Kurzfassung

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg von Berlin

Junker + Kruse
Stadtforschung
Planung

29. April 2015

KURZFASSUNG

EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT

für den

BEZIRK Tempelhof-Schöneberg

im Auftrag des Bezirksamts

Tempelhof-Schöneberg von Berlin
Abt. Gesundheit, Soziales, Stadtentwicklung
Stadtentwicklungsamt, Fachbereich Stadtplanung
John-F.-Kennedy-Platz
10825 Berlin

Ansprechpartner:
Martin Schwarz

Bearbeitung:
Junker + Kruse Dortmund

Elisabeth Kopischke
Stefan Kruse

29. April 2015

Inhalt

1 Ausgangssituation und Zielsetzung 4

2 Bezirkliche Analyseergebnisse 5

3 Konzept für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung 8

3.1 Standortstruktur 8

3.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche 11

3.1.2 Nahversorgungsstandorte 49

3.1.3 Standorte für Fachmärkte (großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten) 50

3.1.4 Entwicklungsbereich Südkreuz 55

3.2 Berliner Sortimentsliste 56

3.3 Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung im Bezirk Tempelhof-Schöneberg 57

3.4 Prüfschema zur ersten Bewertung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungs-, Erweiterungs- und / oder Verlagerungsvorhaben im Sinne der Ziele, Leitlinien und Grundsätze des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 62

4 ANHANG 64

4.1 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Schöneberg-Nord 64

4.2 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Schöneberg-Süd 65

4.3 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Friedenau 66

4.4 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Tempelhof 67

4.5 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Mariendorf 68

4.6 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Marienfelde 69

4.7 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Lichtenrade 70

4.8 Legende 71

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Der Bezirk Tempelhof-Schöneberg von Berlin hat durch den Beschluss des Bezirksamts Nr. 248/09 vom 20. Oktober 2009 und den Beschluss der Bezirksverordnetenversammlung vom 17. Februar 2010 (Drucksache Nr. 1223/XVIII) das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg von Berlin, bestehend aus der Zusammenfassung des Grundlagengutachtens sowie dem zugehörigen Plan der Zentralen Versorgungsbereiche, beschlossen. Ziel des Konzeptes ist es, eine fundierte Abwägungsgrundlage für stadtentwicklungsplanerische Entscheidungen im Rahmen der Ansiedlung, Verlagerung oder Veränderung von Einzelhandelsbetrieben zu schaffen.

Dabei liegt dem Konzept die Absicht zugrunde, dass

- die zentralen Versorgungsbereiche entsprechend ihrer Versorgungsaufgabe gesichert und gestärkt werden,
- die Grundversorgung flächendeckend und wohnungsnah gewährleistet wird und
- der großflächige Einzelhandel zentrenverträglich entwickelt wird.

Dazu enthält das Konzept von 2009 eine Hierarchie von Zentren, beginnend mit dem Zentrumsbereichskern City West (Tauentzienstraße), sich fortsetzend über drei Stadtteilzentren (Kaiser-Wilhelm-Platz/Hauptstraße; Bahnhofstraße, Lichtenrade; Tempelhofer Damm), vier Ortsteilzentren (Hildburghauser Straße; Mariendorfer Damm; Potsdamer Straße (mit Teilbereich im Bezirk Mitte); Rheinstraße/Bundesallee) und vier Nahversorgungszentren (Maaßenstraße/Nollendorfplatz; Platz der Luftbrücke; Marienfelder Allee; Bayerischer Platz/Grunewaldstraße). Das Ortsteilzentrum Rheinstraße / Bundesallee ist aus gesamtstädtischer Sicht Teil des Hauptzentrums Schlossstraße (mit Teilbereichen im Bezirk Steglitz-Zehlendorf). Ergänzt werden die städtischen Zentren durch Nahversorgungs- und Fachmarktstandorte.

In der praktischen Anwendung dieses Konzeptes hat sich gezeigt, dass das Prinzip der (nahezu) ausnahmslosen Zuordnung des zentrenrelevanten Einzelhandels zu ausgewiesenen Zentren Probleme erzeugen kann. Zum einen gibt es immer wieder Anträge von Unternehmen auf Eröffnung von Betrieben des Einzelhandels insbesondere zur Nahversorgung auch außerhalb der ausgewiesenen Zentren, denen städtebauliche Gründe nicht ohne weiteres entgegengehalten werden können. Zum anderen fehlt es manchen der Zentren an der gebotenen städtebaulichen und/oder funktionalen Ausstattung. Standorte des Einzelhandels verdienen den Schutz als „zentraler Versorgungsbereich“ nur dann, wenn sie eine Multifunktionalität (= Nutzungsmischung insbesondere von Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungen sowie Gastronomie) aufweisen, sie sich als städtebauliche Einheit darstellen und eine städtebauliche Aufenthaltsqualität zum Besuch und zum Einkauf einlädt. Ein Lebensmitteleinzelhändler allein oder zusammen mit einem Getränkemarkt begründet keinen städtebaulich zu schützenden zentralen Versorgungsbereich, auch nicht bei erheblichem Verkaufsflächenangebot.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg von 2009 wurde in den Jahren 2014 / 2015 überarbeitet. Dabei wurden bisherige Anwendungserfahrungen, die aktuelle Bestandssituation und auch veränderte bzw. aktualisierte Rahmenbedingungen (wie der StEP Zentren 3, das dazugehörige Fachmarktkonzept sowie die Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen für das Land Berlin) berücksichtigt.

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

2 Bezirkliche Analyseergebnisse

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg stützt sich auf Ergebnisse aus sowohl primär- wie sekundärstatistischen Erhebungen. Für die primärstatistischen Erhebungen wurde eine aktuelle Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen im engeren Sinne[2] sowie der Leerstände im Bezirk im Rahmen der flächendeckenden Erhebung zum Statusbericht des StEP Zentren 3 (Junker+Kruse im Auftrag der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt) im dritten Quartal 2014 durchgeführt.

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

Folgende Rahmendaten kennzeichnen die Einzelhandelssituation im Bezirk Tempelhof-Schönberg (zum Erhebungszeitpunkt Juli/August 2014):

- Es existieren rund **1.875 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **494.100 m²** (ohne Leerstände).
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt rund **260 m²**.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** liegt bei **1,49 m²** pro Einwohner
- **Sortimentsspezifische Schwerpunkte** des Einzelhandelsangebotes liegen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (25 % der Gesamtverkaufsfläche), der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung (15 % der Gesamtverkaufsfläche) sowie in den Wa-

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

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

rengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (16 % der Gesamtverkaufsfläche) sowie Möbel (12 % der Gesamtverkaufsfläche).

- **Rund 41 % der Verkaufsfläche im Bezirk (202.800 m²) befindet sich in zentralen Lagen.** Knapp ein Drittel der bezirklichen Verkaufsfläche liegt in städtebaulich nicht integrierten Lagen, dazu gehören vor allem auch die Fachmarktstandorte. Etwa ein Viertel der Verkaufsfläche im Bezirk befindet sich in städtebaulich integrierten Lagen, dazu zählen vor allem die ergänzenden Nahversorgungsstandorte zur wohnungsnahen Grundversorgung in wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen.
- Rund 335.000 m² der erhobenen Verkaufsfläche (ohne Leerstände) bzw. ein Anteil von **68 % der Verkaufsfläche** entfällt in Tempelhof-Schöneberg auf **großflächige Einzelhandelsbetriebe**, obwohl diese nur knapp 4 % aller Anbieter repräsentieren (78 Einzelhandelsbetriebe).
  Der sortimentsspezifische Schwerpunkt der großflächigen Betriebe liegt auch in Tempelhof-Schöneberg erwartungsgemäß in den Warengruppen **Bekleidung, Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente und Nahrungs- und Genussmittel** und damit in jenen Bereichen, die auch im bezirklichen Einzelhandelsprofil quantitativ hervortreten.
- Die **Grundversorgungssituation** im Bezirk ist rein **quantitativ** durch einen Ausstattungswert von **rund 0,37 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner** gekennzeichnet. Die Werte in den Prognoseräumen liegt zwischen 0,21 - 0,61 m² Lebensmittelverkaufsfläche / Einwohner.
  Der Betriebstypenmix im Bereich der Grundversorgung ist vielfältig. Die räumliche Versorgung (fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten von den Wohnstandorten) ist weitgehend gut. Räumliche Versorgungsdefizite ergeben sich vornehmlich in den Siedlungsbereichen in Friedenau, Mariendorf und Lichtenrade bzw. den dortigen Siedlungsrandbereichen. Dabei korrespondieren räumliche Defizite mit der unterdurchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung.
- Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg beträgt rund 1,78 Mrd. Euro (2014)**. Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei sehr unterschiedlich, im Bereich Nahrungs- und Genussmittel betragen sie rund 719,4 Mio. Euro bzw. 40,5 % des gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials. Hohe Kaufkraftanteile entfallen außerdem auf die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (180,8 Mio. Euro bzw. 10,2 %), Bekleidung (155,2 Mio. Euro bzw. 8,7 %) und Neue Medien, Unterhaltungselektronik (113,6 Mio. Euro bzw. 6,4 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind vor allem Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Möbel.
- Das geschätzte einzelhandelsrelevante **Jahresumsatzvolumen** beträgt rund **2.063,3 Mio. Euro**.
- Die bezirksspezifische einzelhandelsrelevante **Zentralität** ist das Verhältnis des einzelhandelsrelevanten Umsatzes zur lokal vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, sie liegt für Tempelhof-Schöneberg bei **1,15**.
- Auf Grundlage der Verkaufsflächen und abgeleiteten einzelhandelsrelevanten Umsätze errechnet sich eine **Flächenproduktivität** des Einzelhandels von rund **4.200 Euro pro m²** im Bezirk.

Die Kennwerte sind, differenziert nach den sieben Prognoseräumen, in Tabelle 1 dargestellt (vgl. dazu auch Tabellen im Anhang):

Tabelle 1: Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in den Prognoseräumen

Prognoseraum	Schöneberg-Nord	Schöneberg-Süd	Friedenau	Tempelhof	Mariendorf	Marienfelde	Lichtenrade	Gesamt
Einwohner Stand 31.12.2013	47.200	48.380	44.690	60.770	50.330	30.720	49.710	331.820
Anzahl der Betriebe	404	407	272	379	163	91	153	1.869
Anteil an gesamtstädtischer Anzahl der Betriebe (in %)	22	22	15	20	9	5	8	100
Verkaufsfläche (in m²)	121.000	37.780	66.030	159.330	40.400	44.230	25.400	494.100
Anteil an gesamtstädtischer Verkaufsfläche (in %)	24	8	13	32	8	9	5	100
durchschnittliche Betriebsgröße (in m²)	300	93	243	420	248	486	166	264
Verkaufsfläche pro Einwohner (in m²)	2,56	0,78	1,48	2,62	0,80	1,44	0,51	1,49
Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel (in m²)	19.550	15.620	9.370	37.130	12.290	14.520	14.590	123.070
Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel pro Einwohner (in m²)	0,41	0,32	0,21	0,61	0,24	0,47	0,29	0,37
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	94,8	96,0	97,5	92,6	97,4	99,0	105,9	97,4
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (in Mio. Euro)	242,2	252,0	236,5	307,4	275,6	163,9	298,0	1.776,5
Einzelhandelsrelevanter Umsatz (in Mio. Euro)	722,6	164,4	211,1	540,9	138,7	153,2	132,2	2.063,3
Einzelhandelsrelevante Zentralität	2,91	0,64	0,87	1,74	0,51	0,90	0,45	1,15

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

3 Konzept für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

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

Übergeordnete Ziele

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

Bezirkliche Leitlinien

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

3.1 Standortstruktur

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

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

- Zentrumsbereichskern
- Hauptzentrum (aus gesamtstädtischer Sicht: Ortsteilzentrum Rheinstraße / Bundesallee in Verbindung mit dem Hauptzentrum Schlossstraße)
- Stadtteilzentren,
- Ortsteilzentren und
- Nahversorgungszentren

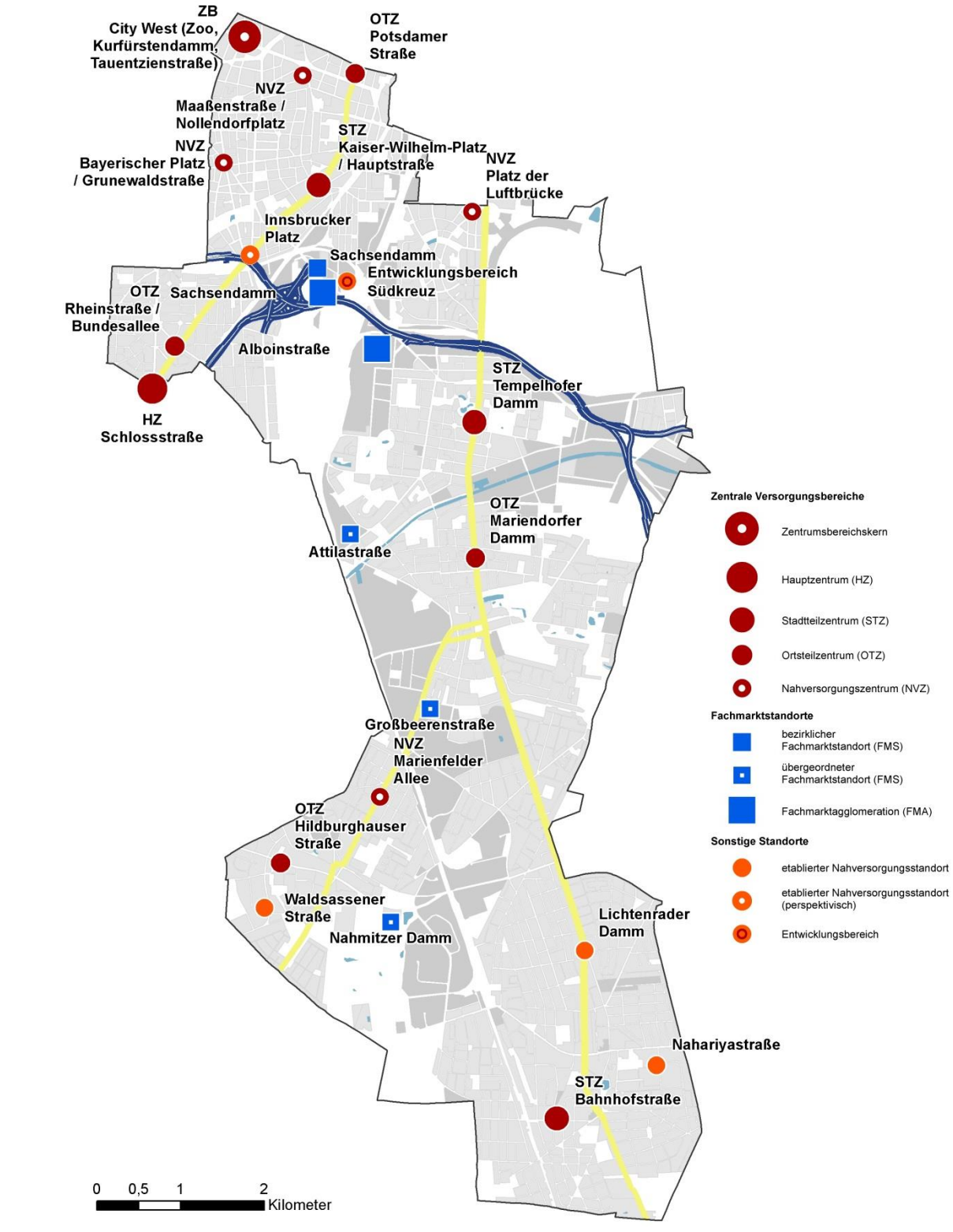
sowie ergänzenden Standorten des Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, die der Gewährleistung der Nahversorgung dienen, darunter etablierte Standorte des Einzelhandels und sonstige, ggf. auch neue Standorte, sowie den Standorten für Fachmärkte (großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten), nämlich:

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

Abbildung 1: Standortstrukturmodell

Quelle: eigene Darstellung

Karte 1: Standortstruktur im Bezirk Tempelhof-Schöneberg - Konzept



Quelle: eigene Darstellung

3.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche

In den nachfolgenden Steckbriefen der zentralen Versorgungsbereiche werden die jeweiligen Abgrenzungen, Ausstattungsmerkmale sowie Handlungsempfehlungen unter Berücksichtigung der Ziele und Leitlinien gegeben. Es handelt sich dabei im Einzelnen um folgende zentrale Versorgungsbereiche:

1. Zentrumsbereichskern City West (Schöneberg-Nord, Tauentzienstraße, Übergang zum Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf)..... Seite: 12

2. Stadtteilzentrum Kaiser-Wilhelm-Platz / Hauptstraße (Schöneberg-Süd),..... Seite: 15

3. Stadtteilzentrum Tempelhofer Damm (Tempelhof)..... Seite: 18

4. Stadteilzentrum Bahnhofstraße (Lichtenrade) ..... Seite: 22

5. Ortsteilzentrum Potsdamer Straße (Schöneberg-Nord, Übergang zum Bezirk Mitte) ..... Seite: 25

6. Ortsteilzentrum Rheinstraße / Bundesallee (Friedenau) mit einem Teilbereich des Hauptzentrums Schlossstraße (Friedenau, Übergang zum Bezirk Steglitz-Zehlendorf)..... Seite: 28

