eingerichtet, mit dessen Hilfe weitere Akteure eingebunden und dauerhafte Aktivierungsangebote entwickelt werden sollen.

Der Bahnhofsbereich mit der unwirtschaftlichen Unterführung und das angrenzende ehemalige Postgrundstück sollen als repräsentativer Eingangsbereich der Altstadt und als Scharnier zwischen Altstadt und Wilhelmstadt aufgewertet werden. Für die Unterführung soll ein Lichtkonzept umgesetzt werden.

Zur Initiierung und Umsetzung der Entwicklungsziele wird im Sanierungsgebiet das Leitprogramm Städtebauförderung "Aktive Zentren" eingesetzt.

Fördergebiet Stadtumbau West – Falkenhagener Feld



Im Stadtumbaugebiet ist die Aufwertung der Quartiersmitte Westerwaldstraße mit Umgestaltung der Straßen- und Freiflächen, Verkehrsberuhigung, Neubau eines Lebensmittelmarkts und Bestandssicherung und Aufwertung unterschiedlicher Einrichtungen der Daseinsvorsorge (u.a. Stadtteilbibliothek) geplant und großenteils bereits durchgeführt. Teil der Zielplanung war auch eine Aufwertung der Quartiersmitte Posthausweg.

Fördergebiete Soziale Stadt (Quartiersmanagement)

Im Fördergebiet Spandauer Neustadt wird ein Projekt zum Gewerbe- und Leerstandsmanagement und zur Gestaltung leer stehender Ladenlokale implementiert. Aktivitäten in den anderen Quartiersmanagementgebieten haben u.a. eine bessere Qualität des Wohn- und Lebensraums und eine Aufwertung von Einrichtungen der sozialen Infrastruktur zum Ziel, ohne bisher spezifische Maßnahmen in den dort vorhandenen Ladenzentren vorzusehen.

3.3.6 Verbindliches Planungsrecht

Baunutzungsplan

In weiten Teilen des Bezirks gilt noch der Baunutzungsplan von 1960 in Verbindung mit der Bauordnung für Berlin von 1958 als übergeleiteter Bebauungsplan. Hinsichtlich der Zulässigkeit von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben bietet dieser im Vergleich zum aktuellen Planungsrecht deutlich geringere Steuerungsmöglichkeiten. Die besonders betroffenen „beschränkten“ bzw. „reinen Arbeitsgebiete“ dieses Plans wurden jedoch in den für Umnutzung zu Einzelhandel attraktiven Bereichen bereits so überplant, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 der Baunutzungsverordnung dort nicht mehr generell zulässig sind (wohl aber in den meisten Fällen noch Einzelhandelsbetriebe unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit, z.B. Lebensmittel-Discounter).

In den Wohngebieten und gemischten Gebieten des Baunutzungsplans sind „Ladengeschäfte“ (ohne Bindung an die Gebietsversorgung) zulässig, „wenn sie keine Nachteile oder Belästigungen für die nähere Umgebung verursachen können“. Nach herrschender Rechtsauffassung¹⁴ dürften damit alle Typen von Einzelhandelsbetrieben mindestens bis zur Schwelle der Großflächigkeit abgedeckt sein.

¹⁴ Vgl. Peter von Feldmann und Andreas Knuth, Berliner Planungsrecht, Berlin 1998, S. 44.



Bebauungspläne

Nicht zuletzt stellen Bebauungspläne, die festgesetzt sind oder einen fortgeschrittenen Verfahrensstand erreicht haben, eine planerische Vorgabe für das Zentrenkonzept dar.

Grundsätzlich ist Einzelhandel unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit, soweit nicht durch textliche Festsetzungen eingeschränkt, in den meisten festgesetzten Gewerbe- und Mischgebieten, wenn sie der Gebietsversorgung dienen, auch in Wohngebieten zulässig. Bebauungspläne, die Abgrenzungen zwischen Mischgebieten und allgemeinen Wohngebieten festsetzen, sind insofern für die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben relevant und eröffnen besonders in den Mischgebieten aber auch Kerngebieten ein entsprechendes Entwicklungspotential; dies gilt u.a. für das Hauptzentrum Spandau und das Nahversorgungszentrum Gartenfeld (in Planung).

Die Umsetzung von Angebotsplanungen und sonstiger planungsrechtlich gegebener Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel ist nach Umfang, Art und Zeitpunkt nicht absehbar. Zwar ist nicht davon auszugehen, dass die theoretisch möglichen Größenordnungen auch nur annähernd innerhalb absehbarer Zeiträume tatsächlich erreicht werden, dennoch sind sie bei der Entwicklung des Zentren- und Einzelhandelskonzepts und bei der Beurteilung neuer Vorhaben in die Überlegungen einzubeziehen.

Unbeplanter Innenbereich

Vorhaben in den Teilen des Ortsteils Staaken, die weder durch den Baunutzungsplan noch durch festgesetzte Bebauungspläne überplant sind, sind nach § 34 BauGB zu beurteilen. Hier gilt damit die Zulässigkeitsschwelle des § 11 BauNVO. Betrieben unterhalb dieser Schwelle kann ggf. gemäß § 34 Abs. 3 BauGB entgegengehalten werden, dass von ihnen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind. Gleiches gilt für Flächen, die im Baunutzungsplan als Baulandreserve oder als Bahnfläche dargestellt sind, soweit dort nicht Bebauungspläne aufgestellt wurden.



3.3.7 Folgerungen für das Zentrenkonzept

Bezirkliche Planungen und Entscheidungen zur Entwicklung der Zentren und zu spezifischen Einzelhandelsprojekten sind an die auf den übergeordneten Planungsebenen der Landesplanung, der Flächennutzungsplanung und der Stadtentwicklungsplanung festgelegten Ziele, Grundsätze, Leitlinien und Steuerungsgrundsätze gebunden; Ausführungsvorschriften geben nähere Erläuterungen dazu und enthalten teilweise zusätzliche Vorgaben. Für Bebauungspläne besteht eine Anpassungspflicht an die Ziele der Raumordnung und ein Entwicklungsgebot im Hinblick auf den Flächennutzungsplan; der Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 ist als sonstige beschlossene städtebauliche Planung zu berücksichtigen.

Die genannten Planungen stellen insofern eine Bindung für das bezirkliche Zentrenkonzept dar. Die folgende Tabelle fasst die darin genannten Angaben zu den in unterschiedlichen Zentren- bzw. Standorttypen möglichen Verkaufsflächen zusammen:

Zentren-/ Standorttyp	Vorhabenbezogene Verkaufsfläche (Vkf.)		Orientierungswert zur Flächenausstattung (Vkf.) des Zentren-/ Standorttyps
	nahversorgungs- relevanter Einzelhandel	sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel	
Hauptzentrum			StEP: 50.000- 100.000 qm
Stadtteilzentrum			StEP: 10.000-50.000 qm
Ortsteilzentrum	StEP: <2.500 qm	StEP: <1.000 qm	StEP: 5.000-10.000 qm
Nahversorgungszentrum			StEP: <5.000 qm
Fachmarkttagglomeration übergeordneter Fachmarktstandort	FMK: max. 10 % der Verkaufsfläche, bei mehr als 800 qm Vkf Auswirkungsuntersuchung erforderlich		FMK: >15.000 FMK: >8.000 qm
bezirklicher Fachmarktstandort	FMK: max. 10 % der Verkaufsfläche		FMK: <8.000 qm

StEP=Stadtentwicklungsplan Zentren 2030, FMK = Fachmarkt-konzept,

Gemäß LEP HR ist zudem zu berücksichtigen: (1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1.2 (des LEP HR) sind nur in Zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Integrationsgebot).

(2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Tabelle 1 Nummer 2 (des LEP HR) sind auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente zehn Prozent nicht überschreitet. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für



die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 (des LEP HR) sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.

Die übergeordneten Vorgaben sind i.d.R. so formuliert, dass begründete Abweichungen nicht ausgeschlossen sind, wenn sie mit der angestrebten Zentrenstruktur und der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung vereinbar sind. Im Einzelfall ist ggf. eine Änderung der übergeordneten Planung anzustreben („Gegenstromprinzip“).

Die Zielaussagen der übergeordneten Planungsebenen beziehen sich auf Haupt-, Stadtteil- und (tlw.) Ortsteilzentren sowie auf großflächige Ansiedlungsvorhaben, von denen Auswirkungen auf diese Zentren zu erwarten sind. Die Ebene der Nahversorgung liegt dagegen in bezirklicher Verantwortung, auch wenn die AV Zentren und Einzelhandel dazu einige Rahmenvorgaben enthält.

Die genannten übergeordneten Planungen treffen keine Aussagen zur räumlichen Abgrenzung der Zentren und zu den ggf. zu ihrer Stabilisierung und weiteren Entwicklung notwendigen Maßnahmen. Sie sind deshalb auch in dieser Hinsicht durch das bezirkliche Zentrenkonzept zu ergänzen. Erst das Zusammenwirken beider Ebenen ermöglicht eine zielbezogene Feinsteuerung der Zentrenentwicklung im Bezirk.

Das bezirkliche Zentrenkonzept muss weiterhin die in rechtskräftigen Bebauungsplänen getroffenen Festsetzungen sowie erteilte Baugenehmigungen und -vorbescheide berücksichtigen. Es berücksichtigt darüber hinaus Festlegungen in Bebauungsplänen, die einen fortgeschrittenen Verfahrensstand erreicht haben, sowie sonstige für die Einzelhandelsentwicklung relevante teilräumliche planerische Konzepte.

4 Nachfragesituation im Berliner Bezirk Spandau

4.1 Nachfragepotenzial des Bezirks Spandau

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Bezirk sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2017 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von rd. 1,2 Mrd. €.

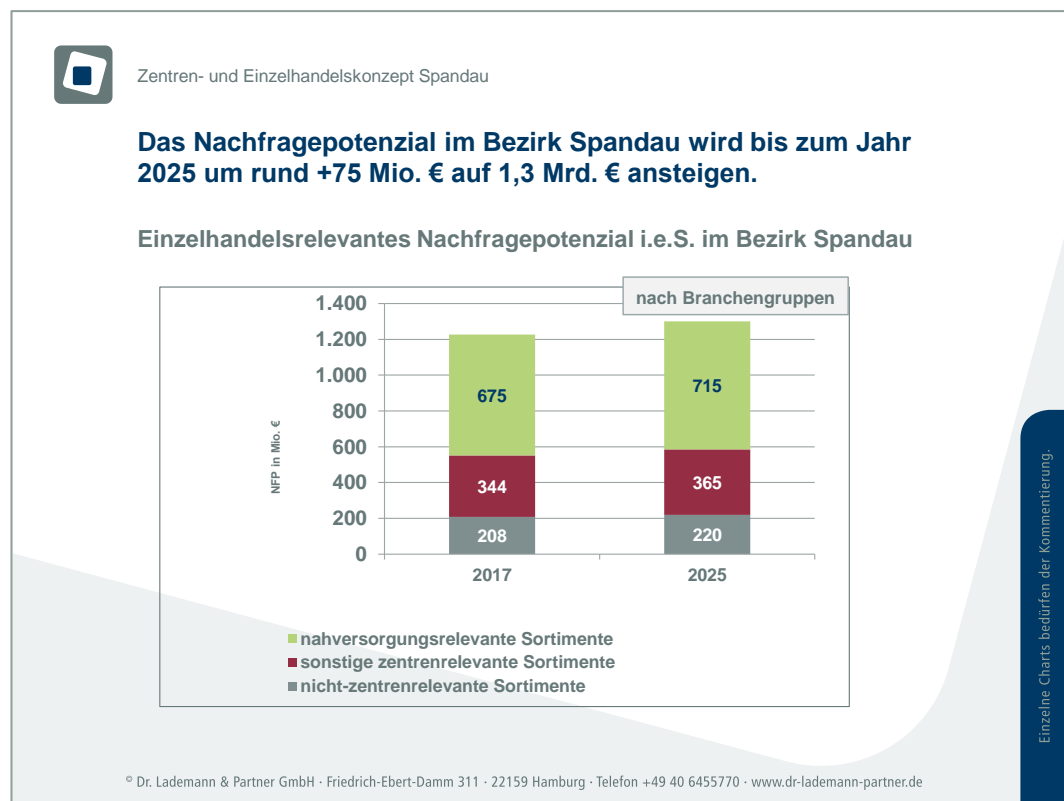


Abbildung 9: Nachfragepotenzial im Bezirk Spandau nach Branchengruppen

Dabei handelt es sich um das Volumen, das die Bewohner aus Spandau jährlich im Einzelhandel ausgeben – im Bezirk selbst und/oder an anderen Standorten bzw. Kanälen¹⁵.

¹⁵ Um dem Umstand der weiter steigenden Bedeutung des Distanzhandels Rechnung zu tragen, berücksichtigen die Berechnungen des relevanten Nachfragepotenzials, das im Folgenden auch in die Ableitung des Expansionsrahmens einfließt, nur die Ausgaben im Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. im klassischen stationären Einzelhandel. Schließlich ist auch das das relevante Nachfragepotenzial, an dem der Spandauer Einzelhandel partizipieren kann. Darauf würden noch zusätzlich die Ausgaben im Distanzhandel kommen. Ziel eines Bezirks einer Metropole



Unter Berücksichtigung der anwachsenden Bevölkerungsplattform im Bezirk, ergibt sich für Spandau für den Prognosehorizont 2025 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von rd. 1,3 Mrd. €.¹⁶

Nach Branchengruppen entfällt der Großteil des Nachfragepotenzials auf den periodischen bzw. nahversorgungrelevanten Bedarf (rd. 715 Mio. € in 2025).

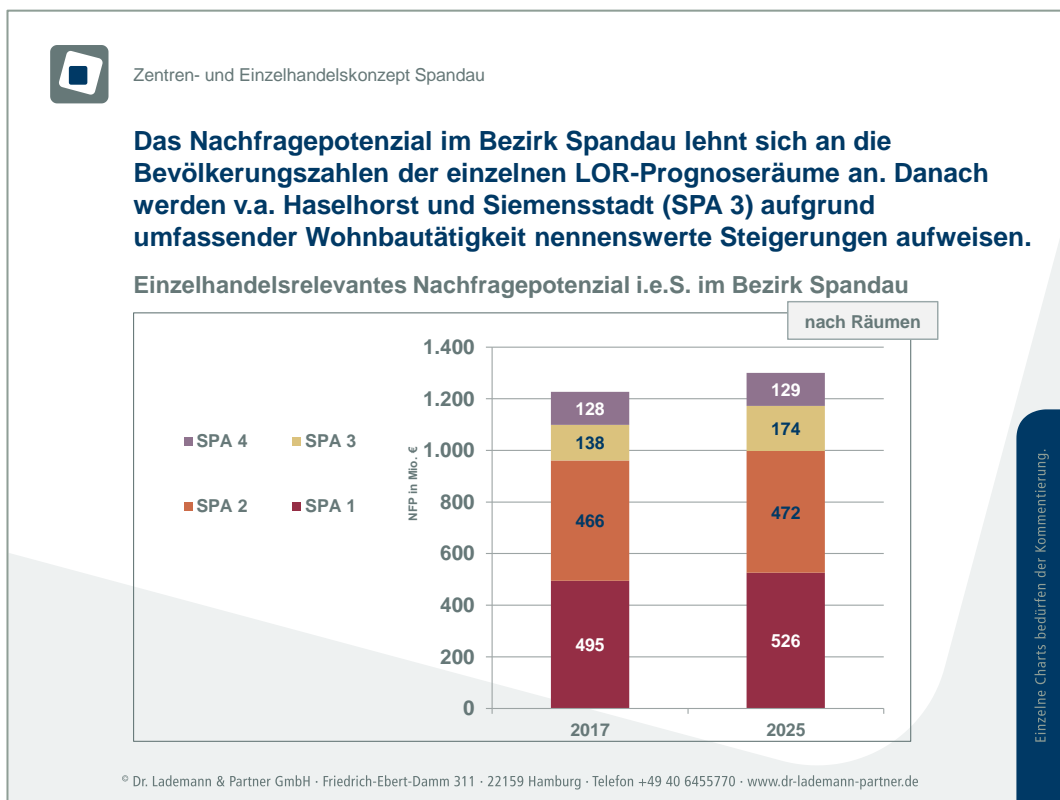


Abbildung 10: Nachfragepotenzial im Bezirk Spandau nach LOR-Prognoseräumen

sollte es sein, mit einem attraktiven stationären Einzelhandelsangebot zumindest nicht noch weitere signifikante Nachfrageanteile an den Online-Handel abzugeben. Umgekehrt ist zu empfehlen, dass sich der stationäre Einzelhandel durch ein paralleles Online-Geschäft zusätzliche Umsätze sichert. Dies bietet einen zusätzlichen Service für die Kunden und trägt dazu bei, auch stationäre Standorte abzusichern.

¹⁶Dabei wird davon ausgegangen, dass der bezirksspezifische Pro-Kopf-Ausgabesatz konstant bleibt. Bis 2025 ist mit einem weiteren Anstieg des Nachfragepotenzials zu rechnen, der sich konform mit der anhaltend positiven Einwohnerentwicklung vollziehen wird.



Untergliedert in die einzelnen LOR-Prognoseräume des Bezirks, stellen sich das Nachfragepotenzial und deren Entwicklung in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und der örtlichen Kaufkraftkennziffer uneinheitlich dar (vgl. Abbildung unten). Bis 2025 ist in allen Prognoseräumen ein Anstieg des Nachfragepotenzials zu erwarten. Dabei werden v.a. Haselhorst und Siemensstadt (SPA 3) aufgrund umfassender Wohnbautätigkeit nennenswerte Steigerungen aufweisen.

Bis zum Prognosehorizont 2025 wird sich das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial im Bezirk Spandau um rd. +75 Mio. € auf 1,3 Mrd. € erhöhen.



4.2 Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung (2013)

Im Januar 2013 wurde im Berliner Bezirk Spandau eine telefonische Haushaltsbefragung mit einer Stichprobe von 630 Haushalten¹⁷ durchgeführt. Diese repräsentative Befragung liefert u.a. wichtige Hinweise

- zur Einkaufsorientierung der Verbraucher,
- zu den Veränderungen der Einkaufsorientierungen,
- zur Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Hauptzentrum Spandau sowie zu Verbesserungsmöglichkeiten.

4.2.1 Einkaufsorientierung der Verbraucher im Raum

Anhand der Frage nach den Haupteinkaufsorten und den Ausgabenanteilen¹⁸ ausgewählter nahversorgungs-, überwiegend zentren- und nicht-zentren-relevanter Branchen lassen sich wichtige Anhaltspunkte für die spätere Nachfragestromanalyse gewinnen.

Die Orientierung der Verbraucher aus Spandau auf ihren Bezirk muss vor dem Hintergrund betrachtet werden, dass Spandau als Bezirk von Berlin naturgemäß nur einen gewissen Anteil von Nachfrage im Bezirk binden kann. Gewisse Abflüsse u.a. in Richtung der Berliner City West sind unter der gesamtstädtischen Perspektive gewollt und demnach nicht per se als negativ zu bewerten. Zudem fließt ein Teil der Nachfrage mit den Pendlerströmen in Richtung der Inneren Stadt ab. Grundsätzlich erscheint die Einkaufsorientierung v.a. der jüngeren und älteren Altersgruppen als noch ausbaufähig.

¹⁷Insgesamt wurden 630 Personen, die für den Einkauf des Haushalts zuständig sind, befragt. Die Zufallsauswahl wurde nach Ortsteilen einwohnergewichtet.

¹⁸Dabei ist darauf hinzuweisen, dass die in der Haushaltsbefragung genannten Einkaufsorientierungen auf Spandau nicht exakt die Nachfragebindungs- und -abschöpfungsquoten darstellen, sondern nur wichtige Orientierungswerte darstellen.

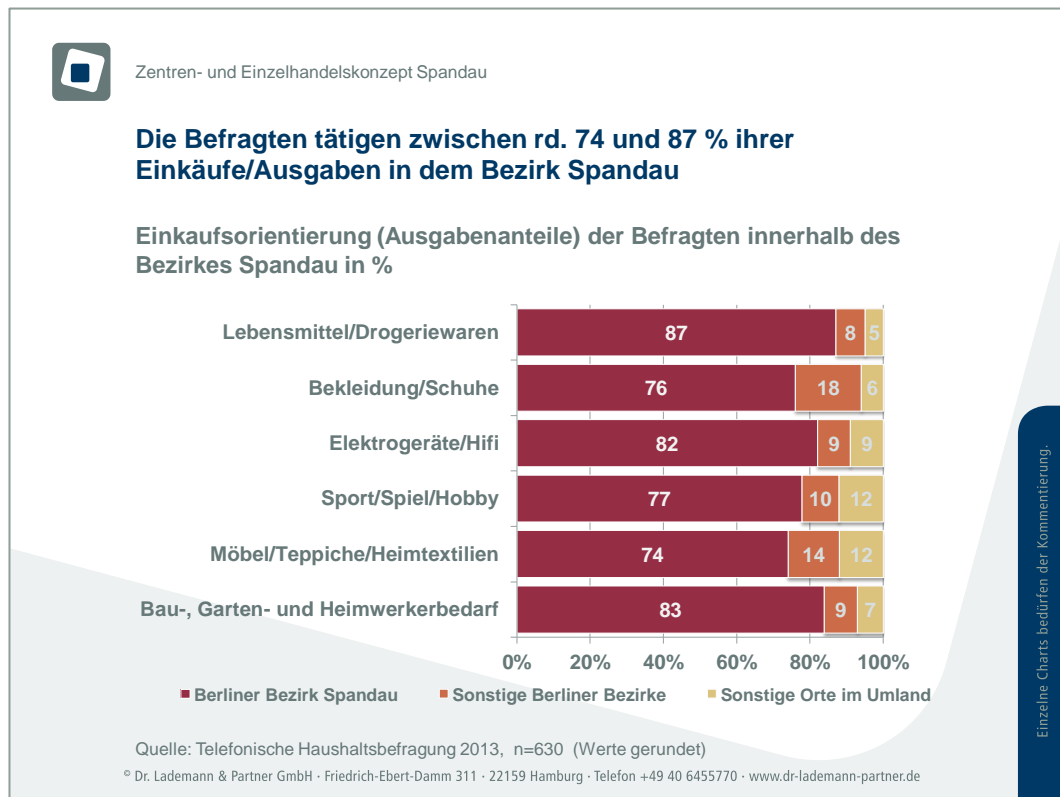


Abbildung 11: Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus dem Bezirk Spandau

- Im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente zeigt sich, dass mit rd. 87 % erwartungsgemäß die höchste Einkaufsorientierung auf den Bezirk Spandau erzielt wird.
- Die Einkaufsorientierung in den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen ist auf einem guten Niveau (76 % bis 82 %). Während v.a. im modischen Segment Abflüsse in Richtung ‚City West‘ zu konstatieren sind, ist der hohe Ausgabenanteil im Bereich Elektrogeräte/Hifi von 82 % als günstig zu beurteilen. Dennoch zeigt sich ein ausbaufähiges Niveau.

Als wichtigste Einkaufsalternative wird branchenübergreifend der Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf (v.a. City West) genannt. Die Einwohner südwestlicher Randlagen des Bezirkes fühlen sich zudem stärker mit Einzelhandelsstandorten in Brandenburg verbunden. Die Kaufkraftabflüsse in den nicht-stationären Handel fallen mit unter 2 % gering aus.

- Im überwiegend nicht-zentrenrelevanten Bedarf sind die Ergebnisse zu differenzieren. Im Segment Bau- und Gartenbedarf liegen die Ausgabenanteile auf einem hohen Niveau, da das Angebot in Spandau gut aufgestellt ist. Bei Möbel/Teppiche/Heimtextilien fällt die Einkaufsorientierung dagegen etwas ge-



ringer aus. Hier bestehen naturgemäß gewisse Nachfrageabflüsse in Richtung der in den sonstigen Berliner Bezirken und im Umland gelegenen großen, sogkräftigen Möbelhäuser (z.B. Möbel Höffner im Bezirk Mitte, Porta in Potsdam).

4.2.2 Veränderung der Einkaufsorientierungen

Die Verbraucher wurden im Rahmen der Haushaltsbefragung auch nach der Veränderung ihrer Einkaufsorientierungen in den letzten drei bis fünf Jahren befragt. Hierbei wurde die Veränderung der Einkaufshäufigkeit abgefragt, um konjunkturell bzw. durch Kaufzurückhaltung bedingte Ausgabenrückgänge möglichst auszublenden.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen Verschiebungen der Einkaufsorientierung zu Lasten des Bezirks Berlin-Spandau, die auf einen Attraktivitätsverlust des Bezirks Spandau im Zuge des sich verschärfenden interkommunalen und bezirksübergreifenden Wettbewerbs deuten. Aus den Ergebnissen lässt sich ein Handlungsbedarf zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandels in dem Bezirk Spandau ableiten.¹⁹ Dabei sind es vor allem die mittleren und älteren Altersgruppen, die sich vom Einzelhandelsstandort Spandau abgewandt haben, während bei den jüngeren Befragten wahrscheinlich schon vorher keine hohe Orientierung auf Spandau bestand.

¹⁹Erfahrungsgemäß geben die Konsumenten bei der Frage nach der Entwicklung der Einkaufshäufigkeit allerdings eher eine negativere Tendenz an, als sie der Realität entspricht. Rückgangquoten bis zu 10 % sind daher nicht als übermäßig hoch einzuschätzen. Zudem lässt sich aus der Frage nicht ermitteln, ob mit Abnahme der Einkaufshäufigkeit die Höhe des Durchschnittsbons steigt.

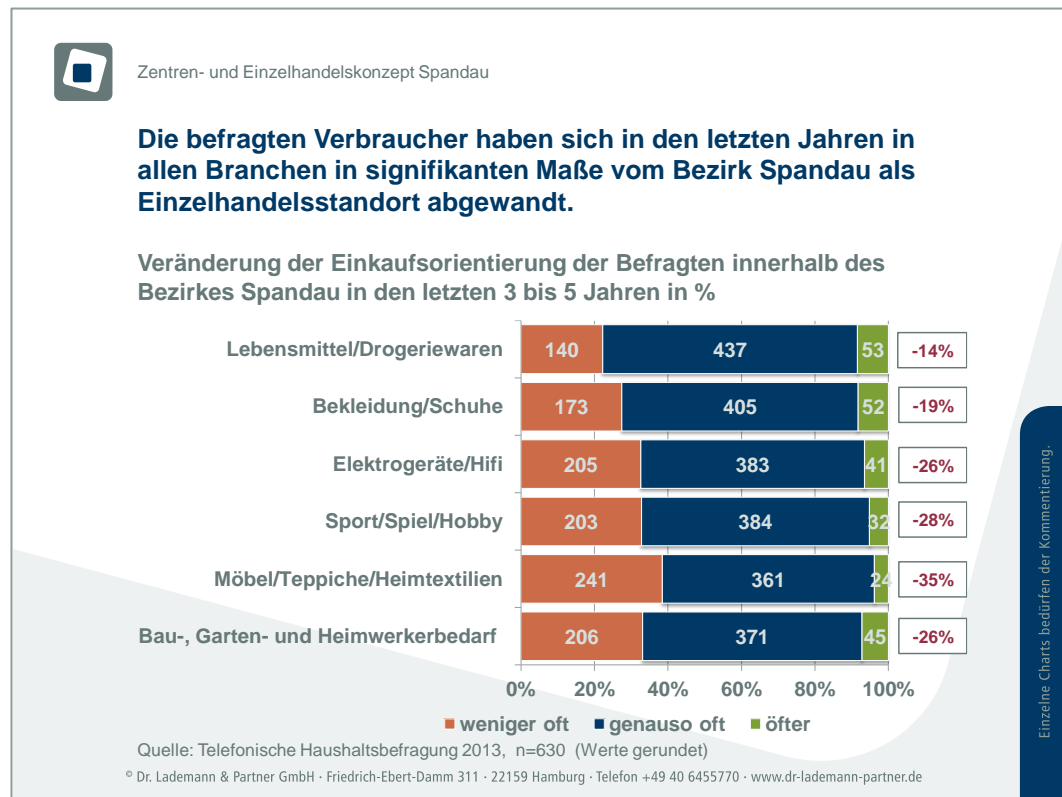


Abbildung 12: Veränderung der Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus dem Bezirk Spandau

Als Ergebnis der Befragung ist festzuhalten, dass die befragten Spandauer am Einzelhandelsstandort Spandau in allen Segmenten weniger oft einkaufen. Die Saldierung der Zunahmen („kaufe öfter im Bezirk Spandau ein“) und Abnahmen („kaufe weniger oft im Bezirk Spandau ein“) zeigt Rückgänge bis zu rd. 35 % (Sortiment Möbel/Teppiche/Heimtextilien) auf.

Der Bedeutungsverlust der zentrenrelevanten Sortimente ist erwartungsgemäß überwiegend auf die sogstarken Einkaufslagen der Metropole Berlin (City West und City Ost) mit einem breiten und tiefen Angebots- und Branchenmix zurückzuführen. Auch die Steglitzer Schloßstraße konnte 2013 mit der Eröffnung des Boulevards Berlin weiter an Attraktivität zunehmen. Als Hauptkonkurrenzstandort für den Bezirk Spandau wird v.a. der Berliner Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf genannt. Nicht stationäre Handelsformen (Katalog/Versand/ Internet) generieren auch in Spandau zunehmend Marktanteile, wenngleich diese auf einem niedrigen Niveau liegen.

4.2.3 Einkaufszufriedenheit und Standortimage des Hauptzentrums Spandau

Eine weitere Frage im Rahmen der Haushaltsbefragung galt der Bewertung des Hauptzentrums des Berliner Bezirks Spandau durch die Verbraucher in Form von Schulnoten. Die Differenzen in der Wahrnehmung der Altstadt und Spandau Arcaden erklären sich vor allem dadurch, dass verschiedene Befragtenengruppen in derartigen Umfragen eine unterschiedliche Sensibilisierung für bestimmte Themen aufweisen können. Grundsätzlich ist in diesem Zusammenhang zu konstatieren, dass die Befragten aus Berlin Spandau ihrem Bezirkszentrum mit einer gewissen Zufriedenheit begegnen (rd. 514 Stärken, rd. 462 Schwächen).

Insgesamt zeigt sich, dass die Befragten dem Spandauer Hauptzentrum durchschnittliche Noten geben. Nach Altersgruppen betrachtet, ist vor allem eine jüngere Zielgruppe mit der Konsumlage Spandau Arcaden besonders zufrieden.

Gute Noten werden dem Spandauer Hauptzentrum vor allem im Hinblick auf das Kriterium Erreichbarkeit (mit dem Auto 2,4; mit dem ÖPNV 1,8) zugewiesen.

Vergleichsweise schwach werden dagegen das Stellplatzangebot (2,8) und die Sauberkeit & Sicherheit (2,9) bewertet.

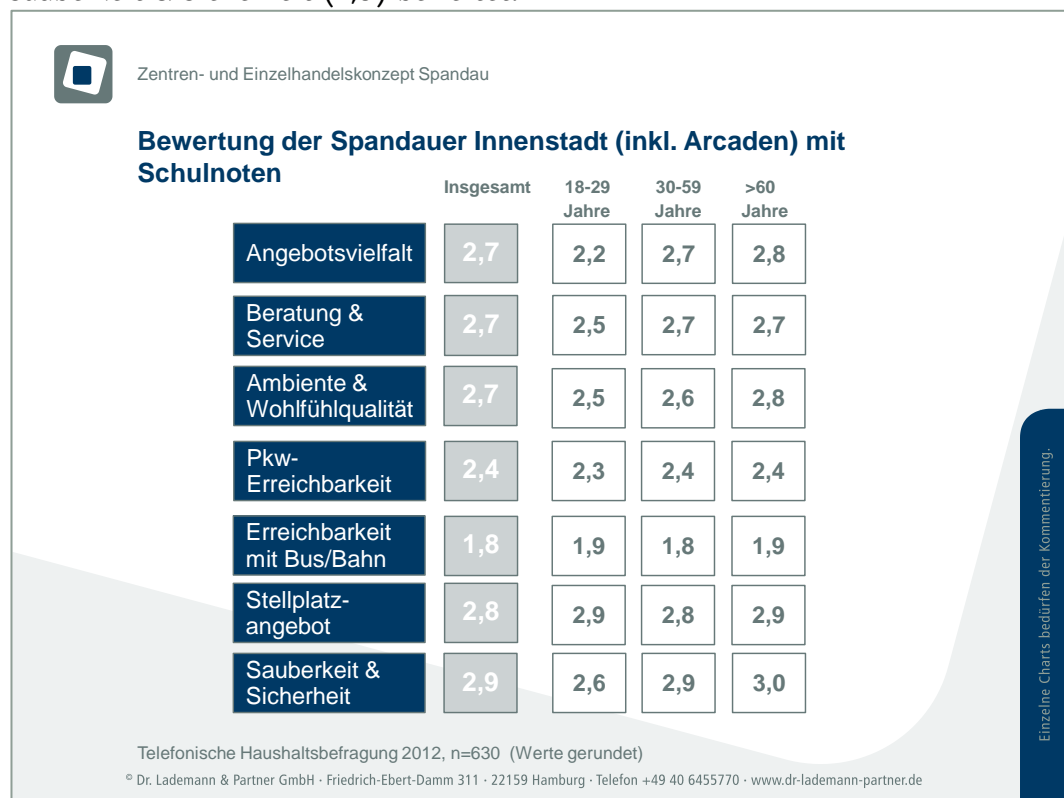


Abbildung 13: Benotung des Hauptzentrums (Altstadt und Spandau Arcaden)



Des Weiteren wurden die Verbraucher im Rahmen der Haushaltsbefragung – ungestützt – konkret zu den Stärken und Schwächen des Hauptzentrums als Einkaufsstandort befragt.

Die wesentlichen Stärken werden dabei vor allem in dem vielseitigen Angebot, der guten Atmosphäre der Altstadt sowie der schnellen und guten Verkehrsanbindung gesehen.

Als größte Schwächen werden zu viele „Billigläden“, schmutzige Straßen sowie zu wenige und zu teure Parkplätze genannt.

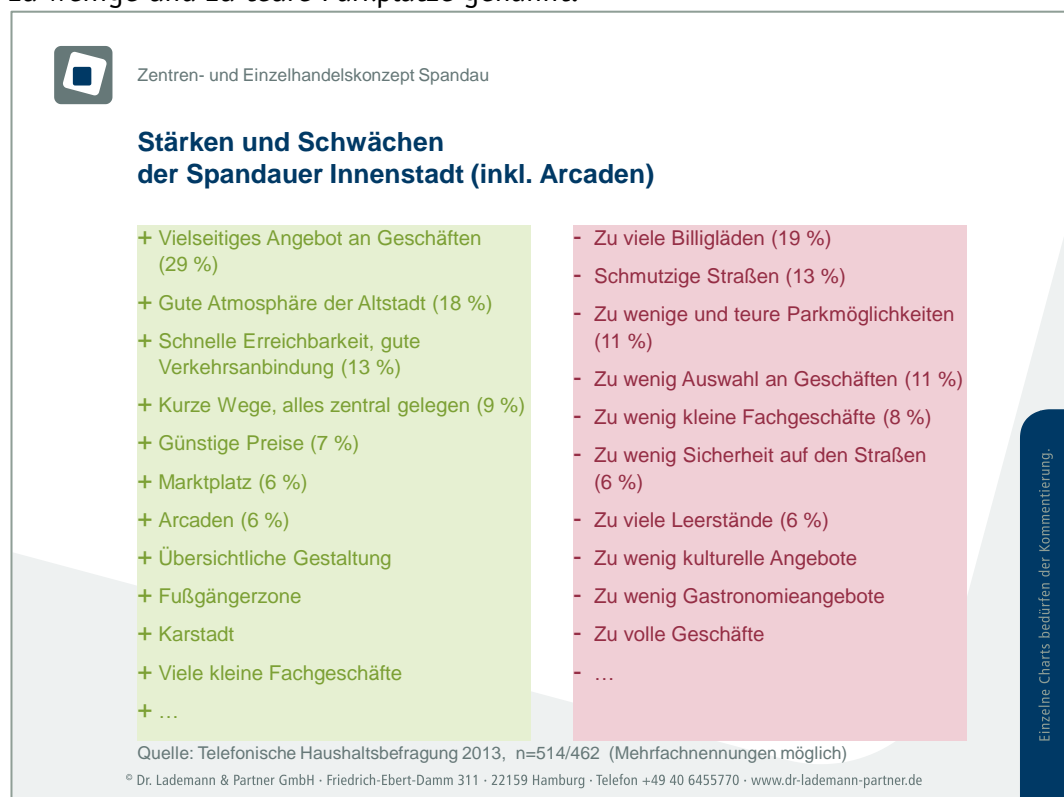


Abbildung 14: Stärken und Schwächen des Hauptzentrums Spandau

Zur Verbesserung der Einzelhandelsstandorte Altstadt und Spandau Arcaden sind in der Haushaltsbefragung zudem die Anregungen und Wünsche der Verbraucher erfragt worden (ungestützt), die die entscheidenden Faktoren für den Erfolg oder Misserfolg des Einzelhandelsstandorts darstellen.