7. Ortsteilzentrum Mariendorfer Damm (Mariendorf) ..... Seite: 31

8. Ortsteilzentrum Hildburghauser Straße (Marienfelde) ..... Seite: 34

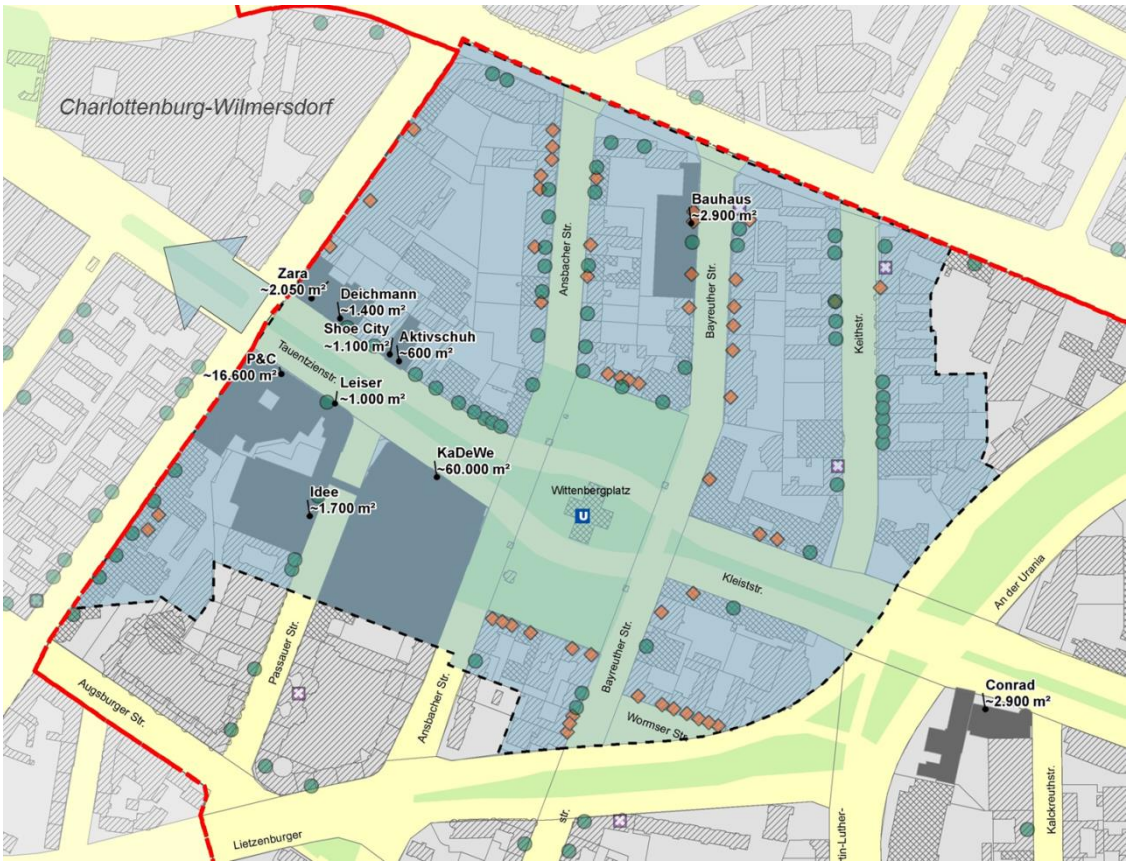
9. Nahversorgungszentrum Maaßenstraße / Nollendorfplatz (Schöneberg-Nord) ..... Seite: 37

10. Nahversorgungszentrum Bayrischer Platz / Grunewaldstraße (Schöneberg-Süd)..... Seite: 40

11. Nahversorgungszentrum Platz der Luftbrücke (Tempelhof)..... Seite: 43

12. Nahversorgungszentrum Marienfelder Allee (Marienfelde)..... Seite: 46

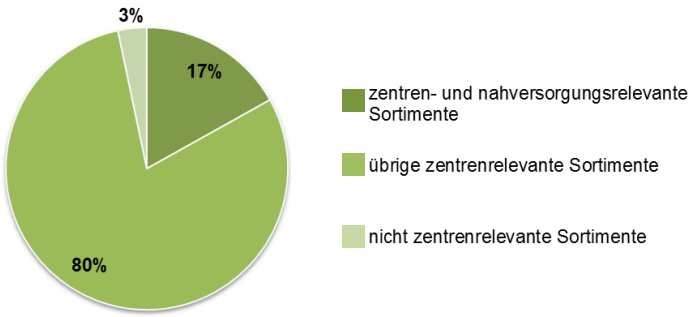
1. Steckbrief: Zentrumsbereichskern City West



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Schöneberg-Nord
Ausdehnung / Straßen	Tauentzienstraße - und Kleiststraße, sowie dessen angrenzende Seitenstraßen zwischen Bezirksgrenze und An der Urania Ausdehnung ca. 500 m
Wettbewerbssituation	Der Hauptbereich des Zentrumsbereichskerns City West Zoo und Kurfürstendamm, Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf, grenzt unmittelbar an den Bereich an, in südöstlicher Richtung liegt das Ortsteilzentrum Potsdamer Straße in ca. 1.500 m Entfernung
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	93.000 m² liegen im Teilbereich des Zentrumsbereichskerns auf der Seite des Bezirks Tempelhof-Schöneberg (im Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf liegen rd. 187.000 m² Verkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	69 Einzelhandelsbetriebe liegen im Teilbereich des Zentrumsbereichskerns auf der Seite des Bezirks Tempelhof-Schöneberg (im Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf liegen rd. 860 Betriebe)
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Acht großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 86.800 m²

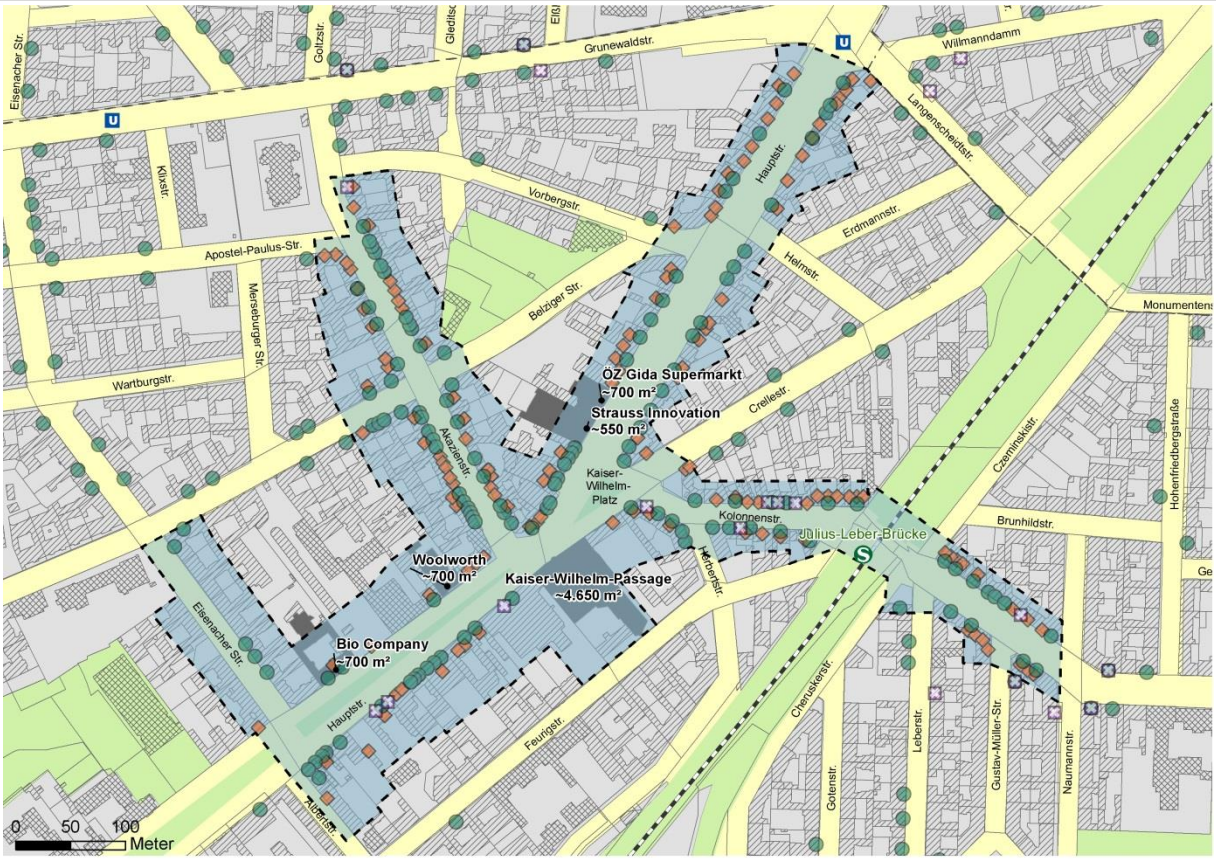
1. Steckbrief: Zentrumsbereichskern City West

Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	umfassendes und differenziertes Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsstufen und in umfassender Angebotsbreite und -tiefe, in weiten Teilen gehobene und hochwertige Angebotsstruktur
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Bekleidung / Textilien
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Magnetbetriebe	KaDeWe (60.000 m² VKF), P&C (15.000 m² VKF), Bauhaus, Deichmann, Leiser, Zara
Wochenmärkte	Wittenbergplatz (3x wöchentlich; dienstags, donnerstags, freitags)
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Gastronomie, Hotels, Banken
Funktionsrelevante Einrichtungen	Volkshochschule, griechisches Konsulat, argentinische Botschaft, Post, Berufsfachschulen, Augenklinik Urania Berlin (östlich unmittelbar angrenzend) Landesinstitut für Tropenmedizin und Landeszentrale für politische Bildungsarbeit (nordöstlich unmittelbar angrenzend) zahlreiche weitere Einrichtungen im westlichen Teil des Zentrumsbereichskerns auf dem Gebiet des Bezirks Charlottenburg-Wilmersdorf, u.a. Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche, Synagoge, Oberverwaltungsgericht, Botschaften, Kinos, Käthe-Kollwitz-Museum, Amerikahaus, Theater des Westens
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen Tauentzienstraße / Kleiststraße
Parkmöglichkeiten	Parkhäuser, Tiefgaragen und straßenbegleitende Stellplätze
ÖPNV	Anschluss an S-Bahn-, Straßenbahn- und Buslinien
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	Zentrum mit dichtem Einzelhandelsbesatz, großformatige Trittsteine, teilweise Tiefenentwicklung, Seitenstraßen überwiegend mit ergänzendem, spezialisiertem Einzelhandelsbesatz

1. Steckbrief: Zentrumsbereichskern City West

Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	KaDeWe, P&C, Zara, Deichmann Mit dem überregional bekannten und zentrenprägenden Kaufhaus KaDeWe und anderen Kaufhäusern ist dort ein überwiegend textilorientierter hochwertiger Innenstadteinzelhandel anzutreffen
Identifikationspunkte	KaDeWe, Wittenbergplatz
Gesamteindruck	Das überregional bekannte Warenhaus KaDeWe bildet einen starken Einzelhandelsbaustein, der eine große und zentrenprägende Bedeutung hat. Das Zentrum ist prosperierend mit gehobener Angebotsstruktur und hoher Anziehungskraft. Die Vielfalt und die Qualität der Angebote und die Verkaufsflächengröße schaffen ein Zentrum von nationaler und internationaler Bedeutung (touristisches Potenzial). Die räumlichen Dimensionen bieten trotz eines hohen Verkehrsaufkommens großzügige Fußgängerbereiche und in der Regel hohe Aufenthaltsqualitäten.
Stärken – Schwächen	
Stärken	Bestandteil des verkaufsflächig größten Zentrums Berlins (Zentrumsbereichskern City-West), hohe Ausstrahlung auch auf Bereiche außerhalb des Bezirkes, überregional bekannte Magneten erzeugen hohe Kundenfrequenzen, ausgeprägt großformatige Einzelhandelsstrukturen
Schwächen	Durch die Trennwirkung der Straße „An der Urania“ fehlt eine städtebauliche Anbindung an die östlich angrenzenden Anbieter (u.a. Conrad), die Nebenlagen sind z.T. stark ausgedünnt, die südlichen Abschnitte von Nürnberger, Passauer und Ansbacher Straße sind ohne Besatz
Versorgungsfunktion	Versorgungsbedeutung für die Gesamtstadt sowie auch überregionale und nationale Versorgungsfunktion
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Insgesamt ist die City West, Teilbereich Tauentzienstraße der aufgrund seiner Ausstrahlungskraft und Gesamtverkaufsfläche bedeutendste zentrale Versorgungsbereich des Bezirks mit überbezirklicher Versorgungsfunktion. Insbesondere in den Randbereichen der Nebenlagen sowie in den südlichen Abschnitten von Nürnberger, Passauer und Ansbacher Straße ist der Einzelhandelsbesatz z.T. sehr schwach ausgeprägt. Vor diesem Hintergrund sind unter Berücksichtigung der allgemeinen Trends der Marktsättigung, Wettbewerbsverschärfung sowie der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels vor allem Entwicklungen im Bestand vorzunehmen. ▪ Die Sicherung und Stärkung des Zentrumsbereichskerns vor allem auch unter Nutzung des touristischen Potenzials gehört zu den gesamtstädtischen Zielen gem. StEP Zentren 3.

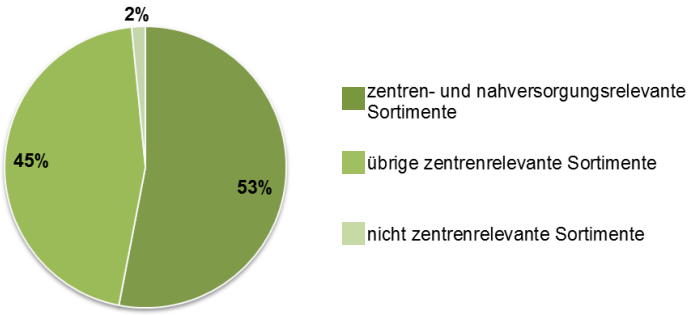
2. Steckbrief: Stadtteilzentrum Kaiser-Wilhelm-Platz/Hauptstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Schöneberg-Süd
Ausdehnung / Straßen	Hauptnutzungen erstrecken sich vom zentral gelegenen Kaiser-Wilhelm-Platz entlang der Akazienstraße bis zur Vorbergstraße, entlang der Kolonnenstraße bis zur Naumannstraße und an der Hauptstraße zwischen Albert- und Grunewaldstraße Ausdehnung 800 m
Wettbewerbssituation	Entfernung zum nächsten Ortsteilzentrum Potsdamer Straße (Mitte) 1.600 m, nächste Fachmarktagglomeration Sachsendamm 1.300 m
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	15.900 m²
Anzahl der Betriebe	155 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Ein großflächiger Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.700 m²

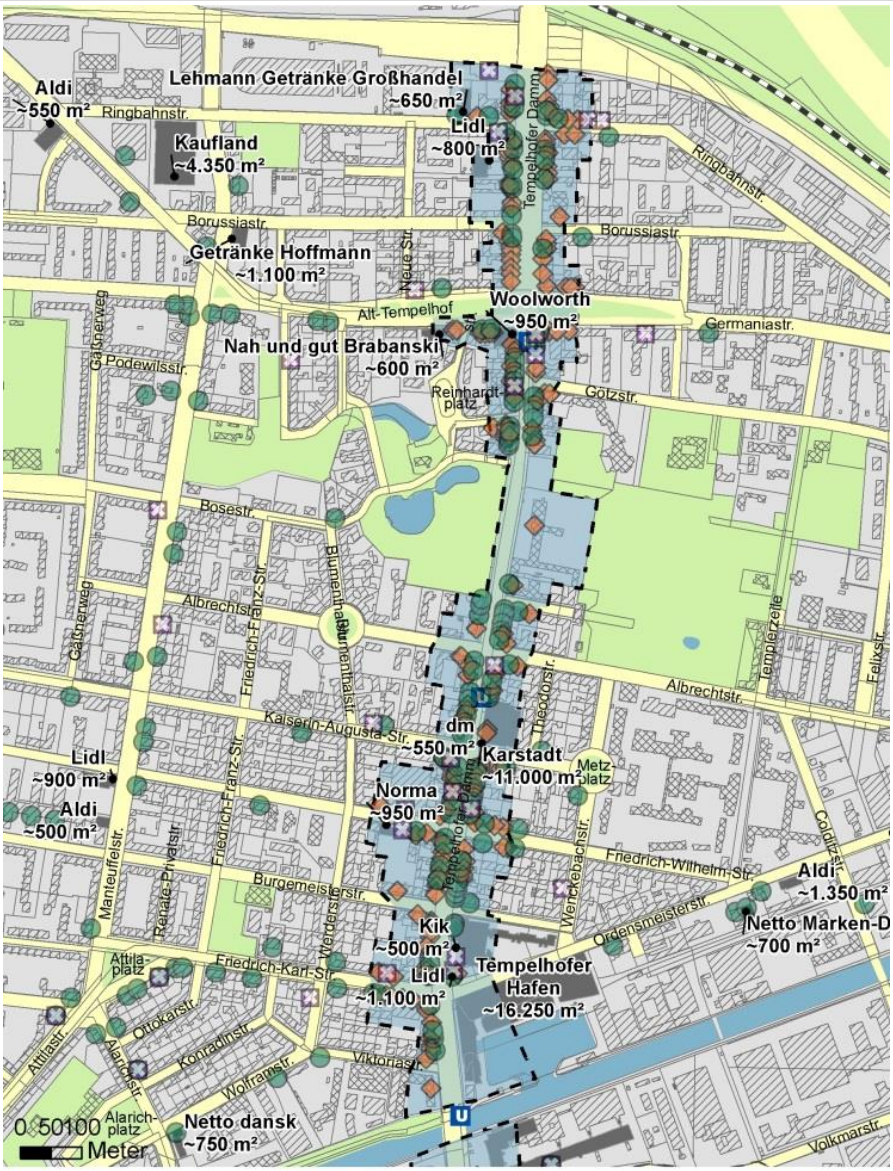
2. Steckbrief: Stadtteilzentrum Kaiser-Wilhelm-Platz/Hauptstraße

Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	überwiegend unausgewogen; hoher Anteil an grundversorgungsrelevanten Angeboten, viele kleinteilige, teilweise spezialisierte, teilweise preisorientierte Anbieter
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung / Textilien und Drogeriewaren
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	Kaiser-Wilhelm-Passage mit 4.600 m² Verkaufsfläche, Ankerbetrieb Edeka (1.700 m²)
Magnetbetriebe	Strauss, Edeka, Aldi, Öz-Gida, Bio Company, Rossmann, Woolworth
Wochenmärkte	Öffentlicher Wochenmarkt Crellestraße (2x wöchentlich, mittwochs und samstags)
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Gastronomie, Handwerk, Ärzte
Funktionsrelevante Einrichtungen	Kirche, Post Schulen und Kita, Stadtbad Schöneberg und Theodor-Heuss-Bücherei (grenzen unmittelbar an das Stadtteilzentrum an) Museum der Unerhörten Dinge und Schöneberg Museum (nordöstlich bzw. südwestlich in unmittelbarer Nähe)
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen Haupt-, Kolonnenstraße
Parkmöglichkeiten	Tiefgarage und straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	Anschluss an S-Bahn-, U-Bahn- und Buslinien
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	strahlenförmige Bandstrukturen um den Kaiser-Wilhelm-Platz, der der Mittelpunkt der Hauptstraße ist und zusammen mit ihr die zentrale Geschäftsstraße des Stadtteilzentrums bildet

2. Steckbrief: Stadtteilzentrum Kaiser-Wilhelm-Platz/Hauptstraße

Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Hauptstraße mit teilweise dichten Nutzungsbändern, Magnetbetrieben und Einkaufspassage, an den Rändern deutlich nachlassende Ausstrahlung Akazien-, Eisenacher- und Crellestraße mit kleinteiligem, spezialisiertem Besatz und Gastronomie, szeneartiger Charakter Kolonnenstraße, einfacher Angebotsstandard, unkontinuierlicher und grundversorgungsorientierter Besatz
Identifikationspunkte	Kaiser-Wilhelm-Platz, baumbestandene Straßen mit Altbausubstanz und Kieznutzungen
Gesamteindruck	vielfältiges Zentrum mit freundlichen Bereichen mit hoher Aufenthaltsqualität aber auch mit schwachen, discountorientierten Abschnitten
Stärken – Schwächen	
Stärken	Kaiser-Wilhelm-Passage, Stadtteilzentrum mit urbanen Stadtstraßen und Plätzen, differenzierte zentrale Bereiche: Hauptstraße als Einkaufsstraße, Akazienstraße und Eisenacher Straße als Kiezstraße, Crellstraße als Szenegastronomie, Impuls durch S-Bahnhof und dadurch Belebungspotenzial für die Kolonnenstraße, freundliche Atmosphäre
Schwächen	z.T. schwache, gefährdete Nebenlagen (Hauptstraße Nord und Kolonnenstraße West), hohe Verkehrsbelastung, eingeschränkte Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, fehlende Angebotstiefe in den zentrentypischen Sortimenten
Versorgungsfunktion	Versorgungsbedeutung für den Prognoseraum Schöneberg-Süd sowie Teilbereiche der Prognoseräume Schöneberg-Nord und Friedenau
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Der verkaufsflächenmäßig hinter den Zentren „City West“ und „Tempelhofer Damm“ drittgrößte zentrale Bereich verfügt mit seinem dichten Einzelhandelsbesatz in der Hauptlage und die durch kleinteilige oftmals individuelle Einzelhandelsstrukturen geprägte Akazienstraße über Einzelhandelsangebote, die über die Grenzen des Prognoseraums hinaus ausstrahlen. Ein Manko sind besonders die sich sowohl quantitativ als auch qualitativ schlechter darstellenden Einzelhandelslagen nördliche Hauptstraße und Kolonnenstraße zwischen Herbertstraße und Julius-Leber-Brücke. ▪ Die Sicherung und Stärkung des Zentrums in seiner Funktion als Stadtteilzentrum im Bezirk sind als stadtentwicklungsplanerisches Ziel weiter zu verfolgen. Dabei sollte vor allem auf Entwicklungen im Bestand und eine Qualifizierung der zentrenrelevanten Angebote geachtet werden. Einen wichtigen Impuls stellt derzeit die Wiederbelebung des ehemaligen Hertie-Kaufhauses dar, welches derzeit zu einem Einkaufszentrum umgebaut wird und voraussichtlich im August 2015 eröffnen wird.

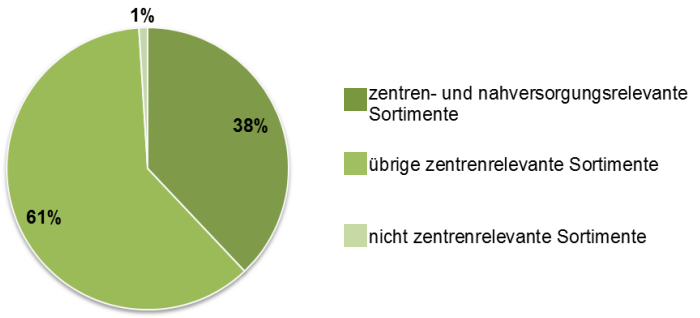
3. Steckbrief: Stadtteilzentrum Tempelhofer Damm



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Tempelhof
Ausdehnung / Straßen	Tempelhofer Damm zwischen A 100 und Teltowkanal Ausdehnung 1.700 m
Wettbewerbssituation	Ortsteilzentrum Mariendorfer Damm unmittelbar am Südufer des Teltowkanals anschließend nächste Fachmarktagglomeration Alboinstraße in 1.000 m Entfernung

3. Steckbrief: Stadtteilzentrum Tempelhofer Damm

Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	39.300 m²
Anzahl der Betriebe	164 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Neun großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 25.200 m²
Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	im Einkaufszentrum und im Warenhaus Karstadt innenstadttypisch, in weiten Bereichen, entlang der Straße eher einfacher Angebotsstandard und grundversorgungsorientiertes Angebot
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Bekleidung / Textilien, Nahrungs- und Genussmittel, Elektrokleingeräte
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	Tempelhofer Hafen mit 16.200 m² Verkaufsfläche (ohne Leerstand:15.700 m²), Ankerbetriebe: E-Center, Media Markt, H&M, C&A, New Yorker Markthalle Tempelhof mit 2.200 m² Verkaufsfläche, steht leer
Magnetbetriebe	Karstadt, Woolworth, Lidl, Norma
Wochenmärkte	/
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Gastronomie, Handwerk, Büro
Funktionsrelevante Einrichtungen	Bezirksrathaus, Bürgeramt Tempelhof, , Bezirksbibliothek (östlich unmittelbar angrenzend), Finanzamt Tempelhof, Job-Center (westlich in unmittelbarer Nähe) Kirchen (sowohl innerhalb des Zentrums als auch angrenzend) Schulen (westlich unmittelbar angrenzend) Ärztehaus, Wenkebach-Klinikum (östlich in unmittelbarer Nähe)
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen Tempelhofer Damm, Alt Tempelhof, Friedrich-

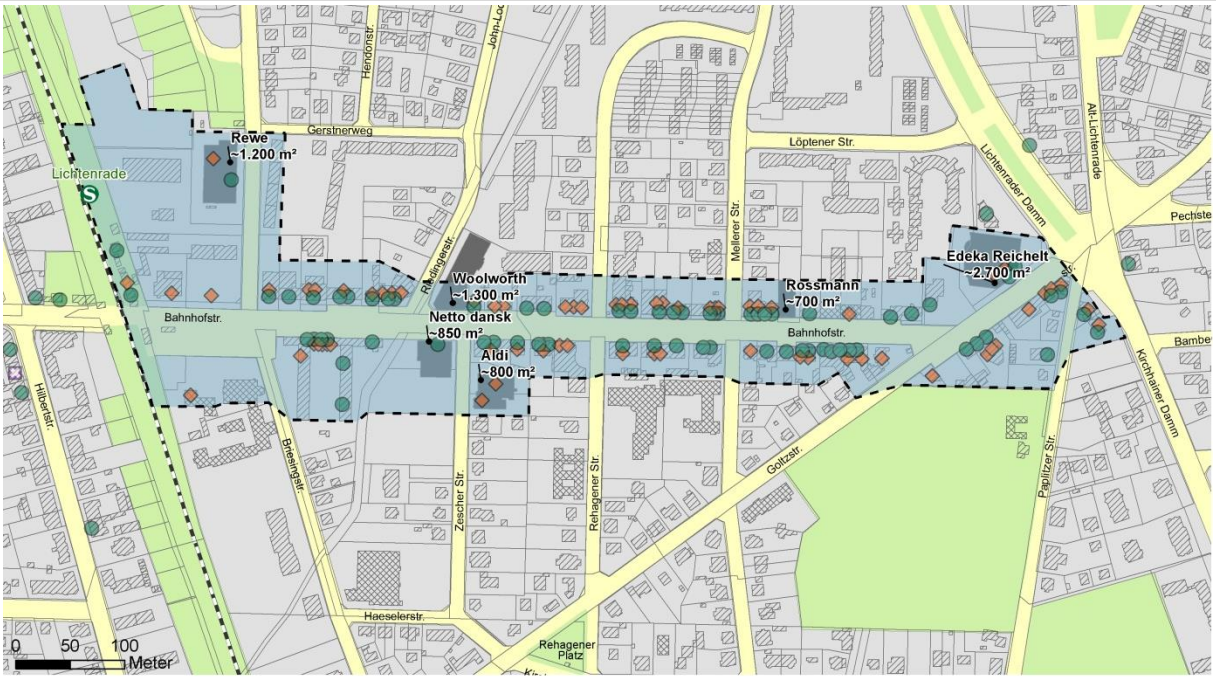
3. Steckbrief: Stadtteilzentrum Tempelhofer Damm

	Karl-Straße, Ordensmeisterstraße, Anschluss an die A100
Parkmöglichkeiten	Parkhaus, Sammelparkplätze und straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	im Straßenverlauf U-Bahn- und Buslinien
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	bandartige, lang gezogene Struktur
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Tempelhofer Damm Nord mit einfachem, teilweise discount- und grundversorgungsorientiertem Angebot Bereich Mitte mit Rathaus und Park, weitgehend ohne Einzelhandelsangebote Tempelhofer Damm Süd mit großflächigen Magnetbetrieben (Karstadt) Tempelhofer Hafen, mit Einkaufszentrum und weitere, städtebauliche Entwicklungspotenziale
Identifikationspunkte	Bereich Rathaus und Park, Tempelhofer Hafen
Gesamteindruck	durch starken Verkehr geprägte Straße mit Einzelhandel- und Dienstleistungsnutzungen, die nur an wenigen Abschnitten Zentrumsatmosphäre zulässt. Der südliche Bereich des Tempelhofer Dammes wird durch das Einkaufszentrum Tempelhofer Hafen städtebaulich aufgewertet und macht den südlichen Teil des Zentrums attraktiver als den nördlichen
Stärken – Schwächen	
Stärken	Warenhaus Karstadt mit vielfältigem Angeboten im allen Bedarfsstufen, neues Image für Zentrum und Stadtteil möglich, Tempelhofer Hafen mit Einkaufszentrum, Magnetbetriebe, Rathaus und Park, gute Verkehrsanbindungen
Schwächen	Verlärmung und fehlende Aufenthaltsqualitäten im öffentlichen Raum, geringe Einzelhandelsdichten, vielfach niedriger Angebotsstandard und kleinteilige Strukturen, starke Trennwirkung der Straße, insbesondere am Hafen
Versorgungsfunktion	Versorgungsfunktion für die Prognoseräume Tempelhof und Mariendorf (teilweise) Nahversorgung der umliegende Wohnquartiere, durch die zentrale Lage des Stadtteilzentrums ist dieser Versorgungsbereich für den Großteil der Bevölkerung in den Wohnsiedlungsbereichen südliche der A100 fußläufig erreichbar

3. Steckbrief: Stadtteilzentrum Tempelhofer Damm

Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Das Stadtteilzentrum ist durch vier unterschiedliche Abschnitte gekennzeichnet. Den Nebenlagen im Norden und Süden, der Hauptlage zwischen beiden Nebenlagen sowie einem noch „einzelhandelsfreien“ Bereich rund um das ehemalige Rathaus Tempelhof als Bestandteil der Hauptlage. Durch die Realisierung des Einkaufszentrums Hafen Tempelhof hat sich die Einzelhandelsfläche des Stadtteilzentrums erheblich erhöht. Dies führte zweifelsohne zu einer Aufwertung und Stärkung des Zentrums insgesamt. Jedoch wurde damit ein starker Pol im südlichen Bereich des linearen Zentrums geschaffen, der bestehende funktionale Schwächen des nördlichen Abschnitts des Tempelhofer Damms zusätzlich verstärkt und Entwicklungsmöglichkeiten beeinflusst. ▪ Die Sicherung und Stärkung des Zentrums in seiner Funktion sind weiter zu verfolgen.

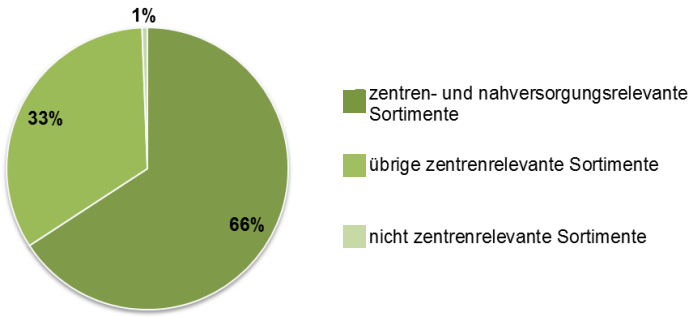
4. Steckbrief: Stadtteilzentrum Bahnhofstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Lichtenrade
Ausdehnung / Straßen	Bahnhofstraße / Goltzstraße zwischen S-Bhf. Lichtenrade und Lichtenrader Damm Ausdehnung 800 m
Wettbewerbssituation	/
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	11.300 m²
Anzahl der Betriebe	77 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Vier großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 6.000 m²
Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	grundversorgungsorientiert, ausgewogen
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung / Textilien und Drogeriewaren

4. Steckbrief: Stadtteilzentrum Bahnhofstraße

Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Magnetbetriebe	Edeka, Woolworth, Rewe, Netto, Aldi
Wochenmärkte	/
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Handwerk, Gastronomie, Büro
Funktionsrelevante Einrichtungen	Grundschule und Oberschule (südlich unmittelbar angrenzend) Salvator-Kirche, Stadtbücherei (südlich unmittelbar angrenzend) Bürgerzentrum Lichtenrade (südlich unmittelbar angrenzend) Post (2x)
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen Lichtenrader Damm, Kirchhainer Damm
Parkmöglichkeiten	Parkhaus, Sammelparkplätze und straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	Anschluss an S-Bahn- und Buslinien
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	Verfügt über eine „klassische“ Knochenstruktur zwischen Edeka am Lichtendader Damm und Woolworth, Plus und netto an der Bahnhofstraße. Der Rewe ist etwas nördlicher in der Nähe der S-Bahn Haltestelle zu finden. Eine bandartige Struktur zeigt in weiten Teilen eine beidseitige und hohe Nutzungsdichte.
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Edeka-Markt an der Goltzstraße, Orientierung auch zum Lichtenrader Damm Bahnhofstraße mit dichtem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz sowie integrierten Magnetbetrieben Bahnhofstraße / Steinstraße mit S-Bahnhof und abgesetztem Rewe-Markt
Identifikationspunkte	Kirche, Alte Mälzerei, Pfarrer-Lütkehaus-Platz

4. Steckbrief: Stadtteilzentrum Bahnhofstraße

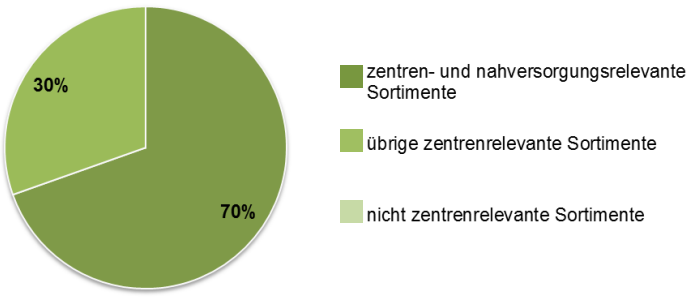
Gesamteindruck	Vor Ort findet sich ein abwechslungsreicher Anbietermix mit kleinstädtischem Ambiente wieder. Die größte Einzelhandelsdichte findet man zwischen den Kreuzungsbereichen Bahnhofstraße / Lichtenrader Damm / Kirchhainer Damm und Bahnhofstraße / Steinstraße / Briesingstraße. Dort lässt sich eine über die Nahversorgung hinausgehende Versorgungsfunktion durch teilweise hochwertige Anbieter ausmachen. Die straßenbegleitenden Stellflächen sind teilweise den Magneten zugeordnet. Ein kleines, aber insgesamt gut aufgestelltes Stadtteilzentrum mit Potenzialen in der Verkaufsflächenentwicklung und im Bereich der Außendarstellung.
Stärken – Schwächen	
Stärken	Günstige Einzelhandelsstruktur mit integrierten Magneten und S-Bahnhof, eine klare Begrenzung des Zentrums, ein dichtes Angebot und eine angenehme und freundliche Einkaufsatmosphäre Potenzialfläche „Alte Mälzerei“
Schwächen	Teilweise schwach gestaltete Eingangsbereiche, der Rewe ist schlecht angebunden, Optimierungspotenziale im öffentlichen Raum
Versorgungsfunktion	Versorgt durch seine bandstrukturartige Ausdehnung in fußläufiger Erreichbarkeit einen großen Siedlungsbereich des Lichtenrader Südens
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Durch seine bandstrukturartige Ausdehnung versorgt das Stadtteilzentrum in fußläufiger Erreichbarkeit einen großen Siedlungsbereich im Lichtenrader Süden, wenngleich der äußerste Süden des Prognoseraums außerhalb der Versorgungsradien liegt. Direkte Konkurrenzstandorte sind nicht vorhanden. Trotz der insgesamt angenehmen Einkaufsatmosphäre fallen die städtebaulich schwach gestalteten Eingangsbereiche (Edeka Reichelt sowie Umfeld S-Bahnhof) negativ auf. ▪ Die Sicherung und Stärkung des Zentrums als Stadtteilzentrum durch eine gezielte Entwicklung des nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandels vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sind vorrangig zu verfolgen. Ein Flächenpotenzial stellt der Standort Alte Mälzerei dar, welcher zur Ansiedlung zentrenstärkender Nutzungen (nicht ausschließlich Einzelhandel, sondern auch ergänzende Nutzungen wie beispielsweise Gastronomie, Veranstaltungsraum) dienen kann. In diesem Zusammenhang stellt die Benennung als Aktives Zentrum (2014) einen wichtigen Impuls für künftige Entwicklungen dar.