Die Mehrheit der Nennungen bezieht sich dabei auf den quantitativen und qualitativen Ausbau des Einzelhandelsangebots. Neben dem allgemeinen Vorschlag zum Ausbau des Angebots bzw. Ausweitung der Vielfalt an (zielgruppenspezifischen) Geschäften, wurde vor allem die Ansiedlung weiterer Bekleidungsanbieter sowie kleiner, auch höherwertiger Fachgeschäfte gefordert. Außerdem wurde ein abwechslungsreicheres Gastronomieangebot angeführt.



Abbildung 15: Maßnahmenvorschläge zur Stärkung des Einzelhandelsstandorts Hauptzentrum Spandau

4.2.4 Kopplungsbeziehungen Spandau Arcaden - Altstadt

Die Spandau Arcaden werden von den Verbrauchern als eine der wesentlichen Stärken des Hauptzentrums Spandau benannt. Angesichts des Einzelhandelsbesatzes im Center ist dies nicht verwunderlich. Zwei Drittel der Altstadtbesucher gibt an, einen Besuch der Spandau Arcaden mit einem Besuch der Altstadt zu koppeln. Dies stellt grundsätzlich einen guten Wert dar, der darauf hinweist, dass die Spandau Arcaden als komplementärer Teil des Spandauer Bezirkszentrums wahrgenommen wird. Allerdings geschieht dies bei einem Teil der Befragten eher unregelmäßig. Hier liegt ein entscheidender Ansatzpunkt für die künftige Zentrenentwicklung – die stärkere Verknüpfung und damit ein intensiverer Kundenaustausch zwischen Spandau Arcaden und restlichen Zentrumslagen. Gerade



die Anreizpunkte der städtebaulichen Qualität einer gewachsenen Einkaufslage mit den entlang der Fußgängerzone verteilten multifunktionalen Angeboten stellen ein Potenzial dar, was weiter ausgeschöpft werden sollte.

Neben der geplanten Aufwertung der Unterführung und des Bahnhofsvorplatz wird prospektiv ein Impuls zur Verbesserung der städtebaulich-funktionalen Verknüpfung zwischen Altstadt und Arcaden erfolgen. In diesem Kontext sollten die Möglichkeiten der Umnutzung des ehemaligen Postareals abgewogen werden.

Der Bezirk Spandau befindet sich mit den umliegenden Einzelhandelsstandorten in einem starken interkommunalen und überbezirklichen Wettbewerb. Entwicklungspotenziale für das Hauptzentrum Spandau werden u.a. in dem Ausbau des Angebots gesehen. Qualitative Maßnahmen sollten zur Stärkung des komplementären Profils forciert werden.

5 Angebotssituation des Einzelhandels im Bezirk Spandau

5.1 Verkaufsflächenstruktur in Berlin-Spandau

5.1.1 Verkaufsflächenangebot

Nach den Erhebungen von Dr. Lademann & Partner verfügt der Berliner Bezirk Spandau im Februar 2015 (teilaktualisiert 2016/17) in 908 Ladeneinheiten über eine aktiv betriebene einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche²⁰ von insgesamt rd. 331.800 qm.

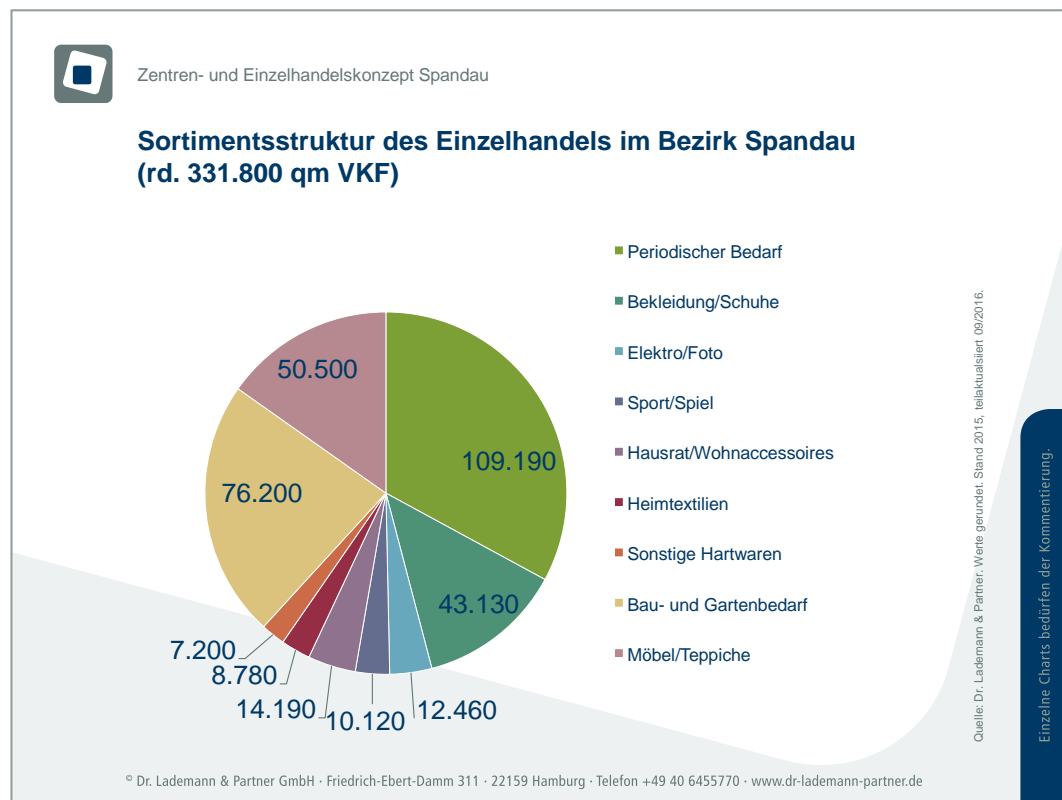


Abbildung 16: Sortimentsstruktur des Spandauer Einzelhandels (2016/2017)

²⁰ Ohne Leerstandsflächen.

Hinweis: In 2016 wurden insbesondere erfolgte Veränderungen der strukturprägenden Anbieter > 400 qm / 800 qm VKF sowie wesentliche Veränderungen in den agglomerierten Standortlagen erfasst.



Die Angebotsstruktur des Spandauer Einzelhandels wird v.a. von nahversorgungsrelevanten Sortimenten und dem Bau- und Gartenbedarf geprägt.

Blickt man auf die Verkaufsflächen der jeweiligen Standortlagen des Bezirks Spandau, so lässt sich feststellen, dass rd. 37 % der Verkaufsfläche auf die bezirklichen Zentren (einschließlich Nahversorgungszentren) entfällt. Flächenseitig betrachtet entfällt damit der größte Flächenanteil auf sonstige Lagen (rd. 44 %) bzw. auf zwei leistungsstarke Fachmarkttagglomerationen (rd. 18 %). Die Verkaufsflächenstruktur deutet auf eine weitestgehend angemessene funktionale Arbeitsteilung zwischen den Standortlagen und Branchen hin; wenngleich ein gewisser Anteil an sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten auch in Streulagen zu finden ist. Zugleich ist auf die Bedeutung der (nahversorgungsrelevanten) Streulagen für die Nahversorgung hinzuweisen.

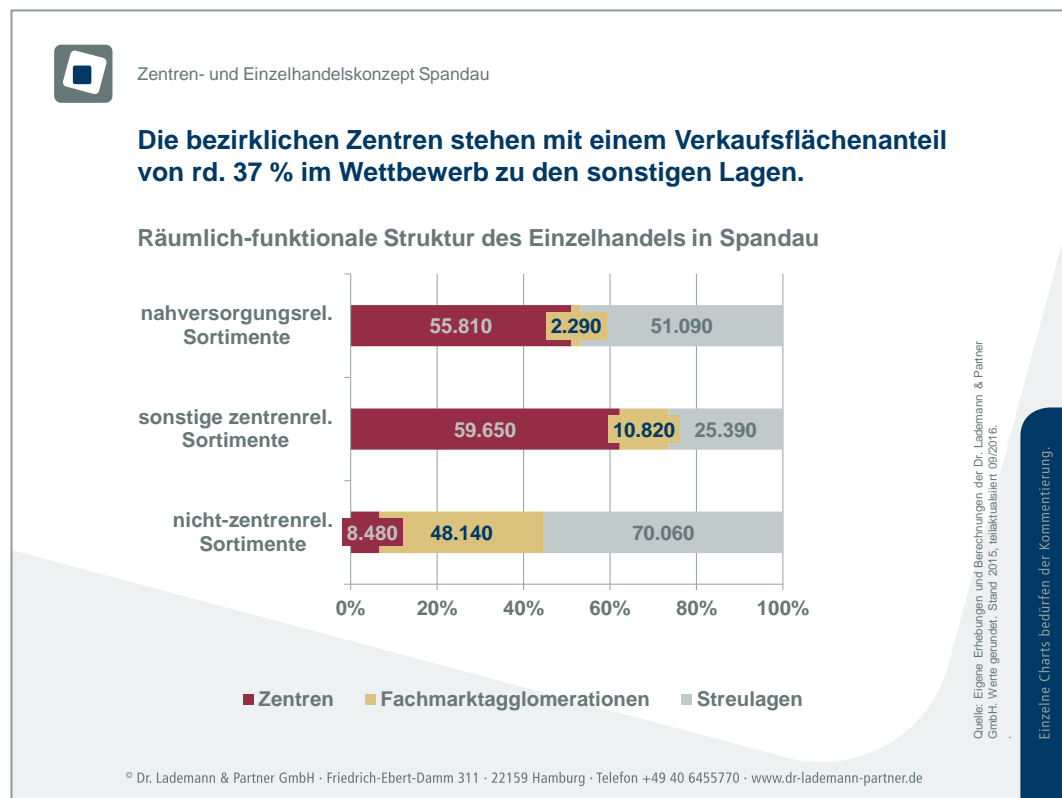


Abbildung 17: Verkaufsflächenstruktur nach Standortlagen



Unter den agglomerierten Standortlagen stellt das Hauptzentrum Spandau (rd. 62.000 qm) funktionsgerecht mit deutlichem Abstand den gewichtigsten Einzelhandelsstandort im Bezirk dar. Die flächenextensiven Fachmarkttagglomerationen stellen mit insg. 61.300 qm ein umfangreiches Angebot überwiegend nicht-zentrenrelevanter Sortimente bereit. Der Verkaufsflächenumfang fällt im direkten Vergleich mit den übrigen elf bestehenden Zentren jeweils bedeutend höher aus. Nur das kernstädtisch geprägte OTZ Wilhelmstadt sowie das OTZ Streitstraße und das OTZ Siemensstadt sind mit jeweils etwa 10.000 qm Verkaufsfläche quantitativ vergleichsweise gut aufgestellt. Gemessen an der Anzahl der (aktiv betriebenen) Einzelhandelsbetriebe ist neben dem Hauptzentrum v.a. das OTZ Siemensstadt anzuführen, was wiederum auf eher kleinteiligere Ladenstrukturen weist.

Überdies ist die hohe Anzahl den Einzelhandel ergänzender Funktionen (Dienstleistungsunternehmen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen,..) für die Nutzungsvielfalt und Vitalität von Zentren von großer Bedeutung.

Einzelhandelstruktur nach Zentren im Berliner Bezirk Spandau (2017)*		
	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm
HZ Spandau Zentrum	246	62.030
OTZ Siemensstadt	44	11.460
OTZ Streitstraße	28	12.100
OTZ Obstallee	22	4.380
OTZ Kladow	32	5.790
OTZ Wilhelmstadt	87	9.190
NVZ Am Kiesteich	15	3.310
NVZ Brunsbütteler Damm/Magistratsweg	21	3.210
NVZ Haselhorst	24	3.210
NVZ Westerwaldstraße	11	4.490
NVZ Neustadt	18	2.080
NVZ Heerstraße/Nennhauser Damm	4	2.710
FMA Gewerbehof	10	37.610
FMA Paulsternstraße	11	23.640
Streulagen	335	146.560
Gesamt	908	331.770

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH. Werte gerundet.
* Ohne Leerstand und Dienstleistungen. Stand 2015, teilaktualisiert 2016. Ohne Zentren in Planung.

Tabelle 4: Verkaufsflächenstruktur nach Zentren im Bezirk Spandau



5.1.2 Branchen- und Betriebsgrößenstruktur

Das Einzelhandelsangebot im Bezirk Spandau wird durch eine ausgewogene Branchenstruktur gekennzeichnet:

- Mit rd. 109.200 qm entfällt rd. ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt sogar bei 51 % und deutet auf eine sehr kleinteilige Einzelhandelsstruktur hin.
- Mit rd. 95.900 qm entfällt rd. 29 % der Einzelhandelsflächen auf den sonstigen zentrenrelevanten Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 41 % und deutet ebenfalls auf eine Kleinteiligkeit des Einzelhandels hin.
- Der nicht-zentrenrelevante Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 38 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 126.700 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 8 %.

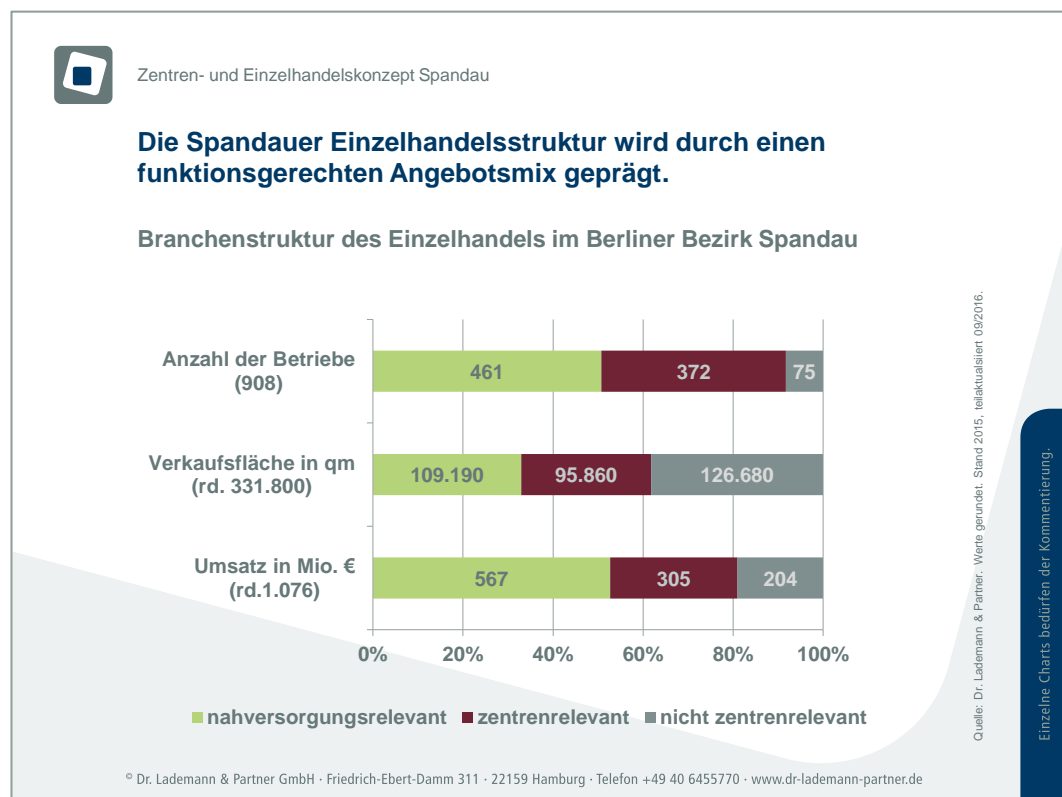


Abbildung 18: Branchenstruktur des Einzelhandels



Im Bezirk Spandau befinden sich 90 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm), die rd. 75 % der Einzelhandelsverkaufsfläche auf sich vereinen. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass der übrige Bestand äußerst kleinteilig strukturiert ist.

Stellt man die Verkaufsfläche der Anzahl an Betrieben gegenüber, so lassen sich Rückschlüsse auf die Betriebsgrößenstruktur der jeweiligen Zentren ableiten. Während sich die mittlere Ladengröße auf rd. 365 qm beläuft, weisen die Zentren im Mittel ganz überwiegend kleinteiligere Strukturen als die Streulagen und insbesondere als die Fachmarktlagen auf. Dies deutet auf eine grundsätzlich schwierige Ausgangslage des (Zentren-)Einzelhandels. Über besonders kleinteilige Strukturen verfügt das OTZ Wilhelmstadt und das NVZ Neustadt (rd. 110 qm je Ladenlokal); das NVZ Heerstraße/Nennhauser Damm und das OTZ Streitstraße sowie das NVZ Westerwaldstraße sind mit 680 qm, 430 qm bzw. 410 qm je Ladenlokal im Zentrenvergleich zeitgemäßer bzw. fachmarktorientiert aufgestellt. Über großmaßstäbliche Einzelhandelsstrukturen verfügen funktionsgerecht die Fachmarkttagglomerationen Gewerbehof und Paulsternstraße.

Das Gesamtverkaufsflächenangebot im Bezirk Spandau beträgt rd. 331.800 qm. Das Hauptzentrum stellt mit einem Fünftel der Verkaufsfläche die wichtigste Standortlage dar.



5.2 Umsatzsituation des Einzelhandels in Berlin-Spandau

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber sowie der spezifischen Wettbewerbssituation geschätzt. Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe des Bezirks Spandau im Geschäftsjahr 2015/2016²¹ auf insgesamt

rd. 1,076 Mrd. €.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 3.250 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr. Die Flächenproduktivität fällt aufgrund des hohen Anteils an nicht-zentrenrelevanten Betrieben, die tendenziell niedrigere Flächenproduktivitäten aufweisen, unterdurchschnittlich aus.

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Der Umsatzanteil des nahversorgungsrelevanten Bedarfs beträgt rd. 567 Mio. € (ca. 53 %) bei einem Flächenanteil von rd. 33 %. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt somit bei etwa 5.200 € je qm Verkaufsfläche.
- Auf den zentrenrelevanten Bedarf entfallen etwa 28 % des Umsatzes (rd. 305 Mio. €) bei einem Verkaufsflächenanteil von rd. 29 %. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 3.200 € je qm VKF.
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt bei etwa 19 % (rd. 208 Mio. €) bei einem Flächenanteil von rd. 38 %. Daraus resultiert eine erwartungsgemäß relativ geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.600 € je qm VKF.

²¹ In der Umsatzschätzung wurden solche Veränderungen seit 2015 berücksichtigt, die mit Stand Ende 2016 eröffnet haben. Sie schlagen sich in der aktualisierten Umsatzstruktur nieder (Umsatzzuwachs durch Vorhabenrealisierung). Eine neue einzelbetriebliche Umsatzschätzung erfolgte in der vorliegenden Aktualisierung nicht – allerdings wurden im Jahr 2017 hinsichtlich Verkaufsfläche und Umsatz plausibilisierende Einschätzungen (v.a. in Bezug auf strukturprägende Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels) vorgenommen.



Einzelhandelszentralität nach Branchen (2017)						
Branchen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Potenzial in Mio. €	Zentralität in %	
Nahrungs- und Genussmittel	350	88.620	451	545	83	
Gesundheits- und Pflegeartikel/pharmazeutischer Bedarf	92	15.200	90	99	91	
Zeitungen/Zeitschriften, Bücher/Schreibwaren	19	5.370	26	31	85	
Periodischer Bedarf	461	109.190	567	675	84	
Bekleidung	90	35.580	113	114	100	
Schuhe/Lederwaren	23	7.550	23	26	91	
Haushaltswaren/GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel	38	14.190	32	27	119	
Spielwaren/Hobbybedarf	16	4.800	12	18	66	
Sport- und Campingbedarf	27	5.320	13	17	74	
Haus- und Heimtextilien (ohne Teppiche)	15	8.780	18	17	103	
Elektrogeräte/Lampen/Leuchten/Unterhaltungselektronik	51	10.960	61	78	78	
Foto/Optik	26	1.500	8	15	55	
Uhren/Schmuck	31	1.550	14	14	99	
Blumen	44	3.200	7	10	63	
Tierbedarf	11	2.430	4	9	49	
Zentrenrelevanter Bedarf	372	95.860	305	344	89	
Bau- und Gartenbedarf inkl. KFZ-Bedarf	47	76.230	98	126	78	
Möbel/Teppiche	28	50.450	106	82	129	
Nicht-zentrenrelevanter Bedarf	75	126.680	204	208	98	
Summe/Mittelwert	908	331.730	1.076	1.226	88	

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet

Tabelle 5: Umsatzstruktur des Einzelhandels

Auf die Zentren entfällt dabei mit 48 % des Gesamtumsatzes ein Umsatz in Höhe von rd. 512 Mio. €. Die Betriebe in den sonstigen Lagen erwirtschaften analog zu dem hohen Verkaufsflächenbestand einen Umsatz von 577 Mio. €. Insbesondere aufgrund der Agglomerationswirkungen der Zentren sowie dem tendenziell geringeren Anteil umsatzschwacher nicht-zentrenrelevanter Sortimente fällt die durchschnittliche Flächenproduktivität in den Zentren mit rd. 4.100 € je qm VKF deutlich höher aus als in den Streu- und Fachmarktlagen (rd. 2.700 € je qm



VKF). Umsatzseitig stellt das Hauptzentrum Spandau (rd. 252 Mio. € Umsatz) funktionsgerecht den stärksten zentralen Versorgungsbereich in Spandau dar.

Einzelhandelstruktur nach Zentren im Berliner Bezirk Spandau (2017)*		
	Umsatz in Mio. €	Flächen- produktivität in € je qm VKF
HZ Spandau Zentrum	251,6	4.060
OTZ Siemensstadt	35,2	3.070
OTZ Streitstraße	47,3	3.910
OTZ Obstallee	18,1	4.140
OTZ Kladow	29,3	5.060
OTZ Wilhelmstadt	38,7	4.220
NVZ Am Kiesteich	17,0	5.140
NVZ Brunsbütteler Damm/Magistratsweg	13,7	4.290
NVZ Haselhorst	14,9	4.660
NVZ Westerwaldstraße	24,8	5.520
NVZ Neustadt	8,6	4.150
NVZ Heerstraße/Nennhauser Damm	12,3	4.550
FMA Gewerbehof	104,7	2.780
FMA Paulsternstraße	48,4	2.050
Streulagen	411,8	2.810
Gesamt	1076,4	3.240

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH. Werte gerundet.
* Ohne Leerstand und Dienstleistungen. Stand 2015, teilaktualisiert 2016. Ohne Zentren in Planung.

Tabelle 6: Umsatzstruktur nach Zentren im Bezirk Spandau

Die Flächenproduktivität der jeweiligen Zentren fällt sehr unterschiedlich aus und hängt in starkem Maße von den jeweiligen Anteilen der nahversorgungsrelevanten, sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ab. Generell lässt sich festhalten, dass diejenigen Zentren, bei denen der Anteil von Betrieben des periodischen Bedarfs besonders hoch ausfällt, tendenziell auch über eine höhere durchschnittliche Flächenproduktivität verfügen (z.B. im NVZ Westerwaldstraße und im NVZ Am Kiesteich). Auch das Hauptzentrum Spandau weist aufgrund der Agglomerationswirkungen eine überdurchschnittlich hohe Flächenproduktivität von rd. 4.100 € je qm Verkaufsfläche auf. In den Zentren, in denen vor allem flächenextensive Anbieter von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten angesiedelt sind, fällt die durchschnittliche Flächenproduktivität dagegen eher gering aus (z.B. OTZ Siemensstadt).



Umsatzseitig wird der Einzelhandel im Bezirk Spandau vom nahversorgungsrelevanten Bedarf dominiert. Insgesamt beträgt das Umsatzvolumen im Bezirk rd. 1,08 Mrd. €, wovon rd. 23 % auf das Hauptzentrum entfallen.

5.3 Leerstandssituation in Berlin-Spandau

Zum Zeitpunkt der Leerstands-Erhebung in 2016 standen im Bezirk Spandau 157 Ladeneinheiten mit einer potenziellen Verkaufsfläche von rd. 12.900 qm leer²².

Dies entspricht einer Leerstandsquote von rd. 4 % bezogen auf die potenzielle Verkaufsfläche sowie von rd. 15 % bezogen auf die Anzahl an Ladengeschäften. Die Leerstände konzentrieren sich in erster Linie auf kleinteilige Flächen (mittlere Ladengröße: 82 qm)²³.

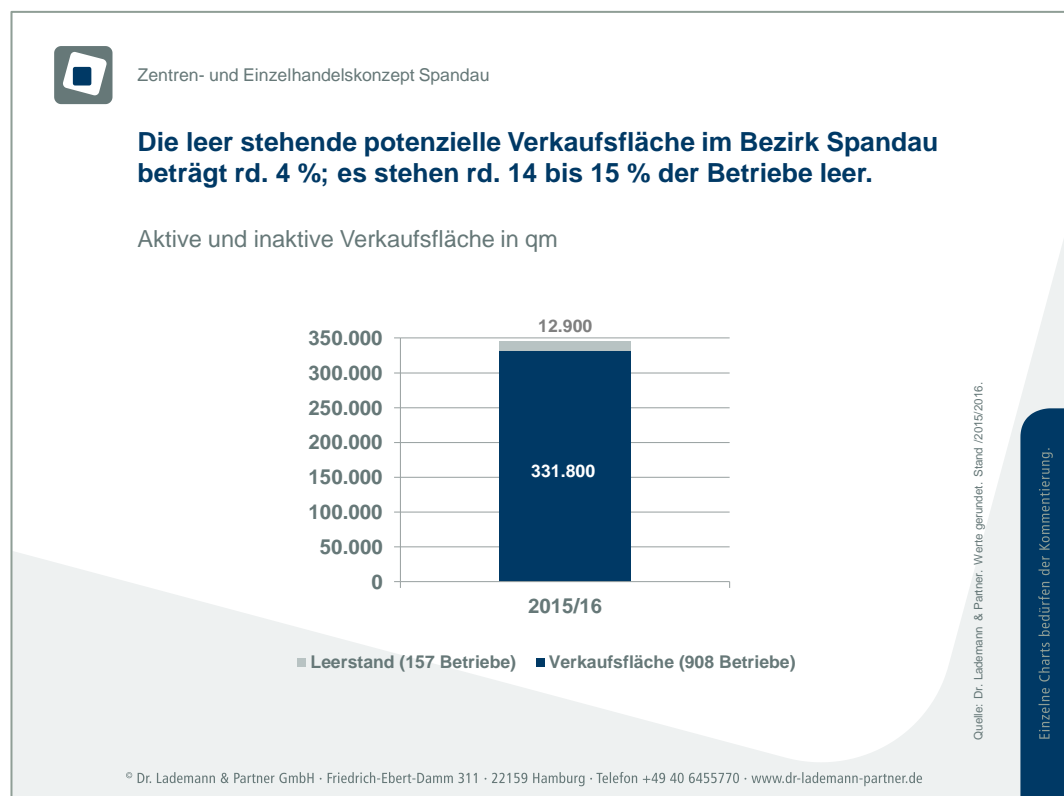


Abbildung 19: Leerstandssituation im Bezirk Spandau

²²Diese potenzielle Verkaufsfläche konnte im Rahmen der Bestandserhebung nur grob geschätzt werden, da die Verkaufsräume von außen nicht immer klar einsehbar waren.

²³Ein gewisser Grad an Leerständen (etwa 3 % am Gesamtbestand) wird für das Funktionieren eines Immobilienmarkts sogar vorausgesetzt.



Dabei fällt die Leerstandsquote in den Streulagen sowie im OTZ Wilhelmstadt und zum Zeitpunkt der Erhebung auch im NVZ Heerstraße/Nennhauser Damm²⁴ (jedes fünfte bzw. vierte Ladenlokal steht leer) etwas höher aus als in den sonstigen Zentren. Während in den Zentren insgesamt rd. 4.800 qm potenzielle Verkaufsfläche in rd. 68 Ladeneinheiten leer stehen, sind in den Streulagen rd. 8.100 qm potenzielle Verkaufsfläche in rd. 89 Ladeneinheiten von Leerstand betroffen. Dies entspricht einer Leerstandsquote in den Streulagen von rd. 5 % bezogen auf die Verkaufsflächen bzw. rd. 21 % bezogen auf die Anzahl der Ladengeschäfte. In den Zentren beläuft sich die Leerstandsquote auf rd. 4 % bezogen auf die Verkaufsflächen und rd. 11 % bezogen auf die Anzahl der Ladeneinheiten. Auch wenn sich die Quote bei undifferenzierter Betrachtung in einer vertretbaren Größenordnung beläuft, befindet sie sich bei differenzierter Betrachtung auf einem Niveau, das tlw. auf einen Handlungsbedarf hindeutet.

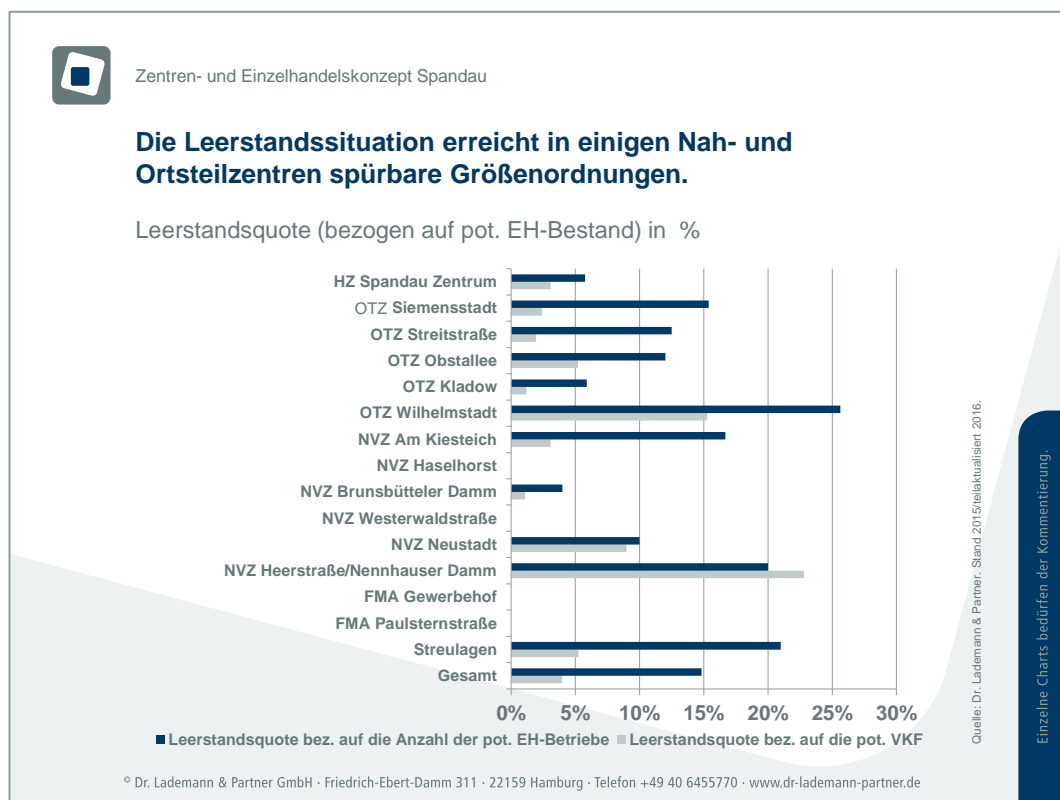


Abbildung 20: Leerstandsquoten nach Standortlagen

²⁴ Hinweis: Der das Zentrum prägende Leerstand wurde in der Zwischenzeit von einem Action-Nonfood-Discounter nachgenutzt.



Über eine besonders hohe Leerstandsquote verfügen vor allem die Nahversorgungszentren Heerstraße/Nennhauser Damm und Neustadt und die Ortsteilzentren Wilhelmstadt und Siemensstadt. Hier liegen die Quoten in Bezug auf die Verkaufsfläche und/oder die Anzahl der Betriebe bei über 10 %. Die Leerstände konzentrieren sich tendenziell stärker auf Zentren der unteren Hierarchieebenen und die Streulagen, während das Hauptzentrum und die Fachmarktstandorte tendenziell weniger von Leerständen betroffen sind. Die erhöhten Leerstandsquoten für die Streulagen sind zu relativieren, dass diese nicht konzentriert vorkommen und dadurch nicht besonders stark wahrgenommen werden.

5.4 Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in Berlin-Spandau

Zwischen den Jahren 2015 und 2016 sind im Bezirk Spandau fünf großflächige Lebensmittelmärkte eröffnet worden, die in der vorliegenden Teilaktualisierung (2017) als strukturprägende Bestandsbetriebe berücksichtigt wurden:

Einzelhandelsrelevante, großflächige Neueröffnungen (2015-2017)				
Ortsteil, Straße	Lage	Geplante VKF in qm	Betriebstyp, Name	Status
Falkenhagener Feld, Salchendorfer Weg 1	NVZ Westerwaldstraße	1.200	Aldi-Discounter	in Betrieb
Hakenfelde, Rustweg 2	Streulage	1.600	Rewe-Verbrauchermarkt	in Betrieb
Siemensstadt, Paulsternstraße 20	FMA Paulsternstraße	1.200	Aldi-Discounter	in Betrieb
Hakenfelde, Streitstr. / Goltzstraße	ZVB Carossa Quartier	3.100	E-Center (2. BA): Discounter (Aldi), Drogerie (Rossmann)	in Betrieb
Kladow, Ritterfelddamm 200	Streulage	1.155	Aldi-Discounter	in Betrieb

Quelle: Berliner Bezirk Spandau (07/2020). Eigene Zusammenstellung. Vorhaben wurden bereits in aktueller Analyse berücksichtigt.

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante, großflächige Neueröffnungen (2015-2016)

Im Juli 2020 liegen der Spandauer Verwaltung weitere einzelhandelsrelevante Planvorhaben vor, die sich vorwiegend auf den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel beziehen und im Folgenden kurz skizziert werden. Sofern die Planvorhaben über einen fortgeschrittenen Planungsstand verfügen bzw. bereits realisiert sind, sind diese vom Expansionsrahmen abzuziehen (bei Erweiterungen ist nur der Verkaufsflächenzuwachs einzustellen). Gleichzeitig muss an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass die Auflistung einen ungefähren Orientierungswert darstellt, da ausschließlich die großflächigen Neueröffnungen und bedeutenden Erweiterungen aufgelistet wurden. Neben Flächenerweiterungen ist es ebenso zu kleinflächigen Geschäftsaufgaben (z.B. induziert durch Verlagerungen) gekommen.



Einzelhandelsrelevante Planvorhaben und großflächige Neueröffnungen (Stand 07/2020)				
Ortsteil, Straße	Lage	Geplante VKF in qm	Betriebstyp, Name	Status
Brunsbütteler Damm, Brunsbütteler Damm 201	Streulage	900	Aldi-Discounter	fertiggestellt
Falkenhagener Feld, Seegefelder Weg 391	Streulage	1.100	Lidl-Discounter	fertiggestellt
Spandau-Mitte, Brunsbütteler Damm 57	Streulage	4.050	Kaufland-Verbrauchermarkt zuzügl. Shops	fertiggestellt
Spandau-Mitte, Fehrbelliner Straße 29	Streulage	800	Netto-Discounter	fertiggestellt
Wilhelmstadt, Heerstraße 221	Streulage	960	Netto-Discounter	fertiggestellt
Spandau-Mitte, Pichelswerder Str. 5-7 / Gewerbehof 3/9	FMA Gewerbehof	4.500	Kaufland-Verbrauchermarkt, Drogerie, Nonfood bis 10% zuzügl. Shops	fertiggestellt
Falkenhagener Feld, Wasserwerkstr./ Falkenseer Ch.	NVZ Am Kiesteich	1.800	Rewe-Verbrauchermarkt	Abriss und Erweiterungsneubau geplant
Wilhelmstadt, Heerstraße 284	Streulage	2.000	Edeka-Verbrauchermarkt	genehmigt und im Bau
Brunsbütteler Damm, Nennhauser Damm 170	NVZ Heerstraße/ Nennhauser Damm	1.200	Ehemals Aldi	Aldi ist raus, jetzt Action
Brunsbütteler Damm, Barmbeker Straße / Brunsbütteler Damm 274	NVZ Magistratsweg	1.700	Rewe-Verbrauchermarkt	fertiggestellt
Gatow/Kladow, Sakrower Landstraße 1	OTZ Kladow	1.800	Rewe-Verbrauchermarkt	Erweiterung in Planung
Gatow/Kladow	OTZ Kladow	0	Aldi-Discounter	hat den Standort verlassen
Galenstraße 33-35	Streulage	1.250	Aldi-Discounter	Abriss und Erweiterungsbau. 990 auf 1.2250 qm VKF geplant, Bauantrag eingereicht
Charlottenburger Chaussee 30	Streulage	1.266	Aldi-Discounter	Erweiterung auf 1.266 qm genehmigt
Brunsbütteler Damm 208	Streulage	1.200	Lidl-Discounter	in Planung
Spandau-Mitte, Klosterstraße/ Ruhlebener Straße	HZ Spandau	6400	Geschäftshäuser ohne Sortimentsbeschränkung; Schwerpunkt: periodische Sortimente + Sportbedarf	in Planung
Siemensstadt, Gartenfelder Straße	NVZ Gartenfeld	4500	Großer Verbrauchermarkt und arrondierende Angebote	in Planung
Haselhorst, Daumstraße/ Rhenaniastraße	Streulage	max. 1.500	Lebensmittelmarkt	in Planung

Quelle: Berliner Bezirk Spandau (07/2020). Eigene Zusammenstellung.
Vorhaben sind vom Verkaufsflächenpotenzial noch abzuziehen. Bei Erweiterungen sind die Bestandsverkaufsflächen noch abzuziehen.