5. Steckbrief: Ortsteilzentrum Potsdamer Straße

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Schöneberg-Nord
Ausdehnung / Straßen	Zwischen Kurfürstendamm (Grenze zum Bezirk Berlin Mitte) und Bülowstraße Ausdehnung ca. 200 m
Wettbewerbssituation	Der Hauptbereich des Stadtteilzentrums Potsdamer Straße, Bezirk Mitte, grenzt unmittelbar an den Bereich an, in nordwestlicher Richtung liegt des Zentrumsbereichskerns City West in ca. 1.500 m Entfernung
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	1.900 m² liegen im Teilbereich des Ortsteilzentrums auf der Seite des Bezirks Tempelhof-Schöneberg (im Bezirk Mitte liegen rd. 2.100 m² Verkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	11 Einzelhandelsbetriebe liegen im Teilbereich des Ortsteilzentrums auf der Seite des Bezirks Tempelhof-Schöneberg (im Bezirk Mitte liegen 25 Betriebe)
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	/

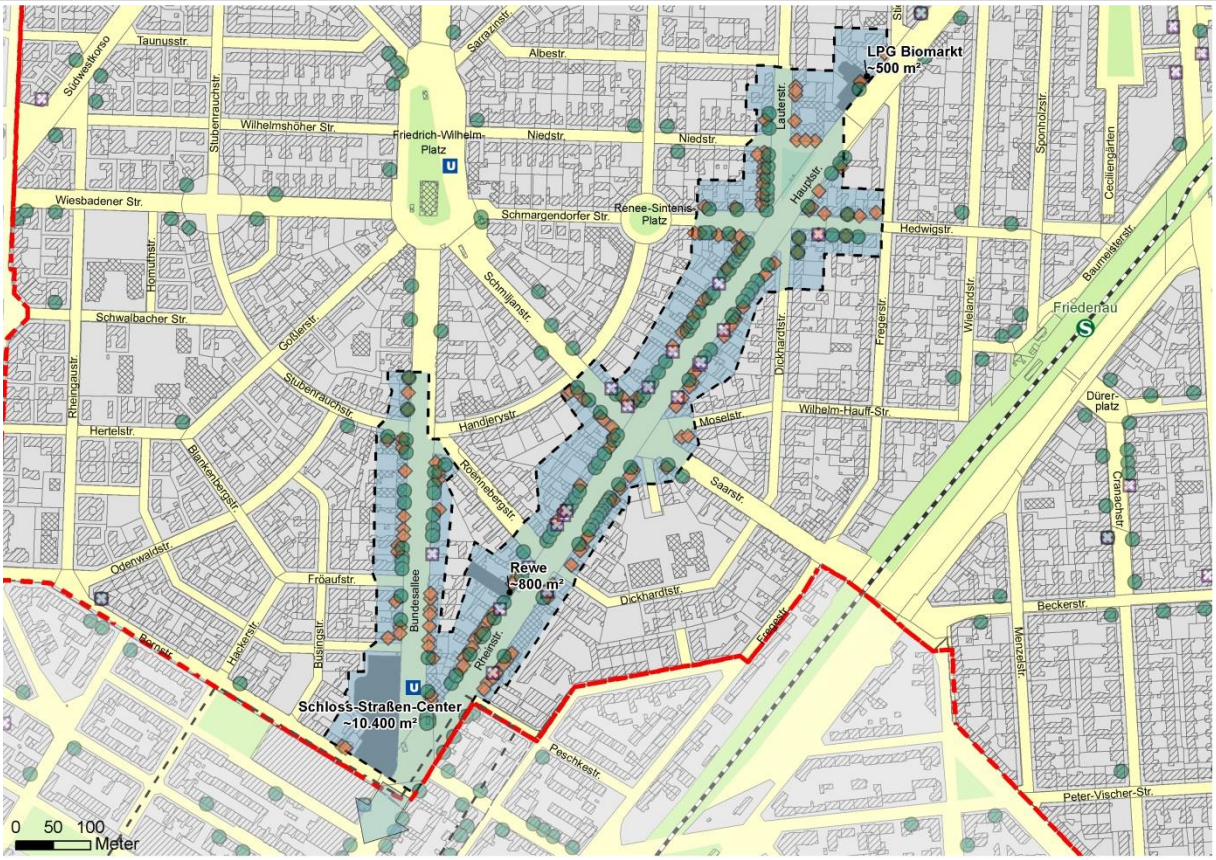
5. Steckbrief: Ortsteilzentrum Potsdamer Straße

Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	Grundversorgungsorientiert, einfache Anbieterstruktur
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Magnetbetriebe	Rewe, Rossmann, Nazar Supermarkt
Wochenmärkte	/
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Gastronomie, Banken
Funktionsrelevante Einrichtungen	
	Finanzamt, Post
	Oberschule und Hochschule sowie Kita in unmittelbarer Nähe
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Potsdamer Straße/B1, direkter Anschluss an A100 und A103
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplätze und straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	U-Bahnhaltestellen in unmittelbarer Nähe (Kurfürstenstraße und Bülowstraße)
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	Bestandteil bzw. größtenteils Ergänzungslage der eigentlichen Hauptlage, die nördlich der Bezirksgrenze gelegen ist (Bezirk Mitte)
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	/
Identifikationspunkte	/
Gesamteindruck	Nur der Teilbereich des Stadtteilzentrums alleine gesehen entspricht nicht den Kriterien der Zentrenhierarchie, denn die Flächenausstattung liegt insgesamt deutlich unter 10.000 m². Der Bereich sollte aber zusammen mit der angrenzenden Hauptlage gesehen werden. Sicherstellung der Nahversorgung ist gewährleistet. Überwiegend türkische Inhaber. Im südlichen Teil des Teilbereiches nur noch Dienstleistung.

5. Steckbrief: Ortsteilzentrum Potsdamer Straße

Stärken – Schwächen	
Stärken	Teilbereich des Zentrums Potsdamer Straße im Bezirk Mitte
Schwächen	Hauptlage ist insgesamt unattraktiv, geringe Ausstrahlung des Einzelhandels, lediglich ein strukturprägender Lebensmittelanbieter, stark befahrene Potsdamer Straße/B1
Versorgungsfunktion	Nahversorgung der angrenzenden Wohnviertel
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Der im Prognoseraum Schöneberg Nord gelegene südliche Abschnitt des Ortsteilzentrums Potsdamer Straße stellt eine Ergänzungslage zur eigentlichen Hauptlage des zentralen Versorgungsbereiches im Bezirk Mitte dar. ▪ Flächenpotenziale sind in diesem Bereich des Ortsteilzentrums derzeit nicht ablesbar. Daher sind künftig vor allem qualitative und quantitative Entwicklungsmöglichkeiten im Bestand zur Stärkung des Zentrums zu prüfen. ▪ Sicherung und Stärkung des Ortsteilzentrums in enger Kooperation mit dem Bezirk Mitte.

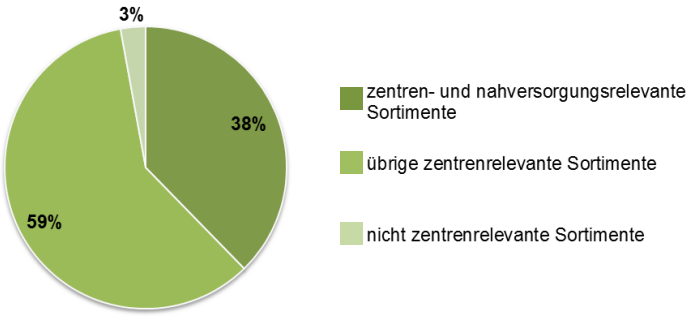
6. Steckbrief: Ortsteilzentrum Rheinstraße/Bundesallee



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Friedenau
Ausdehnung / Straßen	Rhein- / Hauptstraße zwischen Bezirksgrenze und Fregestraße, Bundesallee bis zur Stubenrauchstraße Ausdehnung 1.200 m
Wettbewerbssituation	nächstes Hauptzentrum Schlossstraße (Steglitz-Zehlendorf) unmittelbar im Süden anschließend
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	20.900 m²
Anzahl der Betriebe	144 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Fünf großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 9.600 m² (davon vier im Schloss-Straßen-Center)

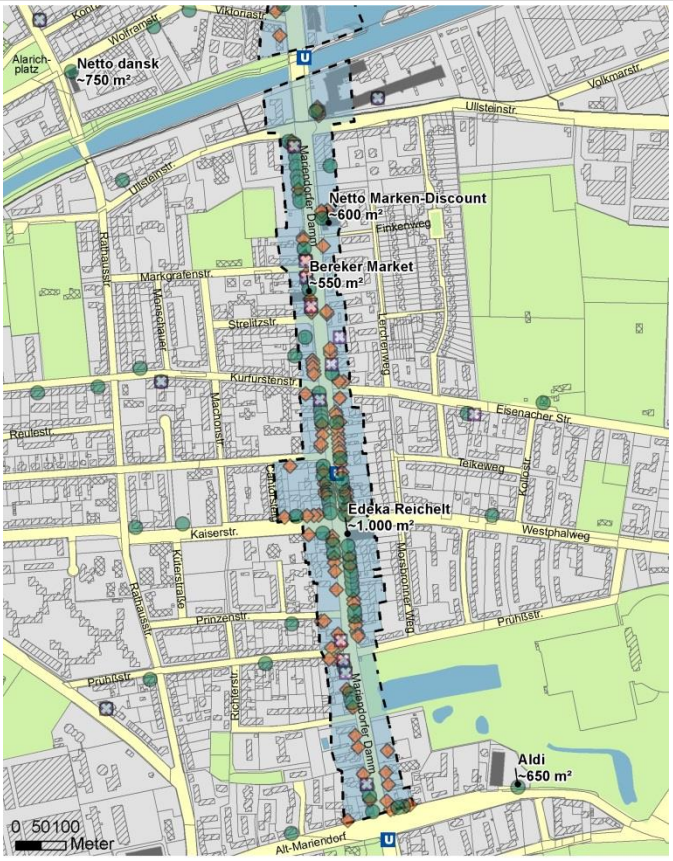
6. Steckbrief: Ortsteilzentrum Rheinstraße/Bundesallee

Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	im Schloss-Straßen-Center: typische Einkaufszentren Angebotsstruktur, ansonsten eher grundversorgungsorientiertes Angebot mit im südlichen Bereich auch höherwertigem, kleinteiligen Besatz
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung / Textilien und Spielwaren / Hobbyartikel
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	Schloss-Straßen-Center mit einer Verkaufsfläche von 8.400 m², Ankerbetriebe: Toys'R'us, Primark, Rewe
Magnetbetriebe	Rewe, Netto, LPG-Biomarkt, Bio Company, Schloss-Straßen-Center
Wochenmärkte	öffentlicher Wochenmarkt Breslauer Platz (3x wöchentlich; mittwochs, donnerstags, samstags)
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Gastronomie, Ärzte, Handwerk, Büro
Funktionsrelevante Einrichtungen	Rathaus Friedenau, Bibliothek Gemeindehaus und Kirche (in unmittelbarer Nähe) Grundschule (östlich in unmittelbarer Nähe)
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Durchgangsstraße Rheinstraße
Parkmöglichkeiten	Parkhaus, Tiefgaragen und straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	Anschluss an S-Bahn, U-Bahn und Buslinien; im Straßenverlauf Buslinien
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	bandartige Strukturen
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Einkaufszentrum SSC und Walther-Schreiber-Platz als End- bzw. Anfangspunkt des Hauptzentrums Schlossstraße südliche Rheinstraße mit dichtem Einzelhandels- und Dienstleistungs-

6. Steckbrief: Ortsteilzentrum Rheinstraße/Bundesallee

	besatz nördliche Rheinstraße / Hauptstraße, Breslauer Platz mit geringen Einzelhandelsdichten und einfachem Angebotsniveau ergänzende Anbieter in der Bundesallee
Identifikationspunkte	Walther-Schreiber-Platz, Breslauer Platz, Rathaus
Gesamteindruck	deutlich überdurchschnittlich aufgestelltes Ortsteilzentrum, das von der Nachbarschaft zum Hauptzentrum Schlossstraße in Steglitz profitiert und städtebaulich attraktive Situationen aufweist
Stärken – Schwächen	
Stärken	Trotz des hohen Verkehrs qualitätsvolle, urbane, großstädtische Einkaufsatmosphäre, starker südlicher Pol durch Nähe zum Hauptzentrum Steglitz, Einkaufszentrum, nördliche Hauptlage attraktiver Bereich mit über die Nahversorgung hinausgehendem Angebot
Schwächen	Starke Verkehrsbelastung, schwache Ergänzungslagen Bundesallee und Hauptstraße, Anbindung Breslauer Platz an Hauptlage schwach
Versorgungsfunktion	Nördlicher Teilbereich: Nahversorgungsfunktion für den Prognoseraum Friedenau Südlicher Teilbereich (Übergangsbereich zum Hauptzentrum Schlossstraße im Bezirk Steglitz-Zehlendorf): Versorgungsfunktion für den Prognoseraum Friedenau und teilweise darüber hinaus (angrenzende Prognoseräume in Tempelhof-Schöneberg und Steglitz-Zehlendorf)
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Das Ortsteilzentrum weist im Wesentlichen zwei Teilbereiche auf, den südlichen Bereich um den Walther-Schreiber-Platz als Übergangsbereich zum Hauptzentrum Schlossstraße und einen nördlich davon gelegenen Bereich entlang der Rheinstraße, welcher mit seinem Angebot vor allem auf die Nahversorgung der umliegenden Siedlungsbereiche ausgerichtet ist. Großformatige Angebotsformen in der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe werden im Bereich Schlossstrasse und dem angrenzenden Hauptzentrum in Steglitz angeboten. Das Schloss-Strassen-Center, mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 12.500 m² stellt den Anfangs- bzw. Endpunkt des Hauptzentrums Schlossstraße dar und entwickelt z.T. auch Synergien mit den nördlich gelegenen Lagen des Ortsteilzentrums Rheinstraße / Bundesallee. ▪ Die Sicherung und Stärkung des Zentrums im Hinblick auf seine Versorgungsfunktion als Ortsteilzentrum sollte weiter verfolgt werden. Dabei sollten vor allem einzelhandelsrelevante Entwicklungen außerhalb des Zentrums gemäß der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zentrenverträglich gestaltet werden.