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Planvorhaben (Umsetzung in 2017 ff.)



6 Regionale Wettbewerbssituation

Im Folgenden werden die wesentlichen Wettbewerbsstandorte des Spandauer Einzelhandels kurz charakterisiert, um die Wettbewerbssituation zu beleuchten. Die Wettbewerbsstandorte befinden sich sowohl im Berliner Stadtgebiet als auch im Brandenburger Umland.

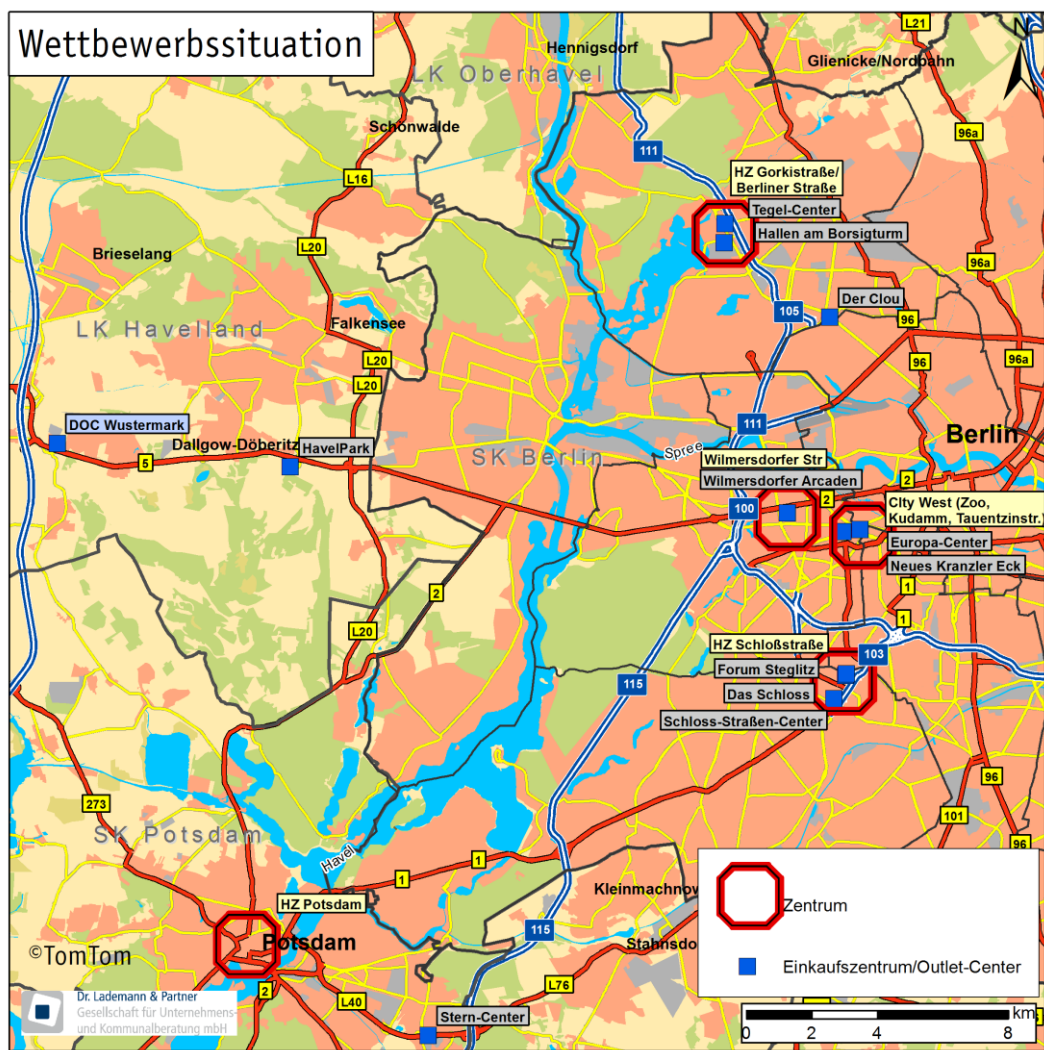


Abbildung 21: Wettbewerbssituation



Hauptzentrum Schloßstraße²⁵

Einkaufsschwerpunkt des kaufkraftstarken Bezirks Steglitz ist die Schloßstraße. Die straßenbegleitende Konsumlage ist durch eine hohe Nutzungsdichte und großmaßstäbliche Handelsimmobilien geprägt: U.a. sind das Forum Steglitz, ‚Das Schloss‘, das Schloßstraßen-Center und das Schloss 100 zu nennen. Durch das Refurbishment von zwei Warenhäusern eröffnete 2012 am Standort Karstadt der Boulevard Berlin. Neben dem Bekleidungskaufhaus Peek & Cloppenburg und dem Globetrotter-Outdoormarkt trägt v.a. Primark zu einer hohen Anziehungs- und Ausstrahlungskraft der Einkaufslage bei. Die Schloßstraße zeichnet sich durch ein breites, mittel- bis höherwertiges Warenangebot und eine ausgewogene Branchenstruktur aus. Durch diverse ergänzende Nutzungen (Rathaus Steglitz, Bezirksbibliothek, etc.) sowie einer guten Erreichbarkeit (U-Bahn), strahlt das Hauptzentrum über die Bezirksgrenze in die angrenzenden Bezirke und das Brandenburger Umland aus.

Zentrumsbereich City West

Der City West (Charlottenburg-Wilmersdorf und Tempelhof-Schöneberg) ist bipolar ausgeprägt: Das traditionelle Einkaufszentrum des Berliner Westens erstreckt sich auf knapp 3 km Länge entlang des Kurfürstendamms und der Tauentzienstraße²⁶. Es stellt mit einem differenzierten Einzelhandelsangebot teils hochwertiger Sortimente das größte Einzelhandelszentrum Berlins dar. Die internationale Bedeutung des Einzelhandelszentrums wird durch die beiden Einkaufszentren (Neues Kranzler Eck, Europa-Center), großen Kauf- und Warenhäusern (v.a. KaDeWe), Flagshipstores sowie Designlabels geprägt. Perspektivisch ist mit dem geplanten Umbau des Kudamm-Karrees sowie dem Bikini Berlin mit einem weiteren Bedeutungszuwachs zu rechnen. Überdies fungiert die City West als touristischer Anziehungspunkt (Theater, Zoo, etc.). Folglich reicht der Einzugsbereich weit über die Grenzen der Stadt hinaus.

Gut 9 km östlich des Spandauer Hauptzentrums befindet sich entlang der als Fußgängerzone beruhigten Wilmersdorfer Straße ein gewachsenes Einzelhandelszentrum. Die Angebotsstruktur ist durch großflächige Handelsimmobilien (Wilmersdorfer Arcaden, Kant-Center) geprägt und rangiert vorrangig im standardisierten bis mittleren Angebotsniveau. Das vergleichsweise kompakte Zentrum (Ausdehnung 1 km) weist deutliche Angebotsüberschneidungen mit dem Span-

²⁵ Rd. 15 km Fahrroute vom Hauptzentrum Spandau

²⁶ Rd. 11 km Fahrroute vom Hauptzentrum Spandau



dauer Zentrum auf (mfi Einkaufszentrum, Karstadt, Fußgängerzone, Angebotsniveau) und ist zudem von Spandau aus gut mit dem ÖPNV zu erreichen (S-Bahnhof Charlottenburg, U-Bahnhof Wilmersdorfer Straße).

Hauptzentrum Gorkistraße/Berliner Straße²⁷

Das Hauptzentrum des Bezirks Reinickendorf ist als straßenbegleitende Einkaufsstraße entlang der Berliner Straße (800 m) ausgeprägt. Im Nordbereich ist das Zentrum als Fußgängerzone (Abschnitt Gorkistraße) angelegt. Das Tegel-Center sowie das Bekleidungskaufhaus C&A bilden den Gegenpol zu den Hallen am Borsigturm. Das Zentrum wird durch kulturelle und nahversorgungsrelevante Angebote ergänzt. Die Erreichbarkeit ist mit dem ÖPNV von Spandau aus nur eingeschränkt möglich.

Landeshauptstadt Potsdam²⁸

Der Hauptgeschäftsbereich der Potsdamer Einkaufsinnenstadt ist in der Brandenburger Straße verortet. Neben wenigen Großflächen wird das Angebot in der Fußgängerzone v.a. von kleinteiligem Einzelhandelsbesatz geprägt. Es weist zudem einen höheren Spezialisierungsgrad und eine deutliche Touristenorientierung auf. Positiv hervorzuheben ist die Multifunktionalität und städtebauliche Qualität, die eine hohe Aufenthaltsqualität induzieren. Die Versorgungsfunktion ist aufgrund von Angebotslücken (Großflächen, zu finden im Stern-Center, Potsdamer Stadtrand) v.a. auf die Landeshauptstadt Potsdam und das ländlich geprägte Brandenburger Umland ausgerichtet.

Havelpark Dallgow-Döberitz²⁹

Das Einkaufszentrum HavelPark lässt sich als klassisches nicht-integriertes Einkaufszentrum einordnen, das nach der Wiedervereinigung vor den Toren Berlins errichtet wurde. Der zweietagige HavelPark verfügt über ein sogstarkes Angebot im nahversorgungsrelevanten und sonstigen zentrenrelevanten Bedarfsbereich (u.a. SB-Warenhaus Kaufland sowie überwiegend preisaggressive Fachmärkte). Die Bedeutung der überörtlichen Funktionswahrnehmung des EKZ lässt sich neben der sehr guten Anbindung über die B 5 und BAB 10 und den gut 4.000 Stellplätzen insbesondere im ÖPNV ablesen: Es besteht eine intensive Taktung

²⁷ Rd. 12 km Fahrroute vom Hauptzentrum Spandau

²⁸ Rd. 24 km Fahrroute vom Hauptzentrum Spandau

²⁹ Rd. 9 km Fahrroute vom Hauptzentrum Spandau



der Buslinien, die u.a. nach Berlin-Spandau führen (v.a. für den westlichen und den südwestlichen Bezirksteil relevant).

Designer Outlet Wustermark³⁰

Das Outlet-Center befindet sich in verkehrsgünstiger Lage der B 5 und BAB 10 und verfügt nach Eröffnung des 2. Bauabschnitts nun über rd. 16.500 qm VKF. Der Angebotsschwerpunkt des Designer-Outlet-Centers liegt im höherpreisigen Bekleidungssortiment. Die über 90 herstellerbetriebenen Fachgeschäfte führen jedoch keine reguläre Ware (Auslaufmodelle, Ware mit Schönheitsfehlern, etc.), wodurch der Standort als spezielle Angebotsform mit einer hohen Streuwirkung einzustufen ist.

Das Hauptzentrum ordnet sich vor allem den beiden weit ausstrahlenden Berliner Wettbewerbsstandorten ‚Tauentzienstraße/Kurfürstendamm‘ sowie ‚Steglitzer Schloßstraße‘ unter. Weitere bedeutende Einkaufslagen im Berliner Stadtgebiet als auch im Brandenburger Umland deuten auf eine intensive Wettbewerbssituation des Bezirkszentrums hin.

³⁰ Rd. 16 km Fahrroute vom Hauptzentrum Spandau

7 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

7.1 Verkaufsflächendichten im Bezirk Spandau

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Bezirks. Aktuell erreicht die Verkaufsflächendichte im Berliner Bezirk Spandau einen Wert von knapp 1.400 qm.



Abbildung 22: Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte im Bezirk Spandau fällt in Abhängigkeit von den jeweils betrachteten Branchen unterschiedlich aus. Für den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf (inkl. Apotheken) beträgt die Verkaufsflächendichte rd. 460 qm je Tausend Einwohner und liegt damit unter dem bundesdeutschen Durchschnitt von rd. 500 qm je Tausend Einwohner. Bei den sonstigen Sortimenten liegt der Wert bei rd. 920 qm je Tausend Einwohner. Diese Werte liegen ebenfalls unter dem bundesdeutschen Durchschnitt. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass es sich hier um einen randstädtischen Bezirk der Metropole Berlin handelt. Naturgemäß bestehen – insbesondere im zentrenrele-



vanten Segment – erhebliche Kaufkraftabflüsse in Richtung der großen Einzelhandelsstandorte in den kernstädtischen Lagen Berlins (z.B. Alexanderplatz, Kurfürstendamm, Leipziger Platz etc.), was sich auch in der Verkaufsflächendichte widerspiegelt. Im Einrichtungssegment zeigt sich demgegenüber eine prägende Rolle Spandaus für die bezirksübergreifende Versorgung.

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Deutschland bei rd. 1.500 qm und in Berlin bei 1.300 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in Spandau insgesamt zwar oberhalb des Berliner Durchschnitts, aber unterhalb des Niveaus des bundesdeutschen Vergleichswerts. Nach quantitativen Gesichtspunkten sind Arrondierungspotenziale v.a. im nahversorgungsrelevanten Bedarf abzuleiten. Hinsichtlich sonstiger zentrenrelevanter Sortimente ist dabei auch die Versorgungsfunktion für das Umland zu beachten.

Nach LOR-Regionen betrachtet, fallen die Verkaufsflächenausstattungen sehr unterschiedlich aus (von 300 qm/1.000 Einwohner im Falkenhagener Feld bis zu 2.800 qm/1.000 Einwohner in der Siemensstadt). Dies ist jedoch zu relativieren, da einige LOR-Regionen vor allem als Wohnstandort fungieren und eine dezentrale Konzentration von größeren Standortagglomerationen/Zentren städtebaulich erwünscht ist.

Die Verkaufsflächendichte im Bezirk Spandau fällt insgesamt betrachtet mit rd. 1.400 qm leicht unterdurchschnittlich aus. Ansiedlungspotenziale sind im nahversorgungsrelevanten Bedarf im Sinne der wohngebietsbezogenen Versorgung sowie in gewissem Maße auch im zentrenrelevanten Bedarf erkennbar.



7.2 Nahversorgungssituation im Bezirk Spandau

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im Bezirk Spandau sind mit Stand 2015/teilaktualisiert 2017 insgesamt 461 Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs (inkl. Apotheken) mit einer

von rd. 109.200 qm

angesiedelt (ohne aperiodische Randsortimente).

Als Indiz für die quantitative Flächenausstattung eines Ortes fungiert die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner). Diese beträgt im nahversorgungsrelevanten Bedarf im Bezirk Spandau (inkl. Apotheken)

ca. 460 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner (Bundesdurchschnitt rd. 500 qm je 1.000 Einwohner). Dabei zeigt sich, dass sich die Ausstattungskennziffer aufgrund der Einwohnerzuwächse in den letzten Jahren tendenziell rückläufig entwickelt hat.

Die nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächendichten fallen jedoch in den einzelnen LOR des Bezirks unterschiedlich aus und bewegen sich zwischen knapp 300 und mehr als 600 qm je Tausend Einwohner. Über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarf verfügt vor allem die LOR Falkenhagener Feld (02). Ein besonders hoher quantitativer Ausstattungsgrad liegt dagegen in den LOR Wilhelmstadt (06) vor.

Dabei muss berücksichtigt werden, dass einzelne Nahversorgungsbetriebe auch Versorgungsaufgaben für angrenzende Ortsteile übernehmen. In dünn besiedelten Siedlungsbereichen, wie Gatow, erscheint ein ökonomisch tragfähiger Betrieb von signifikanten Nahversorgungseinrichtungen vor dem Hintergrund der geringen Bevölkerungszahlen nur schwer darstellbar. Solche Teilbereiche des Bezirks werden demnach von Standorten in anderen Ortsteilen mitversorgt. Auf der anderen Seite fällt die Verkaufsflächendichte im nahversorgungsrelevanten Bedarf insbesondere in denjenigen LOR besonders hoch aus, die verkehrsgünstig an Ausfallstraßen gelegen sind (z.B. Haselhorst) und somit für den Durchfahrtsverkehr ins Umland sowie in die umliegenden Ortsteile von großer Bedeutung sind. Überdies fungieren die urbanen LOR wie Spandau Mitte und Wilhelmstadt als ausstrahlungsstarke Versorgungsstandorte.

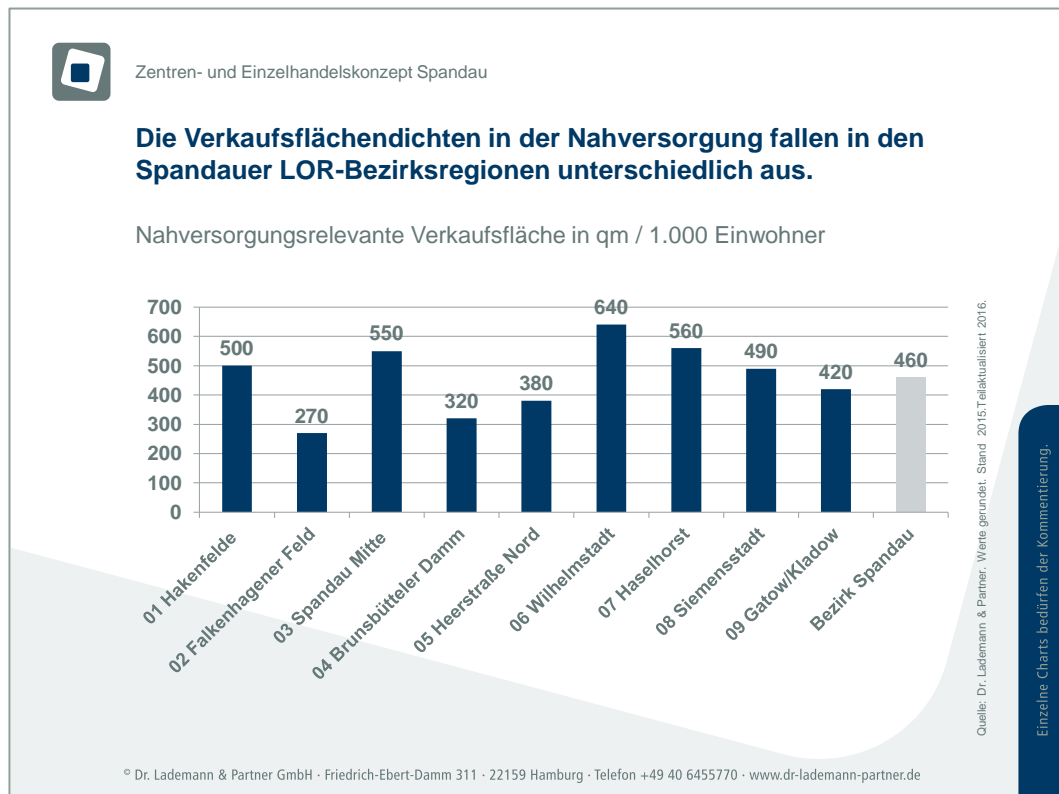


Abbildung 23: Verkaufsflächenausstattung im LEH nach LOR-Bezirksregionen

Nach quantitativen Gesichtspunkten deutet die Verkaufsflächendichte der einzelnen LOR auf eine mäßig ausgebaute Nahversorgungsstruktur hin, die zwar (auf Berliner Niveau) keinen signifikanten Unter- oder Überbesatz erkennen lässt; gleichwohl jedoch auf Optimierungspotenzial (der Verkaufsflächengrößen) deutet. Im Lichte in den nächsten Jahren zu erwartender teils signifikanter Einwohnerzuwächse (v.a. im Bereich Haselhorst/Gartenfeld) werden zugleich Potenziale zur Neuansiedlung moderner Konzepte des Lebensmitteleinzelhandels induziert werden.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die – aktuell betriebenen - Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 400 qm (ohne Drogerie- und Getränkefachmärkte) kartiert. Die 500-m-Isochronen (bzw. 800 m in Einfamilienhausgebieten) um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich bis zu 10 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten nahversorgungsrelevanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.



Wie die Karte ‚Nahversorgung – Erreichbarkeit‘ im Anhang zeigt, konzentriert sich das leistungsfähige nahversorgungsrelevante Angebot vornehmlich entlang von Hauptstraßen sowie in den dichter besiedelten Siedlungsräumen. Die Nahversorgungssituation ist in diesen Gebieten als gut bis durchschnittlich zu bewerten. In einigen Quartieren – vornehmlich abseits von Durchfahrtsstraßen – verfügen die Bewohner über keinen leistungsfähigen Nahversorger im fußläufigen Wohnumfeld. Diesbezüglich sei jedoch darauf hingewiesen, dass es sich bei den unterversorgten Gebieten in Teilen um dünner besiedelte Bereiche handelt, in denen die Bereitstellung einer sowohl nach quantitativen wie auch qualitativen Aspekten genügenden Versorgungsstruktur ökonomisch nicht tragfähig ist.

Dies ist auch vor dem Kontext der prospektiven Einwohnerentwicklung zu bewerten, wodurch ggf. Potenzialstandorte für nachfragegerechte Nahversorger möglich sind.

Zur Stabilisierung bestehender zentraler Versorgungsbereiche sollten die leistungsfähigen Angebote gezielt gebündelt werden. Neben der Magnetfunktion des Lebensmitteleinzelhandels für zentrale Versorgungsbereiche, kommt den integrierten Streulagen überdies ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung zu, da weite Bereiche des Bezirks außerhalb des fußläufigen Einzugsgebiets der Zentren liegen.

Die Betriebsgrößenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Bezirk Spandau lässt sich über die Durchschnittsgrößen der jeweiligen Betriebsformen darstellen. Tendenziell ist der nahversorgungsrelevante Einzelhandel im Bezirk Spandau durch leicht unterdurchschnittliche Betriebsgrößen gekennzeichnet. Dies gilt insbesondere für das großflächige Betriebsformat großer Verbrauchermarkt sowie die in Spandau i.d.R. kleinflächigen Supermärkte und Lebensmitteldiscounter. So gibt es nur wenige Betriebe, die die für diese Betriebsformate typischen sowie optimalen Verkaufsflächengrößen erreichen.

Erweiterungsvorhaben von städtebaulich-integrierten Lebensmittelmärkten auf ein wirtschaftlich tragfähiges Maß sind daher zu begrüßen. Übliche Markteintrittsgrößen liegen bei Lebensmitteldiscountern bei 800 qm bis 1.200 qm. Auch im Vollsortiment sind einige der (kleineren) Läden zu kleinflächig aufgestellt. Dort wo einem Vollversorger eine wichtige Versorgungsfunktion zukommt, sollte diesem eine bestandssichernde Erweiterung zugestanden werden (auf bis zu 1.400 bis 1.600 qm, wenn verträglich). Im Kontext neuer Quartiersentwicklungen wären auch größere Konzepte vorstellbar (vgl. z.B. Hauptzentrum: Projekt Spandauer Ufer; Nahversorgungszentrum in Planung Gartenfeld).



Betriebsgrößenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Bezirk Spandau*		
Betriebstyp	mittlere Gesamtgröße in qm	
	Durchschnitt	Spandau
SB-Warenhäuser	5.000 - 6.000	4.518
Große Verbrauchermärkte	1.500 - 5.000	2.020
Kleine Verbrauchermärkte	800 - 1.500	1.049
Supermärkte	400 - 800	549
Lebensmittel-Discounter	600 - 1.200	849
Getränkemärkte	50 - 500	345
Drogeriemärkte	200 - 600	566
Lebensmittelhandwerk	20 - 40	31
Sonstige Anbieter	10 - 50	62
Summe/Mittelwert		226
<small>Quelle: Einzelhandelserhebung Dr. Lademann & Partner. *Ohne Planvorhaben. Flächen gerundet. Stand 2013/2015</small>		

Tabelle 9: Betriebsgrößenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Bezirk Spandau

Blickt man nur auf die klassischen größeren Betriebsformate des Lebensmitteleinzelhandels (SB-Warenhäuser, Supermärkte/Verbrauchermärkte, Discounter) so lässt sich bezogen auf die Anzahl der Betriebe eine eindeutige Dominanz der Lebensmitteldiscounter feststellen. Qualitativ betrachtet nehmen in Spandau insgesamt 35 Lebensmitteldiscounter rd. 51 % der klassischen Betriebsformate des Lebensmitteleinzelhandels ein. Damit liegt der Discounteranteil in Spandau rd. -5 %-Punkte unter dem bundesdeutschen Vergleichswert. Die tendenziell höhere Anzahl an vollsortimentierten Betrieben ist auf die Kleinteiligkeit des Angebots zurückzuführen. Die Verkaufsflächenanteile in Spandau fallen ausgeglichen aus. Durch die erfolgten Eröffnungen von Kaufland (Wilhelmstraße) und dem E-Center (Streitstraße) konnten die Verkaufsflächen mit einem tiefen und breiten Angebot nunmehr ausgeweitet werden. Weitere Planvorhaben sind hier zudem beabsichtigt bzw. in Umsetzung (2x Kaufland).



Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)*			
	Anteil Spandau	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkten
SB Warenhaus	4%	3%	1%
Supermärkte/ Verbrauchermärkte	44%	41%	3%
Discounter	51%	56%	-5%
Summe	100%	100%	0%

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*			
	Anteil Spandau	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkten
SB Warenhaus	18%	19%	-1%
Supermärkte/ Verbrauchermärkte	43%	43%	0%
Discounter	39%	38%	1%
Summe	100%	100%	0%

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und EHI Handelsdaten aktuell 2016.
*Ohne Kleinflächen unter 300 qm & Spezialeinzelhandel.

Tabelle 10: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH

Darüber hinaus fällt auf, dass die Lebensmitteldiscounter – bedingt durch ihre Verkaufsflächengröße von oftmals unterhalb von 800 qm (Grenze zur Großflächigkeit) und der damit zusammenhängenden einfacheren planungsrechtlichen Genehmigung – verstärkt in Streulagen angesiedelt sind, während das Verhältnis in den Zentren des Bezirks insgesamt ausgeglichen bis unterdurchschnittlich ist. Da der Discounteranteil insbesondere in den Streulagen hoch ausfällt, sollte dieser durch Neuansiedlungen nicht noch weiter erhöht werden, sofern dies nicht maßgeblich zur Schließung räumlicher Versorgungslücken beitragen würde.

Nach Realisierung der Planvorhaben im Lebensmitteleinzelhandel sollte perspektivisch das Hauptaugenmerk der Einzelhandelsentwicklung vielmehr der qualitativen Verbesserung der Versorgungsstrukturen (insb. durch Schaffung von betriebsoptimalen Größenstrukturen), insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen, gelenkt werden.

Rein quantitativ verfügt der Bezirk über eine gute – wenn auch aufgrund der erwarteten Einwohnerzuwächse noch ausbaufähige - nahversorgungsrelevante Ausstattung. In einigen Stadträumen deutet jedoch die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte gemessen an der Bevölkerungszahl auf Entwicklungsspielräume hin. Zur Optimierung der nahversorgungsrelevanten Angebotsstruktur ist v.a. die Erweiterung städtebaulich-integrierter Lebensmittelmärkte zu empfehlen.



7.3 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Berlin-Spandau

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die Einzelhandelsattraktivität eines Orts/ eines Bezirks im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Standorten ablesen. Ansprechende und attraktive Einkaufsmöglichkeiten fördern dabei maßgeblich die Zufriedenheit und Identifikation der Bürger mit ihrer/-m Stadt/Stadtteil/Quartier und verhindern Nachfrageabflüsse.

Auf Basis des Nachfragepotenzials sowie der Umsatzschätzung für 2016³¹ ergibt sich für den Bezirk Spandau eine einzelhandelsrelevante Zentralität in Höhe von rd. 88 %.

Der Zentralitätswert Spandaus weist somit auf Nachfrageabflüsse in das Brandenburger Umland sowie in andere Berliner Bezirke hin. Die Abflüsse in andere Bezirke konzentrieren sich u.a. auf die Citylagen City-West (u.a. Ku'damm, Tauentzienstraße) und sind z.T. auch ‚gewollt‘ bzw. funktional bedingt. Dennoch ergeben sich aus Sicht der Gutachter aufgrund der Nachfrageabflüsse noch gewisse Entwicklungspotenziale.

³¹ Vgl. Ausführungen vorne (in 2016/17 aktualisierende Erfassung strukturprägender Betriebe).

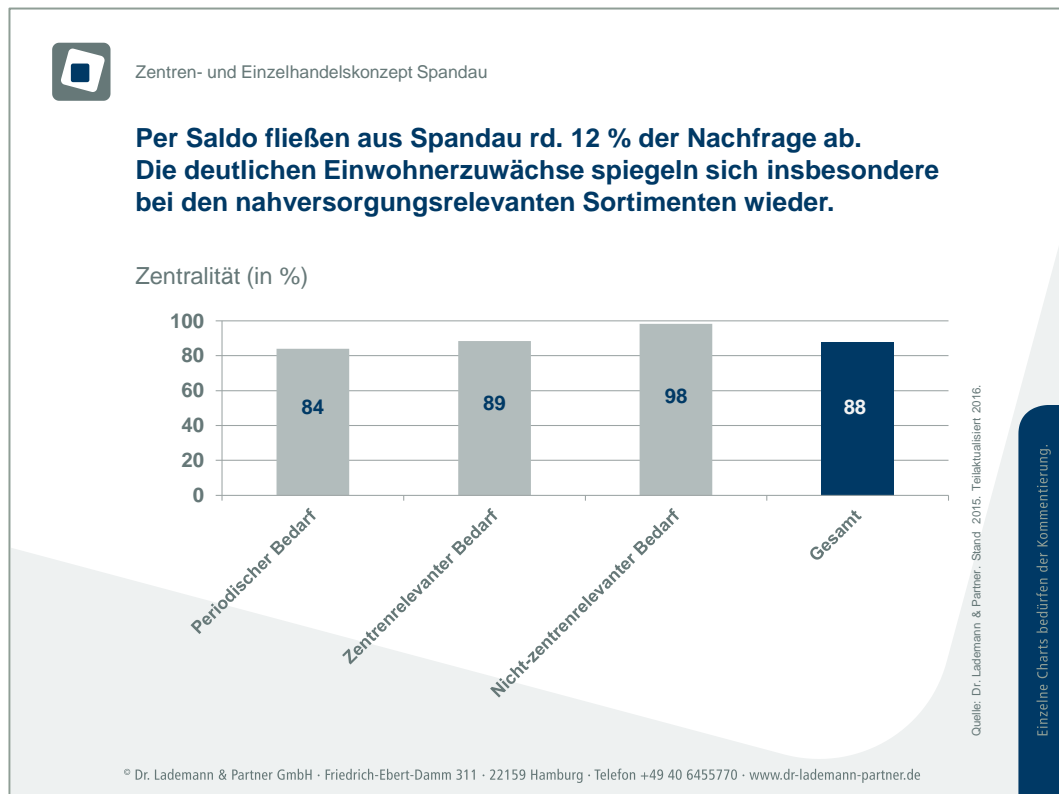


Abbildung 24: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten im Bezirk Spandau

Die einzelnen Branchenzentralitäten geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels im Bezirk Spandau sowie über die branchenspezifische überbezirkliche und interkommunale Konkurrenzsituation.

- Die Branchenzentralität beträgt innerhalb des nahversorgungsrelevanten Bedarfs rd. 84 % und ist gegenüber den Vorjahren aufgrund der Einwohnerzuwächse und einem steigenden Nachfragepotenzial gesunken. Einerseits weist die Kennziffer auf eine steigerbare Nachfragebindung und -abschöpfung hin. Andererseits kann davon ausgegangen werden, dass die bestehenden Anbieter in Spandau noch stärker vom Einwohnerzuwachs profitiert haben und faktisch zu überdurchschnittlich hohen Flächenleistungen führen. Dies hängt einerseits damit zusammen, dass der Lebensmitteleinkauf i.d.R. möglichst wohnortnah getätigt wird. Andererseits wird der Lebensmitteleinkauf auch häufig am Arbeitsort getätigt. Da viele Menschen auch aus dem Bezirk pendeln, kann davon ausgegangen werden, dass die Nachfrageabflüsse an andere Standortlagen vergleichsweise hoch ausfallen. Spandau kann dafür zumindest theoretisch von den Pendlerachsen profitieren; vorausgesetzt das Angebot passt. Um diese Effekte bereinigt ergeben sich demnach Entwicklungskapazitäten.



- Die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente weisen einen Zentralitätswert in Höhe von rd. 89 % auf, was – angesichts der intensiven Wettbewerbssituation - auf eine gewisse Ausstrahlkraft des Spandauer Einzelhandels hinweist. Untergliedert in die jeweiligen Branchen fällt der Zentralitätswert jedoch unterschiedlich aus. Während die Zentralitätswerte für Heimtextilien auf Nachfragezuflüsse hindeuten, sind u.a. Sportartikel durch besonders niedrige Zentralitätswerte gekennzeichnet. Gewisse Ausbaupotenziale sind daher abzuleiten. Dies gilt insbesondere für noch nicht in Spandau vorhandene (Großflächen-)Konzepte.
- Die nicht-zentrenrelevanten Sortimente verfügen über eine einzelhandelsseitige Zentralität von rd. 98 %. Das umfangreiche Angebot an Möbelfachmärkten (wie IKEA) manifestiert sich in einer gewissen Ausstrahlungskraft. Per Saldo fließt demnach nur wenig Nachfrage ab.

Per saldo fließen dem Spandauer Einzelhandel rd. 12 % der Nachfrage an Wettbewerbsstandorte ab. Dies ist raumplanerisch z.T. gewollt. Es bestehen dennoch strukturelle Defizite, die es abzubauen gilt.

7.4 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus anderen Berliner Bezirken sowie dem Brandenburger Umland und den Nachfrageabflüssen aus dem Bezirk Spandau an Standorte im Umland sowie in andere Bezirke. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung, der Zentralitätsanalyse und den Ergebnissen der Verbraucherbefragung und der in 2013 und 2015/2017 durchgeführten Nachfragestromanalysen aufbaut, liegt die Nachfragebindung im Bezirk Spandau über alle Sortimente bei

ca. 80 %.

Etwas 20% (rd. 243 Mio. €) der im Bezirk vorhandenen Nachfrage fließen dagegen in andere Bezirke sowie ins Umland ab.

Dem steht ein Brutto-Zufluss von insgesamt rd. 93 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfungsquote aus dem Umland bzw. der anderen Berliner Bezirke zuzüglich der Potenzialreserve durch Touristen, Pendler



und Durchreisende. Insgesamt haben die Zuflüsse einen Anteil am Gesamtumsatz des Einzelhandels im Bezirk Spandau von rd. 9 %.

Im nahversorgungsrelevanten Bedarf ist die Orientierung der Verbraucher auf den Bezirk Spandau erwartungsgemäß am höchsten. Rd. 80 % der vor Ort vorhandenen Nachfrage werden im Bezirk gebunden. Im Umkehrschluss heißt das, dass rd. 20 % der Nachfrage abfließt. Ebenso hohe Bindungsquoten werden bei Möbel/Teppiche/Heimtextilien sowie bei Hausrat/Wohnaccessoires erreicht. Insgesamt liegt die Bindungsquote bei den zentrenrelevanten Sortimenten jedoch lediglich bei rd. 77 %, was auf deutliche Nachfrageabflüsse hindeutet. Bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten werden rd. 79 % der im Bezirk zur Verfügung stehenden Nachfrage gebunden. Dies deutet auf ein Steigerungspotenzial bei der Nachfragebindung hin.

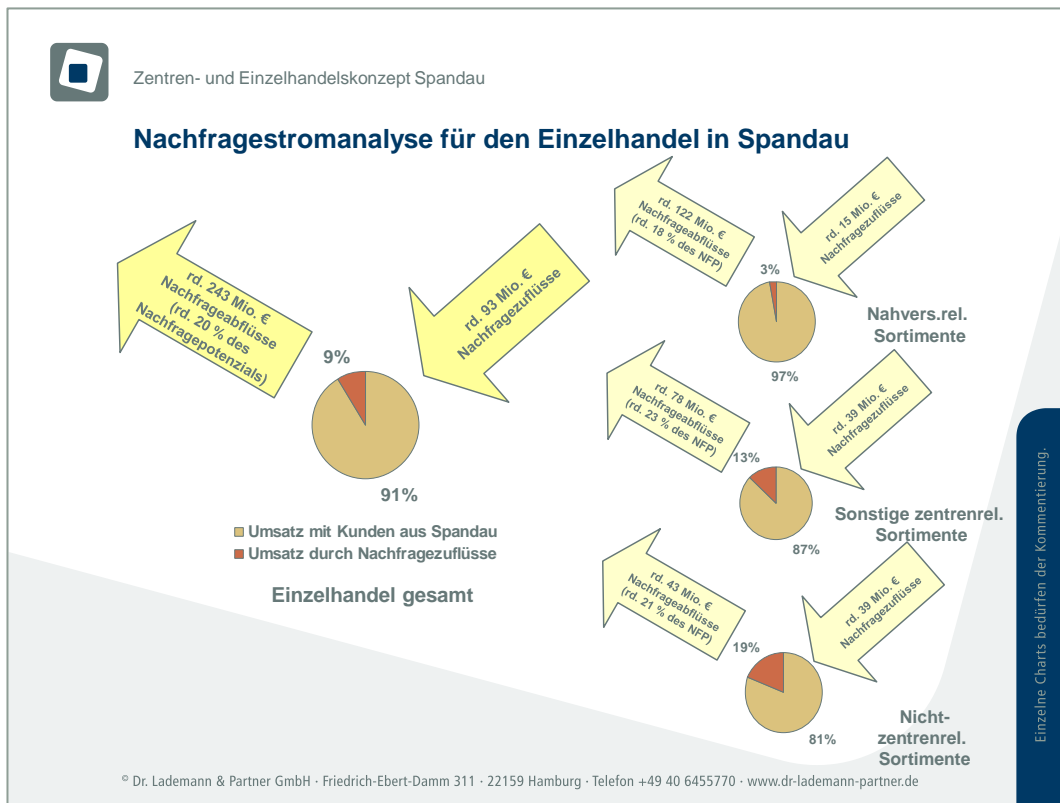


Abbildung 25: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels im Bezirk Spandau

Der lokale Einzelhandel kann rd. 80 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 93 Mio. € von außen zu (Umland / Potenzialreserve).



8 Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandels im Bezirk Spandau

Im Folgenden werden die wesentlichen Stärken und Schwächen der Einzelhandelsstruktur in Spandau zusammengefasst und mit den potenziellen Chancen und Risiken verknüpft. In die SWOT-Analyse sind neben den gutachterlichen Empfehlungen auch die Ideen und Einschätzungen der lokalen Verbraucher (telefonische Haushaltsbefragung) und Experten eingeflossen.

Als zentrale Stärken der Einzelhandelsstruktur im Bezirk lassen sich zusammenfassen:

- Die Verkaufsflächenausstattung des Bezirks deutet v.a. im aperiodischen Bedarf auf ein gutes quantitatives Versorgungsniveau hin.
- Mit dem Hauptzentrum Spandau verfügt der Bezirk über einen verkaufsflächenstarken, überwiegend leistungsfähigen Einzelhandelsstandort, der von großer Bedeutung für den Bezirk ist. Das Einkaufszentrum Spandau Arcaden fungiert dabei als sogkräftiger Magnetstandort und Gegenpol zur tendenziell kleinteilig strukturierten, multifunktionalen Altstadt.
- Neben den zentralen Versorgungsbereichen verfügt der Bezirk über ergänzende Fachmarktstandorte, die der autoorientierten Massenversorgung dienen. Der Bezirk verfügt damit über eine arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur.

Folgende Schwächen sind dagegen zu konstatieren:

- Die unterdurchschnittliche Zentralität von 88 % ist im Kontext der Randlage des Bezirks zur Inneren Stadt und einer hohen Wettbewerbsdichte zu interpretieren. Es bestehen sowohl quantitative als v.a. auch qualitative Angebotsdefizite.
- Das Hauptzentrum verfügt v.a. im Segment zielgruppenspezifischer Fachgeschäfte über einige Angebotslücken, wodurch sich dieses im überbezirklichen Wettbewerb nicht ausreichend gut aufstellen kann. In der Altstadt ist überdies auf Defizite hinsichtlich eines breiten gastronomischen Angebots (inkl. der Öffnungszeiten) hinzuweisen.
- Die Hierarchiestufen der Zentren entsprechen teilweise nicht den damit verbundenen Versorgungsfunktionen. So fällt bspw. der Einzelhandelsbestand im NVZ Neustadt zu gering aus, als dass das Zentrum seine ihm zugewiesene



Versorgungsfunktion in befriedigendem Maße erfüllen könnten. Die Ortsteilzentren Wilhelmstadt und Streitstraße verfügen dagegen über einen deutlich über die erweiterte Nahversorgungsfunktion hinausgehenden Einzelhandelsbestand.

- Qualitativ betrachtet ist die Einzelhandelsstruktur im Bezirk durch zu geringe durchschnittliche Betriebsgrößen gekennzeichnet. Sie werden z.T. den aktuellen Flächenansprüchen sowohl der Betreiber als auch der Verbraucher nicht mehr gerecht (Nahversorger, Fachmärkte). Überdies ist auf die Dominanz der Discounter hinzuweisen.

Folgende Chancen ergeben sich für die künftige Einzelhandelsentwicklung im Bezirk:

- Der Bezirk Spandau wird auch prospektiv über noch stärkere Einwohnerzuwächse verfügen. Diese Einwohnergewinne werden sich in Nachfragezuwächsen niederschlagen von denen auch der Einzelhandel profitieren kann.
- Weitere Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung lassen sich vor allem aus der positiv ausgeprägten Tourismusentwicklung ableiten. Die naturräumlichen und kulturellen Potenziale bieten Anknüpfungspunkte für eine Weiterentwicklung des Bezirks. Auch vom Städte- und Kongresstourismus kann der ‚Randbezirk‘ Spandau profitieren. Von diesen Potenzialen profitiert der Einzelhandel aber noch nicht in einem entsprechenden Maße.
- Branchenübergreifend konnten z.T. deutliche Zentralitätsdefizite festgestellt werden. Gut ein Viertel der im Bezirk vorhandenen Nachfrage bzw. Kaufkraft fließt derzeit in andere Bezirke sowie ins Berliner Umland ab. Daraus lassen sich Ausbaupotenziale u.a. in den Branchen Periodischer Bedarf, Modische Sortimente und Sportartikel ableiten.
- Das Hauptzentrum bietet genügend Flächenpotenziale zur Entwicklung (fachmarktorientierter), großflächiger Einzelhandelsnutzungen. Dies wird prospektiv zu einer Minimierung der Kaufkraftabflüsse sowie einer stärkeren Kopplungsbereitschaft zwischen Altstadt und Einkaufszentrum führen.
- Es gibt Anfragen sowohl zur Zentrenentwicklung als auch aus dem Lebensmittel Einzelhandel, die die Zentren- bzw. Nahversorgungsstrukturen stärken können.



Als zentrale Risiken für die künftige Einzelhandelsentwicklung im Bezirk sind folgende Aspekte hervorzuheben:

- Eine strikte Anwendung der Regel, dass großflächige Nahversorger nur in Zentren zulässig sind, birgt die Gefahr einer noch stärker werdenden Dominanz der Discounter.
- Der Einzelhandel in Spandau steht in einem relativ starken Wettbewerb mit Einzelhandelsstandorten in den umliegenden Bezirken. Insbesondere das anziehungsstarke Hauptzentrum Steglitz, der Havel-Park sowie die City West (Tautenzienstraße, Kurfürstendamm) sind als wesentliche Wettbewerber hervorzuheben. Um im Standortwettbewerb nicht zurückzufallen, ist demnach vor allem eine zukunftsfähige Positionierung und Stärkung des Hauptzentrums unabdingbar.
- Kompakte Einzelhandelsstrukturen und leistungsfähige Zentren sind für die Sogkraft des Spandauer Einzelhandels insgesamt von größter Bedeutung. Eine Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges, insbesondere hervorgerufen durch Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelsstrukturen mit sonstigen zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der Zentren, sollte daher verhindert werden (außer Nahversorgung).
- Nach den Berechnungen von Dr. Lademann & Partner sind rd. 9 % des Einzelhandelsumsatzes im Bezirk Spandau auf Nachfragezuflüsse von außerhalb (v.a. Umland, andere Bezirke) zurückzuführen. Um diese für den lokalen Einzelhandel von großer Bedeutung einzuschätzenden Kaufkraftzuflüsse langfristig zu sichern, bedarf es einer konsequenten und attraktivitätssteigernden Weiterentwicklung des Spandauer Einzelhandels.



9 Zentren- und Einzelhandelskonzept für den Bezirk Spandau

9.1 Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025

9.1.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Die Perspektiven des Einzelhandels in Spandau sind entscheidend für die zukünftige Entwicklung des Bezirks als Einzelhandelsstandort. Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- Wachstumskräfte (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- Defizitfaktoren (unzureichende Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und aus der spezifischen Situation des Bezirks Spandau heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Bis zum Jahr 2025 ist von einer zunehmenden Einwohnerzahl im Bezirk auszugehen. Die Nachfrageplattform des Einzelhandels wird sich damit merklich vergrößern.
- Die fortschreitende demografische Entwicklung führt langfristig zu einer Abnahme der Mobilität und erhöht die Bedeutung fußläufig erreichbarer Versorgungsangebote.
- Die Kaufkraft bzw. die Pro-Kopf-Ausgaben werden nach Einschätzung der Gutachter nicht spürbar steigen. Im Sinne einer vorsichtigen Einschätzung wird angenommen, dass sich der Kaufkraftfaktor auch in 2025 in etwa auf dem derzeitigen Niveau bewegen wird. Falls es gelingen sollte, neue einkommensstärkere Bevölkerungsschichten anzuziehen, kommt dies auch dem Einzelhandel zu Gute und kann zusätzliche Potenziale generieren.
- Die Betriebstypendynamik ist auch für den Bezirk Spandau zu beobachten: so ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu



Gunsten der Großflächen³² auch hier Verkaufsflächenpotenziale entstehen. Dies gilt insbesondere bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten vor dem Hintergrund, dass der Lebensmitteleinzelhandel tlw. über unterdurchschnittliche Verkaufsflächengrößen verfügt und sich hier ein entsprechender Anpassungsbedarf ergeben wird.

- Die Einzelhandelszentralität liegt bei 88 %. Nachfrageabflüsse an umliegende Einzelhandelsstandorte in Berlin und Umland überwiegen demnach gegenüber den Nachfragezuflüssen. Dies deutet auf ein branchenübergreifendes Ausbaupotenzial des Spandauer Einzelhandels hin, um die Sogkraft zu erhöhen. Bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten erscheint eine Erhöhung der Nachfragebindungsquote auf bis zu 92 % realistisch, bei den sonstigen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auf bis zu rd. 80 %.
- Die Flächenausstattung ist insbesondere im Segment der nahversorgungsrelevanten Sortimente als leicht unterdurchschnittlich einzuschätzen. Dies gilt sowohl in Bezug auf den Bundesdurchschnitt als auch im Berliner Vergleich mit anderen Bezirken.
- Die räumliche Verortung des Ausbaupotenzials in Bezug auf die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente sollte auf die höherrangigen Zentren konzentriert werden, um diese zu stärken.
- Darüber hinaus sind strukturelle Defizite in Spandau feststellbar: der zu hohe Leerstandsflächenanteil in den zentralen Versorgungsbereichen unterer Hierarchiestufen; Angebotsdefizite in einigen Zentren sowie die z.T. suboptimalen Betriebsgrößen des Lebensmitteleinzelhandels.
- Trotz der gesicherten Planvorhaben des Lebensmitteleinzelhandels sind zum Teil weitere räumliche Versorgungslücken in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch voraussichtlich aufgrund der fehlenden Tragfähigkeitspotenziale nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch mal zu erwähnen, dass im Zuge des demografischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt.

³² Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe v.a. mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (auch der im Bestand) steigen wird. Bei den onlineaffinen, zentrenrelevanten Sortimenten ergeben sich z.B. rückläufige Entwicklungen (z.B. Elektrosortiment, Bücher).



Über diesen weitgehend verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen hinaus ergeben sich zusätzliche Expansionspotenziale durch die Berücksichtigung einer verträglichen Umsatzumverteilung. Denn letztlich wird und kann ein Einzelhandelsvorhaben in einem verträglichen Umfang Nachfrage zu Lasten anderer Standorte in seinem Einzugsgebiet umverteilen (Umsatzumverteilung). Bei konkreten Vorhaben ist i.d.R. eine Einzelfalluntersuchung zur Ermittlung und Bewertung der spezifischen Auswirkungen erforderlich.

Spielräume zum Ausbau des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:



Abbildung 26: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Spandau

9.1.2 Verkaufsflächenspielräume

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für den Berliner Bezirk Spandau ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2025 von insgesamt rd. 45.400 qm Verkaufsfläche.

Der Entwicklungsrahmen für den Bezirk entfällt auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:



Abbildung 27: Entwicklungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandel im Berliner Bezirk Spandau

Der Entwicklungsrahmen untergliedert sich in die einzelnen Branchengruppen wie folgt:

- Bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten steht ein Expansionsrahmen für Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Betriebe von insgesamt rd. 21.300 qm Verkaufsfläche zur Verfügung.
- Die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente können bis zum Jahr 2025 in einer Größenordnung von rd. 12.200 qm Verkaufsfläche integriert werden.
- Auf den Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente entfällt ein Entwicklungsspielraum von rd. 11.900 qm Verkaufsfläche.



Dieser rechnerische Brutto-Expansionsrahmen ist vor dem Hintergrund bestehender gesicherter Planvorhaben (Fertiggestellt, in Realisierung oder genehmigt) ³³ zu relativieren (vgl. Kap. 5.4). Abzüglich dargestellter, gesicherter Planvorhaben ergibt sich ein verbleibender Netto-Expansionsrahmen von etwa 31.800 qm Verkaufsfläche.

Dieser untergliedert sich in die einzelnen Branchengruppen wie folgt:

- Nahversorgungsrelevante und sonstige zentrenrelevante Sortimente:
rd. 19.900 qm Verkaufsfläche
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente:
rd. 11.900 qm Verkaufsfläche

In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass es sich bei diesem Expansionsrahmen nur um einen groben Orientierungsrahmen handelt, der unter Abwägung der Vor- und Nachteile ggf. auch leicht überschritten werden kann. Dafür ist jedoch eine detaillierte Verträglichkeitsprüfung des konkreten Vorhabens erforderlich.

Die im Zentren- und Einzelhandelskonzept vorgesehene Verwendung des Flächen-spielraums ist das Ergebnis einer Abwägung unterschiedlicher grundsätzlicher Strategieoptionen.

Der Bruttoentwicklungsrahmen für den Einzelhandel im Berliner Bezirk Spandau beläuft sich auf 45.400 qm Verkaufsfläche. Abzüglich derzeitiger gesicherter Planvorhaben des großflächigen Einzelhandels (ohne Planungen) verbleibt bis zum Jahr ein Entwicklungsrahmen von etwa 31.800 qm Verkaufsfläche.

³³ Bei Erweiterungsvorhaben ist nur die zusätzliche Verkaufsfläche zu berücksichtigen.



9.2 Strategieoption für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Die grundsätzlichen Strategieoptionen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Spandau lassen sich wie folgt klassifizieren:

- Unter der Strategieoption ‚Zerstreuen‘ wäre das Aufgreifen jeglicher Entwicklungschancen zu verstehen. Dadurch könnten Flächendefizite zwar zügig abgebaut werden, eine positive Zentralitätswirkung würde aber weitgehend ausbleiben. Denn ein konzentriertes Standortnetz kann eine deutlich stärkere Sogkraft entfalten, als dies bei einer zersplitterten Standortstruktur möglich ist. Zudem würde ein massiver Ausbau der Verkaufsflächen in Streulagen zu Lasten der gewachsenen Strukturen/Zentren gehen.
- Unter ‚Spezialisieren‘ soll eine räumlich-funktionale Spezialisierung der Einzelhandelsstandorte unter Berücksichtigung des Zentrensystems verstanden werden. Die maßgebliche Zentralitätsfunktion soll dabei vom Hauptzentrum ausgehen. Darüber hinaus umfasst die Option den Ausbau und die Profilierung der Stadtteil-, Ortsteil- und Nahversorgungszentren als konzentriertes wohnortnahes Angebot sowie der Fachmarktstandorte als leistungsfähige Standorte für die sog. autoorientierte Massenversorgung. Daneben sollen städtebaulich-integrierte Nahversorgungsstandorte auch außerhalb der Zentren wichtige Nahversorgungsfunktionen übernehmen können.
- Die Strategieoption ‚Verharren‘ konserviert im Grunde den Status quo: Bisherige Strukturschwächen würden zementiert, es besteht darüber hinaus die Gefahr, perspektivisch im bezirklichen und interkommunalen Wettbewerb zurückzufallen.

Das Zentrenkonzept orientiert sich an der Strategie „Spezialisieren und Konzentration auf die Zentren“, um auf Basis arbeitsteiliger Standortprofile die Sogkraft des Bezirks insgesamt zu erhöhen.



Abbildung 28: Strategie 'Spezialisieren und Konzentration auf die Zentren'

Vor diesem Hintergrund sind die höherrangigen Zentren als Standorte für den zentrenrelevanten Einzelhandel zu stabilisieren und als Orte des „Lustkaufs“ zu profilieren. Künftige, größere Ansiedlungen im Segment des zentrenrelevanten Einzelhandels sind auf die höherrangigen Zentren zu fokussieren. Die Zentren der unteren Hierarchieebene sind vorwiegend als Nahversorgungsstandorte zur woh-nortnahen Versorgung der lokalen Bevölkerung zu sichern und zu stärken. Sonstige zentrenrelevante Angebote sollten insbesondere bei den Nahversorgungszentren deutlich untergeordnet sein und lediglich über eine arrondierende Funktion verfügen. Je höher die Hierarchiestufe des Zentrums, desto größer sollte der Anteil sonstiger zentrenrelevanter Angebote sein.

In Gebieten, die bereits über eine adäquate räumliche Abdeckung mit nahversorgungsrelevanten Anbietern verfügen, sollte der Fokus vor allem auf die Anpassung der Betriebsflächen an moderne Ausstattungsstandards und zukunftsfähige Verkaufsflächengrößen im Rahmen einer qualitativen Aufwertung der Versorgungsstruktur gelegt werden. Dies gilt insbesondere für die Verbrauchermärkte, damit diese sich noch besser von den discountorientierten Anbietern abheben können (z.B. durch ein breiteres und tieferes Sortiment, breitere Gänge, eine ansprechendere Warenpräsentation, etc.). In Bereichen mit bestehenden oder



aufgrund von nennenswertem Wohnungsbau erwartbaren räumlichen Versorgungslücken sind dagegen gezielte Neuansiedlungen zu fördern, um dem Ziel einer flächendeckenden, fußläufigen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu entsprechen.

Ein leistungsfähiges Netz von Fachmarktstandorten soll den Anforderungen des „Lastkaufs“ gerecht werden. Der Schwerpunkt dieser Standorte sollte dabei im Segment der nicht-zentrenrelevanten Angebote liegen. Fachmarktorientierte, zentrenrelevante und/oder nahversorgungsrelevante Angebote sind jedoch im Bestand vorhanden. Künftig gilt es, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel an den definierten Fachmarktstandorten zu konzentrieren.

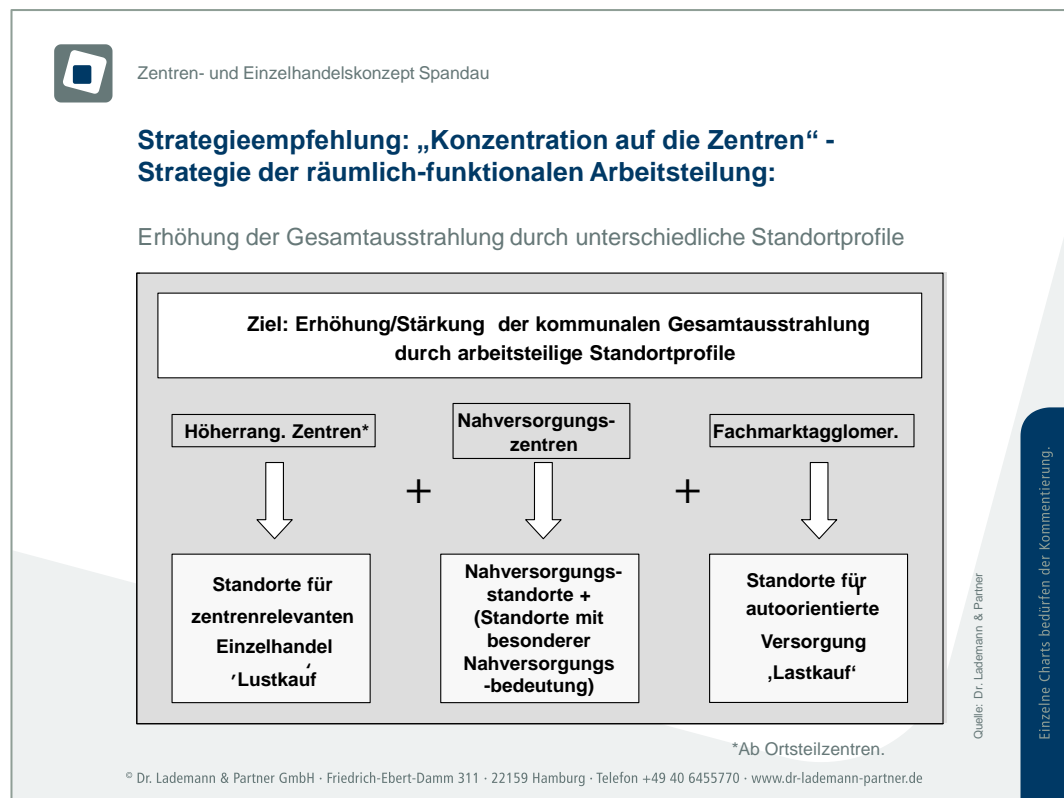


Abbildung 29: Konzept der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung



9.3 Ziele, Leitlinien und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

9.3.1 Bezirkliche Ziele und Leitlinien

Die übergeordneten Zielaussagen zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung sind im bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept so auszufüllen und weiter zu entwickeln, dass sie auf der Ebene der bezirklichen Zuständigkeiten in Politik und Verwaltung umgesetzt werden können. Sie müssen darüber hinaus um Aussagen zur Nahversorgung ergänzt werden, die in der Verantwortung der Bezirke liegt.

Dabei baut das bezirkliche Zentrenkonzept auf den Zielsetzungen der übergeordneten Leitlinien des Stadtentwicklungsplans (StEP Zentren 2030) auf:

1. Metropole Berlin profilieren
2. Polyzentralität sichern und qualifizieren
3. Großflächigen Einzelhandel in die Zentren lenken
4. Nahversorgung sichern
5. Städtebauliche, architektonische und stadtklimatische Qualitäten von Zentren und Einzelhandelsstandorten sichern
6. Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung definieren
7. Nutzungsmischung erhöhen und die effektive Ausnutzung von Baugrundstücken forcieren
8. Das bauplanungsrechtliche Instrumentarium konsequent anwenden
9. Investitions- und Planungssicherheit gewährleisten
10. Kommunikation und Kooperation der Berliner Bezirke intensivieren.

Darüber hinaus orientiert sich die künftige Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Spandau an folgenden Leitlinien:

1. Die Gewährleistung der Nahversorgung, vor allem die der nicht mobilen Bevölkerung, ist sicherzustellen. Nahversorgungszentren sind vor schädlichen Auswirkungen benachbarter Einzelhandelsbetriebe, insbesondere großflächiger Einzelhandelseinrichtungen zu schützen.



2. Die bezirklichen Zentren (Haupt-, Stadtteil-, Ortsteil- und Nahversorgungszentren) sind in ihrer Funktion zu sichern sowie als attraktive und multifunktionale Zentrumsbereiche auszubauen.
3. Die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ist auf die bezirklichen Zentren zu konzentrieren; dies gilt insbesondere für Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten. Die Verkaufsfläche muss in Übereinstimmung mit der Versorgungsfunktion des jeweiligen Zentrums stehen.
4. Neue Einzelhandelsangebote außerhalb der bestehenden Zentren sind in einer bezirklichen Gesamtbewertung in ihren Einflüssen auf die Zentrenstruktur zu untersuchen. Zentrenrelevante Sortimente sind zu vermeiden, zentrenrelevante Randsortimente zu begrenzen.
5. Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser mit einem deutlich über die Nahversorgung hinausgehenden Einzugsbereich sollen nur in höherrangigen Zentren (vom Ortsteilzentrum aufwärts) zugelassen werden.
6. Nahversorgungsangebote sind vorrangig innerhalb der Zentren anzusiedeln; außerhalb von Zentren nur dann, wenn sie der Sicherung der Nahversorgung der dort wohnenden Bevölkerung dienen und keine schädlichen Auswirkungen auf die benachbarten Zentren haben.
7. Nahversorgungsangebote auf bestehenden oder gemäß dem Entwicklungskonzept für den produktionsgeprägten Bereich vorgehaltenen Gewerbeflächen sind zu vermeiden.
8. Bei Nahversorgungsangeboten in Streulagen soll die Anzahl der Stellplätze auf das für die Nahversorgungsbereiche erforderliche Maß begrenzt werden.
9. Neue Einzelhandelsbetriebe müssen sich in die städtebaulichen Strukturen ihres Umfelds einfügen.
10. Kommunale, kulturelle, und gastronomische Einrichtungen sowie bevölkerungs- und freizeitorientierte Dienstleistungen sind vorrangig innerhalb der städtischen Zentren anzusiedeln.



9.3.2 Bezirkliche Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Nahversorgungsrelevante Sortimente

1. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen vorrangig in festgelegten zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Ihre Größe und Betriebsform soll sich im adäquaten Verhältnis zur Funktionsstufe und zum Einzugsbereich des zentralen Versorgungsbereichs einordnen. Auf benachbarte Zentren dürfen keine schädlichen Auswirkungen ausgehen. Kumulative Auswirkungen von geplanten mit bereits realisierten Vorhaben sind zu berücksichtigen (sog. „Vorschädigung zentraler Versorgungsbereiche“).
2. Sofern innerhalb der Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs geeignete Flächen nicht verfügbar sind, können ausnahmsweise auch Flächen in der unmittelbaren Umgebung herangezogen werden, wenn ein städtebaulicher Zusammenhang mit dem Zentrum gegeben ist bzw. hergestellt werden kann, ein funktionales Zusammenwirken des Ergänzungsstandorts mit dem vorhandenen Zentrum angenommen werden kann und die beabsichtigte Entwicklung zur Sicherung und Stärkung des Zentrums beiträgt (Verträglichkeitsnachweis).
3. In der Regel (Orientierungswerte) sind bei Ansiedlung, Änderung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen in den festgelegten zentralen Versorgungsbereichen oder unmittelbar daran angrenzend keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten, wenn der im Zentrenkonzept festgelegte Entwicklungsrahmen für das jeweilige Zentrum beachtet wird und die folgenden Verkaufsflächenobergrenzen in etwa³⁴ eingehalten werden:
 - Hauptzentren: keine Begrenzung
 - Stadtteilzentren: bis max. 5.000 qm VKF
 - Ortsteilzentren: bis max. 2.500 qm VKF
 - Nahversorgungszentren: bis max. 1.500 qm VKF

³⁴ Im vorliegenden Einzelhandelskonzept wird für den begründeten Einzelfall eine abschließende Aussage zur Möglichkeit einer abweichenden Größenordnung getätigt (vgl. u.a. NVZ Gartenfeld).



Der Entwicklungsrahmen gilt als eingehalten, soweit der Korridor des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs um nicht mehr als 10 % überschritten wird (sonst Einzelfallprüfung).

Für Ansiedlungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche gelten folgende Kriterien:

- bis max. 800 qm VKF; bei Flächen über der Schwelle zur Großflächigkeit detaillierte Einzelfallbetrachtung erforderlich;
- nicht mehr als geringfügige räumliche Überschneidung des Einzugsbereichs mit den Kerneinzugsbereichen benachbarter zentraler Versorgungsbereiche (fußläufiger Einzugsbereich mit einem Radius von 500 bis zu 800 m);
- Beschränkung von Verkaufsfläche und Sortiment auf den nachgewiesenen Nahversorgungsbedarf der im engeren Umfeld wohnenden Bevölkerung (Orientierungswert: bis zu 0,45 qm VKF/EW, sonst Einzelfallprüfung);
- jeweils nicht mehr als 10 % Kaufkraftabzug von benachbarten zentralen Versorgungsbereichen;
- keine kumulativen Auswirkungen mit geplanten oder bereits realisierten Vorhaben (Berücksichtigung der sog. „Vorschädigung“);
- Stellplatzanzahl nur in dem für die Nahversorgung erforderlichen Maß;
- keine Inanspruchnahme gewerblicher Bauflächen (FNP) / GI- und GE-Flächen (B-Plan-Ebene).

Bestehende und geplante Betriebe in den „Nahversorgungsstandorten mit besonderer Versorgungsfunktion“ und in sonstigen Streulagen, in denen in fußläufiger Entfernung keine Versorgungsalternativen gegeben sind, sind in ihrer Zukunftsfähigkeit zu erhalten und zu stärken - in begründeten Fällen auch mit Verkaufsflächen über der Schwelle zur Großflächigkeit.

Sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel (ohne Nahversorgung)

4. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind nur innerhalb der städtischen Zentren zuzulassen. Ihre Größe und Betriebsform soll sich im adäquaten Verhältnis zur Funktionsstufe und zum Einzugsbereich des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs befinden. Auf benachbarte Zentren dürfen keine schädigenden Auswirkungen ausgehen. Kumulative Auswirkungen von geplanten mit bereits realisierten Vorhaben sind zu berücksichtigen („Vorschädigung“ eines zentralen Versorgungsbereichs).



5. Sofern innerhalb der Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs geeignete Flächen nicht verfügbar sind, können ausnahmsweise auch Flächen in der unmittelbaren Umgebung herangezogen werden, wenn ein städtebaulicher Zusammenhang mit dem Zentrum gegeben ist bzw. hergestellt werden kann, ein funktionales Zusammenwirken des Ergänzungsstandorts mit dem vorhandenen Zentrum angenommen werden kann und die beabsichtigte Entwicklung zur Sicherung und Stärkung des Zentrums beiträgt.
6. Ansiedlungen, die nicht der Funktionsstufe des jeweiligen Zentrums entsprechen, sind in ihren Auswirkungen auf die Zentrenstruktur zu untersuchen (Einzelfallprüfung). Dabei ist eine mögliche „Vorschädigung“ der Zentren zu berücksichtigen.
7. In der Regel (Orientierungswerte) sind bei Ansiedlung, Änderung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen in den festgelegten zentralen Versorgungsbereichen oder unmittelbar daran angrenzend keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten, wenn der im Zentrenkonzept festgelegte Entwicklungsrahmen für das jeweilige Zentrum beachtet wird und die folgenden Verkaufsflächenobergrenzen für die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente eingehalten werden:
 - Hauptzentren: keine Begrenzung
 - Stadtteilzentren: bis max. 3.000 qm VKF
 - Ortsteilzentren: bis max. 1.000 qm VKF- Der Entwicklungsrahmen gilt als eingehalten, soweit der Korridor des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs um nicht mehr als 10 % überschritten wird.
- 8. Auch der sonstige nicht-großflächige zentrenrelevante Einzelhandel soll auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentriert werden.

Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel

9. Prioritär soll die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche oder unmittelbar angrenzend an die ausgewiesenen Zentren erfolgen, sofern eine städtebauliche und funktionale Verträglichkeit hergestellt werden kann.
10. In zweiter Priorität ist eine Ansiedlung innerhalb der ausgewiesenen Fachmarkttagglomerationen oder an sonstigen geeigneten Fachmarktstandorten nach folgenden Maßgaben vorzusehen:



- Zentrenrelevante Randsortimente sind auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch auf maximal 800 qm zu begrenzen und müssen auf das Kernsortiment bezogen sein (Sonst: Einzelfallprüfung).
 - Es dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche eintreten.
 - Das Vorhaben lässt sich städtebaulich, verkehrlich und funktional verträglich einordnen.
11. Die Änderung oder Erweiterung bestehender großflächiger Betriebe ist in der Regel als verträglich anzusehen, wenn die Erweiterungsfläche maximal 10 % der im Kernsortiment vorhandenen Verkaufsfläche nicht überschreitet und keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Erweiterungen im Randsortiment sind in der Regel nicht zulässig, wenn bereits eine Verkaufsfläche von 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. 800 qm ausgeschöpft sind (Einzelfallprüfung).

Bestandsschutz – Sicherung bestehender Betriebe

12. Rechtmäßig bestehende Betriebe haben Bestandsschutz. Genehmigungspflichtige Erweiterungen und Nutzungsänderungen (auch Änderungen der zulässigen Sortimente), soweit sie wesentliche Auswirkungen erwarten lassen und nicht durch den Bestandsschutz erfasst sind, sind nach den gleichen Regeln zu beurteilen wie Neuansiedlungen.
13. Bei einer Verlängerung von Baugenehmigungen ist zu prüfen, ob sich zwischenzeitlich die Genehmigungsvoraussetzungen geändert haben (insbesondere hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen auf die bestehende Zentrenstruktur).

Handwerkerprivileg

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



9.3.3 Kriterien für die Bewertung von Vorhaben hinsichtlich ihrer Auswirkungen

Einzelhandelsvorhaben, insbesondere solche im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich, sollen nach folgenden Kriterien bewertet werden:

- Zuordnung zu einem zentralen Versorgungsbereich;
- Beachtung des Entwicklungsrahmens für den zentralen Versorgungsbereich; bei einer Überschreitung um mehr als 10 % ist eine umfassende Einzelfallprüfung hinsichtlich der Auswirkungen (Umsatzumverteilungswirkungen) erforderlich;
- keine mehr als unwesentlichen schädlichen Umsatzumverteilungswirkungen bezogen auf den bestehenden Einzelhandel (zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgung), unter Berücksichtigung einer möglichen „Vorschädigung“;
- Anbindung an Wohngebiete;
- Schließung räumlicher Versorgungslücken;
- qualitative Verbesserung der Nahversorgungs- und Zentrenstruktur (Beseitigung struktureller Defizite);
- Maßstäblichkeit bezogen auf die Nutzungen im Umfeld;
- Erreichbarkeit zu Fuß und mit dem Fahrrad;
- Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln;
- Erreichbarkeit im motorisierten Individualverkehr;
- Stellplatzausstattung;
- Impulsfunktion für bestehende Einzelhandels- und handelsergänzende Nutzungen.

9.4 Zentrale Versorgungsbereiche

9.4.1 Vorbemerkung zur Methodik

Planungsrechtliche Anforderungen

Wesentlicher Inhalt des Zentren- und Einzelhandelskonzeptes ist die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche im Bezirk (im Folgenden auch kurz als „Zen-



tren" bezeichnet), die für den Einsatz planungsrechtlicher Instrumente zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung von herausgehobener Bedeutung ist:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe, „die sich auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche... nicht nur unwesentlich auswirken können" sind nach § 11 BauNVO nur in Kern- und speziellen Sondergebieten zulässig.
- Die Zulässigkeit von Vorhaben im unbeplanten Innenbereich³⁵ ist durch § 34 Abs. 3 BauGB an die Bedingung geknüpft, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche" zu erwarten sein dürfen.
- Bei seinen Stellungnahmen zu Planungen und Projekten in benachbarten Gemeinden (bzw. Bezirken) kann sich der Bezirk auf „Auswirkungen auf seine zentralen Versorgungsbereiche" berufen (§ 2 Abs. 2 BauGB).
- „Zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" kann durch einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Nutzungsarten (insbesondere von Einzelhandel) beschränkt werden (§ 9 Abs. 2a BauGB).

Für eine rechtssichere Handhabung der genannten Instrumente bedarf es über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinaus bestimmter präzisierender Aussagen zu den einzelnen Zentren:

- Als Grundlage für die Prüfung, ob von einem beantragten Vorhaben „schädliche Auswirkungen" auf die Funktionsfähigkeit eines bestimmten Zentrums zu erwarten sind, sind die einzelnen Zentren jeweils einem Zentrentyp zuzuordnen, der durch seinen jeweiligen Funktionsumfang gekennzeichnet ist. Die Bestimmung eines quantitativen Entwicklungsrahmens für die Einzelhandelsentwicklung in den einzelnen Zentren kann diese Prüfung erleichtern.
- Es ist zu unterscheiden zwischen bereits vorhandenen (zu erhaltenden) und zu entwickelnden Zentren (nach überwiegender Rechtsauffassung bezieht sich die o.g. Zulässigkeitsvoraussetzung nach § 34 (3) BauGB lediglich auf den gegenwärtigen Einzelhandelsbestand in vorhandenen Zentren, nicht auf etwaige Planungen);
- damit entscheidbar ist, ob ein beantragtes Vorhaben innerhalb oder außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt, müssen diese im Zentrenkonzept abgegrenzt werden.

³⁵Im Bezirk Spandau stellt der unbeplante Innenbereich eher die Ausnahme dar (Weststaaken, Bahnflächen und sonstiges Nicht-Bauland), da im Übrigen der Baunutzungsplan als übergeleiteter Bebauungsplan gilt.



Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Der Gesetzesbegriff „zentraler Versorgungsbereich“ umfasst die großen Stadtteilzentren des Bezirks ebenso wie die Ortsteilzentren und die Nahversorgungszentren in den Quartieren. Er impliziert eine Mehrzahl von einander ergänzenden oder konkurrierenden Nutzungen³⁶. Ein einzelner Betrieb kann nicht durch einen Bebauungsplan vor Konkurrenz geschützt werden, auch wenn er eine wichtige Nahversorgungsfunktion hat und sein Erhalt für die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung wünschenswert ist. Andererseits können Bereiche, die nach der planerischen Konzeption des Bezirks in ihren zentralen Funktionen erst noch entwickelt werden sollen, als "zentrale Versorgungsbereiche" angesprochen werden, wenn dafür die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen vorliegen.