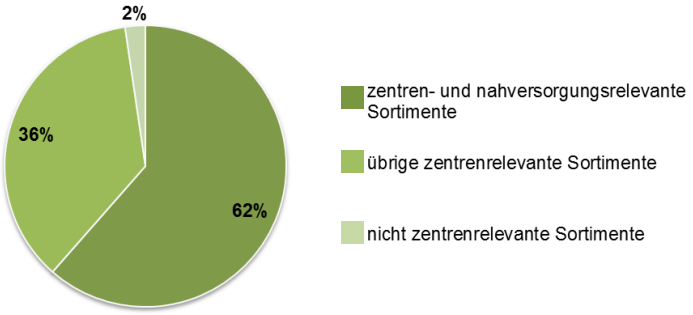
7. Steckbrief: Ortsteilzentrum Mariendorfer Damm



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Mariendorf
Ausdehnung / Straßen	Mariendorfer Damm zwischen südlichem Ufer des Teltowkanals und Alt-Mariendorf Ausdehnung 1.500 m
Wettbewerbssituation	Stadtteilzentrum Tempelhofer Damm unmittelbar am Nordufer des Teltowkanals anschließend
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	6.500 m²
Anzahl der Betriebe	67 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Ein großflächiger Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.000 m²

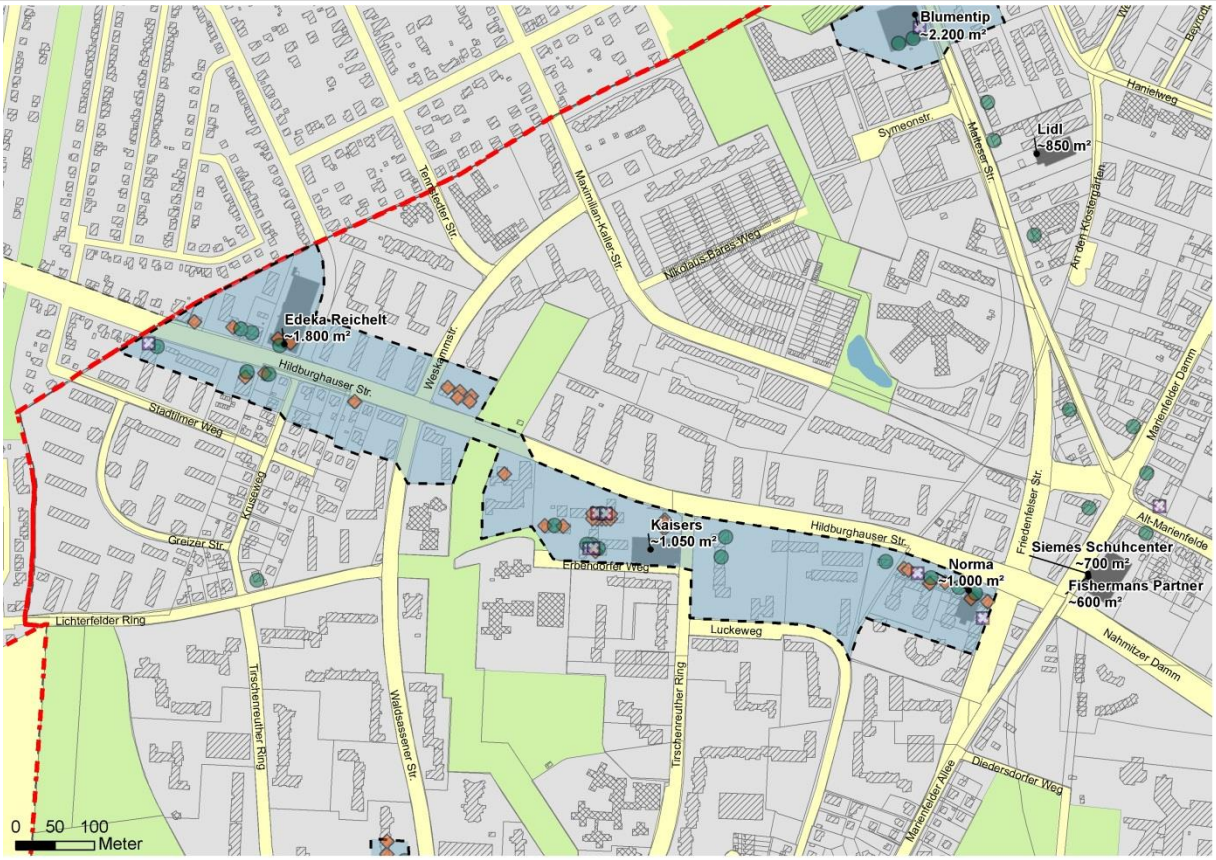
7. Steckbrief: Ortsteilzentrum Mariendorfer Damm

Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	grundversorgungsorientiert
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren und Bekleidung / Textilien
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Magnetbetriebe	Edeka, Bereket Markt, Netto
Wochenmärkte	öffentlicher Wochenmarkt Mariendorfer Damm / Ecke Prinzenstraße (2x wöchentlich, mittwochs und samstags)
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Handwerk, Gastronomie, Büro
Funktionsrelevante Einrichtungen	Ullstein-Haus Jugendclub, Kita Krankenheim Tempelhof (westlich in unmittelbarer Nähe) Umweltamt und Sozialamt, diverse Schulen (westlich in unmittelbarer Nähe) Kirche, Post
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen Mariendorfer Damm, Ullsteinstraße, Alt-Mariendorf
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplätze und straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	im Straßenverlauf U-Bahn und Buslinien

7. Steckbrief: Ortsteilzentrum Mariendorfer Damm

Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	bandartige Struktur, dienstleistungsgeprägter Besatz entlang des Mariendorfer Damms mit geringen Einzelhandelsdichten und Lebensmittelanbietern als Magnetbetrieben
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	/
Identifikationspunkte	Ullstein-Haus (Tempelhofer Hafen), Volkspark Mariendorf
Gesamteindruck	langgestrecktes, bandartiges Zentrum entlang des stark verlärmten Mariendorfer Damms; Sicherstellung der Nahversorgung gewährleistet
Stärken – Schwächen	
Stärken	Nahversorgung ist durch moderne Anbieter gesichert, durch die Angebotssituation mehrerer strukturprägender Lebensmittelanbieter ergibt sich eine gute Nahversorgung der angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche, gute Verkehrsanbindung
Schwächen	Eine städtebauliche Ausprägung eines zentralen Bereiches ist nicht vorhanden, unattraktiver öffentlicher Raum, Trennwirkung des Mariendorfer Damms, insgesamt kein attraktives Einzelhandelsprofil am Standort erkennbar
Versorgungsfunktion	Nahversorgung der angrenzenden Wohnviertel
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Das Ortsteilzentrum Mariendorfer Damm erfüllt im Wesentlichen seine Aufgabe als Versorgungsstandort für den Ortsteil, da hier das quantitativ größte Angebot vorhanden ist. Das Angebot insbesondere in der mittelfristigen Bedarfsstufe ist nur über einzelne kleinteilige Einzelhandelsbetriebe abgedeckt. ▪ Die Wettbewerbssituation zum unmittelbar anschließenden Stadtteilzentrum Tempelhofer Damm ist deutlich ausgeprägt. So kann das Ortsteilzentrum insbesondere in den zentrenrelevanten Sortimenten nur eine geringe Ausstrahlungskraft entwickeln. ▪ Die Sicherung und Stärkung des Zentrums als Ortsteilzentrum im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sind weiter zu verfolgen.

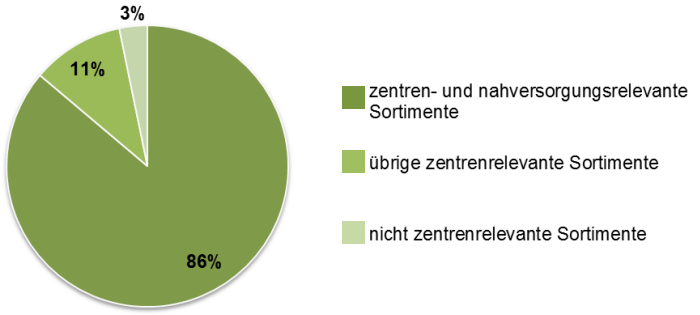
8. Steckbrief: Ortsteilzentrum Hildburghauser Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Marienfelde
Ausdehnung / Straßen	Hildburghauser Straße zwischen der Bezirksgrenze zu Steglitz-Zehlendorf und Friedenfelser Straße Ausdehnung 1.100 m
Wettbewerbssituation	Entfernung zum nächsten Ortsteilzentrum Kranoldplatz (Lichterfelde Ost) in Steglitz-Zehlendorf 1.900 m
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	5.300 m²
Anzahl der Betriebe	20 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Drei großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 3.900 m²

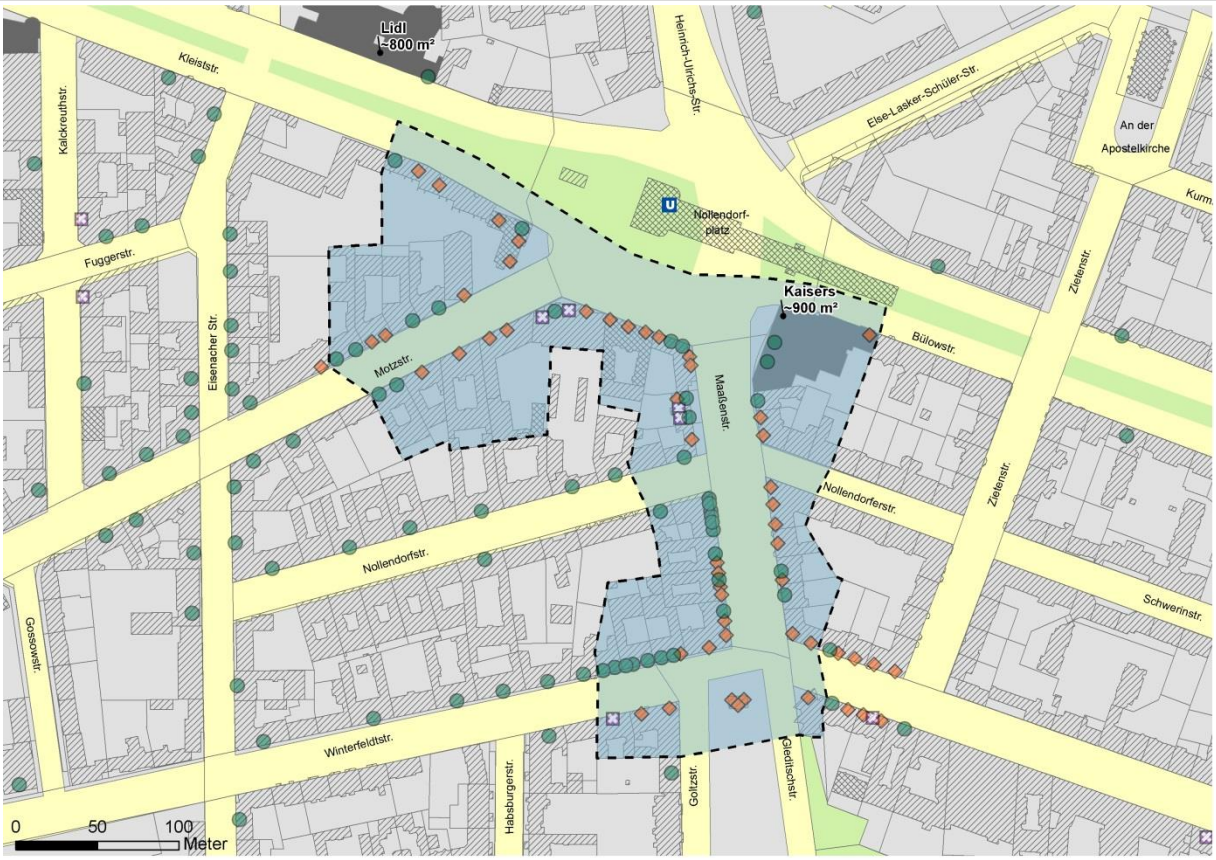
8. Steckbrief: Ortsteilzentrum Hildburghauser Straße

Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	grundversorgungsorientiert
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel und Drogeriewaren
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Magnetbetriebe	Edeka, Norma, Kaisers
Wochenmärkte	/
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Ärzte, Gastronomie, Handwerk
Funktionsrelevante Einrichtungen	Post, evangelisches Gemeindehaus Grundschulen im Süden unmittelbar angrenzend
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen Hildburghauser Straße, Friedenfelser Straße, Friedenfelser Straße
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplätze und straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	im Straßenverlauf Buslinien
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	drei Einzelstandorte zur Grundversorgung entlang der Hildburghauser Straße mit Lebensmittelmärkten als Ankerbetriebe
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	/
Identifikationspunkte	/

8. Steckbrief: Ortsteilzentrum Hildburghauser Straße

Gesamteindruck	drei voneinander unabhängige, stark autokundenorientierte Einzelhandelsstandorte, die die Grundversorgung sicherstellen.
Stärken – Schwächen	
Stärken	Die Anbieter sind in die Wohnsiedlungsbereiche integriert, es gibt drei kompakte Angebotsschwerpunkte, gute Nahversorgungsstruktur
Schwächen	Geringe Gesamtgröße der Bereiche Mitte und Ost, Anbieter sind bzgl. der Verkaufsflächen und vor allem bzgl. der Versorgung mit Stellplätzen nicht optimal aufgestellt, Gefährdungspotenziale für die Zentren sind teilweise gegeben, kein Zentrumscharakter
Versorgungsfunktion	Nahversorgung der umliegenden Wohnviertel
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Mit vier strukturprägenden Lebensmittelanbietern verfügt der zentrale Versorgungsbereich entlang der Hildburghauser Straße in seiner Funktion als Ortsteilzentrum für Marienfelde über ein adäquates Angebot. Die drei Angebotsschwerpunkte sind kompakt strukturiert, ergänzen sich funktional, stehen jedoch in nur schwachem städtebaulichen Zusammenhang zueinander. Dies ist auch darin begründet, dass die wohnnutzungsgeprägten Zwischenbereiche z.T. eine Unterbrechung der Einzelhandelslagen bilden. Im östlichen Bereich des Ortsteilzentrums ist daher auch nur eine einseitige Einzelhandelslage ausgebildet. Die Wettbewerbssituation wird besonders von den Einzelhandelsbetrieben an der Malteserstraße im Norden (sowie im Weiteren im Bezirk Steglitz-Zehlendorf) geprägt. ▪ Die Sicherung und Stärkung des Zentrums in seiner Funktion als Ortsteilzentrum vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sollte weiter verfolgt werden. Vor diesem Hintergrund sollte eine konsequente Einzelhandelssteuerung zu Gunsten der zentralen Versorgungsbereiche und einer ausgewogenen ergänzenden Nahversorgungsstruktur im Prognoseraum vorgenommen werden. Im Ortsteilzentrum überwiegt das Angebot nahversorgungsrelevanter Angebote (rd. 80 % des Verkaufsflächenangebotes). Hier sollte die Möglichkeit zur künftigen Verdichtung des Einzelhandelbestandes durch ergänzende Angebote mit zentrenrelevanten Sortimenten ebenso geprüft werden wie gestalterische / qualitative Aufwertungen, die die Aufenthaltsqualität steigern und das Erscheinungsbild des Zentrums als städtebauliche und funktionale Einheit aufwerten.

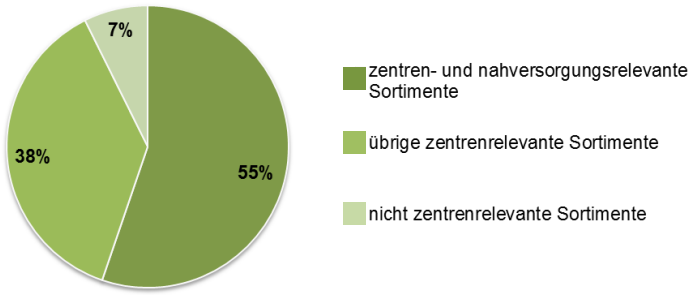
9. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Maaßenstraße/Nollendorfplatz



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Schöneberg-Nord
Ausdehnung / Straßen	Maaßenstraße, Motzstraße, Bereiche der Kleiststraße und der Nollendorfplatz, im Süden mündet das Zentrum auf den Winterfeldplatz Ausdehnung ca. 250 m
Wettbewerbssituation	Östlich liegt das Ortsteilzentrum Potsdamer Straße in ca. 600 m Entfernung, nordwestlich liegt der Zentrumsbereichskern City West in ca. 900 m Entfernung
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	2.900 m²
Anzahl der Betriebe	36 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Ein großflächiger Betrieb mit einer Verkaufsfläche von 900 m²
Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	grundversorgungsorientiert, kleinteiliger Einzelhandel und Dienstleistungen
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs-und Genussmittel, Bekleidung

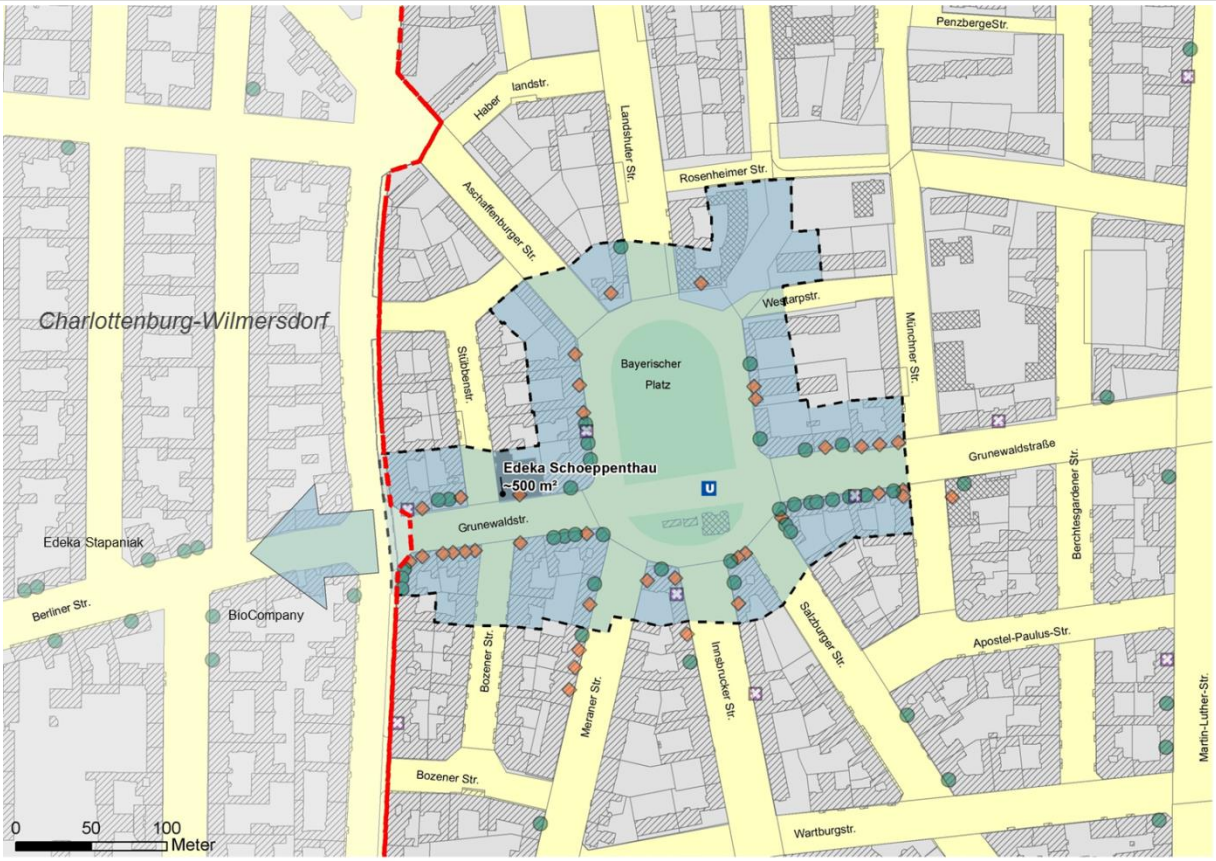
9. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Maaßenstraße/Nollendorfplatz

Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Magnetbetriebe	Kaisers, Betten-Nordheim
Wochenmärkte	Wochenmarkt auf dem Winterfeldplatz (2x wöchentlich, mittwochs und samstags)
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Gastronomie
Funktionsrelevante Einrichtungen	
	Hans Wurst Nachfahren Theater (Kindertheater), St. Matthias Kirche, Katholische Schule St. Franziskus, Spreewald-Grundschule (unmittelbar angrenzend)
	Theater am Nollendorfplatz (Neues Schauspielhaus), Hochbahnhof der U-Bahn
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraße Kleiststraße/Bülowstraße
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplätze und straßenbegleitende Stellplätze
ÖPNV	U-Bahnhof Nollendorfplatz
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	Zentrum mit einer starken Durchmischung von Einzelhandel und Dienstleistung, hoher dienstleistungsgeprägter Besatz am Nollendorfplatz, Lebensmittelanbieter als Magnetbetrieb
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	/
Identifikationspunkte	Nollendorfplatz, Hochbahnhof der U-Bahn, Theater
Gesamteindruck	Die Nahversorgung wird hauptsächlich durch den vorhandenen Supermarkt gewährleistet. Die Maaßenstraße ist geprägt von kleinteiligem Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie. Im nordwestlichen Bereich des Zentrums, Kleiststraße und Motzstraße, finden sich lediglich nur noch ergänzender Einzelhandel und Dienstleistungen.
Stärken – Schwächen	
Stärken	Kompaktes Zentrum mit Grundversorgungsfunktion, ausgeprägte (Außen-) Gastronomie, freundlicher öffentlicher Raum, hohe Akzeptanz (hohe Passantenfrequenz)

9. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Maaßenstraße/Nollendorfplatz

Schwächen	Eingangsbereich am Nollendorfplatz verkehrlich geprägt und mit eingeschränkter Aufenthaltsqualität Gefährdung der Nahversorgungsfunktion aufgrund von Verdrängung des Einzelhandels durch umsatzstarke Gastronomiebetriebe mit überörtlichem Einzugsbereich und einhergehendem Anstieg des Mietniveaus
Versorgungsfunktion	Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Das Nahversorgungszentrum stellt sich insbesondere entlang der Maaßenstraße als kompakter funktionierender Einzelhandelsstandort dar. Der Bereich rund um den Nollendorfplatz sowie die Einzelhandelslagen in der Motz- sowie Kleiststraße fällt durch geringere Einzelhandelsdichten und untergenutzten Ladeneinheiten qualitativ etwas ab. ▪ Aufgrund seiner Nutzungsdichte und Versorgungsbedeutung im Quartier ist dieser Standort als Nahversorgungszentrum zu sichern und zu stärken. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Einzelhandelsbesatz in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine vergleichsweise geringe Ausstrahlungskraft für einen zentralen Versorgungsbereich entwickelt. Vor diesem Hintergrund sind die Standorte zu sichern und Entwicklungsmöglichkeiten im Bestand zu prüfen. Darüber hinaus sind funktional ergänzende Standorte (Lebensmittelmärkte) im Nahbereich des Zentrums zentrenverträglich zu sichern oder ggf. zu entwickeln.

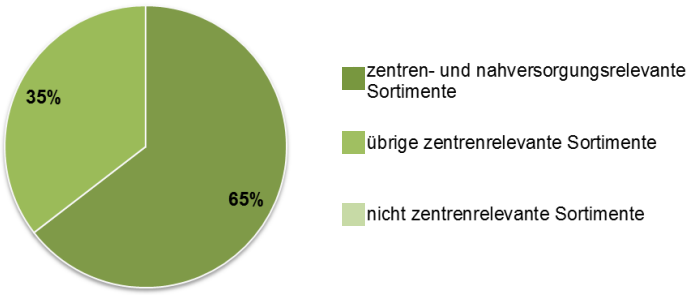
10. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Bayerischer Platz / Grunewaldstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Schöneberg-Süd
Ausdehnung / Straßen	Rund um den Bayerischen Platz und entlang der Grunewaldstraße Ausdehnung ca. 350 m
Wettbewerbssituation	In ca. 1.100 Entfernung Richtung Osten liegt das Standteilzentrum Kaiser-Wilhelm-Platz/Hauptstraße, in ca. 1.500 m Entfernung Richtung Norden liegt der Zentrumsbereichskern City-West
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	1.800 m²
Anzahl der Betriebe	32 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	/

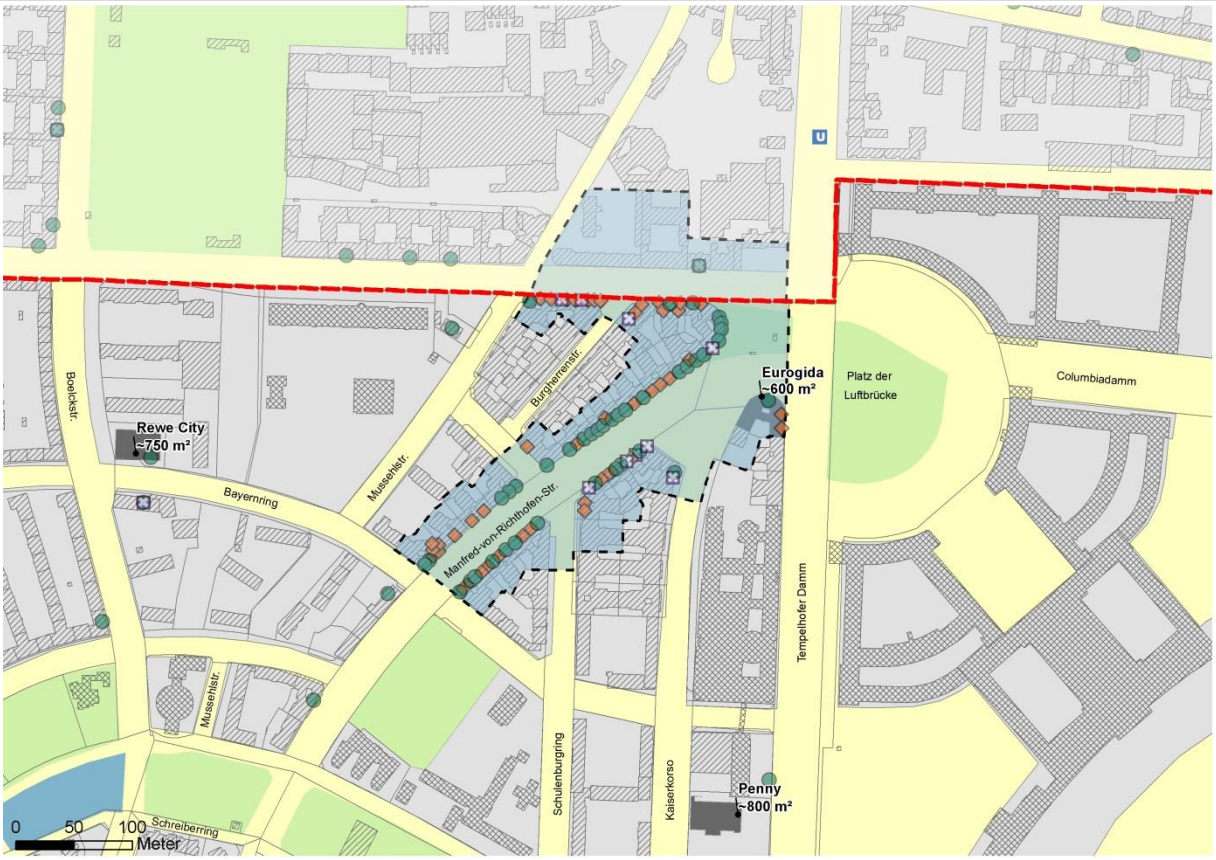
10. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Bayerischer Platz / Grunewaldstraße

Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	grundversorgungsorientiert
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs-und Genussmittel, Drogerie/ Parfümerie, Apotheken
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Magnetbetriebe	Edeka, Betten-Nordheim
Wochenmärkte	/
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Gastronomie
Funktionsrelevante Einrichtungen	Post, Kita und Löcknitz-Grundschule (grenzen im Osten unmittelbar an das (Nahversorgungs-)Zentrum an)
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraße Grundewaldstraße
Parkmöglichkeiten	straßenbegleitende Stellplätze
ÖPNV	U-Bahn (U4, U7), Busverbindungen
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	Entlang der Grunewaldstraße ist das Zentrum durch Einzelhandel geprägt, am nördlichen Teil des Bayerischen Platzes hingegen dominieren eher die Dienstleistungen, die Betriebsstruktur vor Ort ist vielfach kleinteilig und inhabergeführt (u.a. zwei Buchhandlungen). Einziger Filialist ist der Edeka an der Grunewaldstraße.
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	/

10. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Bayerischer Platz / Grunewaldstraße

Identifikationspunkte	Bayerischer Platz
Gesamteindruck	Die Aufenthaltsqualität in der Grunewaldstraße ist eher gering, da der U-Bahnhof „Bayerischer Platz“ städtebaulich sehr dominiert, der nördliche Bereich des Bayerischen Platzes, der als Grünanlage gestaltet wurde, wertet den gesamten Bereich auf. Eine gute Aufenthaltsqualität entsteht um den Bayerischen Platz herum durch kleinteilige Anbieter des Einzelhandels und Gastronomie.
Stärken – Schwächen	
Stärken	Zum Teil individuelle und inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe; Aufenthaltsqualität im Bereich der Grünanlage und umgebender Nutzungen
Schwächen	Edeka-Supermarkt mit geringer Verkaufsfläche, insgesamt schwach ausgeprägtes Angebot, Gebäude der U-Bahnstation wirkt als Barriere zu den Seitenstraßen, das Zentrum entwickelt kaum eine Ausstrahlungskraft über den Nahbereich hinaus
Versorgungsfunktion	Versorgungsbedeutung für die umliegenden Siedlungsbereiche
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Das Nahversorgungszentrum ist mit rund 1.800 m² ein vergleichsweise kleines Nahversorgungszentrum. Jedoch ist dabei zu berücksichtigen, dass sich die Nutzungsstrukturen mit einem Angebot aus Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie im westlich angrenzenden Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf fortsetzen. Kleinteilige Anbieter, wie beispielsweise ein Blumenladen oder eine Apotheke, gastronomische Angebote, aber vor allem auch Lebensmittelmärkte wie der Biomarkt BioCompany oder der Lebensmittelvollsortimenter Edeka Stepaniak an der Berliner Straße tragen zur Funktionalität und Ausstrahlungskraft des Zentrums bei. (Im Abschnitt der Berliner Straße zwischen Kufsteiner Straße und Prinzregentenstraße umfasst das Einzelhanedlsangebot 9 Einzelhandelsbetriebe mit rund 1.000 m² Verkaufsfläche.) ▪ Entwicklungen zur Sicherung und Stärkungen des Nahversorgungszentrums Bayrischer Platz / Grunewaldstraße sollten in enger Abstimmung mit dem Nachbarbezirk und mit dem Ziel eines bezirksübergreifenden Zentrums vorgenommen werden.

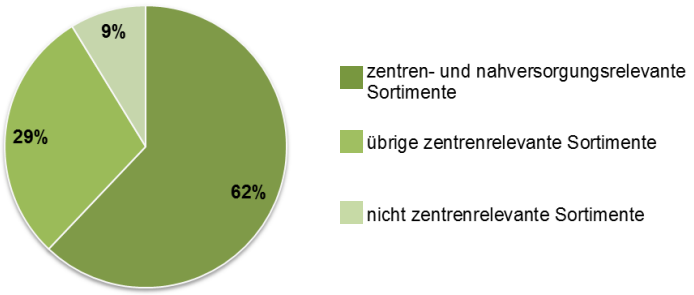
11. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Platz der Luftbrücke



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Tempelhof/Kreuzberg-Süd
Ausdehnung / Straßen	Manfred-von-Richthofen Str. und Dudenstraße Ausdehnung ca. 320 m
Wettbewerbssituation	ca. 2.000 m westlich vom Platz der Luftbrücke liegt das Stadtteilzentrum Kaiser-Wilhelm-Platz/Hauptstraße
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	2.400 m²
Anzahl der Betriebe	40 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	Grundversorgung mit erweitertem Angebot

11. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Platz der Luftbrücke

Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs-und Genussmittel
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Magnetbetriebe	Eurogida (600 m²)
Wochenmärkte	/
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Gastronomie
Funktionsrelevante Einrichtungen	in unmittelbarer Nähe: östlich: Polizeipräsidium mit Museum und Fundbüro südlich: Grundschule auf dem Tempelhofer Feld
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen Dudenstraße/Tempelhofer Damm
Parkmöglichkeiten	Parkplätze und straßenbegleitende Stellplätze
ÖPNV	U-Bahn (U6) und Busverbindungen
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	Der Bereich Manfred-von-Richthofen Straße stellt als Hauptlage die Grundversorgung sicher. Die Dudenstraße ist mit einer einfachen Anbieterstruktur die Ergänzungslage zur Manfred-von-Richthofen Straße.
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	/
Identifikationspunkte	Platz der Luftbrücke
Gesamteindruck	Der größtenteils kleiteilige und inhabergeführte Einzelhandelsbesatz der Manfred-von-Richthofen Straße verfügt über eine Reihe von teilweise hochwertigen Spezialgeschäften. Das Nahversorgungszentrum kann man durch den dicht gestaffelten Einzelhandelsbesatz sehr gut erkennen. Der einzige Magnetbetrieb ist Eurogida. Als Unterstützung

11. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Platz der Luftbrücke

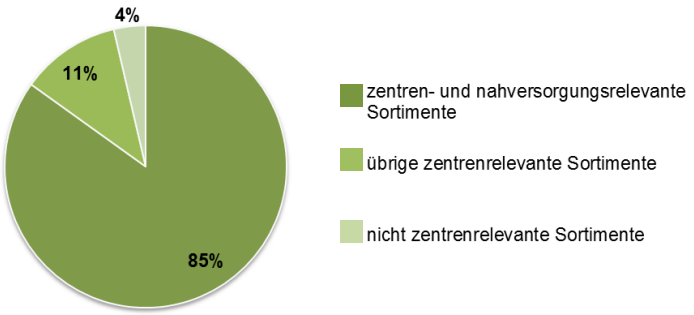
	zur Nahversorgung kann der etwas südwestlich vom Zentrum (Bayernring) gelegene Rewe gelten.
Stärken – Schwächen	
Stärken	Attraktiver und kompakter innerstädtischer Standort mit guter Aufenthaltsqualität, ehem. Flughafen Tempelhof, jetzt Tempelhofer Park, als städtebauliches Highlight unmittelbar angrenzend
Schwächen	Das Angebot an strukturprägenden Lebensmittelmärkten ist sehr eingeschränkt, es fehlen Filialbetriebe, Platz der Luftbrücke stark verkehrlich geprägt, Optimierungspotenzial gegeben
Versorgungsfunktion	Versorgungsfunktion für die Siedlungsbereiche im Norden Tempelhofs
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Das Nahversorgungszentrum „Platz der Luftbrücke“ verfügt über eine sehr kleinteilige Struktur. Aus funktionalen Gesichtspunkten, und seiner Versorgungsfunktion für die Siedlungsbereiche im Norden Tempelhofs, wird die Einzelhandelslage westlich des Platzes der Luftbrücke als Nahversorgungszentrum eingeordnet. ▪ Durch die relative Nähe des Supermarktes am Bayernring sowie eines Lebensmitteldiscounters südlich des Zentrums am Tempelhofer Damm wird das Nahversorgungszentrum funktional ergänzt. ▪ Insgesamt stellt sich das Nahversorgungszentrum mit seinem vielfältigen und ausgewogenen Angebot als Identifikationspunkt im Quartier dar und sollte daher als Nahversorgungszentrum gesichert und gestärkt werden.

12. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Marienfelder Allee

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Marienfelde
Ausdehnung / Straßen	Entlang der Marienfelder Allee Ausdehnung ca. 720 m
Wettbewerbssituation	In ca. 1.300 m nordöstlicher Entfernung befindet sich das Ortsteilzentrum Hildburghauser Straße
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	1.900 m²
Anzahl der Betriebe	19 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	grundversorgungsorientiert

12. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Marienfelder Allee

Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel
Sortimentsstruktur	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche)	/
Magnetbetriebe	Edeka, Aima Supermarkt
Wochenmärkte	/
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Gastronomie
Funktionsrelevante Einrichtungen	Post Museum Erinnerungsstätte Notaufnahmelager Marienfelde (unmittelbar angrenzend) Kita, Schulen und Bibliothek (in unmittelbarer Nähe)
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraße Marienfelder Allee
Parkmöglichkeiten	straßenbegleitende Stellplätze
ÖPNV	Anschluss an S-Bahn (S2), Busverbindungen
Räumlich-funktionale Einordnung	
Organisationsstruktur	Bandartige Struktur entlang der Marienfelder Allee, allerdings meist nur einseitiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	/
Identifikationspunkte	/
Gesamteindruck	Das Nahversorgungszentrum stellt mit seinen letzten vorhandenen Supermärkten (Edeka, Aima Supermarkt) die Nahversorgung der umliegenden Wohngebiete dar, welches fußläufig zu erreichen ist. In nächster Nähe liegt der Sonderstandort FM Malteser Straße. Mit Pen-

12. Steckbrief: Nahversorgungszentrum Marienfelder Allee

	ny und Blumentip – und vor allem auch in Ergänzung mit den Angeboten, die sich im Bezirk Steglitz-Zehlendorf anschließen u.a. (Lebensmittelsupermarkt - als Magnetbetrieben könnte er die Versorgungsstruktur an der Marienfelder Allee gefährden. Hinzu kommt der in unmittelbarer Nähe liegende Lidl. Am Standort des ehem. Magnetbetriebes Kaisers ist jetzt ein Leerstand. Die Einzelhandelsdichte ist vor allem auch aufgrund teilweise einseitiger Nutzungen schwach ausgeprägt.
Stärken – Schwächen	
Stärken	Zentrum in Wohngebiet integriert, fußläufige Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums für die Bewohner des nördlichen Teils von Marienfelde ist gewährleistet
Schwächen	Fehlende Einzelhandelsdichte, dünnes Angebot, Lebensmittelsupermarkt im Randbereich, Leerstand, durch räumliche Nähe zum Standort Malteser Straße gefährdungspotenzial für das Zentrum gegeben
Versorgungsfunktion	Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Das Nahversorgungszentrum ist funktional sehr schwach aufgestellt und einem besonderen Wettbewerbsdruck, insbesondere durch Angebote an der Malteserstraße ausgesetzt. ▪ Im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist das Zentrum zu sichern und zu stärken, dabei sollte vor allem das funktionstragende Sortiment Nahrungs- und Genussmittel durch die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (Beseitigung Leerstand) gestärkt werden.