Typisierung der Zentren

Die Festlegung der gesamtstädtisch relevanten Zentren, einschließlich ihrer Zuordnung zu einer bestimmten Ebene der Zentrenhierarchie und eines Orientierungswertes für ihre Verkaufsflächenentwicklung ist bereits durch den Flächennutzungsplan Berlin und den Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 erfolgt. Aufgabe des bezirklichen Zentrenkonzepts ist es, diese Festlegungen zu überprüfen und daraufhin ggf. Vorschläge für die periodische Fortschreibung des gesamtstädtischen Zentrenkonzepts zu entwickeln (Gegenstromprinzip), die Zentren räumlich abzugrenzen und die Handlungserfordernisse in den einzelnen Zentren zu bestimmen. Für die Ebene der Nahversorgung sind sowohl die Festlegung von (vorhandenen und zu entwickelnden) Nahversorgungszentren und ihre räumliche Abgrenzung als auch die Benennung von sonstigen Nahversorgungsstandorten in Streulagen, die für eine wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung von besonderer Bedeutung sind, Gegenstände des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzeptes.

Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Für eine rechtssichere Umsetzung des Zentrenkonzepts muss eindeutig entscheidbar sein, ob ein beantragtes Vorhaben innerhalb oder außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs liegt. Die flächenscharfe³⁷ Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ist daher konstitutiver Bestandteil des Zentrenkonzepts.

³⁶ Vgl. u.a. OVG Nordrhein-Westfalen, AZ 7 A 964/05 vom 11.12.2006 sowie OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE und Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.

³⁷ Für im folgenden benannte Nahversorgungszentren in Planung kann aufgrund des derzeit noch nicht abschließend geklärten Nutzungsbesatzes und der Gebäudeanordnung keine flächenscharfe



Bei der in den Konzeptkarten und im Anhang „Zentrenbeschreibungen“ dargestellten Abgrenzung der einzelnen zentralen Versorgungsbereiche wurden folgende Merkmale berücksichtigt:

- der vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz,
- die Struktur der Bebauung,
- die Gestaltung der öffentlichen Räume und der Erschließungsanlagen,
- die Parzellen- und Nutzungsgrenzen,
- vorhandene Barrieren und Diskontinuitäten von Bebauung oder Nutzung.

Die Abgrenzungen beschränken sich im Wesentlichen auf die Kernbereiche der Zentren; Randlagen und potenzielle Erweiterungsflächen werden nur einbezogen, soweit sie zur Umsetzung der Ziele der Zentrenentwicklung erforderlich sind, ein funktionaler Zusammenhang gegeben und eine unerwünschte Schwerpunktverlagerung nicht zu befürchten ist und es bereits Festlegungen oder mindestens konkretisierte planerische Überlegungen zu ihrer Entwicklung gibt.

In Einkaufsstraßen mit einer kleinteilig straßenbegleitenden Einzelhandelsstruktur wird i.d.R. generalisierend ein 25 m tiefer Randstreifen, gerechnet von der Straßenbegrenzungslinie, in die Zentrumsabgrenzung einbezogen. Dies ist damit begründet, dass einer Entwicklung der straßenseitigen Grundstücksteile und einer moderaten rückwärtigen Ausweitung, z.B. in einen Seitenflügel hinein, das Zentrenkonzept nicht entgegengehalten werden soll, während andererseits die entsprechenden Grundstücke häufig auch Rückgebäude, Remisen, Grünbereiche oder anders genutzte rückwärtige Flächen umfassen, deren Einzelhandelsnutzung nicht Ziel der Planung ist. Eine grundstücksscharfe Abgrenzung ist wegen der unterschiedlichen und teilweise sehr großen Parzellentiefen nicht sinnvoll, eine einzelfallbezogene flächenscharfe Abgrenzung der auf jedem Einzelgrundstück für Einzelhandel in Frage kommenden Teilfläche nicht leistbar. Nur wo es gute Gründe gibt, von der generalisierenden Darstellung abzuweichen, z.B. weil rückwärtige Parkplatzzonen dem zentralen Versorgungsbereich zuzurechnen sind oder bei brach liegenden Grundstücken das Zentrenkonzept auch einer über die o.g. Tiefe hinaus gehenden Einzelhandelsnutzung nicht entgegenstehen soll, wird im Konzeptplan eine abweichende Tiefe der in die Zentrenabgrenzung einbezogenen Fläche dargestellt. Im Übrigen sind Entwicklungen, die die Zen-

te Abgrenzung erfolgen, sondern es handelt sich um eine generalisierte Darstellung. Im Einzelfall ist daher für einzelne Grundstücke eine kleinere oder leicht größere Abgrenzung möglich.



trennabgrenzung überschreiten, nach den Grundsätzen (2), (3), (5) und (7) zu beurteilen (s. Kap. 9.3.2).

Insbesondere in den Zentren mit straßenbegleitenden linearen Strukturen (Wilhelmstadt, Streitstraße) werden auch größere Lücken, die durch andere Nutzungen belegt sind, in die Abgrenzung einbezogen, wenn insgesamt noch ein der Typik des jeweiligen Zentrums entsprechendes Zusammenwirken der Teilbereiche angenommen oder zumindest entwickelt werden kann.

Weiterhin umfassen die Abgrenzungen auch Stellplatzanlagen und Erschließungsflächen, die den Einzelhandelsnutzungen unmittelbar zugeordnet sind, auch wenn deren Nutzung für zusätzliche Verkaufsflächen nicht Gegenstand des Zentrenkonzepts ist.

Die Einbeziehung zzt. ungenutzter oder anders genutzter Flächen in eine Zentrumsabgrenzung bedeutet nicht, dass dort Einzelhandelsnutzungen beliebig zugelassen werden können. Bei der Prüfung der Zulassungsfähigkeit eines Vorhabens aus Sicht des Zentrenkonzepts sind vielmehr ergänzend und einzelfallbezogen auch die geplanten Sortimente, die Vereinbarkeit mit dem benannten Entwicklungsrahmen sowie eine der Funktionsstufe des Zentrums angemessene Größenordnung des Projekts (s. Grundsätze [3] und [7]) in der Abwägung zu berücksichtigen.

Eingrenzung des Entwicklungsrahmens

Den festgelegten zentralen Versorgungsbereichen wird im Zentrenkonzept jeweils ein Entwicklungsrahmen für die künftige Verkaufsflächenentwicklung zugeordnet. Die „Orientierungswerte“ des StEP Zentren 2030 zur Verkaufsflächenausstattung in den unterschiedlichen Zentrentypen werden dabei nicht in Frage gestellt. Daneben wurden jedoch auch die Bestands- und Bedarfssituation, d.h. die Ergebnisse der aktuellen Bestandsaufnahme sowie die aktuellen Bevölkerungs- und Kaufkraftprognosen für den Gesamtbezirk und seine Teilbereiche berücksichtigt.

Die Werte für den Entwicklungsrahmen geben einen Anhaltspunkt für die im jeweiligen Zentrum im Rahmen der gesamtbezirklichen Entwicklung ohne Beeinträchtigung anderer Standorte vertretbaren Verkaufsflächenzuwächse. Sie sollen u.a. der Notwendigkeit einer kontinuierlichen Anpassung und Modernisierung der Einzelhandelsangebote Rechnung tragen. Bereits genehmigte bzw. planerisch verfestigte Vorhaben sind dabei noch nicht berücksichtigt, da ihre Umsetzung nicht in jedem Fall vorausgesetzt werden kann. Bei ihrer Realisierung ist der verbleibende Entwicklungsrahmen daher entsprechend zu reduzieren.



Der jeweils benannte Entwicklungsrahmen ist nicht als Zielwert zu verstehen, und in der Abwägung mit anderen Belangen soll auch eine begrenzte Überschreitung (bis zu 10 %) nicht ausgeschlossen werden, die dann jedoch im Hinblick auf mögliche Auswirkungen auf andere Zentren zu untersuchen und zu begründen ist. Andererseits könnte eine absehbare Unterschreitung des Entwicklungsrahmens in einem Zentrum, z.B. wegen fehlender Flächenverfügbarkeit, zur Begründung einer Überschreitung in einem benachbarten Zentrum mit überlappendem Einzugsbereich herangezogen werden.

Ergänzend sind insbesondere im Hauptzentrum und im Stadtteilzentrum Fachmarktangebote mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten denkbar, soweit sich diese städtebaulich und verkehrlich verträglich einordnen lassen.

9.4.2 Hauptzentrum Spandau

Einstufung und Abgrenzung des Zentrums

Das Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 2030 legt auf der Grundlage des Flächennutzungsplans das Hauptzentrum „Altstadt Spandau“ fest. Da sich mit den Spandau Arcaden ein zweiter, annähernd gleichgewichtiger Zentrumsschwerpunkt außerhalb der Altstadt etabliert hat, wird im vorliegenden Zentren- und Einzelhandelskonzept des Bezirks die Bezeichnung Hauptzentrum Spandau verwendet.

Die Verkaufsflächenausstattung dieses zentralen Versorgungsbereichs liegt bei rd. 62.000 qm und damit innerhalb des im Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 benannten Orientierungsrahmens für Hauptzentren von 50.000 bis 100.000 qm Verkaufsfläche. Der Einzugsbereich greift im Westen über die Bezirksgrenzen hinaus, am östlichen Rand des Bezirks überschneidet er sich mit dem Einzugsbereich des Hauptzentrums Wilmersdorfer Straße (City West).

Die typischen Ausstattungsmerkmale eines Hauptzentrums gemäß StEP Zentren 2030 sind im Hauptzentrum Spandau gegeben.

Die Abgrenzung des Hauptzentrums umfasst den größten Teil der Altstadt, mit Ausnahme von Randbereichen zur Havel und zum Mühlengraben, die vor allem durch Wohnnutzung geprägt sind und sich für eine Intensivierung zentrumstypischer Nutzungen nicht eignen. Zum Zentrumsbereich gehören auch die Spandau Arcaden, die die Angebote der Altstadt in vieler Hinsicht ergänzen und mit dieser inzwischen als zusammenwirkendes Zentrum erlebt werden. In die Abgrenzung wird weiterhin das den Spandau Arcaden gegenüberliegende ehemalige



Postareal einbezogen, das hervorragende Chancen für funktionale Ergänzungen des im Hauptzentrum vertretenen Nutzungsspektrums bietet. Schließlich werden auch die südlich anschließenden straßenbegleitenden Randbereiche der Klosterstraße dem Hauptzentrum zugeordnet. Hier sind viele Nutzungen vertreten, die einen zentralen, mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbaren Standort im Bezirk benötigen, jedoch in der Nutzungskonkurrenz um Flächen in der Altstadt nicht mithalten können und sich auch nicht in den typischen Branchenmix eines Shopping Centers einordnen lassen. Die Passantenfrequenz ist hier deutlich stärker auf das Spandauer Zentrum als auf die Wilhelmstadt ausgerichtet, von der dieser Bereich durch eine klare stadträumliche Zäsur an der Ortsteilgrenze getrennt ist. Diese Zuordnung erfolgt unbeschadet der Tatsache, dass dieser Teil des Zentrums im Sanierungsgebiet Wilhelmstadt liegt und durch das Geschäftsstraßenmanagement Wilhelmstadt mit betreut wird.

Entwicklungsrahmen

Der Entwicklungsrahmen von rd. 11.600 Verkaufsfläche für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente berücksichtigt die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung im Einzugsgebiet unter der Zielsetzung einer möglichst weitgehenden Bindung der Kaufkraft im Bezirk. Die Gesamtverkaufsfläche im Hauptzentrum würde sich damit auf rd. 73.600 qm VKF für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente erhöhen. Eine darüber hinausgehende Stärkung des Hauptzentrums durch Ansiedlung von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten innerhalb oder am Rand des Zentrums bleibt davon unberührt. Diesen Entwicklungsspielraum gilt es für die Stärkung der Zentrumsfunktion zu nutzen. Eine größere Potenzialfläche steht dafür auf dem Gelände des ehemaligen Poststandortes zur Verfügung (Vertiefungsbereich, Kap. 10).

Zentrum (VKF in qm)	Entwicklungsrahmen ¹	Sortimente ²			Summe
		nahversorgungsrelevant	sonst. Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant	
HZ Spandau	11.600	15.600	45.800	600	62.000
¹ zusätzlich mögliche Verkaufsfläche für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente, kein Zielwert. Der Entwicklungsrahmen bezieht sich auf die zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme (2/2015; Teilaktualisierung Großflächen 09/2016) genutzten Einzelhandelsflächen; die Flächen von zwischenzeitlich realisierten Projekten sowie von Genehmigungen und positiv beschiedenen Voranfragen, mit deren Umsetzung zu rechnen ist, sind davon noch abzuziehen.					
² gem. Bestandsaufnahme Dr. Lademann & Partner 2/2015 und teilaktualisiert 9/2016.					

Tabelle 11: Zentrenkonzept Spandau - Hauptzentrum



9.4.3 Ortsteilzentren

Zentreneinstufung

Das Zentrenkonzept des Stadtentwicklungsplans Zentren 2030 benennt im Bezirk Spandau fünf Ortsteilzentren: Siemensstadt, Wilhelmstadt Spandau, Heerstraße West/ Obstallee, Kladow und Wasserstadt Oberhavel (Maselake).

Für Verkaufsflächen in den Ortsteilzentren nennt der Stadtentwicklungsplan einen Orientierungswert von 5.000 bis 10.000 qm. Die Zentren Wilhelmstadt, Obstallee (im StEP: Heerstraße West), Siemensstadt, Kladow und Streitstraße (im StEP: Wasserstadt Oberhavel [Maselake]) liegen etwa innerhalb dieser Spannweite. Typische Ausstattungsmerkmale eines Ortsteilzentrums werden innerhalb des StEP Zentren 2030 aufgeführt. Dazu gehört neben Einzelhandelsbetrieben (Anteil Nahrungs- und Genussmittel 30-60 %) auch eine Grundausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern und weiteren einzelhandelsnahen Angeboten.

Aus den Erhebungen und Untersuchungen zum Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau haben sich für die im StEP Zentren 2030 festgelegten Ortsteilzentren keine Gesichtspunkte ergeben, die die Einstufung des Stadtentwicklungsplans in Frage stellen würden. Sie dienen auf jeweils eigene Weise als Versorgungsschwerpunkt und Identifikationskern eines abgrenzbaren örtlichen Einzugsbereichs und sind in ihrer Zentrumsfunktion - trotz in den letzten Jahren entwickelter konkurrierender Einzelhandelsangebote in Streulagen - unverzichtbar.

Sowohl in Bezug auf seine Größe und sein städtebauliches Erscheinungsbild als auch auf sein quantitatives und qualitatives Angebot an Einzelhandelsbetrieben und ergänzenden Nutzungen wird das Zentrum der Siemensstadt den Erwartungen an ein Ortsteilzentrum nicht gerecht. Es fehlt bei den Einzelhandelsnutzungen an der Breite konkurrierender Angebote und an den spezialisierten Fachgeschäften, die eine Attraktivität des Zentrums über den Bereich der Siemensstadt hinaus begründen könnten. In der Konkurrenz mit anderen Zentren- und Fachmarktstandorten, insbesondere mit der nahe gelegenen FMA Paulsternstraße (Möbel-Einzelhandel) hat das OTZ Siemensstadt damit einen schweren Stand.

Andererseits entsprechen Art, Größe und Branchenmix vor allem der im Einkaufszentrum „Kaufmitte Siemensstadt“ vertretenen Einzelhandelsbetriebe sogar eher einem Stadtteil- als einem Ortsteilzentrum.

Das Ortsteilzentrum Streitstraße erfüllt die Erwartungen und Ansprüche an ein Ortsteilzentrum quantitativ und qualitativ weitestgehend. Es schließt im Norden



des Bezirks, wo noch Einwohnerzuwächse zu erwarten sind, eine Lücke in der Zentrenstruktur und weist erhebliche Wohnbaupotenziale im Einzugsbereich auf. Das in zwei Bauabschnitten realisierte Einzelhandelsgroßprojekt „Maselake Park“ (vgl. Kap. 5.4) trägt allmählich zu einem städtebaulichen Zusammenhang der beiden Teilbereiche bei.

Zentrum (VKF in qm)	Entwicklungsrahmen ¹	Sortimente ²			Summe
		nahversorgungsrelevant	sonst. Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant	
OTZ Wilhelmstadt	700	5.700	3.000	500	9.200
OTZ Siemensstadt	4.000	4.100	3.900	3.500	11.500
OTZ Obstallee	2.800	2.500	1.900	-	4.400
OTZ Streitstraße	1.100	6.500	4.900	700	12.100
OTZ Kladow	1.000	5.300	500	-	5.800

¹ zusätzlich mögliche Verkaufsfläche für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente, kein Zielwert. Der Entwicklungsrahmen bezieht sich auf die zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme ((2/2015; Teilaktualisierung Großflächen 09/2016) genutzten Einzelhandelsflächen; die Flächen von zwischenzeitlich realisierten Projekten sowie von Genehmigungen und positiv beschiedenen Voranfragen, mit deren Umsetzung zu rechnen ist, sind davon noch abzuziehen.

² gem. Bestandsaufnahme Dr. Lademann & Partner 2/2015 und teilaktualisiert 9/2016.

Tabelle 12: Zentrenkonzept Spandau – Ortsteilzentren

Entwicklungsrahmen und Handlungserfordernisse

Unter Berücksichtigung des in 2016 erreichten Verkaufsflächenumfangs, sowie der Kaufkraftprognosen für den Gesamtbezirk und seiner Teilbereiche weist das Zentrenkonzept Spandau den einzelnen Ortsteilzentren die in der obenstehenden Tabelle aufgeführten Entwicklungsrahmen zu.

Mit rd. 9.200 qm Verkaufsfläche weist das Ortsteilzentrum Wilhelmstadt eine für diesen Zentrumstyp große Flächenausstattung mit einer Vielfalt kleiner und spezialisierter Angebote auf. Dies ist u.a. durch den großen und dicht bebauten Einzugsbereich und die erhebliche Längenausdehnung dieses Zentrums begründet, das drei Schwerpunkte mit jeweils einem größeren Lebensmittelversorger aufweist (im Norden an der Wilhelmstraße, im Zentrum um den Metzger Platz und im Süden um die Adamstraße), die jedoch durch straßenbegleitende Nutzungen so verbunden sind, dass sich nicht drei separate Zentren definieren lassen. Die Grenzlage des OTZ Wilhelmstadt zum HZ Spandau und ein modernes SB-Warenhaus sowie das Planvorhaben „Spandauer Ufer“ (Postareal im Hauptzentrum) begrenzen den Entwicklungsrahmen für eine hier marktseitig vertretbare weitere Einzelhandelsentwicklung auf rd. 700 qm Verkaufsfläche. Begünstigend



dürften sich die Wohnbauentwicklungen im Einzugsbereich (v.a. westlich der Wilhelmstraße/Gatower Straße) auswirken.

Der Schwerpunkt wird perspektivisch bei einer Aufwertung der vorhandenen Einzelhandelslagen, der Stärkung ihrer Verbindungen untereinander, der Verbesserung der Aufenthaltsqualitäten und der Beseitigung von Leerständen und unter Wert genutzten Einzelhandelsflächen liegen. Dies sind auch zentrale Anliegen der Stadterneuerung im festgesetzten Sanierungsgebiet „Spandau-Wilhelmstadt“³⁸, des Förderprogramms Aktive Zentren und des in diesem Rahmen 2012 ins Leben gerufenen Geschäftsstraßenmanagements.

Mit dem Ziel die erheblichen Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsbereich an höher-rangige Zentren und in die FMA Paulsternstraße umzulenken, wird dem Ortsteilzentrum Siemensstadt ein Entwicklungsrahmen von rd. 4.000 qm Verkaufsfläche zugeordnet. Es wird allerdings erheblicher Anstrengungen bedürfen, um diesen Rahmen bspw. durch die Modernisierung der „Kaufmitte“ auszuschöpfen und damit eine Stabilisierung des Zentrums zu ermöglichen (siehe Kap. 10.2). Im Lichte der Etablierung des NVZ Gartenfeld (in Planung) sowie des NVZ Siemensstadt 2.0 (in Planung) bestünde alternativ die Möglichkeit, ein über die Nahversorgung hinausgehendes Zentrum zu etablieren, mit dem Ziel das o.g. Potenzial im Spandauer Nordosten zu halten (=komplementäre Ergänzung).

Das Ortsteilzentrum Obstallee (im StEP: Heerstraße West [Obstallee]) kann mit seinem Verkaufsflächenbestand von rd. 4.400 qm als konsolidiert gelten. Das Zentrum umfasst neben dem Einkaufszentrum „Staaken-Center“ als Hauptbestandteil noch eine kleine Einkaufspassage auf der gegenüberliegenden Seite des Magistratswegs sowie einen aufgegebenen Poststandort südlich der Obstallee. Stagnierenden Einwohnerzahlen in der umgebenden Großsiedlung stehen hier mögliche Bevölkerungsgewinne im weiteren Einzugsbereich gegenüber, so dass ein Entwicklungsrahmen von zusätzlich bis zu rd. 2.800 qm Verkaufsfläche angenommen werden kann. Im Vordergrund steht die Aufgabe, das vorhandene Ortsteilzentrum durch laufende Anpassung an sich verändernde Kundenerwartungen stabil zu halten, damit die Funktionsfähigkeit als Ortsteilzentrum für einen weitläufigen und teilweise dicht bebauten Einzugsbereich erhalten bleibt.

Das traditionelle Ortsteilzentrum Kladow entlang der Sakrower Landstraße hat mit dem Cladow-Center einen erheblichen Entwicklungsschub erhalten, so dass

³⁸ s. dazu die Zwölfte Verordnung über die förmliche Festlegung von Sanierungsgebieten vom 15. März 2011, Vorlage des Senats an das Abgeordnetenhaus, S. 103ff.



die Angebotsbreite und –tiefe eines Ortsteilzentrums erreicht wird. Der Entwicklungsrahmen von rd. 1.000 qm trägt einerseits den Wohnungsbaupotenzialen in diesem Raum, andererseits dem Projekt einer Erweiterung des vorhandenen Lebensmittel-Vollversorgers Rechnung und ermöglicht begrenzte Erweiterungen zur Stabilisierung der gegenwärtigen Situation. Eine Beeinträchtigung benachbarter Zentren ist aufgrund der isolierten Lage nicht zu befürchten.

Das Ortsteilzentrum Streitstraße (im StEP: Wasserstadt Oberhavel [Maselake]) umfasst den traditionellen Einkaufsbereich um die Cautiusstraße und die Rauchstraße und das südlich gelegene Carossa-Quartier. Zentral im Zentrum wurde ein Planvorhaben auf festgesetzten Kerngebietsflächen nördlich des Carossa-Quartiers umgesetzt. Das Ortsteilzentrum versorgt einen weitläufigen Einzugsbereich im Norden des Bezirks, der noch über umfassende Entwicklungspotenziale für zusätzlichen Wohneinheiten verfügt, insbesondere in der Wasserstadt und am Standort des früheren Kraftwerks Oberhavel. Der Entwicklungsrahmen von rd. 1.100 qm berücksichtigt einen entsprechenden Zuwachs an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft, wenngleich das Zentrum für die Funktionszuweisung quantitativ gut dasteht. Maßvolle Bestandssicherungsmaßnahmen innerhalb des OTZ sollten allerdings unter Abwägung der Chancen und Risiken dennoch erfolgen können.

Die besonderen Stärken und Schwächen der einzelnen Ortsteilzentren und der Handlungsbedarf unter Berücksichtigung der im StEP Zentren 2030 dazu enthaltenen Ausführungen werden in den Zentrenbeschreibungen im Anhang zu diesem Zentrenkonzept näher ausgeführt.

9.4.4 Nahversorgungszentren

Kriterien für die Einstufung

Die bestehenden und geplanten Nahversorgungszentren des Bezirks werden durch das vorliegende Zentren- und Einzelhandelskonzept festgelegt und abgegrenzt. Sie dienen in erster Linie der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung in einem fußläufigen Einzugsbereich mit Waren und Dienstleistungen des periodischen Bedarfs, insbesondere mit Lebensmitteln, aber auch mit Drogeriewaren, Getränken, Tageszeitungen, u.ä. Damit von einem zentralen Versorgungsbereich die Rede sein kann, müssen dabei eine Mindestgröße und ein Mindestumfang an Funktionen gegeben sein. Die AV Zentren und Einzelhandel sowie die aktuelle Rechtsprechung und die kommentierende Literatur haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach sollen zentrale Versorgungsbereiche



- in städtebaulich-integrierter Lage eine Versorgungsfunktion (auch: Grundversorgung) für ein räumlich zugeordnetes Umfeld, das über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht, mit einem auf diesen Einzugsbereich abgestimmten Angebot an Waren und Dienstleistungen übernehmen,
- als „Bereich“ räumlich abgrenzbar sein, wobei anders genutzte Lücken in der Zentrenstruktur möglich sind, wenn ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen angenommen werden kann,
- mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche dürfen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs hinauslaufen),
- eine Mindestausstattung mit Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen aufweisen.

Diese Kriterien lassen einen Interpretationsspielraum, der genutzt werden kann, um auf die konkreten Rahmenbedingungen des jeweils betrachteten Gebietes einzugehen (Qualität der vertretenen Angebote, alternative Versorgungsmöglichkeit in nahe gelegenen Zentren und Einzelstandorten, Entwicklungsziele...).

Der o.g. Mindestausstattungskatalog wird für die Beurteilung der Nahversorgungszentren im Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau wie folgt operationalisiert:

In einem Nahversorgungszentrum soll das folgende Mindestangebot vorhanden sein oder entwickelt werden: mindestens ein Vollversorger für Lebensmittel und Drogeriewaren³⁹, mindestens zwei ergänzende Einzelhandelsanbieter mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, eine Arztpraxis und eine Apotheke, eine Bank oder Sparkasse sowie mindestens drei Betriebe aus der Gruppe der einzelhandelsnahen Dienstleistungen (z.B. Friseur, Kosmetik, Reinigung, Schneider, Schuster, Schlüsseldienst, Reisebüro, Telefonladen)⁴⁰.

Soweit nicht besondere Umstände vorliegen, wird für die Einstufung als Nahversorgungszentrum bestandsorientiert eine Mindestgröße von 2.000 qm Verkaufsfläche (ohne Leerstände) für nahversorgungsrelevante Sortimente angenommen.

³⁹Ein Discounter und drei ergänzende Lebensmittel-Einzelhändler (z.B. Bäcker, Fleischer, Obst und Gemüse) können einem Vollversorger gleichgesetzt werden.

⁴⁰Postdienstleistungen gehören heute nicht mehr zur Regelausstattung eines zentralen Versorgungsbereichs. Eine gastronomische Mindestversorgung ist an allen untersuchten Standorten vorhanden.



Nicht alle Standorte dieser Größenordnung erreichen jedoch den geforderten Funktionsumfang. Bei etwa 5.000 qm Verkaufsfläche wird eine Größenordnung erreicht, die über die reine Nahversorgung hinausgeht. Im Einzelfall kann allerdings eine erweiterte Nahversorgungsfunktion für das eigene verdichtete Quartier und die angrenzenden unterversorgten Wohnsiedlungsbereiche bestehen. Dabei bedarf es auch der Würdigung im Falle der Umsetzung besonderer, flächenextensiver Konzepte.

Festlegung der Nahversorgungszentren

Nach den genannten Kriterien können die in der folgenden Tabelle aufgeführten Nahversorgungszentren benannt werden, die das System der zentralen Versorgungsbereiche im Bezirk räumlich und funktional komplettieren:

Zentrum (VKF in qm)	Entwicklungsrahmen ¹	Sortimente ²			Leerstand ³
		nahversorgungsrelevant	sonst. Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant	
NVZ Neustadt	1.100	1.400	700	0	205
NVZ Brunsbütteler Damm/ M.	1.300	2.200	1.000	0	0
NVZ Am Kiesteich	1.000	3.200	100	0	105
NVZ Westerwaldstraße	1.000	4.400	100	0	0
NVZ Haselhorst	1.200	2.600	500	100	35
NVZ Heerstraße/Nennhauser Damm	700	2.300	400	0	800
NVZ Gartefeld (in Planung)	5.900	0	0	0	0
NVZ Siemenstadt 2.0 (in Planung)	3.100	0	0	0	0

¹ zusätzlich mögliche Verkaufsfläche für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente, kein Zielwert. Der Entwicklungsrahmen bezieht sich auf die zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme (2/2015; Teilaktualisierung Großflächen 09/2016) genutzten Einzelhandelsflächen; die Flächen von zwischenzeitlich realisierten Projekten sowie von Genehmigungen und positiv beschiedenen Voranfragen, mit deren Umsetzung zu rechnen ist, sind davon noch abzuziehen.

² gem. Bestandsaufnahme Dr. Lademann & Partner 2/2015 und teilaktualisiert 9/2016.

³ gem. Bestandsaufnahme Lademann & Partner 1/2013; darin enthalten auch Leerstände, die voraussichtlich nicht für Einzelhandel reaktivierbar sind.

Tabelle 13: Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau - Nahversorgungszentren

Diese Nahversorgungszentren weisen bereits im Bestand den für ein solches Zentrum kennzeichnenden Funktionsumfang, eine angemessene Größe und - mit zwei Ausnahmen (Westerwaldstraße; Heerstraße/Nennhauser Damm) - auch eine für ihren jeweiligen Einzugsbereich charakteristische städtebauliche Ausprägung auf. Das NVZ Neustadt ist allerdings als begrenzt funktionsfähig zu bewerten (Magnetbetrieb Rewe-Markt), zumal die Rewe Group selbst im direkten Standortumfeld (Askaniering) einen modernen Lebensmittelmarkt eröffnet hat.

Die beiden ehemals im FNP und im StEP Zentren 3 im Falkenhagener Feld noch ausgewiesenen Zentren (im FNP ist das Östliche, im StEP Zentren 3 das Westliche



als Ortsteilzentrum dargestellt), weisen bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Verkaufsflächen von deutlich unter 5.000 qm nicht die Angebotsbreite eines Ortsteilzentrums auf. Der westliche Standort „Am Kiesteich“ kann ohne weiteres als Nahversorgungszentrum eingestuft werden, der östliche Standort an der Wes-terwaldstraße weist im Hinblick auf die Angebotsbreite außerhalb der drei großflächigen Ankerbetriebe und im Hinblick auf das städtebauliche Zusammenwirken über die Falkenseer Chaussee hinweg dagegen deutliche Schwächen auf. Die zurzeit durchgeführten Stadtumbaumaßnahmen tragen jedoch zur Aufwertung dieses Standorts bei, so dass die Einstufung als Nahversorgungszentrum gerechtfertigt ist. Im äußersten Westen von Spandau, an der Heerstraße/Nennhauser Damm ist eine funktionale Ansammlung von Fachmarktimmobilien verortet. Das mehrpolige Zentrum weist im Hinblick auf die Angebotsbreite außerhalb der großflächigen Ankerbetriebe und im Hinblick auf das städtebauliche Zusammenwirken der Teilbereiche deutliche Schwächen auf.

Aufgrund der umfassenden Wohnbauentwicklung beabsichtigt der Bezirk Spandau ferner auf der Insel Gartenfeld sowie im Rahmen des Projekts Siemensstadt 2.0 jeweils ein modernes Quartierszentrum umzusetzen. Einzelhandelsseitig soll der Schwerpunkt des NVZ Gartenfeld (in Planung) sowie des NVZ Siemensstadt 2.0 (in Planung) eindeutig auf nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen. Aufgrund des Zuschnittes im Bereich Gartenfeld (historische Belgienhalle) i.V.m. der geplanten Nutzung einer Markthalle geht das Angebot allerdings prospektiv in Teilen auch darüber hinaus.

Ansätze einer Zentrenentwicklung finden sich weiterhin in den Kreuzungsbereichen Heerstraße/ Sandstraße, Falkenseer Chaussee/ Zeppelinstraße sowie an der Seegefelder Straße westlich der Altstadt im Vorfeld des früheren S-Bahnhofs Spandau-West. Diese Standorte übernehmen als geplante Ladenzeilen von Wohnsiedlungen der Nachkriegsjahre immer noch wichtige Nahversorgungsfunktionen für ihre teilweise dicht bewohnten engeren Einzugsbereiche, die durch die nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche nur teilweise abgedeckt werden. Jedoch fehlt es in allen diesen Fällen an dem Funktionsumfang, der eine Einstufung als zentraler Versorgungsbereich rechtfertigen würde, insbesondere an einzelhandelsergänzenden Nutzungen. Ein weiterer Ausbau dieser Standorte wäre vom Flächenangebot her kaum realisierbar und würde zu einer Schwächung der nächstgelegenen, jeweils nur etwa 600 m entfernten Zentren führen. Im Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau kann eine Einstufung als Nahversorgungszentren nicht befürwortet werden. Diese Standorte werden deshalb als „Streulagen mit besonderer Versorgungsfunktion“ (kurz: „besondere Streulagen“) eingestuft.



Einen anderen Standorttyp stellt das in den 90er Jahren entwickelte „Center am JuliuSturm“ dar, das u.a. mit den Betrieben Kaufland und Modedark Röther zwar annähernd den Funktionsumfang eines zentralen Versorgungsbereichs erreicht, jedoch abseits von Wohngebieten auf eine autoorientierte Kundschaft ausgerichtet ist und insofern keine Nahversorgungsfunktion im Sinne des vorliegenden Konzepts erfüllt.

Entwicklungsrahmen

Ein Entwicklungsrahmen für die einzelnen Nahversorgungszentren kann wegen der geringen Größe dieser Zentren, der Überschneidung von Einzugsgebieten und der jeweils unterschiedlichen örtlichen Voraussetzungen nur näherungsweise bestimmt werden. Die in oben angeführten Tabelle angegebenen Werte, die u.a. aus der prognostizierten Einwohner- und Kaufkraftentwicklung in den angenommenen Einzugsbereichen abgeleitet sind, können daher nur einen Anhaltspunkt für die marktseitig (d.h. ohne Berücksichtigung der jeweiligen örtlichen Flächenverfügbarkeit) an dem jeweiligen Standort ohne Beeinträchtigung von Nachbarzentren verträgliche Entwicklung geben und stellen insofern keine Zielwerte oder verbindliche Vorgaben dar.

Handlungsbedarf

Die besonderen Stärken und Schwächen der einzelnen Zentren und der Handlungsbedarf werden in den Zentrenbeschreibungen im Anhang zu diesem Zentrenkonzept stichwortartig benannt.

9.4.5 Nahversorgungsentwicklung in Streulagen

Einzugsbereiche und Versorgungslücken

Für die Überprüfung der Erreichbarkeit von Einzelhandelseinrichtungen aus den Wohngebieten wird in Anlehnung an die AV Zentren und Einzelhandel von einem Einzugsradius von 500 m (Luftlinie) in Gebieten hoher Einwohnerdichte und von 800 m in Gebieten niedriger Einwohnerdichte (i.d.R. Einfamilienhausgebiete) ausgegangen. Dies sind Einkaufsentfernungen, die auch von älteren Menschen in der Regel zu Fuß bewältigt werden können.

Die Karte „Nahversorgung – Erreichbarkeit“ zeigt, dass das Ziel einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung durch die festgelegten zentralen Versorgungsbereiche allein nicht abgedeckt wird. Insbesondere der Norden und Westen von Hakenfelde, Teile der Wasserstadt, ein breiter Gürtel westlich von Altstadt und Wilhelmstadt, die Wohngebiete südlich der



Heerstraße (beiderseits der Gatower Straße), Tiefwerder und Gatow sowie die Randbereiche von Kladow liegen außerhalb der fußläufigen Reichweite eines zentralen Versorgungsbereichs. Dabei handelt es sich überwiegend, jedoch keineswegs ausschließlich um Gebiete der offenen Bauweise mit geringer Bebauungsdichte.

Eine Entwicklung von zusätzlichen Nahversorgungszentren in den vorgenannten Bereichen wäre aufgrund der relativ geringen Bevölkerungsdichte wenig aussichtsreich und könnte die Versorgungsqualität in benachbarten Zentren einschränken; „Lücken“ im Zentrennetz müssen deshalb in Kauf genommen werden. Diese werden teilweise durch Lebensmitteldiscounter, in Einzelfällen auch durch Vollversorger in Streulagen geschlossen, teilweise auch durch kleinere Einzelhandelskonzentrationen, die eine besondere Bedeutung für die wohnungsnah Versorgung haben, sich jedoch nicht für eine Weiterentwicklung zu Nahversorgungszentren eignen.

Streulagen mit besonderer Versorgungsfunktion

Einige dieser kleineren Einzelhandelskonzentrationen mit mehreren einander ergänzenden Einzelhandels- und einfachen Dienstleistungsangeboten, die jedoch nicht die Angebotsbreite eines Nahversorgungszentrums erreichen, haben ein besonderes Gewicht für die Nahversorgung ihrer engeren Einzugsbereiche, weil sie überwiegend oder mindestens zu großen Teilen außerhalb der Fußwegentfernung der festgelegten Zentren liegen. Das Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau benennt unter diesen Gesichtspunkten die folgenden „Streulagen mit besonderer Versorgungsfunktion“:

- Heerstraße/ Sandstraße
- Maulbeerallee/ Seeburger Weg
- Falkenseer Chaussee/ Zeppelinstraße
- Seegefelder Straße/ Borkzeile
- Heerstraße/ Bergstraße
- Rauchstraße (Wasserstadt) bzw. Daumstraße/Rhenaniastraße (Wasserstadt)
- Landstadt Gatow

Bei den ersten vier dieser Standorte handelt es sich um kleinere Ladenzeilen/Versorgungsstandorte der 60er und 70er Jahre, die im Zusammenhang mit den umgebenden Siedlungen geplant und realisiert wurden. I.d.R. handelt es sich um einen kleinflächigen Lebensmittelmarkt, der durch ergänzende Angebote



arrondiert wird. Trotz ihrer nicht mehr den heutigen Standards entsprechenden Flächenausstattung und Erschließung übernehmen diese weiterhin eine wichtige, weil wohnungsnaher Versorgungsfunktion, zumal im engeren Einzugsbereich teilweise noch erhebliche Wohnungsbaupotenziale vorhanden sind. Der funktionale Standortverbund an der Heerstraße/ Bergstraße ermöglicht eine ergänzende wohnungsnaher Versorgung für die Bewohner im Südwesten des Ortsteils Staaken, während an der Rauchstraße eine lose Agglomeration von drei großflächigen Betrieben für einen großen Teil der Wasserstadt Oberhavel die aktuell noch am günstigsten erreichbare Einkaufsmöglichkeit bietet – diese wiederum allerdings nur die linke Havelseite nahversorgen. Vor diesem Hintergrund ist für den rechts der Havel gelegenen Teil der Wasserstadt die Ansiedlung eines qualifizierten Nahversorgers beabsichtigt.

Eine Sonderstellung nimmt in diesem Zusammenhang auch der Standort „Landstadt Gatow“ am Ritterfelddamm ein, der im Zentrum eines ausgedehnten, im Hinblick auf die wohnungsnaher Versorgung stark unterversorgten Einzugsbereichs liegt, der über in Erschließung befindliche Entwicklungspotenziale für den Wohnungsbau verfügt. Das nächstgelegene Nahversorgungszentrum in Kladow ist fast 2,5 km entfernt. Aufgrund der abgelegenen Lage wird empfohlen, dort weitere Handels- und Dienstleistungsbetriebe in einem Umfang anzusiedeln, dass funktional mindestens die Aufgabe einer „Streulage mit besonderer Versorgungsfunktion“ abgedeckt werden kann. Neben dem vorhandenen Lebensmittel-Vollversorger wurde das Angebot durch die Ansiedlung eines Discounters sinnvoll ergänzt. Ansiedlungen im Umfeld, auch außerhalb der Stadtgrenze - wie in Groß Glienecke erfolgt,- die auf den gleichen Einzugsbereich abzielen, würden diese beabsichtigte Entwicklung eines auf das Wohngebiet bezogenen, fußläufig erreichbaren kleinen Einzelhandelsstandortes gefährden.

Diese Standorte genießen trotz ihrer besonderen Versorgungsfunktion nicht den Schutz, den das Baugesetzbuch ausdrücklich nur zentralen Versorgungsbereichen gewährt. Bei Einzelhandelsvorhaben ist jedoch regelmäßig auch zu prüfen, ob sie „Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung“ in ihrem Einzugsbereich haben können und deshalb ggf. nach § 11 Abs. 3 BauNVO sondergebietspflichtig sind. Im Rahmen dieser Prüfung sind insbesondere auch die möglichen Auswirkungen auf die genannten „besonderen Streulagen“ zu ermitteln und zu berücksichtigen. Die Kriterien aus Kap. 9.3.3 sind entsprechend anzuwenden. Ansiedlungsinteressen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, jedoch im Einzugsbereich dieser besonderen Streulagen sollen nach Möglichkeit auf diese Standorte gelenkt werden; die Verträglichkeit ist nach dem Grundsatz Nr. 3 und den Kriterien aus Kap. 9.3.3 zu beurteilen.



Sonstige Streulagen

Auch unter Berücksichtigung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der genannten „besonderen Streulagen“ wird eine flächendeckende wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung nicht erreicht (s. Karte: Nahversorgung – Erreichbarkeit). In großen Teilräumen des Bezirks, insbesondere in vielen Randlagen wird lediglich eine Basisversorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren (ohne große Auswahlmöglichkeiten) durch solitäre Einzel- oder Doppelstandorte von Discountern, in einigen Fällen im Standortverbund mit Vollversorgern, gewährleistet, meist ergänzt durch kleine angelagerte Angebote wie Bäckereifilialen, Getränkeshops oder Imbisse. Viele dieser Streulagen haben im Stadtrandbezirk Spandau wichtige Aufgaben der Nahversorgung übernommen.

Die Bedeutung dieser Streulagen für die wohnungsnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist nach den jeweiligen örtlichen Umständen unterschiedlich zu bewerten. V.a. die städtebaulich-integrierten Lebensmittelmärkte am Ritterfelddamm in Kladow (Landstadt Gatow), in Alt-Gatow, an der Heerstraße/Gatower Straße, am Nennhauser Damm und am Seegefelder Weg in Weststaaken, am Brunsbütteler Damm/ Zweiwinkelweg, Im Spektefeld, Am Forstacker in Hakenfelde sowie am Rand der Neustadt (Askaniering, Neuendorfer Straße) liegen außerhalb der Reichweite von zentralen Versorgungsbereichen und stellen für ihre teils ausgedehnten, teils dicht bebauten Einzugsbereiche oder zumindest für große Teile davon das einzige wohnungsnahe Versorgungsangebot dar. Andere Standorte, insbesondere solche in Gewerbegebieten und an den großen Ausfallstraßen, haben dagegen keine oder nur geringe Bedeutung für die Nahversorgung. Autokundenorientierte, städtebaulich nicht-integrierte Versorgungslagen wirken sich auf den Entwicklungsspielraum der wohnungsnahen Angebote in zentralen Versorgungsbereichen und siedlungsintegrierten Streulagen eher begrenzend aus. Die geringe Wettbewerbsfähigkeit ist an der „Ausdünnung“ der Angebote in einigen älteren Einkaufslagen (z.B. Seegefelder Weg/ Borkzeile), aber auch in den Randlagen einiger zentraler Versorgungsbereiche (z.B. nördliche Streitstraße, südliche Wilhelmstadt) deutlich zu beobachten.

Für die wohnungsnahe Versorgung von anderweitig schlecht versorgten Einzugsbereichen erforderliche Standorte sind in ihrer Zukunftsfähigkeit zu erhalten und zu stärken, in begründeten Fällen auch mit Verkaufsflächen oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit (Grundsätze Nr. [1], [3] und [13]). Der für legal ausgeübte Nutzungen gewährleistete Bestandsschutz kann hier im Rahmen des so genannten „überwirkenden Bestandsschutzes“ auch Modernisierungen und begrenzte Erweiterungen abdecken, die für den weiteren wirtschaftlichen Betrieb und für eine Gewährleistung der Nahversorgungsfunktion erforderlich sind.



Zu den unterversorgten, auch von Einzelbetrieben in Streulagen weiter als 800 m entfernten Gebieten mit einer nennenswerten vorhandenen oder in absehbarer Zukunft zu erwartenden Wohnbevölkerung zählen der Nordwesten von Hakenfelde und Teile der Wasserstadt östlich der Havel, in denen noch ein erheblicher Bevölkerungszuwachs zu erwarten ist, außerdem Randbereiche von Gatow und Kladow. Ansiedlungen, die die wohnungsnah Versorgung dieser Bereiche verbessern, sind nach Maßgabe der Grundsätze (1) und (3) zu beurteilen.

Für die Bewertung sämtlicher nahversorgungsrelevanter Vorhaben sollte ein Prüfungsraster angewendet werden, das die jeweiligen Vorhaben kriteriengestützt im Hinblick auf ihren Beitrag zur Ausbildung eines funktionsfähigen Nahversorgungsnetzes im Bezirk Spandau untersucht. Die entsprechenden Kriterien sind im Kapitel 9.3.3 aufgeführt.

Grundsätzlich gilt auch in Bezug auf die Nahversorgung die für die Weiterentwicklung des bezirklichen Einzelhandels aufgestellte Strategie Konzentration auf die Zentren. Der aufgestellte Expansionsrahmen (Kap. 9.1.2) stellt für die Weiterentwicklung einen groben Orientierungsrahmen dar. Zur Optimierung des Strukturgefüges kann dieser Flächenrahmen unter Abwägung der Vor- und Nachteile allerdings auch maßvoll überschritten werden. Dies kann der Fall sein, wenn es sich um Vorhaben handelt, die innerhalb der Zentren liegen und sich positiv auf die Entwicklung des Zentrums auswirken. Ebenso kann dies der Fall sein, wenn entsprechende Vorhaben der Schließung räumlicher Versorgungslücken – insbesondere in den weniger dicht besiedelten Stadtrandgebieten – dienen. Vor allem sollte bestehenden Betrieben mit Nahversorgungsfunktion die Möglichkeit eingeräumt werden, ihre Ladengeschäfte an aktuelle Ausstattungsstandards und Verkaufsflächengrößen anzupassen.



9.4.6 Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorte

9.4.6.1 Entwicklungstendenzen

Veränderte Einkaufsgewohnheiten und ein dynamischer Strukturwandel im Einzelhandel haben auch in Spandau zur Ansiedlung von Fachmärkten geführt, in denen großflächig ein breites und tief gestaffeltes Sortiment überwiegend aus einem Warenbereich angeboten wird. Bei der Standortwahl stehen die Verfügbarkeit großer und kostengünstiger Flächen und die Erreichbarkeit mit dem Auto für Kunden aus einem weiten Einzugsbereich im Vordergrund. Der Entwicklungsdruck richtet sich insbesondere auf gering genutzte gewerbliche Flächen, ehemalige Bahnflächen und andere Konversionsstandorte an Hauptverkehrsstraßen, zumal bestimmte Betriebe wie Bau-, Möbel- und Gartenmärkte wegen ihrer Größe und ihres Verkehrsaufkommens in den gewachsenen Zentren schwer integrierbar sind.

Im Bestand wurden rund 126.700 qm Verkaufsfläche für nicht-zentrenrelevante Sortimente, wie sie typischerweise in Fachmärkten angeboten werden, ermittelt. Nach den zum Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau angestellten Berechnungen kann – ausgehend von der Bestandssituation und der Nachfrageentwicklung innerhalb des Bezirks – von einem Entwicklungspotenzial in der Größenordnung von rd. 11.900 qm zusätzlicher Verkaufsflächen für nicht-zentrenrelevante Sortimente im Bezirk ausgegangen werden. Eine zwingende Obergrenze für solche Sortimente lässt sich daraus jedoch nicht ableiten, zumal der Einzugsbereich von Fachmärkten (z.B. bei großen Möbelhäusern) oft über Bezirksgrenzen hinausgreift.

Unter Versorgungsgesichtspunkten problematisch sind solche Fachmärkte dann, wenn sie zentrentypische Sortimente an nicht-zentrenintegrierten Standorten anbieten. Dies gilt für die jeweiligen Kernsortimente (z.B. von Elektro- oder Bekleidungsfachmärkten) ebenso wie für die branchenüblichen Randsortimente (z.B. von Haushaltswaren in Möbelmärkten), die bei größeren Fachmärkten oft das vergleichbare Angebot in den Ortsteilzentren übertreffen. Unabhängig davon können auch das Verkehrsaufkommen und die städtebauliche Integration Probleme bereiten.



9.4.6.2 Beurteilung von Fachmarktstandorten

Die bei der Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben außerhalb der Zentren anzulegenden Kriterien werden im Wesentlichen durch das Planungsrecht und die auf den übergeordneten Ebenen der Gemeinsamen Landesplanung, der Flächennutzungsplanung und der Stadtentwicklungsplanung, sowie in den „Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen“ festgelegten Ziele, Grundsätze und Prüfkriterien abgedeckt (s. Kap. 3.3). Solche Betriebe sind danach nur unter bestimmten Voraussetzungen zulässig (möglichst keine zentrenrelevanten Kernsortimente, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente, geeignete Standorte innerhalb der Zentren nicht verfügbar, gute Verkehrslage, städtebauliche Integration). Das Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau ist an diese übergeordneten Ziele und Ansiedlungskriterien gebunden.

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben an nicht in die festgelegten Zentren integrierten Standorten ist u.a. die Liste der nahversorgungsrelevanten, sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente im Anhang der o.g. Ausführungsvorschriften heranzuziehen. Aus der Bestandsaufnahme des Einzelhandels haben sich keine Anhaltspunkte dafür ergeben, dass diese Liste zur Berücksichtigung besonderer Umstände in Spandau modifiziert werden müsste.

Nach den Zielen des Stadtentwicklungsplans Zentren 2030 und des bezirklichen Zentrenkonzepts (Grundsatz Nr. 9) sind nicht-zentrenrelevante Fachmarktvorhaben nach Möglichkeit auf Flächen innerhalb oder am Rand der städtischen Zentren zu lenken, sofern sie zu deren Stabilisierung beitragen, der Funktionsstufe des jeweiligen Zentrums entsprechen und städtebaulich, verkehrlich und funktional verträglich eingeordnet werden können. Ob diese Voraussetzungen gegeben sind, muss jeweils im Einzelfall geprüft werden.

Wenn eine Einordnung innerhalb oder am Rand der städtischen Zentren nicht möglich ist, sollen neue Fachmarktvorhaben vorrangig auf die im Stadtentwicklungsplan Zentren festgelegten Fachmarkttagglomerationen (FMA) gelenkt werden, deren Funktion in diesem Plan wie folgt beschrieben wird:



„Fachmarkttagglomerationen stellen ... ein städtebaulich sinnvolles Angebot für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dar, wenn sie:

- *zur Sicherung einer differenzierten Versorgung der Bevölkerung innerhalb oder in der Nähe der verdichteten Siedlungsbereiche beitragen,*
- *die regelmäßig mit solchen Ansiedlungen verbundene Verkehrszunahme begrenzen, indem sie gut erreichbar sind, unter anderem auch mit nicht-motorisierten Verkehrsmitteln oder dem öffentlichen Personennahverkehr,*
- *durch räumliche Konzentration die Umweltbelastung insgesamt reduzieren,*
- *zur städtebaulichen Aufwertung indifferenter Bereiche der "Zwischenstadt" beitragen“.*

Der Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 legt im Bezirk Spandau die Fachmarkttagglomerationen Am Gewerbehof und Paulsternstraße fest. In beiden Fachmarkttagglomerationen sind in erheblichem Umfang auch Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten vertreten. Die Abgrenzung dieser Fachmarkttagglomerationen ist Gegenstand des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts (s. Plandarstellung im Anhang „Zentrenbeschreibungen“).

Weitere Fachmarktstandorte außerhalb der Zentren- und Standortstruktur konzentrieren sich im Bereich Brunsbütteler Damm/Päwesiner Straße sowie entlang der Straße Am Juliesturm. Das Zentren- und Einzelhandelskonzept legt hier oder an anderer Stelle im Bezirk jedoch keine Präferenzstandorte für weitere Fachmarkt-Einzelansiedlungen fest. Anträge für solche Ansiedlungen sind vielmehr generell nach den übergeordneten und bezirklichen Zielen der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung zu beurteilen: Keine zentrenrelevanten Kernsortimente, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Verkaufsfläche und dem Kernsortiment zugeordnete Waren, geeignete Standorte innerhalb der Zentren nicht verfügbar, geeignete Verkehrslage sowie städtebauliche Integration des Vorhabens.

Das Fachmarkttagkonzept der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt stellt ergänzende Kriterien für Fachmarkt-Einzelstandorte auf, die bei der Beurteilung von Ansiedlungsbegehren ebenfalls berücksichtigt werden sollen:

- Nähe und Bezug zu verdichteten Wohnsiedlungsgebieten,
- Lage außerhalb der Gebiete des Entwicklungskonzepts für den produktionsgeprägten Bereich (EpB),



- Öffentlicher Personennahverkehr: Gute bis sehr gute Erreichbarkeit muss gegeben bzw. zu entwickeln sein,
- Motorisierter Individualverkehr: Gute bis sehr gute Erreichbarkeit muss gegeben bzw. zu entwickeln sein,
- Keine Beeinträchtigungen zulasten und durch das unmittelbare Umfeld,
- Übereinstimmung mit anderen stadtentwicklungsplanerischen Belangen.

Bei der Beurteilung von Ansiedlungsbegehren ist weiterhin darauf zu achten, dass aus Fachmarkttagglomerationen und Häufungen von Fachmarktstandorten nicht Konkurrenzstandorte - zu den im Zentrenkonzept festgelegten zentralen Versorgungsbereichen und wichtigen Standorten der wohnungsnahen Versorgung in Streulagen - entstehen.



10 Vertiefungsbereiche

10.1 Altstadt und Postareal – Hauptzentrum Spandau

Bei dem Hauptzentrum Spandau handelt es sich um ein bipolares Zentrum. Es umfasst aktuell einen kompakten Kernbereich um die Fußgängerstraßen der Altstadt mit Rathaus, Kaufhäusern und Fachgeschäften. Darüber hinaus erfolgt eine funktionale Ergänzung durch das Einkaufszentrum Spandau Arcaden, geprägt durch Filialen namhafter Ketten, sowie – etwas abgehängt – die Klosterstraße mit kleineren zentrenergänzenden Handels- und Dienstleistungsnutzungen.

Die Stärken des Hauptzentrums⁴¹ Spandau liegen vor allem in der Multifunktionalität und einem umfassenden Branchenmix (rd. 62.000 qm VKF), die dem Bezirkszentrum ein Alleinstellungsmerkmal geben:

- Tradierte Versorgungslage für ausgedehnten Bezirk zentral gelegen; aufgrund der Randlage übernimmt das Hauptzentrum überdies wichtige Versorgungsfunktionen für die angrenzenden Kommunen des Havellands;
- Sehr gute Erreichbarkeit im modal split;
- Hohe Zentralität und Kundenfrequenz;
- Angemessenes Dienstleistungsangebot;
- Ergänzungsfunktionen (Rathaus, Bibliothek, Volkshochschule, Musikschule,..);
- Vorhandene Innenstadtnetzwerke;
- Komplementäres Profil von Spandau Arcaden und multifunktionaler Altstadt/Einzelhandelslage Wilhelmstadt.
 - Altstadt: Ambiente einer gewachsenen Stadt, überwiegend entlang der Fußgängerzone.
 - Spandau Arcaden: 2001 eröffnetes und 2012 revitalisiertes Einkaufszentrum als moderner Magnetstandort mit konsumigen Angeboten einschl. Nahversorgung.

⁴¹Neben unseren Einschätzungen haben wir die Ergebnisse der Expertengespräche und Verbraucherbefragung mit in die Stärken-Schwächen-Analyse einbezogen. Einige Aussagen deuten auf eine unterschiedliche Wahrnehmung des Einzelhandelsstandorts hin (Image).



Die Schwächen liegen vor allem im Öffentlichen Raum und der Verknüpfung der unterschiedlichen Teillagen des Hauptzentrums:

- Branchenmix in der Altstadt (zu wenig hochwertige Angebote, Fachgeschäfte), Sortimentslücken, u.a. Sportbedarf (mit lokalem Bezug zu Wasser, Reitsport); zu wenig ‚frische‘ Konzepte;
- Zu viele Mindernutzungen⁴² (Billigläden); niveauloses Erscheinungsbild; Überangebot bestimmter Angebote (Friseure, Handyshops, Optiker);
- Zu wenig Kultur-, Freizeit-, Gastronomieangebote, tlw. einfaches/niedriges Niveau; Abendthema (Belebung der City in den Abendstunden);
- Anlieferungs- und Radverkehr in der Fußgängerzone;
- Städtebaulich-funktionale Barrieren zwischen Zentrumsteilen (v.a. Verkehrsachsen) wirken sich zulasten eines Austauschs zwischen den Zentrumsbereichen nördlich und südlich der Bahntrasse aus;
- Gestaltung und Sauberkeit der öffentlichen Räume; u.a. unattraktive Unterführung und Bahnhofsvorplatz als Zentrenmittelpunkt;
- Imageproblem, dass Altstadt nicht (mehr) als attraktives Zentrum wahrgenommen wird, deutet auf zu geringe positive Öffentlichkeitsarbeit hin.

Handlungsbedarf

Sowohl im Bezug auf seine Größe als auch auf seine Ausstattung mit Einzelhandelsangeboten und zentrenergänzenden Nutzungen wird das Hauptzentrum Spandau in seiner Dualität von Altstadt und Spandau Arcaden den Ansprüchen und Erwartungen an diesen Zentrentyp weitgehend, jedoch noch nicht in allen Punkten gerecht.

Die wesentlichen Handlungserfordernisse wurden bereits in den Voruntersuchungen zur Gründung der „Altstadt-Agentur“⁴³ sowie – für den südlichen Teil des Zentrums mit dem Poststandort und der Klosterstraße – zur Festsetzung eines

⁴²Unter Mindernutzung wird i.d.R. ein Überangebot an Sortimenten mit geringer Außenwirkung verstanden. Dabei ist es die Menge an (unattraktiven) Nutzungen, die zu einem Niveauverlust einer Einzelhandelslage führt (Trading-down-Effekt).

⁴³ CIMA Beratung und Management GmbH im Auftrag des Bezirksamts Spandau: Bezirk Spandau der Stadt Berlin – Vorschaltstudie zur Gründung einer „Altstadt-Agentur“, März 2012.



Sanierungsgebietes⁴⁴ identifiziert und im Rahmen der Tätigkeit dieser Agentur sowie der Sanierungsbeauftragten und des Geschäftsstraßenmanagements Wilhelmstadt weiter vertieft. Sie beziehen sich insbesondere auf die Positionierung als Hauptzentrum in der Konkurrenz zu benachbarten Zentren, Einkaufslagen und Fachmarktzentren sowie auf die Steigerung der Attraktivität als Ziel- und Aufenthaltsort, nicht nur für den Einkauf.

Aus Sicht des Zentren- und Einzelhandelskonzepts lassen sich folgende Handlungsbedarfe identifizieren:

- Nachhaltige Unterstützung der Aktivitäten des Altstadtmanagements in den Bereichen Standortmanagement, Standortmarketing, Standortprofilierung, v.a. mehr (positive) Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation (Image/ Identifikation);
- Unterstützung des Geschäftsstraßenmanagements in der Klosterstraße;
- Stärkung des komplementären Profils: ‚Bodenständigkeit‘ der kleinteiligen Altstadt („Zentrum für Jedermann“); Potenzialfläche Post (sogstarkes, großflächiges und spezialisiertes Angebot) als verbindendes Element;
- Ausdifferenzierung des Angebots: Qualitative Aufwertung des Altstadteinzelhandels in Richtung (filialisierter) Konzepte, die nicht in den Spandau Arcaden verortet sind; Ansprache von potenziell geeigneten Konzepten;
- Qualifizierung des öffentlichen Raums (Dekoration, Bestuhlung, Sauberkeit) sowie abwechslungsreichere Gastronomie mit Außenbestuhlung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität und Verweildauer (v.a. in den Abendstunden);
- Schaffung/ Förderung von zusätzlichen Kultur- und Freizeitangeboten;
- Reduzierung der Barrierewirkung der die einzelnen Zentrumsbereiche voneinander trennenden Straßenzüge (Klosterstraße / Altstädter Ring, Brunsbütteler Damm / Ruhlebener Straße, Seegfelder Straße) und Verbesserung der Fußgängerbeziehungen über diese hinweg, (Vernetzung der Geschäftslagen);
- Aufwertung der Verbindung zwischen den Zentrumspolen Altstadt und Spandau Arcaden, insbesondere der Bahnunterführung und des nördlichen Bahnhofsvorplatzes (bspw. durch Rückbau der Verkehrsstrasse/ Ampelschaltung); Beleuchtung/Lichtkonzept;

⁴⁴ Zwölfte Verordnung über die förmliche Festlegung von Sanierungsgebieten vom 15. März 2011, Vorlage des Senats an das Abgeordnetenhaus, S. 103ff.



- bessere Einbindung des früheren Poststandortes in das Zentrumsgefüge als Voraussetzung für eine erfolgreiche Entwicklung im Sinne des Zentren- und Einzelhandelskonzepts;
- Aufwertung der Fußgänger- und Radfahrverbindungen mit benachbarten Stadtgebieten (Neustadt, Kolk, Kulturstandort Zitadelle) zur Überwindung der stadträumlichen Isolierung der Altstadt; bspw. durch taktile Leitlinie.

Der Expansionsrahmen für das Hauptzentrum (bis zu rd. 11.600 qm VKF) insgesamt lässt sich in seiner Branchenstruktur wie folgt gliedern:

- Nahversorgungsrelevante Sortimente: rd. 4.000 qm VKF
- Sonstige zentrenrelevante Sortimente: rd. 7.600 qm VKF, v.a.
 - Bekleidung/Schuhe
 - Sportartikel

Die Nutzung dieses Expansionsrahmens sollte die aktuelle komplementäre Struktur des Zentrums weitgehend aufgreifen, um das Zentrum insgesamt zu stärken und die Ausstrahlungswirkung zu erhöhen, ohne das bestehende Angebot lediglich zu replizieren. Dabei sollten v.a. bestehende Angebotslücken abgebaut werden (bspw. Sport). Eine maßvolle Überschreitung des Expansionsrahmens ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung unter Abwägung der langfristigen Chancen und kurzfristigen Risiken denkbar.

Die Sogkraft profilierter Lagen ist höher als ein zersplittertes Angebot. Ziel der weiteren Einzelhandelsentwicklung des Hauptzentrums sollte es daher sein, die Kopplungsbereitschaft (von aktuell zwei Drittel der Befragten) von Altstadt und Spandau Arcaden v.a. hinsichtlich der Häufigkeit zu erhöhen. Die Profilierung der Altstadt sollte dabei stärker durch kleinteiligen, eher höherwertigen (Fach-) Einzelhandel sowie einer Vielfalt an ergänzenden Nutzungen forciert werden. Die Spandau Arcaden und das Postareal sind in den Erdgeschoß-, Basement- und ggf. 1. Obergeschossflächen v.a. für filialisierten, großflächige zentrenrelevante Konzepte und Nahversorgungsnutzungen prädestiniert. Ein heterogener Nutzungsbesatz in den Obergeschossen (wie höherwertiges Wohnen, Hotels, Büros, Gastronomie, Dienstleistungen/Beratung) trägt zur Belebung des Standortes und des Standortumfeldes bei.

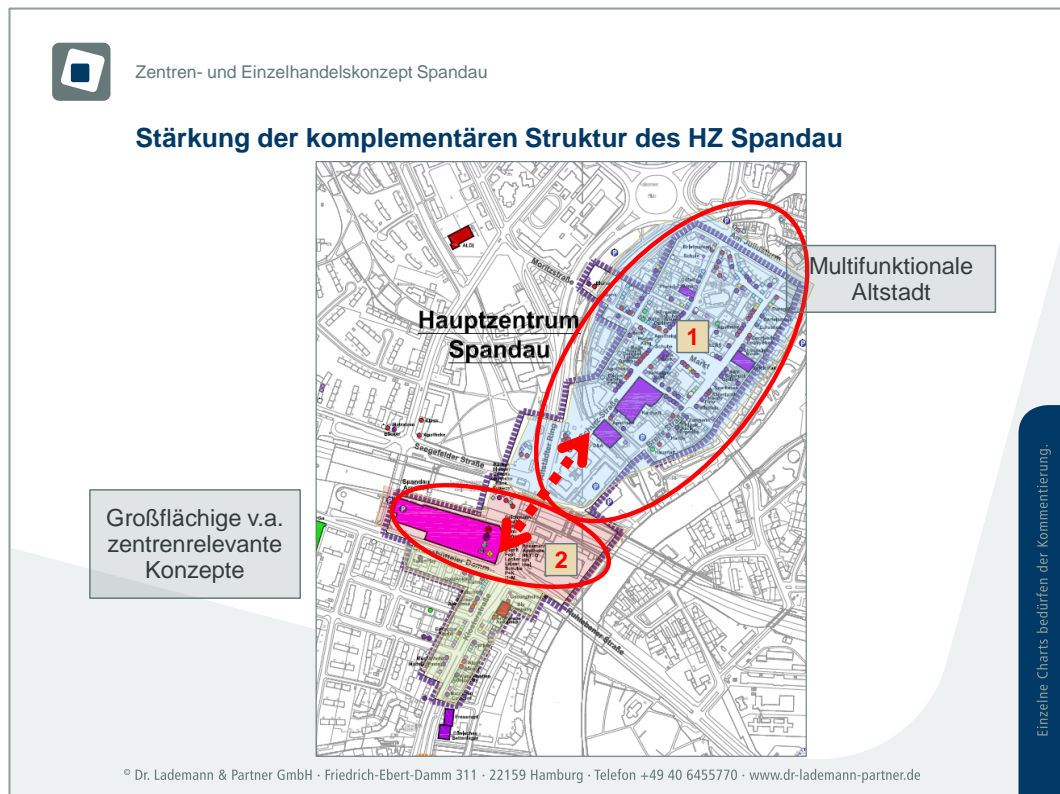


Abbildung 30: Teillagen des HZ Spandau und Vertiefungsbereiche

Vertiefungsbereich 1: Altstadt

Maßnahmen- und Nutzungsvorschläge

Aktive Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler:

Um den Einzelhandelsstandort Altstadt auszubauen, ist eine aktive Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler notwendig. Auf Basis des vorliegenden Konzepts bzw. dessen zentrale Ergebnisse gilt es, ein Exposé zu verfassen, welches die Stärken und wesentlichen Entwicklungsziele zusammenfassend darstellt. Ein Ausblick auf mögliche städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen sollte dabei ebenso enthalten sein wie eine Übersicht leer stehender Ladeneinheiten und potenzieller Flächen für Neubauten. Neben Einzelhändlern erscheint zudem die Ansprache von regional tätigen Gastronomieunternehmen denkbar und sinnvoll.

Generell erscheint es ratsam, die Bemühungen um neue Einzelhandelsanbieter zwischen dem Bezirk, dem Altstadtmanagement und den Eigentümern leer stehender Ladeneinheiten zu koordinieren und potenzielle Investoren und Einzelhändler gemeinsam anzusprechen.



Neben der Ansiedlung von großflächigen Magnetbetrieben werden in der Regel folgende Verkaufsflächengrößen von Handelsunternehmen nachgefragt:

- Kleinflächen: 60 bis 80 qm Verkaufsfläche, v.a. lokale und regionale Anbieter; Lokale und touristische Besonderheiten der Spandauer Altstadt sind dabei insbesondere hinsichtlich Nischenanbieter auszunutzen;
- Mittelflächen: 150 bis 200 qm, hier spielen auch lokale/regionale Franchisenehmer eine wichtige Rolle;
- Größere Flächen: 400 bis 600 qm, prüfen, inwieweit durch Zusammenlegung von Flächen größere Einheiten geschaffen werden können.

In diesem Zusammenhang empfehlen wir auch eine Unterstützung von Ansiedlungswilligen (z.B. Start-Up-Info-Paket), ggf. in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung und der IHK.

Flächenmanagement zum Abbau von Mindernutzungen

Die Spandauer Altstadt wird in Teilen durch einen Überhang an Angeboten aus dem unteren Angebots- und Preissegment geprägt, wodurch die Standortqualität in Teilbereichen von den Verbrauchern als gering empfunden wird.

Um das Erscheinungsbild der Teillagen, bzw. der Altstadt insgesamt aufzuwerten, sollten funktionale Lücken minimiert und die Bausubstanz gepflegt werden. In diesem Kontext ist der Aufbau bzw. kontinuierliche Verbesserung und Weiterentwicklung des Flächenkatasters erforderlich, um im Falle einer Geschäftsschließung schneller und aktiver reagieren zu können. Für leerstehende Ladenlokale empfiehlt es sich, diese in geeigneter Form zwischenzunutzen. So können die Verkaufsräume oder zumindest die Schaufenster für Werbemaßnahmen von Gewerbetreibenden im Bezirk genutzt werden. Auch erscheinen bspw. kleinere Ausstellungen von regionalen Künstlern/Kleinkünstlern geeignet. Zumindest sollten die Schaufenster in irgendeiner Form dekoriert werden, um deren eigenes Erscheinungsbild und das der gesamten Altstadt aufzuwerten. Grundsätzlich geht es darum, die Leerstandsflächen von außen in einem sauberen Zustand zu halten und sie als solche nicht sofort erkennbar zu machen.



Abbildung 31: Teilbereich der Altstadt mit geringer Standortqualität

Adressat dieser Empfehlung sind die Eigentümer der leerstehenden bzw. minder genutzten Ladeneinheiten. Der Bezirk sollte allerdings aktiv darauf hinwirken und die Eigentümer von der Notwendigkeit einzuleitender Schritte (Wechsel als Chance für frische Konzepte (mit Impulswirkungen auf das Standortumfeld) nutzen) überzeugen. Auch erscheint es denkbar, dass der Bezirk als Vermittler zwischen Eigentümern und potenziellen Gewerbetreibenden fungiert.

Zudem empfehlen wir eine Prüfung, ob durch Zusammenlegung bzw. immobilien-seitige Neugestaltung attraktive und moderne Flächenzuschnitte geschaffen werden können.

Maßnahmen zur städtebaulichen Attraktivitätssteigerung der Altstadt

Maßnahmen zur städtebaulichen Attraktivitätssteigerung sollten sich schwerpunktmäßig auf die gewachsenen Lagen der Altstadt konzentrieren. Die Altstadt bedarf in Teilbereichen einer städtebaulichen Aufwertung. Generell gilt es, die Altstadt noch stärker als Ort der Kommunikation, Interaktion und Identifikation herauszustellen mit entsprechenden positiven Auswirkungen auf den Einzelhandel. Die Attraktivierung der Platzsituationen stellt den wichtigsten Baustein der städtebaulichen Aufwertung der Altstadt dar.



Bislang sind in der Altstadt Bereiche, die sich über eine gehobene Aufenthaltsqualität auszeichnen und die Menschen zum Verweilen einladen, begrenzt. Eine ansprechend gestaltete Platzfolge als verbindendes Element zwischen den unterschiedlich profilierten Standortlagen ist nicht nur aus städtebaulichen Gründen erstrebenswert. Auch der Einzelhandel wird davon profitieren können. Attraktive Plätze erhöhen die Verweildauer potenzieller Kunden, wodurch auch die Einkaufswahrscheinlichkeit im örtlichen Einzelhandel steigt. Zudem erzeugt ein ansprechendes Einkaufsumfeld eine attraktive Einkaufsatmosphäre, die sich wiederum positiv auf die Anziehungskraft des örtlichen Einzelhandels auswirkt. Und nicht zuletzt wird ein attraktives Erscheinungsbild des Hauptzentrums, dazu beitragen, dass Touristen und Pendler verstärkt Halt in Spandau machen, mit entsprechenden Umsatzpotenzialen für die Gewerbetreibenden.

Positiv herauszustellen ist bereits heute die Fußgängerzone, die die Altstadt als ‚Flaniermeile‘ erkennbar macht. Es fehlt jedoch teilweise noch an gestalterischen Elementen wie Bepflanzungen, Möblierungen, Beleuchtungselementen, Fahrradständern etc., damit dieser Kernbereich noch stärkere Aufenthaltsqualitäten entfaltet. In diesem Zuge sollte auch über die Schaffung von mehr Außengastronomieflächen nachgedacht werden. Insbesondere in den Sommermonaten dient eine attraktive Außengastronomie – sowohl tagsüber als auch in den Abendstunden - ebenfalls der Erhöhung der Verweildauer und trägt dazu bei, die Altstadt zu beleben und als Ort der Kommunikation zu profilieren.

Die einzelnen Maßnahmen sind im Zusammenspiel von Bezirk, Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden anzugehen. Maßnahmen im öffentlichen Raum sind dabei in erster Linie von dem Bezirk bzw. dem Altstadtmanagement zu erbringen. Was gestalterische Elemente entlang der Straßenzüge anbelangt, sind aber zugleich auch die ansässigen Händler gefragt, die schon durch kleine Einrichtungen vor ihren Ladengeschäften erheblich zur Aufwertung des Erscheinungsbildes beitragen können. Letztendlich können die Maßnahmen im öffentlichen Raum aber nur dann fruchten, wenn auch die Immobilieneigentümer mitziehen und etwaige Modernisierungsrückstände mit entsprechenden baulichen/architektonischen Maßnahmen begegnen. Der Bezirk sollte grundsätzlich darauf achten, dass die städtebaulichen Maßnahmen im öffentlichen Raum aufeinander abgestimmt sind, um ein harmonisches Stadtbild zu gewährleisten. Der Koordinierung öffentlicher und privater Maßnahmen (bspw. Sondernutzungsmanagement) sollte daher ein wichtiger Stellenwert eingeräumt werden.