3.1.2 Nahversorgungsstandorte

Die Einordnung der Nahversorgungsstandorte wurde in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes überarbeitet. Es werden folgende zwei Typen unterschieden:

Etablierter Nahversorgungsstandort

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

Ein besonderes Merkmal eines etablierten Nahversorgungsstandortes ist das ergänzende Angebote des Einzelhandels, Dienstleitungen oder Gastronomie. Er dient heute und perspektivisch der wohnortnahen Grundversorgung, die nicht allein durch die Zentren geleistet werden kann. Etablierte Standorte, die sich immer in städtebaulich integrierter Lage befinden müssen, vermitteln bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters den Vorteil eines bereits geprüften Standortes, dies ist bei einer Verträglichkeitsprüfung im Sinne des § 11 (3) BauNVO[3] und bei der Prüfung der Voraussetzungen des § 34 Abs. 3 BauGB (keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche) zu berücksichtigen.

Als **etablierte Nahversorgungsstandorte** werden folgende Standorte eingestuft:

- Waldsassener Straße (Marienfelde)
- Lichtenrader Damm (Lichtenrade)
- Nahariyastraße (Lichtenrade)
- Innsbrucker Platz (Friedenau) - perspektivisch

Sonstige Nahversorgungsstandorte

Als relevante Kriterien für eine entsprechende Einstufung als sonstiger Nahversorgungsstandort sind herauszustellen:

- städtebauliche Integration des Standortes in Wohnsiedlungsbereiche mit ausreichender Mantelbevölkerung und fußläufige Erreichbarkeit sowie
- Vorhandensein eines strukturprägenden (ab ca. 800 m² Verkaufsfläche) Lebensmittelmarktes, Randsortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich.

Die ergänzenden Standorte dienen heute und perspektivisch - wie beispielsweise der Lebensmittelmarkt in Planung an der Bautzener Straße - der wohnortnahen Grundversorgung, die nicht allein durch die Zentren geleistet werden kann. Standorte, die nicht den Kriterien

[3] Gemäß § 11 (3) BauNVO ist, in Bezug auf mögliche Auswirkungen eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes, auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu berücksichtigen.

entsprechen, z.B. in nicht-integrierter Lage, genießen lediglich Bestandsschutz, sind aus stadtentwicklungsplanerischer Sicht, vor dem Hintergrund der Zielsetzungen des Einzelhandelshandels- und Zentrenkonzeptes (Gewährleistung einer wohnungsnahen Grundversorgen, Zentrenstärkung) nicht weiter zu verfolgen.

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

Das Fachmarktkonzept Berlin formuliert Kriterien zur Funktionsbestimmung von Fachmarktstandorten sowie Standort- und Steuerungsanforderungen für Fachmarktvorhaben (vgl. dort Kapitel 6.2 und 6.3 bzw. Kapitel 3.1.3). Diese sind bei der Ausweisung und Entwicklung von Fachmarktagglomerationen bzw. Fachmarktstandorten zu berücksichtigen.

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

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

- „als Agglomeration aus Kunden- und Anbietersicht attraktive Angebotskoppelungen bieten (z.B. Möbel- und Baumarktsortimente) bzw. charakteristische Gestalt in der Einzelhandelsstruktur,
- aufgrund der Standortgröße und Lagevorteile erwarten lassen, dass sich solche Angebotskoppelungen grundsätzlich ansiedeln lassen,
- aufgrund der Verkaufsflächenvolumina eine räumlich weitreichende, regelmäßig überbezirkliche Versorgungsbedeutung haben bzw. erwarten lassen,
- einen gewissen Umfang zentrenrelevanter Randsortimente anbieten und von ihnen daher Beeinträchtigungen der gewachsenen Zentren Berlins ausgelöst werden können,
- und dass sie nicht zuletzt auch relevante Auswirkungen auf den Verkehr und das Stadtbild sowie weitere gesamtstädtische Aspekte nach sich ziehen können“[4].

In Tempelhof-Schöneberg bestehen zwei Fachmarktagglomerationen:

- Alboinstraße (rund 54.000 m² Verkaufsfläche, dazu zählen IKEA, Bauhaus, Multipolter, dan.bo.moebler)

  und

- Sachsendamm (rund 37.000 m² Verkaufsfläche; Möbel Kraft).

Die Kenndaten der Fachmarktagglomerationen werden in den nachfolgenden Steckbriefen dargestellt:

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

Steckbrief: Fachmarktagglomeration Sachsendamm

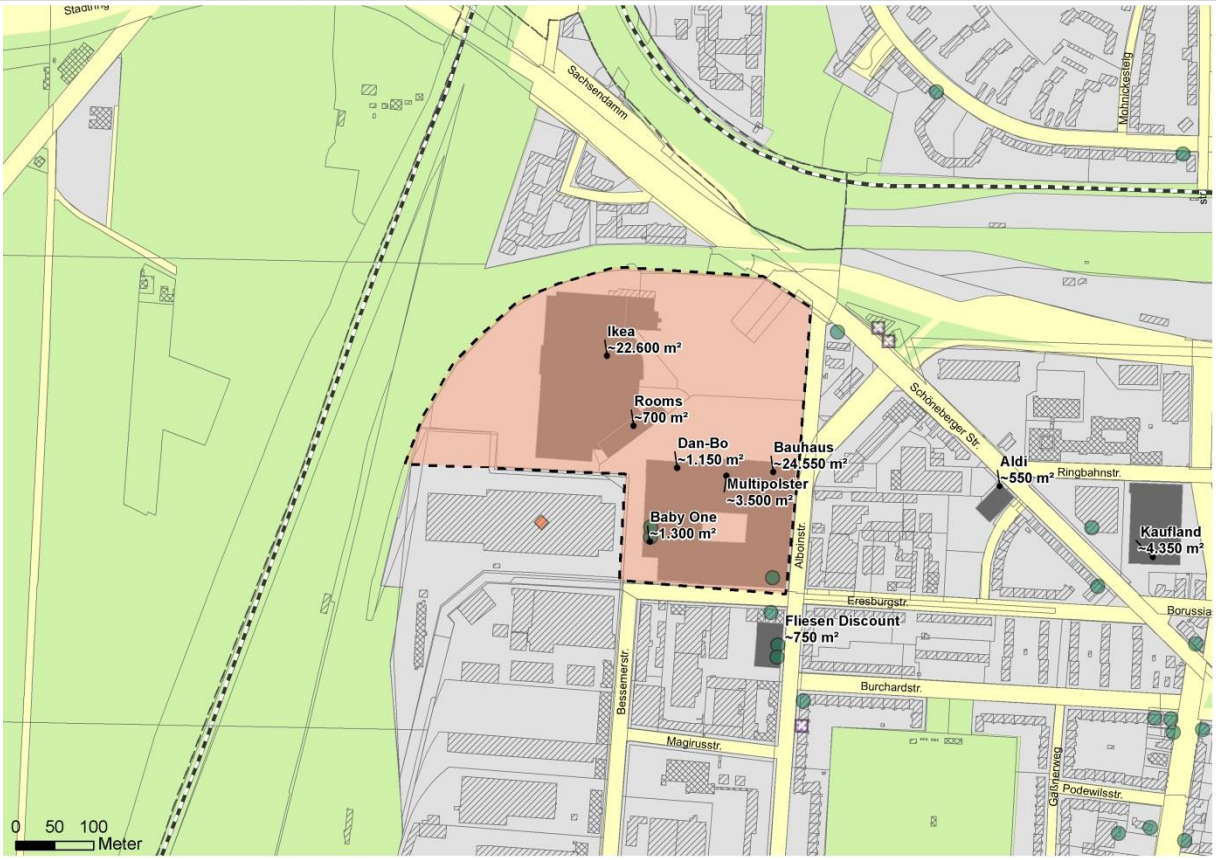
Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Friedenau
Ausdehnung / Straßen	zwischen Sachsendamm, Voralberger Damm, Stadtrind und Priesterweg
Wettbewerbssituation	Entfernung zum nächsten Stadtteilzentrum Kaiser-Wilhelm-Platz / Hauptstraße 1.200 m nächste Fachmarktagglomeration Alboinstraße 800 m
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	37.100 m²
Anzahl der Betriebe	Ein Einzelhandelsbetrieb
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Ein großflächiger Betrieb mit einer Verkaufsfläche von 37.100 m²

Steckbrief: Fachmarktagglomeration Sachsendamm

Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	Möbel Kraft (37.100 m² VKF)
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Möbel
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen Sachsendamm, Hedwig-Dohm-Straße; direkter Anschluss an A100 und A103
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplätze
ÖPNV	Anschluss an Buslinien; Entfernung zu Regionalbahn- und S-Bahnlinien 300 m
Stärken – Schwächen	
Stärken	Über den Autobahnanschluss „Sachsendamm“ (A100) ein gut erreichbarer autokundenorientierter Fachmarktstandort, wenig zentrenrelevante Sortimente, dadurch entsteht eine geringe Konkurrenzsituation zu zentralen Versorgungsbereichen
Schwächen	Autokundenorientierung führt z.T. zu Verkehrsbelastungen der innerstädtischen Straßen (insb. Schöneberger Straße / Sachsendamm)
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Am Standort bestehen keine nennenswerten Flächenreserven, so dass hinsichtlich der Sicherung und Stärkung dieser Fachmarktagglomeration lediglich Arrondierungsspielräume im Bestand bestehen.

Steckbrief: Fachmarktagglomeration Alboinstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

Lage	
Prognoseraum	Tempelhof
Ausdehnung / Straßen	Standort liegt südlich Sachsendamm bzw. A 100. Wird östlich durch die Alboinstraße und südlich durch die Eresburgstraße begrenzt. Westlich liegt der Gleiskörper der S-Bahn an.
Wettbewerbssituation	Entfernung zum nächsten Stadtteilzentrum Tempelhofer Damm 1.000 m nächste Fachmarktagglomeration Sachsendamm 800 m
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	53.900 m²
Anzahl der Betriebe	9 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)	Fünf großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 52.500 m²
Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	Bauhaus (24.600 m² VKF), Ikea (22.600 m² VKF), Multipolster (3.500 m² VKF), dan.bo moebler (1.200 m² VKF), Baby One (1.300 m²VKF) und sonstiger kleinflächiger Einzelhandel

Steckbrief: Fachmarktagglomeration Alboinstraße	
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Möbel und Baumarktsortimente
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraße Schöneberger Straße; direkter Anschluss an A100
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplätze, straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	Anschluss an Buslinien; Entfernung zu Regional- und S-Bahn-Linien 700 m
Stärken – Schwächen	
Stärken	Über den Autobahnanschluss „Alboinstraße“ (A100) ein gut erreichbarer autokundenorientierter Fachmarktstandort, Konzentration diverser Fachmärkte an einem Standort, wenig zentrenrelevante Sortimente, dadurch entsteht eine geringe Konkurrenzsituation zu zentralen Versorgungsbereichen
Schwächen	Autokundenorientierung führt z.T. zu Verkehrsbelastungen der innerstädtischen Straßen (insb. Alboinstraße, Schöneberger Straße / Sachsendamm)
Fazit / Handlungsempfehlungen	▪ Diese nicht-integrierte Fachmarktagglomeration steht insgesamt gesehen nicht in Konkurrenz zu den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen. Die nächsten vergleichbaren Angebots-Standorte liegen mit Hornbach an der Großbeerenstraße (ca. 4,5 km Luftlinie) und dem Fachmarktstandort Nahmitzer Damm (ca. 7,5 km Luftlinie) in deutlicher Entfernung. In der näheren Umgebung positioniert sich mit dem Möbelhaus Kraft auf insgesamt 38.000 m² Verkaufsfläche ein Konkurrenzstandort in näherer Umgebung im Bereich Möbel und Wohneinrichtung.

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

- Bauhaus, Nahmitzer Damm, Marienfelde
- Hornbach, Großbeerenstraße, Mariendorf
- Hellweg, Attilastraße, Tempelhof
- (Hellweg, Yorckstraße, Bezirk Kreuzberg / Schöneberg-Nord)

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

Es gibt einen Bestandsstandort im Bezirk:

- Multipolster, Sachsendamm, Friedenau

Standorte, die die definierten Anforderungen an Fachmarktstandorte nicht erfüllen, genießen Bestandsschutz. Im Planungsfall sollte ein „Zurückfahren“ dieser Standorte als Einzelhandelsstandort geprüft werden.

3.1.4 Entwicklungsbereich Südkreuz

Im Bereich des Südkreuzes besteht weiterhin die politische und städtebauliche Zielsetzung Entwicklungen des Wohnungsbaus sowie gewerbliche Nutzungen umzusetzen. Dabei soll der Bereich vor dem Hintergrund der verkehrlichen Lagegunst einen besonderen Charakter erhalten, der sich durch eine erhöhte Ausstrahlungskraft geplanter Nutzungen, wie Hotels, Büros, Dienstleistungen, auszeichnet. Einzelhandelsrelevante Entwicklungen sollen im Wesentlichen der wohnungsnahen Grundversorgung dienen. Vor diesem Hintergrund nimmt der Standort einen Sonderstatus ein, welcher keinem bestehenden Zentren- oder Standorttyp zugeordnet wird, um diesem Aspekt Rechnung zu tragen wird ihm eine eigene Standortkategorie als Entwicklungsbereich Südkreuz zugewiesen.

Entwicklungsbereich Südkreuz

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014; Legende siehe Anhang

3.2 Berliner Sortimentsliste

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

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

1 Zentrenrelevante Sortimente

1.1 Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung

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

1.2 Übrige zentrenrelevante Sortimente

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

2 Nicht-zentrenrelevante Sortimente

50.10.3	Kraftwagen
50.30.3	Kraftwagenteile und Zubehör

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

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

3.3 Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung im Bezirk Tempelhof-Schöneberg

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

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

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

Grundsatz 1: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ohne Nahversorgungsfunktion

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

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

- **Zentrumsbereichskern / Hauptzentrum**: ohne Flächenbegrenzung
- **Stadtteilzentrum**[5]: bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 3.000 m²
- **Ortsteilzentrum**: bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 1.000 m²

1.2 Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment, aber ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente, sollen in den zentralen Versorgungsbereichen einschließlich der Nahversorgungszentren liegen.
Außerhalb dieser Standortbereiche können Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur dann angesiedelt werden, sofern von ihnen keine Negativauswirkungen auf diese zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Mit Blick insbesondere auf die Betriebsgrößenstruktur in den zentralen Versorgungsbereichen dürften nur dann keine negativen Auswirkungen anzunehmen sein, wenn solche Einzelhandelsbetriebe eine Verkaufsfläche von 400 m² nicht überschreiten.[6]

1.3 Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten (z.B. Gewerbegebiet Mitte) angesiedelt werden.

Grundsatz 2: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

2.1 Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Sinne der Sortimentsliste gemäß AV Einzelhandel sollen **regelmäßig** in den zentralen Versorgungsbereichen (Zentrumsbereichskern, Hauptzentrum, Stadtteil-, Ortsteil- und Nahversorgungszentren) liegen.
Folgende **maximale Obergrenzen (für Einzelbetriebe) in Abhängigkeit der Zentrenkategorie sind dabei sinnvoll und zielführend:**

- **Zentrumsbereichskern und Stadtteilzentrum**: ohne Flächenbegrenzung

[5] An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass das Stadtteilzentrum Lichtenrade nicht innerhalb eines Städtischen Kernbereichs gemäß LEP B-B liegt. Großflächige Einzelhandelsvorhaben mit sonstigen zentrenrelevanten entsprechen nicht dem raumordnerischen Integrationsgebot. Dies ist im Planungsfall zu beachten.

[6] Nur in wenigen Ausnahmefällen überschreiten Einzelhandelsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen diese Größenordnung von 400 m² Verkaufsfläche. Der weitaus überwiegende Anteil der der Wohngebietsversorgung dienenden Ladenlokale hat als Fach- oder Spezialgeschäft eine Größenordnung von unter 200 m² bzw. sogar 100 m² Verkaufsfläche. Auch erreichen die branchenspezifischen Verkaufsflächenanteile Größenordnungen, die nur selten einen Wert von 400 m² je Sortiment übersteigen. Somit könnte eine Ansiedlung mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs mit einer Größenordnung von mehr als 400 m² Verkaufsfläche ein (absatzwirtschaftliches) Gewicht erlangen, das größer ist als das Angebot innerhalb des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches. Schädliche Auswirkungen auf den Bestand wären ebenso wahrscheinlich wie die Vermeidung zukünftiger zentrenorientierter Entwicklungsperspektiven. Im Rahmen der Einzelhandelserhebungen in Berlin durch Junker und Kruse 2014 überschritten gängige Betriebsformen (KiK, Deichmann, Takko) zu einem überwiegenden Anteil diese 400 m²-Schwelle.