Verstärkte Nutzung der touristischen Potenziale

Die Spandauer Altstadt verfügt über touristisches Potenzial. Unabhängig davon, ob es sich bei den Touristen um Tagesgäste oder Übernachtungsgäste handelt, spielen sie für den Einzelhandel und die Gastronomie eine wichtige Rolle. Das Einkaufen wird heute neben dem reinen Versorgungseinkauf (i.d.R. bei Lebensmitteln) zunehmend auch als Freizeitaktivität wahrgenommen und spielt dementsprechend im Tourismus eine wichtige Rolle. Gastronomiebetriebe sind ohnehin ein Anziehungspunkt für Hauptstadttouristen und Geschäftsreisende, sofern sie über ein attraktives Ambiente und ein ansprechendes Angebot verfügen.

Diese Potenziale gilt es für den Einzelhandel und die Gastronomie in der Spandauer Altstadt durch ein zielgruppenorientiertes Angebot und entsprechende Werbung noch stärker auszunutzen. Um die Touristen auf das Angebot aufmerksam zu machen, ist neben dem zielgruppenspezifischen Angebot eine zielgruppenorientierte Werbung in den Tourismuseinrichtungen in Spandau zu empfehlen, in der auf die Qualitäten und das Angebot der Altstadt hingewiesen wird. Hierzu empfiehlt sich die Erstellung einer ansprechenden, als „Wegweiser“ konzipierten Broschüre.

Dem Bezirk kommt hierbei vor allem eine Koordinierungs- und Aktivierungsfunktion zu. Für die Erstellung der Broschüre oder vergleichbarer Werbemaßnahmen sind die Gewerbetreibenden verantwortlich. Der Bezirk sollte diesen Prozess durch gezielte Ansprachen initiieren und begleiten. Darüber hinaus empfehlen sich auch entsprechende Hinweistafeln, die auf das Angebot in der Altstadt und dem Lindenufer hinweisen.

Verstetigung des Altstadtmanagements und Ausbau des Stadtmarketings

Das Altstadtmanagement ist für zwei Jahre initiiert und strebt die grundlegenden Schritte der Leitbildentwicklung und Integration zielführender Projekte an. Die Ansprache der Hauseigentümer sowie die Verbesserung der Vernetzung der Geschäftsstraße und Qualifizierung des öffentlichen Raums sollten in einer langfristigen, finanziell gesicherten Kooperation mit dem Altstadtmanagement münden.

Die Stadtentwicklungsmaßnahmen zielen überdies darauf ab, u.a. die Position der Händler und das Wir-Gefühl zu stärken und um sich wieder mehr „ins Gespräch zu bringen“. Dabei sollte sich insbesondere auf den Ausbau/Kommunikation der eigenen Stärken konzentriert werden; gleichzeitig ist es aber notwendig auch die Angebotsqualitäten zu verbessern, damit auch „etwas vermarktet werden kann“. Durch eine gemeinsame Werbung kann die Außendar-



stellung des Spandauer Einzelhandels verbessert werden: „Spandau als Marke“ oder „Spandau als Einkaufszentrum“. So können die Kopplungsaktivitäten der Verbraucher gezielt aktiviert und insbesondere für das bipolare Hauptzentrum nutzbar gemacht werden.



Abbildung 32: Weihnachtsmarkt in der Spandauer Altstadt

So zieht beispielsweise die Ausrichtung von Veranstaltungen regelmäßig mehr Kunden in eine Stadt. Im Rahmen der Möglichkeiten sollte dies weitergeführt bzw. ausgebaut werden (z.B. Durchführung von „Probiertagen“). Parallel ist von hoher Bedeutung das Image des Spandauer Hauptzentrums öffentlich wirksam auszubauen. Es ist zu empfehlen bei den empfundenen Schwächen der Altstadt (Stellplätze, Mindernutzungen, ...) anzufangen und über Impulsprojekte zu kommunizieren (z.B. Weiterentwicklung des Einkaufsstadtplan, gelbes Band).

Einzelbetriebliche Maßnahmen

Durchführung einer einzelbetrieblichen Sortimentsstrukturanalyse, in der einzelne Geschäfte nach der Qualität und Stabilität der Angebotsstruktur bewertet werden. Auf Basis dieser Analyse können dann einzelbetriebliche Maßnahmen wie die Ausrichtung des Sortiments auf die Bedürfnisse der (Ziel-)Kunden (z.B. Touristen) sowie eine attraktive Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung



abgeleitet werden. In diesem Zusammenhang wäre es denkbar, Seminare zu veranstalten und kleine Gruppen zum stadtinternen Erfahrungsaustausch zu pflegen (gemeinsame „Stadtwanderung“), die auch Händler aus anderen Bezirken einbeziehen (Gedankenaustausch). Hierzu bieten wir Ihnen gerne unsere Unterstützung an.

Wichtig wäre auch die Schaffung eines angenehmen Einkaufsklimas für die Kunden durch einheitliche Kernöffnungszeiten („Verlässliches“ Einkaufen) sowie die Optimierung von Beratungs- und Servicequalität. Nur so gelingt es dem Einzelhandelsstandort Kaufkraftabflüsse an andere Einzelhandelsstandorte bzw. dem Online Handel einzugrenzen.

Vertiefungsbereich 2: Poststandort

Ein räumlicher Schwerpunkt für Maßnahmen zur städtebaulich-funktionalen Attraktivitätssteigerung sollte zum anderen der Standort am Postareal sein. Für das Postareal, das von der Klosterstraße, der Ruhlebener Straße, der Havel sowie den Bahngleisen begrenzt wird, lagen bei Erstellung des Zentrenkonzeptes zunächst keine konkretisierten/detaillierten Planungen hinsichtlich der Sortimentsstruktur vor. Gleichwohl bestehen Bestrebungen, diesen strategisch wichtigen Standort mit Einzelhandelsnutzungen zu belegen. Das Postareal übernimmt eine wesentliche Scharnierfunktion zwischen den Spandau Arcaden und der Altstadt. Die Nutzung mit attraktiven Einzelhandelsnutzungen kann dazu beitragen, den Austausch zwischen den beiden Zentrenbereichen weiter zu verbessern. Dafür ist zum einen eine gewisse kritische Masse und zum anderen eine attraktive Wegeführung erforderlich.

Seit dem Jahr 2017 haben sich die Entwicklungsvorstellungen für das Postareal konkretisiert. Von Seiten des Bezirks Spandau und der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung liegt eine Festlegung der Gesamtverkaufsfläche bei rd. 6.400 qm vor. Diese Verkaufsfläche ordnet sich vollumfänglich in den Expansionsrahmen für das Hauptzentrum ein. Bei einer Ausrichtung eines Ansiedlungsvorhabens auf spezialisierte, großflächige Handelsformate wäre u.E. auch eine darüber hinaus gehende Gesamtverkaufsfläche denkbar und städtebaulich verträglich.

Die Projektentwicklung Spandauer Ufer stellt im Hauptzentrum die wichtigste Potenzialfläche mit Schlüsselfunktion dar. Das Vorhaben trägt zur Verbesserung der Austauschfunktion zwischen den Zentrums-Teillagen bei und ist zum Abbau von Angebotsdefiziten geeignet.



Im Jahr 2017 (punktuell aktualisiert in 2020) wurde eine Vertiefungsuntersuchung zur Tragfähigkeit und Verträglichkeit der Umsetzung eines urbanen Stadtquartiers durchgeführt. Einzelhandelsseitig wurde dabei die Verkaufsfläche auf rd. 6.400 qm gedeckelt. Mit Umsetzung des Projektes können voraussichtlich offensichtliche Defizite (Sortiment, Konzepte, Großflächen) im Bezirk Spandau abgebaut werden. Dabei ist mit einer bezirksweiten Bedeutung des Projektes zu rechnen, was insbesondere bei den (hoch) zentrenrelevanten Sortimenten aufgrund der Standortqualität (Lage im Hauptzentrum) gerade dort eine größere Dimensionierung rechtfertigt, wo Angebotslücken geschlossen werden können.

Wenngleich die Altstadt auch weitere Potenzialflächen bietet, so befinden diese sich überwiegend in Randlage und wären nicht in der Lage ein einzelhandelsseitig vergleichbar großes Potenzial zu erschließen.



Abbildung 33: ehemaliges Postareal



Unter Berücksichtigung des Expansionsrahmens für das Hauptzentrum von rd. 11.600 qm Verkaufsfläche sowie der Anforderungen ausgewählter Betriebstypen wären beispielsweise folgende Vorhabenkomponenten denkbar.

- Sportfachmarkt
- Elektro-Fachmarkt
- Fachmarkt für Hausrat/Wohnaccessoires
- Kombination Verbrauchermarkt/Lebensmitteldiscounter oder alternativ: größerer Verbrauchermarkt

Hier ist zudem zu berücksichtigen, dass nicht nur das bestehende Angebot im Hauptzentrum kopiert wird.

Daraus ergeben sich folgende Chancen für die Zentren- und Einzelhandelsentwicklung:

- Komplementäre Angebotsergänzung durch z.Zt. unterrepräsentierte Einzelhandelskonzepte (geringe Wettbewerbssituation);
- Es handelt sich um Betriebe, die sich (in ihrer Kombination) in der Altstadt nicht ansiedeln könnten;
- Steigerung der Zentralität/Nachfragebindung für den Bezirk.

In diesem Zusammenhang müssten Verkehrsthemen wie Erschließung, Stellplätze und Anlieferung noch geprüft werden.

Zur Stärkung der Nahversorgungskompetenz des Hauptzentrums und Intensivierung der Wohnungsvermarktung sowie zur zusätzlichen Schaffung von leistungsfähigen Frequenzbringern wäre zusätzlich die Ansiedlung von Nahversorgungsnutzungen denkbar. Gleichwohl sollten die nahversorgungsrelevanten Nutzungen für das Postareal nur einen ergänzenden Charakter aufweisen, da durch diese zum einen keine signifikante Zentralitätssteigerung auf Ebene des Gesamtbezirks zu erwarten ist und zum anderen die Entwicklungspotenziale für hauptzentrumstypische Ansiedlungen eingeschränkt werden.

Zudem empfiehlt sich eine Einbettung des Vorhabens in Wohnnutzungen, um zusätzliches Nachfragepotenzial zu generieren und die Lagegunst am Wasser zu nutzen. Der Einzelhandel sollte außerdem auf der den Spandau Arcaden zugewandten Seite des Areals lokalisiert werden, um die Sichtbarkeit und Wegebeziehungen zu gewährleisten.



Mit Stand 2017 (bzw. 2020) liegt eine detaillierte Verträglichkeitsbetrachtung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO vor, die trotz der geplanten Ausweisung eines Kerngebietes basierend auf einer Schwellenwertanalyse eine hinreichende Konkretisierung möglicher – realistisch erwartbarer - Vorhabenkomponenten liefert:

Das Vorhaben ‚Spandauer Ufer‘ soll als gemischt genutztes Objekt als Scharnier zur Verknüpfung der Zentrums-Teilbereiche umgesetzt werden. Das Vorhaben soll neben weiteren Nutzungen insgesamt maximal 6.400 qm Einzelhandels-Verkaufsfläche beinhalten (voraussichtlich mit einem Schwerpunkt bei das Hauptzentrum ergänzenden großflächigen Fachmärkten). Ein konkretes Sortiments- oder Vermietungskonzept hierzu lag im Jahr 2017/2020 noch nicht vor. Folgende verträgliche und realistische vermietbare Verkaufsflächenobergrenzen wurden rekursiv ermittelt:

- Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung: rd. 5.100 qm VKF
- Sportbedarf: rd. 4.200 qm VKF
- Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren: rd. 3.800 qm VKF
- Elektrosortimente: rd. 2.300 qm VKF
- Glas-Porzellan-Keramik / Heimtextilien: rd. 1.500 qm VKF
- Sonstige zentrenrelevante Sortimente: rd. 1.400 qm VKF

Unabhängig davon, dass die (theoretisch verträgliche) Summe dieser sortiments-spezifischen Verkaufsflächenobergrenzen höher liegt, wird die Verkaufsfläche nach Abstimmung zwischen dem Bezirk Spandau und der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen auf 6.400 qm Verkaufsfläche gedeckelt. Vorhaben-induzierte städtebauliche Folgewirkungen sind bei Einhaltung der Obergrenzen nicht erwartbar. Darüber hinaus ist das Vorhaben bei Einhaltung der empfohlenen Obergrenzen kompatibel mit der Baugesetzgebung und Landesplanung. Die Chancen-Risiko-Abwägung kommt zum Ergebnis, dass auch die Vereinbarkeit mit dem Zentren- und Einzelhandelskonzept hergestellt werden kann.

Die Altstadt sollte ihr Profil als multifunktionaler (Fachgeschäfts-) Standort weiter qualitativ stärken. Das Postareal sollte prioritär entwickelt werden, da dieses als Scharnier zwischen den unterschiedlich profilierten Teillagen (sogstarke Spandau Arcaden – neues Quartier Spandauer Ufer - kleinteilige Altstadt) fungiert und die Kopplungsbeziehung zwischen den Polen fördern kann.



10.2 Einkaufszentrum Kaufmitte Siemensstadt im Ortsteilzentrum Siemensstadt

An der nordöstlichen Bezirksgrenze zu Charlottenburg und Reinickendorf befindet sich das Ortsteilzentrum Siemensstadt⁴⁵, das sich als 700 m lange straßenbegleitende einzelhandelsnahe Nutzung kennzeichnet. Das Ortsteilzentrum umfasst rd. 11.500 qm VKF, wobei diese v.a. auf überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente des Möbelhauses entfällt.

Die Kaufmitte Siemensstadt (mit integriertem Poco Möbelhaus) ist als Verkaufsfächenschwerpunkt im Osten der tradierten Versorgungslage Siemensstadt verortet; die Passagen und Ladenlokale werden vom „Einkaufscharme“ der 1970er Jahre geprägt.



Abbildung 34: Kaufmitte Siemensstadt

⁴⁵ Siehe auch Zentrenpass im Anhang



Stärken

- Traditioneller Schwerpunkt für die Siemensstadt und Charlottenburg Nord;
- Gute Erreichbarkeit im modal split;
- Einkaufszentrum und Möbelhaus als potenzielle Anziehungspunkte.

Schwächen

- Geringe Differenzierung des Einzelhandelsangebots v.a. hinsichtlich (sonstiger) zentrenrelevanter Sortimente (v.a. Mode), niedriger Angebotsstandard;
- kaum ergänzende Attraktionen;
- geringe Aufenthalts- und Umfeldqualität; Dominanz von Verkehrsstraßen und Parkplätzen; Auseinanderfallen der Straßenseiten;
- geringe Entwicklungsdynamik;
- erhebliche immobilienseitige Restriktionen spiegeln sich im erodierenden Mieterbesatz des EKZ wider (u.a. verwinkelte Ladenlokale und innere Erschließung).

Handlungsbedarf

Die Handlungserfordernisse für diesen zentralen Versorgungsbereich beziehen sich vor allem auf die Absicherung der Funktionsfähigkeit und die bessere Profilierung als Ortsteilzentrum.

- Verbesserung des Angebotspektrums/-standards, Ansiedlung/Erweiterung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Magnetbetriebe; breites und tiefes Angebot nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie gewisse Auswahl an konsumigen Angeboten (Modedefachmarkt);
- Modernisierung der Kaufmitte als Voraussetzung für eine Wiedergewinnung der Funktion als Stadtteilzentrum durch Abbau immobilienseitiger Restriktionen: u.a. Schaffung von nachfragegerechten Verkaufsflächengrößen & Zuwegungen sowie professionelle Steuerung des Mieterbesatzes; Voraussetzungen für Refurbishment schaffen;
- Kaufmitte als Standort größerflächiger Angebote positionieren, der die kleinteiligen Angebote entlang der Nonnendammallee ergänzt;
- Frühzeitige Kontaktaufnahme mit Eigentümer und Management bezüglich prospektiver Chancen und Risiken, v.a. hinsichtlich Mietlänge -> Sicherung



der Mietverträge der Ankermieter bzw. frühzeitige Suche nach (attraktivem) Ersatz;

- Aufwertung des äußeren Erscheinungsbildes der „Kaufmitte“ und ihre Öffnung zu den umgebenden Straßen (Gestaltung der Passagen-Zugänge, zusätzliche direkte Ladenzugänge von außen, Öffnung und attraktive Gestaltung von Schaufenstern, die zzt. zugeklebt sind...), Außenpräsentation/Niveau;
- Aufwertung der öffentlichen bzw. öffentlich zugänglichen und einsehbaren Räume, insbesondere des dominanten Parkplatzbereichs vor der „Kaufmitte“, Aufwertung der Wegebeziehungen zwischen U-Bahn, Bushaltestellen und Zentrums-Passagen;
- Stärkung der Verbindung zwischen der „Kaufmitte“ und den ergänzenden vielfältigen ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten beiderseits der Nonnendammallee; ggf. auch gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit;
- Verbesserung der Querungsbeziehungen über die Nonnendammallee hinweg zur besseren Anbindung der Südseite dieser Straße;
- eine bessere Bewerbung und Vermarktung des Zentrums ggf. durch eine zu bildende Interessen-/ Werbegemeinschaft;
- Ausschluss von zentrenrelevanten Einzelhandelsansiedlungen (auch Fachmärkten) im Nahbereich des Stadtteilzentrums (Gefahr der Überdehnung der Einkaufslage bzw. Gefahr der Begrenzung des Entwicklungsrahmens); nach Möglichkeit Anfragen auf Ortsteilzentrum umlenken.

Die bezirklichen Handlungsmöglichkeiten zur Erreichung dieser Ziele sind begrenzt, teilweise können die notwendigen Entwicklungen jedoch angeregt und planerisch unterstützt werden. Bei der Prüfung von Projekten an anderer Stelle im Einzugsbereich sollten die möglichen Auswirkungen auf die angestrebte Entwicklung des Ortsteilzentrums Siemensstadt sorgfältig geprüft werden. Der „Kaufmitte“ sollten Anpassungsspielräume für eine Modernisierung zugestanden werden.

Der Entwicklungsrahmen für das Zentrum lässt sich auf rd. 4.000 qm zusätzlicher Verkaufsfläche beziffern. Dabei sollte der Schwerpunkt auf nahversorgungsrelevante Sortimente gelegt werden und die übrigen Potenziale durch sonstige zentrenrelevante Sortimente belegt werden (v.a. Bekleidung/Schuhe). Da aller Voraussicht nach das Potenzial nicht vollständig vom Ortsteilzentrum selbst erschlossen werden kann (mangelnde Flächenkapazitäten, sofern der Möbeldiscounter nicht zur Disposition steht), könnte das Potenzial zu gewissen Teilen



von den neuen Nahversorgungszentren in Planung auf der Insel Gartenfeld sowie im Bereich Siemensstadt 2.0 gebunden werden. Dabei ist auf ein komplementäres Zusammenwirken hinzuwirken (Dopplung der Einzelhandelsangebote resp. der allgemeinen Zentrumsausrichtung vermeiden; Magnetbetriebe des Zentrums funktionsfähig erhalten).

Das Potenzial sollte v.a. für ein notwendiges Refurbishment des Einkaufszentrums sowie maßvoll für Verkaufsflächenerweiterungen und -aufwertungen des strassenbegleitenden Einzelhandels ausgenutzt werden.

10.3 Einkaufszentrum Staaken Center im Ortsteilzentrum Obstallee

Das Einkaufszentrum Staaken-Center stellt den Verkaufsflächenschwerpunkt im Ortsteilzentrum Obstallee⁴⁶ (LOR Bezirksregion Heerstraße Nord) dar. Es übernimmt für das Großwohnsiedlungsgebiet der 70er Jahre wichtige Funktionen der Nahversorgung. Zudem fungiert das Quartierszentrum als Treffpunkt. Die Verkaufsfläche von rd. 4.400 qm entfällt zu mehr als die Hälfte auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Neben dem kleinen Einkaufszentrum befinden sich kleinere Ergänzungsbereiche außerhalb des Centers, denen arrondierende Funktion zukommt.

Stärken

- Zentrale Lage in einem großen, im engeren Umfeld dicht bebauten Einzugsbereich mit wenig Konkurrenz;
- Kompaktes, witterungsgeschätztes Zentrum;
- Gute Pkw-Erreichbarkeit, kostenlose Stellplätze;
- Adäquater/Nachfragegerechter Mieterbesatz spiegelt sich in Passantenfrequenzen wider; gelebter Identifikations- und Mittelpunkt für Bewohner der Großsiedlungen beiderseits der Heerstraße.

⁴⁶ Siehe auch Zentrenpass Nr. 4 im Anhang



Abbildung 35: EKZ Staaken-Center im OTZ Obstallee

Schwächen

- Geringe Angebotsbreite und -tiefe mit überwiegend niedrigpreisorientierter Preis- und Angebotspolitik;
- Überholte Zentrumsgestaltung (Höhenversatz mit Stufen und Rampen) mit beengt wirkenden, künstlich belichteten Passagen;
- Ergänzungsbereiche durch breite Straßenräume abgekoppelt.

Handlungsbedarf

- Weitere Stabilisierung in der Funktion als wichtiger Standort der wohnungsnahen Versorgung für eine große Mantelbevölkerung sowie als Ort der Identifikation und Kommunikation;
- Entwicklung/Verbreiterung eines für Ortsteilzentren typischen Angebots. Leichte Erhöhung der Angebotsqualität;
- Modernisierung des Einkaufszentrums und Schaffung größerer Flächeneinheiten (Flächenzusammenlegung);



- Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters sowie ergänzender Nutzungen (z.B. Fitnessstudio im Obergeschoss) prüfen;
- Kein weiterer großflächiger Einzelhandel im fußläufigen Einzugsbereich (Lenkung ggf. bestehender Ansiedlungsinteressen im Standortumfeld auf den zentralen Versorgungsbereich).

Der Expansionsrahmen für das Ortsteilzentrum Obstallee insgesamt beträgt 2.600 bis 2.800 qm VKF; der Branchenstruktur liegt dabei eindeutig auf nahversorgungsrelevante Sortimente (rd. 2.200 qm), während sonstige zentrenrelevante Sortimente bis zu 600 qm einnehmen.

Der Expansionsrahmen sollte v.a. im Rahmen einer möglichen Umstrukturierung des Einkaufszentrums und der Aktivierung der Potenzialfläche ausgeschöpft werden. Fokus zur Erschließung des Flächenpotenzials sollte dabei v.a. in einer noch stärkeren Identifikation der Bewohner mit ihrem Quartierszentrum (d.h. stärkere Nachfragebindung) liegen.

10.4 Nahversorgungszentrum Brunsbütteler Damm/Magistratsweg

Im Kreuzungsbereich der Ausfallstraße Brunsbütteler Damm und dem Magistratsweg hat sich das kompakte NVZ Brunsbütteler Damm/Magistratsweg⁴⁷ ausgebildet. Der Angebotsmix wird v.a. durch kleinteilige, nahversorgungsrelevante Sortimente geprägt (insg. 3.200 qm VKF). Die straßenbegleitenden Nutzungen sind gut erreichbar und übernehmen eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den westlichen Teilbereich der LOR Bezirksregion Brunsbütteler Damm.

Stärken

- Traditioneller Einkaufsschwerpunkt einer Wohnsiedlung der Nachkriegszeit mit hoher Einwohnerdichte im engeren Einzugsbereich;
- Einige Fachgeschäfte und Dienstleistungen, die über das Mindestangebot eines Nahversorgungszentrums hinausgehen;
- Ausreichend Stellplätze und Bewegungsraum für Fußgänger;
- Kompakte Struktur;

⁴⁷ Siehe auch Zentrenpass im Anhang



- Projektierte Erweiterung des Rewe-Marktes stellt Magnetbetrieb zeitgemäß auf.

Schwächen

- Nicht mehr ganz zeitgemäße Anmutung der Ladenzeile;
- überwiegend relativ kleine, schwer erweiterbare Ladenlokale;
- Barrierewirkung des Brunsbütteler Damms (und der Parkplatzzone).



Abbildung 36: NVZ Brunsbütteler Damm/Magistratsweg

Handlungsbedarf

- Stabilisierung des Zentrums in seiner Nahversorgungsfunktion durch laufende Modernisierung; ggf. Zusammenlegung von Ladenlokalen; Branchenmix weiter stark auf Grundbedarf fokussieren
- Schaffung einer zweiten gesicherten Querungsmöglichkeit über den Brunsbütteler Damm
- Aufwertung des Fußgängerbereichs vor der Ladenzeile; Platzsituation bietet Potenzial für Aufenthaltsqualitäten



- Ausschluss weiterer konkurrierender Einzelhandelsentwicklungen im fußläufigen Einzugsbereich
- Gemeinsame Aktionen zur Kundenbindung

Der Expansionsrahmen für das Nahversorgungszentrum Brunsbütteler Damm/Magistratsweg insgesamt (bis zu rd. 1.300 qm VKF) lässt sich in seiner Branchenstruktur wie folgt gliedern:

- Nahversorgungsrelevante Sortimente: rd. 1.200 qm
- Sonstige zentrenrelevante Sortimente: rd. 100 qm

Von diesem ist das Planvorhaben, der Erweiterung des Rewe-Markts, nach Realisierung wieder abzuziehen. Sonstige Erweiterungsbestreben innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind grundsätzlich zu begrüßen. Größere Neuansiedlungen sollten im Kontext des begrenzten Entwicklungsrahmens bewertet werden.

10.5 Das Neue Gartenfeld – Nahversorgungszentrum in Planung

Im Nordwesten Spandaus, unmittelbar angrenzend an den Bezirk Reinickendorf, ist auf der Insel Gartenfeld die mischgenutzte Projektentwicklung „Das Neue Gartenfeld“ geplant. Durch die unmittelbare Wasserlage und mit einer autoarmen Ausrichtung soll das Quartier insbesondere als attraktives Wohngebiet für prospektiv etwa 7.000 Einwohner dienen (nach WoFIS). Es wird zudem für die erforderlichen Nutzungen (v.a. für die hohe Zahl an Neubürgern und dort Beschäftigten [mehr als 6.000 Arbeitsplätze]) ein modernes Quartierszentrum aufweisen. Dieses Quartierszentrum wird zentraler Lage entwickelt und soll sich dabei insbesondere auf die denkmalgeschützte Belgienhalle und untergeordnet auf die unmittelbar angrenzenden Bereiche [geplanter Boulevard]) konzentrieren.

Aufgrund der durch die dynamische Einwohner- und Kaufkraftentwicklung induzierten Verkaufsflächenpotenziale für das Nahversorgungszentrum in Planung sowie der Anforderungen ausgewählter Betriebstypen wäre aufgrund der Angebotslücken als Frequenzbringer die Vorhabenkomponente eines größeren Verbrauchermarkts mit Frischekompetenz denkbar. Hier ist zudem zu berücksichtigen, dass nicht das bestehende Angebot aus den bestehenden Zentren, v.a. dem NVZ Haselhorst (kl. Verbrauchermarkt, Drogeriefachmarkt) kopiert wird. Daher ist der Betriebstyp eines Drogerie(fach)marktes für das geplante Zentrum auszuschießen.

Das grobe Nutzungskonzept des Projekts (Stand 2017) und der Bereich der Einzelhandelskonzentration stellen sich wie folgt dar:

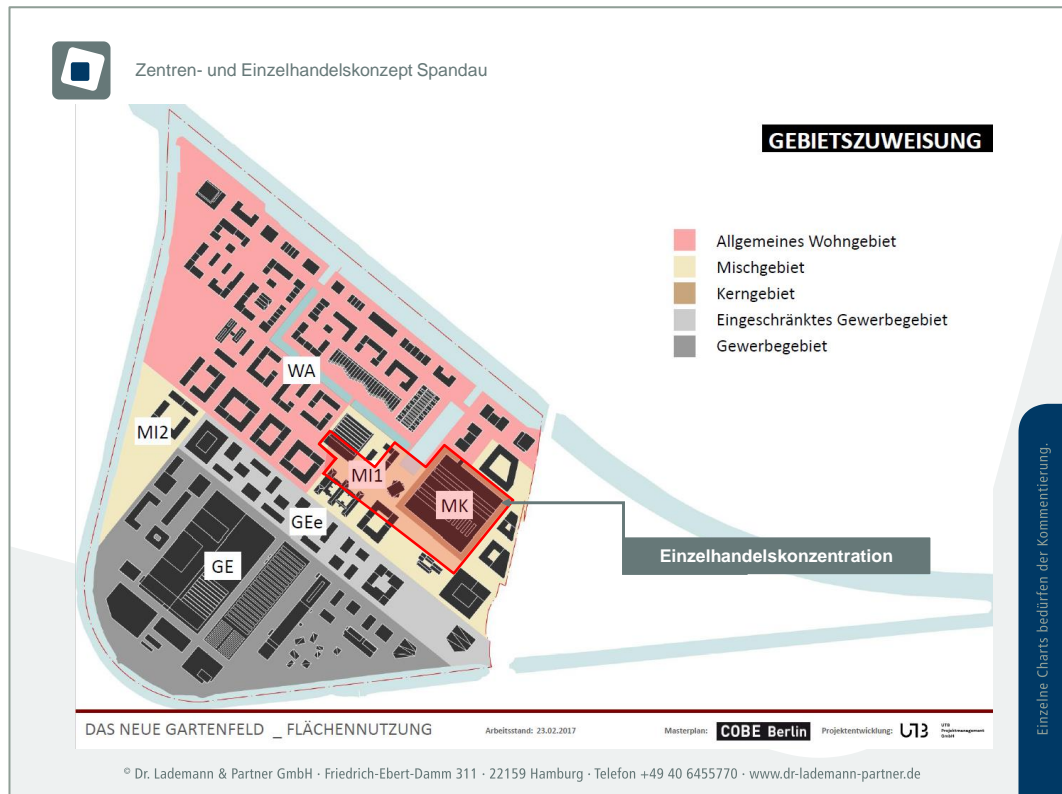


Abbildung 37: Das Neue Gartenfeld – Entwurf über die Flächennutzungen auf der Insel Gartenfeld (Arbeitsstand 2017)

Aufgrund der gesamtbezirklichen bis bezirksweiten Bedeutung des Standortbereiches als einer von zwölf Berliner Wohnbauschwerpunkten wird die Aufnahme des Quartierszentrums der Insel Gartenfeld in das Zentrenkonzept als zentralen Versorgungsbereich (vgl. Zentrenpass: Nahversorgungszentrum in Planung) empfohlen. Hierfür sprechen u.a. folgende Sachverhalte und Ziele:

- Bipolare Ergänzung der bestehenden Zentren in Haselhorst/Siemensstadt, die die qualifizierte Versorgung allein zukünftig nicht gewährleisten können (in LOR-Bezirksregionen Gartenfeld und Siemensstadt bis 2025: Anstieg des Kaufkraft-/Nachfragepotenzials um + 3,4 % p.a. aufgrund signifikanter Einwohnerzuwächse).
- Chance „auf einen Schlag“ ein modernes Quartierszentrum mit besonderen Qualitäten zu schaffen (ungleich Nahversorger mit 800 qm VKF)



- Nachhaltige und tragfähige Belegung eines denkmalgeschützten Ensembles - sofern umsetzbar - mit Markthallencharakter (Einzelhandel, Soziale und kulturelle Infrastruktur, Gastronomie etc.)

Wie die eigenständig durchgeführte, detaillierte Abschätzung der Tragfähigkeit und der städtebaulichen Verträglichkeit des Projektes zeigte, lassen sich neben dem vorhabeninduzierten Einwohnerwachstum gewisse Zusatzpotenziale aus den übrigen Bereichen von Haselhorst und Siemensstadt gewinnen: So ist festzustellen, dass weder das Nahversorgungszentrum Haselhorst allein in der Lage ist die signifikanten Einwohnerzuwächse durch ein entsprechendes Angebot zu begleiten (keine nennenswerten Flächenpotenziale vorhanden). Auch das Ortsteilzentrum Siemensstadt scheint nicht in der Lage, das für dieses ermittelte Verkaufsfächenpotenzial vollständig zu binden. Durch die Projektierung eines neuen Nahversorgungszentrums auf der Insel Gartenfeld könnte demnach ein komplementäres – d.h. abgestimmtes Profil - die Angebotsstrukturen im Spandauer Nordosten quantitativ und qualitativ ergänzen. Bei Wahrung der Tragfähigkeits- und Verträglichkeitspotenziale würde das Projekt „Das Neue Gartenfeld“ eine maximale Marktstellung für die Einwohner im Nahbereich von 36 % erreichen; hinzu kommen gelegentliche Besuchsansätze aus den übrigen Bereichen von Spandau Nordost (Siemensstadt, Haselhorst). Damit wird prospektiv ausreichend Potenzial zur behutsamen Weiterentwicklung des NVZ Gartenfeld und sonstiger privilegierter Einkaufsalternativen vorliegen.

Aufgrund veränderter Rahmenbedingungen (signifikantes Einwohnerwachstum) soll in der laufenden Aktualisierung des Zentren- und Einzelhandelskonzept ein zentraler Versorgungsbereich in Planung mit der Funktionszuweisung eines Nahversorgungszentrums festgelegt werden, um den Status einer städtebaulich präferierten Standortlage im Bezirk Spandau zu erhalten. Insbesondere bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist die Quartiersentwicklung am Standort Insel Gartenfeld in der unten aufgezeigten Spannbreite erforderlich, um die geplanten signifikanten Einwohnerzuwächse im Standortumfeld zu begleiten. Die Entwicklung eines modernen Nahversorgungszentrums birgt dabei die langfristigen Chancen einer Sicherung und Ausbau der Angebotssituation in den nordöstlichen Bereichen des Berliner Bezirks Spandau.

Als Empfehlungen für das B-Plan-Verfahren 5-109 wurde in dem Einzelfallgutachten für die möglichen Einzelhandelskomponenten folgendes formuliert:

- maximal verträgliche und tragfähige Obergrenze: 6.800 bis 7.700 qm VKF, davon Obergrenze ...



- für zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung: rd. 3.200 bis 4.100 qm VKF
- für sonstige zentrenrelevante Sortimente (v.a. Bekleidung/Schuhe; Spielwaren/Sportartikel; Haushaltswaren/Wohnaccessoires): rd. 2.700 qm VKF
- für sonstige nicht-zentrenrel. Sortimente: rd. 900 qm VKF
- Umsetzung des Quartierszentrums im Kerngebiet möglich, sofern Ausschluss eines Drogeriemarkts und der Begrenzung der zentrenrelevanten Sortimente je Laden auf < 800 qm

Da im Jahr 2017 zugleich die Absicht formuliert wurde, über den Verbrauchermarkt hinaus abseits von „konventionellen Einzelhandelsnutzungen“ ein Markthallenkonzept umzusetzen, sind bei Konkretisierung der Planungen geringfügige Anpassungen zu dem geplanten und dem ermittelten Flächenkonzept möglich. Dies gilt z.B. bei einem erhöhten Anteil an Flächen für Existenzgründer sowie für Handwerk und für Produktion. Auch diese Ausrichtung würde mit dem grundsätzlichen Entwicklungsvorstellungen des Spandauer Zentren- und Einzelhandelskonzeptes im Einklang stehen. Die neueren Planungen zeigen jedoch, dass das o.g. Verkaufsflächenvolumen in Abstimmung mit SenStadt nicht in Gänze ausgeschöpft werden wird.

10.6 Siemensstadt 2.0 – Suchbereich für ein Nahversorgungszentrum in Planung

Im Nordosten Spandaus, ist auf ehemaligen Produktionsanlagen von Siemens die mischgenutzte Projektentwicklung „Siemensstadt 2.0“ geplant. Das auf mehrere Areale aufgeteilte Quartier soll als attraktives Wohngebiet für prospektiv etwa 5.500 Einwohner dienen (nach WoFIS). Das urbane Quartier soll zudem durch weiteres Gewerbe, den Siemens Campus sowie u.a. durch Beherbergungs- und gastronomische Einrichtungen arrondiert werden.

Nach gutachterlicher Prüfung kann lediglich für Herz der Quartiersentwicklung (Areal C) eine Handelsnutzung als städtebaulich und räumlich funktional sinnvoll abgeleitet werden.

Das Quartierszentrum soll auf diesem Areal in zentraler Lage entwickelt werden. Der derzeitige Planungsstand lässt jedoch noch keine exakte räumliche Verortung zu, weshalb im Zentren- und Einzelhandelskonzept lediglich ein Suchbereich zur Etablierung eines Nahversorgungszentrums ausgewiesen wird (vgl. Zentrenpass).

Unter Berücksichtigung des aufgrund der dynamischen Einwohner- und Kaufkraftentwicklung ermittelten Expansionsrahmens für dieses Nahversorgungszentrum in Planung für 2.900 qm Verkaufsfläche (nur zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente) sowie der Anforderungen ausgewählter Betriebstypen wäre aufgrund der Angebotslücken als Frequenzbringer die Vorhabenkomponente eines größeren Verbrauchermarkts mit Frische- und Conveniencekompetenz denkbar. Hier ist sodann zu berücksichtigen, dass nicht das bestehende Angebot aus den angrenzenden Zentren, v.a. dem NVZ Haselhorst (kl. Verbrauchermarkt, Drogeriefachmarkt) und dem OTZ Siemensstadt (kl. Verbrauchermarkt, Discounter, Drogeriefachmarkt) kopiert wird. Aufgrund der hohen Bedeutung von Drogerie(fach)märkten zur Frequenzgenerierung und unter Berücksichtigung des drohenden Bedeutungsverlusts der benachbarten Zentren im Falle einer Standortaufgabe ist der Betriebstyp eines Drogeriefachmarktes für das geplante Nahversorgungszentrum auszuschließen.