- **Ortsteilzentrum:** bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 2.000 m²

2.2 Einzelhandelsbetriebe mit mindestens 75 % nahversorgungsrelevantem Kernsortiment[7] können **ausnahmsweise** auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ermöglicht werden, wenn

- der Standort eine städtebaulich bzw. wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage aufweist,
- das Vorhaben der Nahversorgung dient. Das ist regelmäßig dann der Fall, wenn die sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens in einem 500 m Radius eine Quote von 35% der sortimentsspezifischen Kaufkraft nicht überschreitet und
- keine mehr als unwesentliche Überschneidung (> 10%) der 500 m-Isodistanz mit der 500 m-Isodistanz des / der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche(s) besteht (Schutzzonen der zentralen Versorgungsbereiche – bis zur Ebene der Ortsteilzentren)
- und keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind[8]. Der Nachweis über die städtebaulichen Auswirkungen ist jedenfalls ab Großflächigkeit des Einzelhandelsbetriebs durch schriftliche gutachterliche Stellungnahme zu führen[9].

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

Im Nahbereich der Nahversorgungszentren sind Lebensmittelmärkte ausnahmsweise zuzulassen, wenn sie, der Nahversorgung dienen, die Funktion des Nahversorgungszentrums ergänzen und darüber hinaus keine schädlichen Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur und zentrale Versorgungsbereiche erwarten lassen.

Grundsatz 3: Fachmarktstandorte

Bei der Entwicklung von Standorten für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten im Sinne der Sortimentsliste gemäß AV Einzelhandel (sog. Fachmärkte) sind die Standort- und Steuerungsanforderungen gemäß Fachmarktansiedlungen zu berücksichtigen (vgl. dazu Kapitel 6.3. Fachmarktkonzept).

---

[7] Die Definition nahversorgungsrelevanter Betriebe ab mindestens 75 % nahversorgungsrelevantem Kernsortiment stammt aus den Definitionen des LEP B-B zu Nr. 4.8. Absatz 5. Dort heißt es: Vorhaben außerhalb Städtischer Kernbereiche dienen ganz überwiegend der Nahversorgung, wenn die gesamte vorhabenbezogene Verkaufsfläche in der Metropole und in den Oberzentren 5.000 Quadratmeter sowie in den Mittelzentren 2.500 Quadratmeter nicht überschreitet und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 4 Nummer 1.1 angeboten werden.

[8] Als maximaler Orientierungswert gilt eine Gesamtverkaufsfläche von 2.000 m² für einen Lebensmittelmarkt. Dieser ist auf heutige Marktzutrittsgrößen von Lebensmittelvollsortimentern ausgerichtet. Bei einer Gesamtverkaufsfläche von 2.000 m² ist für einen Lebensmittelvollsortimenter mit einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von rund 1.700 m² in Siedungsbereichen auszugehen. Bei einer Einwohnerdichte von rund 4.500 Einwohnern / km²) wird dabei eine Kaufkraftabschöpfung im Nahbereich (800 m Radius) von rund 35 % generiert (Indikator für Nahversorgungsfunktion). Für Lebensmitteldiscounter sind regelmäßig höhere Raumleistungen anzunehmen, so dass die Kaufkraftabschöpfung bei einer vergleichbaren Größenordnung höher ausfallen wird (45 %) und somit auch tendenziell von einer über die reine Nahversortungsfunktion hinausgehende Kaufkraftabschöpfung auszugehen ist.
Da die Einwohnerdichten im Bezirk stark schwanken, ist im Einzelfall die örtliche Situation zu berücksichtigen.

[9] Dabei muss auf die drei folgenden Gesichtspunkte eingegangen werden: 1. Keine unerwünschte Agglomeration, 2. Keine unerwünschte Kaufkraftbindung, 3. Keine Funktionsstörung zu befürchten.

3.1 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten im Sinne der Sortimentsliste gemäß AV Einzelhandel (sog. Fachmärkte) sollen vorrangig auf Flächen innerhalb der ausgewiesenen Zentren gelenkt werden, sofern sie zu deren Stabilisierung beitragen, der Funktionsstufe des jeweiligen Zentrums entsprechen und städtebaulich, verkehrlich und funktional verträglich eingeordnet werden können.

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

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

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

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

- außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches,
- aber innerhalb eines Fachmarktstandortes

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

- Die nahversorgungsrelevanten Randsortimente dürfen zusammen maximal 800 m² Verkaufsfläche einnehmen.
- Überschreiten die zentrenrelevanten Randsortimente eines Vorhabens eine Gesamtverkaufsfläche von 800 m² können negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgungsstruktur nicht ausgeschlossen werden. Im Einzelfall ist daher die städtebauliche Verträglichkeit des Vorhabens durch eine städtebauliche

[10] Die Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche eines Vorhabens folgt dem Grundsatz 4.9 des LEP B-B und den Steuerungsanforderungen des Fachmarktkonzeptes Berlin. Der allgemeine Trend zeigt eine zunehmende Ausdifferenzierung von zentrenrelevanten Sortimenten bei großflächigen Anbietern nicht-zentrenrelevanter Kernsortimente. Vor dem Hintergrund der Vielzahl von Fachmarktstandorten ergibt sich bezogen auf zu erwartende Summenwirkung vor allem auf die kleinteilig geprägten zentralen Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgungsstruktur ein besonderer Steuerungsbedarf. Diesem sollen die Beschränkungen nahversorgungsrelevanter und zentrenrelevanter Randsortimente Rechnung tragen.

Wirkungsanalyse i.S.v. § 11 (3) BauNVO nachzuweisen, die als Grundlage für eine künftige Sondergebietsausweisung dient.

4.2 Zwischen dem Kernsortiment und den Randsortimenten von Fachmärkten muss ein **funktionaler Zusammenhang** bestehen. Die Zentrenverträglichkeit des Randsortiments ist zu prüfen. Bei Bedarf sind die Randsortimente durch Bauleitplanung und Baugenehmigung so zu begrenzen, dass schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche nicht zu erwarten sind. Dies ist in Abhängigkeit von der Art und dem Umfang der geplanten bzw. betriebstypischen Randsortimente und der Einzelhandelsstruktur in den umliegenden Zentren im Einzelfall zu überprüfen.

Grundsatz 5: Einzelhandelsagglomerationen

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

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

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

6.2 Kioske, Backshops und ähnliche kleinflächige Einzelhandelsbetriebe können angesiedelt werden, wenn sie der Nahversorgung dienen.

Grundsatz 7: Tankstellenshops

Tankstellenshops können angesiedelt werden, wenn

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

Grundsatz 8: Annexhandel / Werksverkauf

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben können angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und

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

Grundsatz 9: Bestandsschutz, Erweiterungen und Nutzungsänderungen

9.1 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 werden, sind nach den gleichen Regeln zu beurteilen wie Neuansiedlungen.

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

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

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

1. Planvorhaben ohne Berücksichtigung des vorhandenen Bestandes,
2. Planvorhaben mit Berücksichtigung des vorhandenen Bestandes.

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

Tabelle 2: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)

Zentrenkategorie	Zentrenrelevantes Kernsortiment		Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment	Nicht zentrenrelevantes Kernsortiment
	kleinflächige EH-Betriebe (< 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (ab 800 m² VKF)		
Zentrumsbereichskern City West (Tauentzienstraße)	ja	ja	ja	ja
Stadtteilzentren Tempelhofer Damm Kaiser-Wilh.-Platz/Hauptstraße Bahnhofstraße Lichtenrade*	ja	≤ 3.000 m²	ja	ja
Ortsteilzentren Rheinstraße / Bundesallee Mariendorfer Damm Hildburghauser Straße Potsdamer Straße	ja	≤ 1.000 m²	≤ 2.000 m²	ja
Nahversorgungszentren Platz der Luftbrücke Maaßenstraße / Nollendorfplatz Marienfelder Allee Bay. Platz / Grunewaldstraße	ja	nein	≤ 1.500 m²	ja
außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (WS-, WA-, WB-, MD-, MI-, MK-Gebiete gem. BauNVO)	≤ 400 m²	nein	Nachweis der Nahversorgungsrelevanz und Zentrenverträglichkeit	nein
Entwicklungsbereich Südkreuz	ja	nein	Nachweis der Nahversorgungsrelevanz und Zentrenverträglichkeit	ja
Fachmarktstandorte	nein	nein	nein	Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche
Sonstige solitäre Standorte WR-, GE-, GI-, SO- (o. EZH) Gebiete gem. BauNVO nicht eindeutige Gebietsstruktur (§ 34.1 BauGB), Prüfung!	nein	nein	nein	grds. möglich; Einzelfallprüfung erforderlich

Quelle: eigene Darstellung

* siehe zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimente auch FN 5, S. 58

4 ANHANG

4.1 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Schöneberg-Nord

Tabelle 3: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Schöneberg-Nord

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufs-fläche m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	103	19.550	128,8	98,6	1,27
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	28	4.350	34,1	17,0	1,95
PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	30	4.600	31,5	8,1	3,79
Zentren- u. nahversorgungsrel. Sortimente	161	28.500	194,3	123,7	1,53
Zoo-/ Heimtierbedarf	3	230	0,5	1,8	0,24
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	13	540	1,9	3,0	0,63
Bekleidung	76	46.340	261,9	20,9	12,22
Schuhe/ Lederwaren	9	16.680	113,1	5,9	18,60
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	7	6.260	26,8	2,7	9,59
Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	9	2.440	12,7	5,1	2,41
Sportartikel, Fahrräder, Camping	7	880	2,3	4,3	0,52
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	4	3.010	11,1	3,4	3,22
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	26	1.830	5,1	1,7	3,04
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	9	2.180	12,8	6,7	1,85
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	10	3.600	30,7	15,4	1,95
Foto, Optik	10	460	3,5	4,5	0,77
Uhren/ Schmuck	18	2.300	32,6	3,0	10,51
Zentrenrelevante Sortimente	201	86.750	515,0	78,4	6,40
Gartenbedarf	-	590	1,1	3,8	0,27
Baumarktsortiment i.e.S.	8	2.070	7,0	21,3	0,32
Teppiche	-	-	0,0	0,6	0,00
Möbel	32	2.860	4,6	13,1	0,35
Sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	2	230	0,6	1,4	0,44
Nicht zentrenrelevante Sortimente	42	5.750	13,3	40,1	0,32
Gesamt	**404**	**121.000**	**722,6**	**242,2**	**2,91**

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014 und IFH RETAIL CONSULTANT GmbH, Köln, 2014

4.2 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Schöneberg-Süd

Tabelle 4: Angebots- und Nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Schöneberg-Süd

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufs-fläche m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	139	15.620	85,2	102,7	0,81
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	32	3.010	19,0	17,7	1,05
PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	29	1.730	7,7	8,5	0,88
Zentren- u. nahversorgungsrel. Sortimente	200	20.360	111,8	128,9	0,85
Zoo-/ Heimtierbedarf	4	340	0,7	1,9	0,36
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	17	600	2,0	3,1	0,65
Bekleidung	44	3.730	11,1	21,9	0,50
Schuhe/ Lederwaren	10	710	2,7	6,2	0,42
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	13	1.580	3,8	2,9	1,32
Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	8	520	1,6	5,4	0,29
Sportartikel, Fahrräder, Camping	8	570	1,8	4,5	0,40
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	10	810	1,6	3,5	0,45
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	8	350	0,8	1,7	0,44
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	13	760	2,8	7,0	0,40
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	32	1.470	9,2	16,1	0,56
Foto, Optik	9	450	3,2	4,7	0,67
Uhren/ Schmuck	15	530	4,6	3,2	1,42
Zentrenrelevante Sortimente	191	12.420	46,1	82,3	0,55
Gartenbedarf	1	180	0,2	4,0	0,05
Baumarktsortiment i.e.S.	1	50	0,1	22,0	0,00
Teppiche	-	-	0,0	0,6	0,00
Möbel	14	4.770	6,2	13,7	0,44
Sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	-	-	0,0	1,4	0,00
Nicht zentrenrelevante Sortimente	16	5.000	6,5	41,7	0,15
Gesamt	**407**	**37.780**	**164,4**	**252,9**	**0,64**

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014 und IFH RETAIL CONSULTANT GmbH, Köln, 2014

4.3 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Friedenau

Tabelle 5: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Friedenau

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufs-fläche m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	81	9.370	56,4	95,8	0,58
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	26	1.910	12,2	16,6	0,72
PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	22	1.310	6,1	8,0	0,74
Zentren- u. nahversorgungsrel. Sortimente	129	12.590	74,6	120,3	0,61
Zoo-/ Heimtierbedarf	2	160	0,3	1,8	0,18
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	13	460	1,6	2,9	0,53
Bekleidung	37	6.230	22,0	20,7	1,04
Schuhe/ Lederwaren	7	1.110	4,8	5,8	0,81
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	8	2.180	5,9	2,7	2,14
Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	7	1.870	7,0	5,1	1,35
Sportartikel, Fahrräder, Camping	5	470	1,4	4,3	0,33
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	13	3.810	9,4	3,3	2,77
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	7	1.850	4,1	1,6	2,48
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	9	2.610	10,8	6,6	1,59
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	8	1.150	8,7	15,1	0,56
Foto, Optik	7	270	1,9	4,4	0,43
Uhren/ Schmuck	11	650	6,5	3,0	2,08
Zentrenrelevante Sortimente	134	22.820	84,4	77,3	1,07
Gartenbedarf	-	-	0,0	3,7	0,00
Baumarktsortiment i.e.S.	1	350	0,7	20,4	0,03
Teppiche	-	1.270	2,5	0,6	4,34
Möbel	6	28.910	48,8	12,9	3,69
Sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	2	90	0,2	1,3	0,14
Nicht zentrenrelevante Sortimente	9	30.620	52,1	38,9	1,31
Gesamt	**272**	**66.030**	**211,1**	**236,5**	**0,87**

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014 und IFH RETAIL CONSULTANT GmbH, Köln, 2014

4.4 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Tempelhof

Tabelle 6: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Tempelhof

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufs-fläche m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	128	37.130	187,0	125,6	1,47
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	36	5.920	34,8	21,6	1,59
PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	29	3.290	15,8	10,2	1,53
Zentren- u. nahversorgungsrel. Sortimente	193	46.340	237,7	157,5	1,49
Zoo-/ Heimtierbedarf	5	2.350	3,8	2,3	1,61
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	17	2.060	7,6	3,8	1,96
Bekleidung	43	12.770	45,5	26,2	1,71
Schuhe/ Lederwaren	5	2.770	11,5	7,5	1,52
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	5	5.630	14,9	3,4	4,32
Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	5	1.220	4,0	6,5	0,61
Sportartikel, Fahrräder, Camping	5	2.440	8,3	5,4	1,51
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	6	4.190	10,0	4,3	2,31
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	4	2.040	4,7	2,1	2,20
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	4	5.480	20,1	8,5	2,35
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	18	3.400	40,0	19,4	2,04
Foto, Optik	9	720	5,7	5,6	1,00
Uhren/ Schmuck	14	820	7,7	3,8	2,02
Zentrenrelevante Sortimente	140	45.890	183,7	98,7	1,84
Gartenbedarf	1	6.600	7,0	4,9	1,40
Baumarktsortiment i.e.S.	31	36.160	69,8	27,5	2,51
Teppiche	-	810	1,5	0,7	2,01
Möbel	7	22.350	37,9	16,4	2,28
Sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	7	1.180	3,4	1,7	1,93
Nicht zentrenrelevante Sortimente	46	67.100	119,5	51,2	2,30
Gesamt	**379**	**159.330**	**540,9**	**307,4**	**1,74**

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014 und IFH RETAIL CONSULTANT GmbH, Köln, 2014

4.5 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Mariendorf

Tabelle 7: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Mariendorf

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufs-fläche m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	62	12.290	65,2	111,6	0,59
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	18	2.050	11,9	19,3	0,63
PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	13	1.110	4,9	9,3	0,54
Zentren- u. nahversorgungsrel. Sortimente	93	15.450	82,0	140,2	0,59
Zoo-/ Heimtierbedarf	3	1.940	3,5	2,1	1,72
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	13	1.310	4,4	3,4	1,33
Bekleidung	7	650	2,3	24,1	0,10
Schuhe/ Lederwaren	1	630	2,1	6,8	0,32
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	3	930	2,2	3,1	0,70
Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	4	360	1,2	5,9	0,21
Sportartikel, Fahrräder, Camping	6	1.630	5,0	5,0	1,01
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	3	620	1,3	3,8	0,35
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	1	510	1,1	1,9	0,60
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	6	880	4,0	7,7	0,53
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	1	100	0,8	17,6	0,04
Foto, Optik	4	150	1,1	5,2	0,22
Uhren/ Schmuck	2	70	0,7	3,5	0,21
Zentrenrelevante Sortimente	54	9.780	29,8	90,1	0,33
Gartenbedarf	3	5.120	5,3	4,3	1,24
Baumarktsortiment i.e.S.	9	8.140	17,8	23,7	0,76
Teppiche	-	180	0,4	0,6	0,62
Möbel	1	590	0,8	15,0	0,06
Sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	3	1.140	2,5	1,6	1,61
Nicht zentrenrelevante Sortimente	16	15.170	26,9	45,3	0,60
Gesamt	**163**	**40.400**	**138,7**	**275,6**	**0,51**

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014 und IFH RETAIL CONSULTANT GmbH, Köln, 2014

4.6 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Marienfelde

Tabelle 8: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Marienfelde

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufs-fläche m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	41	14.520	82,2	66,2	1,20
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	8	1.450	7,9	11,5	0,67
PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	2	450	2,3	5,6	0,40
Zentren- u. nahversorgungsrel. Sortimente	51	16.420	92,4	83,2	1,08
Zoo-/ Heimtierbedarf	-	260	0,5	1,2	0,42
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	5	1.920	6,9	2,0	3,39
Bekleidung	4	1.000	2,5	14,4	0,16
Schuhe/ Lederwaren	2	1.200