Das grobe Nutzungskonzept des Projekts (Stand Juni 2020) und der Bereich der Einzelhandelskonzentration stellen sich wie folgt dar:



Abbildung 6: EG-Nutzungskonzeption Areal C, Vorentwurf Ortner & Ortner

Abbildung 38: Siemensstadt 2.0 – Masterplanentwurf für das Areal C (Arbeitsstand 2020)

Aufgrund der Planung eines neuen urbanen Stadtquartiers für rd. 5.500 Einwohner (alle Projektareale insgesamt) und der Bedeutung des Siemens Campus insgesamt wird die Aufnahme des Quartierszentrums in das Zentrenkonzept als zentralen Versorgungsbereich empfohlen. Hierfür sprechen u.a. folgende Sachverhalte und Ziele:



- Bei Wahrung der gutachterlichen Empfehlungen im Zentrenkonzept Ergänzung der bestehenden Zentren in Haselhorst/Siemensstadt, die die qualifizierte Versorgung allein zukünftig nicht gewährleisten können (in LOR-Bezirksregionen Gartenfeld und Siemensstadt bis 2025: Anstieg des Kaufkraft-/Nachfragepotenzials um + 3,4 % p.a.) aufgrund signifikanter Einwohnerzuwächse
- Chance „auf einen Schlag“ ein modernes Quartierszentrum mit besonderen Qualitäten zu schaffen (ungleich Nahversorger mit 800 qm VKF)

Wie die Erstabstschätzung der Tragfähigkeit und der überschlägigen städtebaulichen Vereinbarkeit potenzieller Einzelhandelsnutzungen zeigte, könnte für den Standort „Siemensstadt 2.0“ eine Verkaufsfläche von bis zu 3.500 qm umgesetzt werden.

Die Potenziale lassen sich dabei vorrangig aus den Einwohnern im Areal C ableiten. Gewisse Zusatzpotenziale ergeben sich einerseits aus sonstigen Streuumsätzen (Kopplungsnutzungen) und andererseits sind Einkaufsverflechtungen aus den übrigen Bereichen von Haselhorst und Siemensstadt (u.a. Lage des Areals A) nicht auszuschließen: Das Ortsteilzentrum Siemensstadt, welches seinen Umsatz aus einem ähnlichen Bereich wie das hier in Rede stehende Nahversorgungszentrum in Planung speist, scheint nicht in der Lage, das für dieses ermittelte, doch erhebliche Verkaufsflächenpotenzial vollständig zu binden. Durch die Projektierung eines neuen Nahversorgungszentrums unmittelbar westlich des Ortsteilzentrums könnte demnach ein komplementäres – d.h. abgestimmtes Profil - die Angebotsstrukturen im Spandauer Nordosten quantitativ und qualitativ ergänzen. Bei Wahrung der Tragfähigkeits- und Verträglichkeitspotenziale würde das Projekt „Siemensstadt 2.0“ eine maximale Marktstellung für die Einwohner im Nahbereich von 34 % erreichen (bei den periodischen Sortimenten sogar bis zu 50 %); hinzu kommen gelegentliche Besuchsanlässe aus den übrigen Bereichen von Spandau Nordost (Siemensstadt, Haselhorst). Damit wird prospektiv ausreichend Potenzial zur behutsamen Weiterentwicklung der übrigen Zentren und sonstiger privilegierter Einkaufsalternativen vorliegen. Dabei ist auch zu beachten, dass dem weiter westlich liegenden Nahversorgungszentrum Haselhorst nicht durch Angebotsdopplungen oder einer Überdimensionierung das Umsatzpotenzial abgegriffen wird.

Aufgrund dieser veränderten Rahmenbedingungen soll in der laufenden Aktualisierung des Zentren- und Einzelhandelskonzepts ein Suchbereich für einen zentralen Versorgungsbereich in Planung mit der Funktionszuweisung eines Nahversorgungszentrums festgelegt werden, um den Status einer städtebaulich präfe-



rierten Standortlage im Bezirk Spandau zu erhalten. Die genaue Zentrenabgrenzung kann allerdings erst mit konkretisiertem Planungsstand erfolgen. Die Entwicklung eines maßstäblich dimensionierten Nahversorgungszentrums birgt dabei die langfristigen Chancen einer Sicherung und Ausbau der Angebotssituation in den nordöstlichen Bereichen des Berliner Bezirks Spandau.

Folgende Annahmen sollten aus Sicht der ausgewogenen Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in Spandau Eingang in die noch anstehenden projektspezifischen Untersuchungen finden:

- maximal verträgliche und tragfähige Obergrenze: 3.500 qm VKF, davon Obergrenze ...
 - für zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung: rd. 2.100 qm VKF (davon Drogeriewaren inkl. Arzneimittel: 300 qm)
 - für sonstige zentrenrelevante Sortimente (v.a. Bekleidung/Schuhe; Haushaltswaren/Wohnaccessoires): bis zu 800 qm VKF
 - für sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente: < 400 qm VKF
- Ausschluss eines Drogeriemarkts und Begrenzung der zentrenrelevanten Sortimente empfohlen
- Übrige Bereiche nur für baugebietstypische Einzelhandelsnutzungen möglich, die der Wohngebietsversorgung dienen (Bäcker, Spätkauf)

10.7 Wasserstadt Oberhavel – Bereiche östlich der Havel

Die Wasserstadt Oberhavel liegt im Norden des Berliner Ortsteils Haselhorst. Die Einwohnerzahl im Ortsteil und auch in den angrenzenden Bereichen (u.a. Projekt Das Neue Gartenfeld, s.o.) wird in den nächsten Jahren durch umfassenden Wohnungsneubau deutlich steigen, woraus sich neben der Zentrenstärkung allgemein der „Bedarf“ zur Schaffung von wohngebietsorientierten Nahversorgungsangeboten ergibt.

In der Wasserstadt Oberhavel sollen in Ergänzung zu geplantem Wohnungsbau vereinzelt Einzelhandelsangebote der Nahversorgung (ein Vollsortimenter / ergänzende Handels- und Dienstleistungsangebote der Nahversorgung) realisiert werden. Die Ausweisung eines Nahversorgungszentrums ist für den Standort des potenziellen Lebensmittelmarkts in der Wasserstadt Oberhavel nicht vorgesehen, da nach Vorstellung des Zentren- und Einzelhandelskonzepts Einzelhandelsnut-



zungen überwiegend der Nahversorgung/Grundversorgung der umliegenden Wohnbevölkerung dienen sollen – sprich dabei nicht wesentlich über eine den Nahbereich an Ausstrahlungskraft verfügen soll.

Allerdings verfügt das Areal nördlich der Kreuzung Daumstraße/Rhenaniastraße das Potenzial als qualifizierter Nahversorgungsstandort für den östlichen Teil der Wasserstadt zu fungieren, weshalb diesem Standort eine besondere Nahversorgungsfunktion zugesprochen werden kann.

Für einen solchen Lebensmittelmarkt in der Wasserstadt Oberhavel lässt sich ein städtebaulich verträgliches Verkaufsflächenpotenzial von max. 1.500 qm Verkaufsfläche ableiten (Verbrauchermarkt inkl. aperiodischer Randsortimente). In dieser Dimensionierung wäre auch die Maßstäblichkeit des Vorhabens mit dem nächstgelegenen Wettbewerber (Edeka im NVZ Haselhorst) noch gewahrt.

Um die Erreichung der Planungsziele des Bezirks abzusichern (qualifizierte Nahversorgung, welche die ergänzende Versorgung der bestehenden und geplanten Mietwohnungen auf dem Areal der „Wasserstadt Oberhavel“ in Berlin-Haselhorst zugeordnet ist) wäre ein Vorhaben dort umsetzbar, welches nicht unter die Regelvermutung eines großflächigen Einzelhandelbetriebs im Sinne von § 11 Abs. 3 Bau NVO fällt, von dem mehr als unwesentliche Auswirkungen zu erwarten sind (Widerlegung von § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO). Das Entstehen einer nicht maßstäblichen Einzelhandelsagglomeration ist demgegenüber zu verhindern. Ergänzende zentrenrelevante Einzelhandelsnutzungen sollten im Lichte der Standortqualität auf eine max. Verkaufsfläche von rd. 400 qm begrenzt werden.



11 Umsetzung des Zentrenkonzepts

11.1 Planungsrechtliche Umsetzung der Entwicklungsziele

Die Umsetzung des Zentrenkonzeptes soll sich an den in Kapitel 9.3 formulierten Zielen und Grundsätzen der Zentrenentwicklung orientieren. Diese enthalten u.a. Ansiedlungsregeln, nach denen Einzelhandelsvorhaben im Bezirk beurteilt werden sollen. Damit ist noch nicht die Frage beantwortet, mit welchen Instrumenten Vorhaben, die nicht mit diesen Zielen bzw. Ansiedlungsregeln vereinbar sind, abgewehrt oder auf besser geeignete Standorte umgelenkt werden können. Da es sich um ein streitbefangenes Thema handelt, gibt es hierzu eine umfangreiche Rechtsprechung und Literatur. Inwieweit das Zentren- und Einzelhandelskonzept bei der Anwendung der verfügbaren Rechtsinstrumente einen Beitrag leisten kann, wird im Folgenden kurz erläutert.

11.2 Anwendung des § 11 BauNVO

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig, wenn sie sich „nach Art, Lage und Umfang auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können.“ Dabei sind u.a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu berücksichtigen.

Zur Frage der Kern- bzw. Sondergebietspflichtigkeit unterschiedlicher Typen von Einzelhandelsbetrieben gibt es eine umfangreiche Rechtsprechung. Das Zentrenkonzept kann bei der Beurteilung entsprechender Vorhaben insofern einen Beitrag leisten, als es durch Darstellung der übergeordneten Zentren und Festlegung von Nahversorgungszentren eine Aussage trifft, welches die zentralen Versorgungsbereiche im Bezirk sind, die eine besondere Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung haben und weiter entwickelt und vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bewahrt werden sollen. Darüber hinaus benennt das Zentrenkonzept eine Reihe von Streulagen, d.h. von überwiegend⁴⁸ kleineren Standorten, die für die wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung von besonderer Bedeu-

⁴⁸ Vgl. Kap. 9.4.6 Nahversorgungsentwicklung in Streulagen. Hierzu zählen u.a. das Areal nördlich der Kreuzung Daumstraße/Rhenaniastraße sowie die Landstadt Gatow.



tung sind und insofern in die Prüfung der Auswirkungen von Einzelhandelsprojekten einzubeziehen sind. Die Zentrenbeschreibungen im Anhang geben darüber hinaus Hinweise auf eine ggf. vorhandene besondere Empfindlichkeit einzelner Versorgungsbereiche gegenüber Einzelhandelsentwicklungen im Umfeld. Die Frage wesentlicher Auswirkungen eines bestimmten Vorhabens bleibt dann nach den Umständen des Einzelfalls zu prüfen.

11.3 Anwendung des § 15 BauNVO

Bei der Beurteilung, ob die allgemeinen Zulässigkeitsvoraussetzungen nach § 15 BauNVO gegeben sind (Vereinbarkeit mit der Eigenart des Baugebietes nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung, keine unzumutbaren Belästigungen oder Störungen) sind die Aussagen des Zentrenkonzepts ohne Belang. Soweit ein Vorhaben bereits danach unzulässig ist, ist eine Prüfung der Vereinbarkeit mit dem Zentrenkonzept nicht erforderlich.

11.4 Anwendung des § 34 BauGB

Da in weiten Teilen des Bezirks Spandau entweder der Baunutzungsplan von Berlin als übergeleiteter Bebauungsplan gilt oder nach BauGB aufgestellte Bebauungspläne vorhanden sind, ist die Anwendbarkeit des § 34 BauGB auf wenige Teilgebiete beschränkt. Dazu gehören die im Baunutzungsplan dargestellten, jedoch nicht übergeleiteten Bahnflächen und „Baulandreserven“ sowie das Beitrittsgebiet Weststaaken, jeweils soweit dort keine Bebauungspläne aufgestellt wurden.

§ 34 Abs. 1 und 2 (Einfügung, gesicherte Erschließung...)

Soweit sich bereits aus der Beurteilung nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB im Hinblick auf die Einfügung in die nähere Umgebung⁴⁹, die gesicherte Erschließung, die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse und die Beeinträchtigung des Ortsbildes ergibt, dass ein Einzelhandelsvorhaben bauplanungsrechtlich nicht zulässig ist, ist eine Prüfung unter dem Gesichtspunkt der möglichen Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche nicht erforderlich.⁵⁰

⁴⁹ Meist großflächige gewerbliche Nutzungen, die als sog. Vorbild fungieren.

⁵⁰ Handelt es sich um ein Vorhaben, das nach den Zielen des Zentrenkonzepts wünschenswert oder unproblematisch ist, z.B. weil es der wohnungsnahen Versorgung in einem bisher schlecht versorgten Bereich dient, sollte geprüft werden, ob bei einer Erweiterung, Änderung, Nut-



§ 34 Abs. 3 (Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche)

Für den unbeplanten Innenbereich (d.h. in Spandau nur für die o.g. wenigen Teilbereiche) hat der Gesetzgeber die Möglichkeit eröffnet, die Entwicklung auch von nicht großflächigen Einzelhandelsvorhaben⁵¹ zu steuern: Einzelhandelsvorhaben sind dort nur dann zulässig, wenn von ihnen - unabhängig von ihrer Größe - keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind. Dies gilt unabhängig davon, ob in der für die Beurteilung nach § 34 Abs. 1 und 2 maßgeblichen Umgebung bereits ähnliche Vorhaben vorhanden sind, und auch unabhängig davon, ob ein Vorhaben sich innerhalb oder außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet.

Wenn es sich um ein Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO handelt, sind schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB i.d.R. anzunehmen. Für diese Vorhaben geht der Gesetzgeber davon aus, dass für sie – sofern sie nicht bereits in einem de-facto-Kerngebiet oder Sondergebiet Einzelhandel liegen – in einem Bebauungsplan ein solches Gebiet festgesetzt werden muss, so dass sich eine Prüfung der Zulässigkeit nach § 34 Abs. 3 erübrigt. Bei allen sonstigen Einzelhandelsbetrieben ist zu prüfen, ob von ihnen mehr als nur unwesentliche bzw. sogar schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen können.

Inwieweit ein Vorhaben „schädliche Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche erwarten lässt, ist – auch unter dem Aspekt der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung – nachvollziehbar zu ermitteln und zu begründen. Schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind insbesondere dann zu befürchten, wenn der zu erwartende Kaufkraftabfluss aus zentralen Versorgungsbereichen dort zu Ladenleerständen, zu einer Einschränkung der Angebotsvielfalt oder zur Aufgabe eines für den Fortbestand des Zentrums wichtigen Frequenz-

zungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Betriebes im Einzelfall gemäß § 34 Abs. 3a vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden kann.

⁵¹ Der Regelungsgehalt bezieht sich auf Vorhaben gemäß § 29 BauGB. Dazu gehören auch Nutzungsänderungen, insbesondere auch die Zusammenlegung mehrerer kleinerer Betriebe zu einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb, die Umstellung von Großhandel auf Einzelhandel, die Umwidmung von Lager- in Verkaufsflächen und die Änderung eines in der Baugenehmigung festgeschriebenen Sortiments. Solche Tatbestände werden i.d.R. auch nicht vom Bestandsschutz umfasst. Bei Nutzungsänderungen und Erweiterungen sind für die Beurteilung der Zulässigkeit die Auswirkungen der gesamten Anlage zugrunde zu legen. Bei der Prüfung der Umverteilungsquoten sind jedoch nur die durch die Erweiterung induzierten Zusatzumsätze prüfungsrelevant, da die Betriebe bereits in der Vergangenheit Umsätze auf sich gelenkt haben.



bringers führt, so dass mit einem erheblichen Absinken des Versorgungsniveaus zu rechnen ist. § 34 Abs. 3 stellt dabei auf tatsächlich vorhandene Nutzungen ab. Eine mögliche Beeinträchtigung von lediglich geplanten Zentrenentwicklungen kann einem Vorhaben nach überwiegender Rechtsauffassung nicht entgegengehalten werden. Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche muss gerichtlich überprüfbar sein.

Da Antragsteller durch Gutachten nachweisen müssen, dass durch ihr Vorhaben keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten ist, wird die Darlegung gegenteiliger Argumente i.d.R. durch die Genehmigungsbehörde erfolgen müssen. Der Antragsteller hat dazu die zur Beurteilung des Vorhabens erforderlichen Informationen aus seiner Sphäre (auch ggf. vorhandene eigene Untersuchungen) vorzulegen.

Das Zentrenkonzept Spandau ist zur Beurteilung von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB insofern heranzuziehen, als es – in Ergänzung zum Stadtentwicklungsplan Zentren – die zentralen Versorgungsbereiche im Bezirk benennt und abgrenzt, die vor schädlichen Auswirkungen bewahrt werden sollen. Es enthält weiterhin qualitative Aussagen zur besonderen Empfindlichkeit bestimmter zentraler Versorgungsbereiche gegenüber Beeinträchtigungen durch Vorhaben im Einzugsbereich. Im Übrigen sind die Tatbestandsvoraussetzungen des § 34 Abs. 3 jedoch nach den Umständen des Einzelfalls zu bewerten. Um unerwünschte Fehlentwicklungen im unbeplanten Innenbereich zu vermeiden, sollten diese bspw. mit einem Ausschluss-Bebauungsplan überplant werden.

11.5 Ausschluss-Bebauungspläne

Bei Bebauungsplänen zum Ausschluss von (bestimmten Formen des) Einzelhandels ist zunächst grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Gebieten, die bereits durch den Baunutzungsplan oder durch Bebauungspläne nach BauGB überplant sind (in Spandau der Regelfall), und den relativ wenigen „unbeplanten Innenbereichen“.

11.5.1 Allgemeine Anforderungen an Ausschluss-Bebauungspläne

Der Ausschluss oder die Beschränkung von Einzelhandel in einem Bebauungsplan muss städtebaulich erforderlich sein. Die städtebauliche Erforderlichkeit kann dadurch gegeben sein, dass entsprechende Einzelhandelsansiedlungen die zentralen Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder einer angestrebten Entwicklung der zentralen Versorgungs-



bereiche entgegenstehen würden. Ein Ausschluss von Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten oder von Kleinstbetrieben ist in diesem Sinne i.d.R. nicht erforderlich.

Festsetzungsinhalte

Die Festsetzungen müssen klar erkennen lassen, welche Arten von Nutzungen ausgeschlossen werden und welche nur ausnahmsweise zulässig sein sollen. Als Arten von Nutzungen kommen sowohl Einzelhandelsbetriebe generell als auch bestimmte Typen von Einzelhandelsbetrieben („Unterarten“ im Sinne des § 1 Abs. 9 BauNVO) in Frage. Dabei ist auf in der Realität vorfindliche und im Einzelfall nach objektiven Kriterien eindeutig bestimmbare Typen abzustellen. Die Betriebsform (z.B. Bedienungsladen oder Selbstbedienung, Discounter oder Vollversorger) ist kein zulässiges Kriterium, sondern dem Wettbewerb zu überlassen. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass die Schwelle der „Zentrenschädlichkeit“ für die einzelnen Sortimente unterschiedlich anzusetzen ist.

Analog zu § 1 Abs. 9 BauNVO muss eine Differenzierung der Nutzungsarten durch die Planungsziele (hier i.d.R. Erhalt oder Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen, verbrauchernahe Versorgung, Innenentwicklung) städtebaulich begründet sein. Ausgeschlossene Sortimente müssen tatsächlich in der jeweiligen örtlichen Situation zentrenrelevant sein. Allerdings dürfen auch Sortimente ausgeschlossen werden, die in den zu schützenden zentralen Versorgungsbereichen noch nicht vertreten sind, wenn ihre Ansiedlung zur Entwicklung dieser Zentren nur dort zulässig sein soll.

Welche Arten von Einzelhandelsbetrieben ausgeschlossen bzw. auf den Ausnahmetatbestand beschränkt werden sollen, muss deshalb gebietsspezifisch im Einzelnen festgelegt werden. Auf Grundlage der zum Zentren- und Einzelhandelskonzept angestellten Untersuchungen lässt sich annehmen, dass in vielen der für einen Ausschluss-Bebauungsplan⁵² in Frage kommenden Bereiche mindestens der verbreitete Betriebstyp des Lebensmitteleinzelhandels mit einer Größe eben unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit mit dem Ziel der Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Konflikt steht, wohingegen Kleinstbetriebe und Kioske diesbezüglich i.d.R. unschädlich sind.

⁵²Davon ausgenommen sind Lebensmittelbetriebe, die Verkaufsflächenerweiterungen als bestandssichernde Maßnahme anstreben und oftmals die Schwelle zur Großflächigkeit überschreiten. Es wird empfohlen im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung die Auswirkungen einer möglichen Erweiterung auf die Zentren und die Nahversorgungsstrukturen dezidiert hinsichtlich der Chancen und Risiken abzuwägen.



In Teilbereichen, in denen die Schließung von kleineren Nahversorgungslücken möglich sein soll, können Läden, die der Versorgung des Gebietes dienen, bis zur Schwelle der Großflächigkeit generell oder ausnahmsweise zugelassen werden. Nach neuerer Rechtsprechung kann auch der „Nahversorgungsladen“ in der Größenordnung von bis zu 400 qm einen „in der Realität vorfindlichen Betriebstyp“ darstellen, der entsprechend im Bebauungsplan generell oder ausnahmsweise zulässig gemacht (oder auch ausgeschlossen) werden kann.

Für Einzelhandelsvorhaben mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sind Ausnahmen zur Schließung von Versorgungslücken nicht erforderlich. Auch hier sollten im Bebauungsplan jedoch Ausnahmen für Kleinbetriebe ohne Zentrenrelevanz ermöglicht werden, um die Nutzung privater Grundstücksflächen nicht stärker einzuschränken, als es zur Stabilisierung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche städtebaulich erforderlich ist. Ggf. müssen auch bereits vorhandene Einzelhandelsbetriebe in ihrer Entwicklungsfähigkeit auf der Grundlage von § 1 Abs. 10 BauNVO gesichert werden.

In festgesetzten Industrie- und Gewerbegebieten und sonstigen gewerblich geprägten Bereichen kann zentrenrelevanter Einzelhandel i.d.R. begründet ausgeschlossen werden, da dieser Kunden aus zentralen Versorgungsbereichen abziehen würde, ohne selbst zur wohnungsnahen Versorgung notwendig zu sein. Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten ist zu prüfen, ob Ausnahmen für Großhandel sowie produzierende und Handwerksbetriebe zuzulassen sind, die im Zusammenhang mit ihrem Hauptgeschäftsfeld in begrenztem Umfang auch Waren an Endverbraucher verkaufen. Auch hier sollten vorhandene Betriebe in ihrer Entwicklungsfähigkeit gesichert werden. Unabhängig von dieser Argumentationslinie kann Einzelhandel – auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten – in gewerblichen Bauflächen auch generell ausgeschlossen werden, wenn es Ziel der Planung ist, dort Bauflächen für produzierendes Gewerbe o.ä. zu sichern.

Begründung und Abwägung

In der Begründung des Bebauungsplans ist darzulegen, in welcher Weise seine Festsetzungen der Erhaltung und Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen dienen bzw. im Interesse der verbrauchernahen Versorgung liegen. Sie müssen daraufhin geprüft werden, ob sie zur Umsetzung dieser Ziele geeignet, erforderlich und angemessen sind; sie dürfen nicht unverhältnismäßig sein. Dabei kann u.a. auf die im bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept niedergelegten Analysen und Leitlinien zurückgegriffen werden. Ein konkreter Gefährdungsnachweis für jede einzelne ausgeschlossene Nutzung ist nicht erforderlich.



Der Ausschluss oder die Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen können die Privatnützigkeit des Grundeigentums beeinträchtigen, denn die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes stellt oft die wirtschaftlichste Verwertungsmöglichkeit eines Grundstücks dar, z.B. an hoch belasteten Verkehrsstraßen. Diese privaten Belange sind zutreffend zu ermitteln und mit dem ihnen zukommenden Gewicht in die Abwägung einzustellen. Zur frühzeitigen Ermittlung der privaten Belange kann es angeraten sein, auch bei Aufstellung im vereinfachten Verfahren eine frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit durchzuführen.

Im Rahmen der Planaufstellung ist weiterhin zu prüfen, ob durch den Bebauungsplan Entschädigungsansprüche ausgelöst werden können. Dies ist grundsätzlich möglich, da das Planungsziel ja darin besteht, bisher zulässige Nutzungen künftig auszuschließen. Allerdings dürfte häufig die Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit der Nutzung abgelaufen sein, so dass nach § 42 BauGB allenfalls Eingriffe in ausgeübte Nutzungen zu entschädigen wären.

11.5.2 Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB

Die BauGB-Novelle 2007 eröffnete die Möglichkeit, im unbeplanten Innenbereich durch einfachen Bebauungsplan auch ohne Festsetzung von Baugebieten bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken, und nahm dabei erstmals Bezug auf diesbezügliche städtebauliche Entwicklungskonzepte:

- (2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.



Ein Bebauungsplan, der lediglich Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a Satz 1 enthält, kann gemäß § 13 Abs. 1 BauGB im vereinfachten Verfahren aufgestellt werden. Damit kann von einer frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden abgesehen und auf einen Umweltbericht verzichtet werden.

Vor Festsetzung eines solchen Bebauungsplans muss klar sein, welches die zentralen Versorgungsbereiche sind, die erhalten oder entwickelt werden sollen. § 9 Abs. 2a BauGB weist in diesem Zusammenhang ausdrücklich auf durch die Gemeinde beschlossene städtebauliche Entwicklungskonzepte hin, die dazu Aussagen enthalten. Das Zentren- und Einzelhandelskonzept Spandau ist (nach Beschlussfassung) bei der Aufstellung entsprechender Bebauungspläne insofern eine Argumentationshilfe, als es die zentralen Versorgungsbereiche im Bezirk festlegt und abgrenzt, Ziele für eine zentrenverträgliche Entwicklung benennt und auf Vorschädigungen einzelner Zentren hinweist.

Mögliche Anwendung des § 9 Abs. 2a BauGB in Spandau

Die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels auf der Grundlage von § 9 Abs. 2a BauGB ist nur für unbeplante Innenbereichsflächen möglich, in Spandau also nur in kleinen Teilbereichen des Bezirks. Die Aufstellung eines solchen Plans für sämtliche oder einen Großteil der in Frage kommenden Bereiche wäre mit einem erheblichen Erhebungs-, Abwägungs- und Begründungsaufwand verbunden. Auch wäre der Plan leicht angreifbar und dann möglicherweise insgesamt nichtig. In der Praxis handhabbarer dürfte die Möglichkeit sein, solche Bebauungspläne für Bereiche geringerer Größe aufzustellen, die für „zentrenschädliche“ Einzelhandelsansiedlungen besonders attraktiv sind oder wo ein konkretes Ansiedlungsinteresse bereits erkennbar ist. Dies sind insbesondere unbebaute oder untergenutzte Randstreifen entlang von Hauptverkehrsstraßen sowie brach gefallene oder gering genutzte Gewerbe- und Infrastrukturflächen. Weitere Flächen können dort hinzukommen, wo Flächen in guter Verkehrslage freigesetzt werden.

Gegenüber einer Beurteilung auf der Grundlage des § 34 Abs. 3 BauGB hat die Aufstellung solcher Bebauungspläne den Vorteil, dass nicht jeder Einzelfall im Baugenehmigungsverfahren aufwändig geprüft werden muss, und dass auch eine geplante (Weiter-) Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche (die sich u.a. in der Benennung eines Entwicklungsrahmens widerspiegelt,) einem Vorhaben entgegengehalten werden kann. Es ist jedoch davon auszugehen, dass auch einfache Bebauungspläne für einzelne „Gefährdungsbereiche“ einen nicht unerheblichen Aufwand erfordern, so dass hier Prioritäten zu setzen sind.



Innerhalb des unbeplanten Innenbereichs ist die Abgrenzung des Plangebiets oder der Plangebiete für einen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB durch die städtebauliche Erforderlichkeit der Planung zu begründen. Kleinere Geltungsbe-
reiche zur Abwehr von zentrenunverträglichen Einzelhandelsansiedlungen in be-
sonders gefährdeten Bereichen lassen sich meist aus der örtlichen Gebietsstruk-
tur ableiten. Sollen dagegen mehrere Teilbereiche oder sogar „in einem Zuge“
sämtliche unbeplanten Innenbereichsflächen des Bezirks in dieser Hinsicht über-
plant werden, stellen sich hohe Anforderungen an die Begründung und Abwä-
gung (s.o.).

Voraussetzung für einen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB ist, dass die zu
schützenden bzw. zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche planungs-
rechtlich verwirklicht werden können. Die entsprechenden Voraussetzungen müs-
sen nach § 30 oder § 34 BauGB vorhanden sein⁵³, oder ihre Schaffung muss kon-
kret durch förmliche Einleitung eines entsprechenden Bebauungsplans vorgese-
hen sein. Ob dies der Fall ist, wäre im Rahmen eines einschlägigen Bebauungs-
planverfahrens für die möglicherweise betroffenen zu prüfen.

⁵³ Nicht erforderlich ist allerdings, dass die bauplanungsrechtlichen Grundlagen für alle nur denk-
baren Vorhaben, die in den zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden könnten, beste-
hen oder geschaffen werden.



12 Flankierende Hinweise zu Monitoring und Fortschreibung

Das vorliegende Zentren- und Einzelhandelskonzept unterliegt hinsichtlich der Datenbasis einer starken Entwicklungsdynamik im Einzelhandel. Dr. Lademann & Partner empfehlen die bezirklichen Bestandsdaten des Einzelhandels regelmäßig fortzuschreiben. Wichtig ist es, v.a. großflächige Vorhaben und Schließungen in die Datenbank aufzunehmen. Dabei sollten Einzelhandelsgutachten und (teilräumliche) Konzepte gesammelt und zugänglich gemacht werden.

Ebenfalls erscheint die regelmäßige Fortschreibung von Teilräumen (z.B. zentrale Versorgungsbereiche) als zielführend. Anhand der Bestandsdaten können bezirkliche oder teilräumliche Daten ausgewertet werden, die Rückschlüsse auf die tatsächlichen Entwicklungsprozesse zulassen. Ein solches Monitoring stellt ein Beobachtungssystem dar, das kontinuierlich Weiterentwicklungen des Einzelhandels in Spandau beobachtet. Neben der Erfolgskontrolle ermöglicht dieses Instrument frühzeitig, Problembereiche zu identifizieren. Aufgrund der Fluktuation im Einzelhandel, wird eine etwa 2 bis 3-jährige Fortschreibung der Datenbank im Sinne eines Monitorings, der Handelsdynamik gerecht (z.B. durch gutachterliche Begleitung).

Überdies kann eine gut gepflegte Bestandsdatenbank dem Altstadt- bzw. Geschäftsstraßenmanagement dienen: Wir empfehlen ein Flächenmanagement mit dem Ziel, die höherrangigen ZVB einem attraktiven Angebots- und Branchenmix zuzuführen, einzurichten. Zur zielgerichteten Gestaltung und Verwaltung von Flächen ist es förderlich, die Bestandsdaten weiter zu pflegen und mit spezifischen Immobiliendaten ausbauen. Auf der Basis einer vorrausschauenden Optimierung des Branchenmix ist ein systematisches Vorbeugen von Mindernutzungen und Leerständen möglich.

Um gewisse Entwicklungen aus Kundensicht zu begleiten (wie z.B. den Erfolg des Altstadtmanagements), empfehlen wir, jeweils nach 2 bis 3 Jahren zu prüfen, ob sich die Einkaufsorientierung und die Wahrnehmung auf das Hauptzentrum Spandau verändert hat. Dies kann durch eine regelmäßige telefonische Haushaltsbefragung erfolgen;

Flankierend erweist es sich als förderlich, Zentrenrundgänge (z.B. von Zentren mit Handlungsbedarf) durchzuführen. Schließlich sind es die Gewerbetreibenden und Verbraucher, die für den Erfolg eines Standorts verantwortlich sind. In die-



sem Zusammenhang können neue Handlungsbedarfe und Maßnahmenansätze direkt vor Ort diskutiert werden.

Zugleich gilt es bei strukturprägenden Änderungen der Rahmenbedingungen (z.B. Schließung von Kaufhäusern, stärkere Präsenz des Onlinehandels, o.ä.), die sich unmittelbar auf den Einzelhandelsstandort Spandau auswirken, sowohl die Datenbasis als auch den konzeptionellen Rahmen zu überprüfen und zu aktualisieren. In der Regel findet die Fortschreibung eines Zentren- und Einzelhandelskonzepts alle 5 Jahre statt.



13 Glossar und Abkürzungsverzeichnis

Betriebstypen im Einzelhandel:

Food-Einzelhandel⁵⁴

- Supermarkt

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet.

- Discounter

Lebensmitteleinzelhandelsbetrieb mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm, der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment in Selbstbedienung mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

- Verbrauchermarkt, klein

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt täglicher Bedarf, der auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm überwiegend in Selbstbedienung geführt wird.

- Verbrauchermarkt, groß

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt täglicher Bedarf meist an Pkw-orientierten Standorten, der auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm überwiegend in Selbstbedienung geführt wird.

- SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen, die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten in Selbstbedienung angeboten werden.

⁵⁴ Quelle: unternehmensinterne Typologie Dr. Lademann & Partner GmbH aufbauend auf Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft



Nonfood-Einzelhandel

■ Fachgeschäft

Einzelhandelsbetrieb mit meist unter 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Serviceleistungen verkauft.

■ Fachmarkt

Einzelhandelsbetrieb mit über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes Nonfood-Sortiment preisorientiert mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (s.o.) und teils weiteren Serviceleistungen meist an Pkw-orientierten Standorten verkauft. In Berlin ist der Fachmarkt begriff dem nicht-zentrenrelevanten, großflächigen Einzelhandel vorbehalten, während (sonstige) zentrenrelevante Sortimente als großflächige, zentrenrelevante Konzepte bezeichnet werden.

■ Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen einschließlich Lebensmitteln, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird.

■ Kaufhaus

Einzelhandelsbetrieb mit mehr als zwei Nonfood-Warenbereichen und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (ohne Lebensmittel, umfasst auch Textilkaufhäuser).

Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen

■ Fachmarkttagglomeration

Ansammlung von branchengleichen oder branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

■ Einkaufszentrum

Einzelhandelsimmobilie, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen über eine meist überdachte Mall integriert.



- **Fachmarktzentrum**

Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement über eine meist überdachte Mall integriert.

- **Shopping-Center**

Einkaufszentrum, das überwiegend an integrierten Standorten (Innenstadt bzw. Bezirkszentrum oder Nebenzentren bzw. Stadtteilzentren) mit differenziertem Mietermix Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Formen mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten über eine meist überdachte Mall integriert.

Sonstige Definitionen⁵⁵:

- **Kaufkraft/Nachfragepotenzial**

Als Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht.

- **Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage.

Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten wie der GfK ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell ober oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

- **Ausgabesatz**

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen

⁵⁵ Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.



Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

- **Periodischer Bedarf (Nahversorgungsrelevante Sortimente)**

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel, und Drogeriewaren zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

- **Aperiodischer Bedarf (Sonstige zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente)**

Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.



Abkürzungsverzeichnis:

■ AVE	Ausführungsvorschriften Einzelhandel
■ AVZ	Ausführungsvorschriften Zentrenkonzepte
■ B2C E-Commerce	‘Business-to-consumer Electronic Commerce’ ,Unternehmen an Verbraucher-Markt’
■ BAB	Bundesautobahn
■ DLP	Dr. Lademann & Partner
■ EH	Einzelhandel
■ EKZ	Einkaufszentrum
■ EW	Einwohner
■ FMA	Fachmarkttagglomeration
■ HZ	Hauptzentrum
■ LEH	Lebensmitteleinzelhandel
■ LOR	Lebensweltlich orientierte Räume, hier: Planungsebene Bezirksregion
■ NVZ	Nahversorgungszentrum
■ OTZ	Ortsteilzentrum
■ p.a.	per anno
■ SB	(SB-Warenhaus...) Selbstbedienung
■ SO	Sonderstandort
■ StEP	Stadtentwicklungsplan (Zentren 2030)
■ STZ	Stadtteilzentrum
■ SWOT-Analyse	kombinierte Stärken-Schwächenanalyse und Chancen-Risikoanalyse
■ VKF	Verkaufsfläche
■ ZVB	Zentraler Versorgungsbereich



14 Anhang: Zentrenbeschreibungen

Auf den folgenden Seiten werden die definierten zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet in Form von Zentrenpässen dargestellt und charakterisiert. Neben einer kriteriengestützten Beschreibung werden die jeweiligen Zentren nach den wesentlichen Stärken und Schwächen bewertet und Handlungsempfehlungen zur künftigen Weiterentwicklung formuliert. Zentraler Bestandteil der Zentrenbeschreibungen sind darüber hinaus die kartografisch dargestellten räumlichen Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche.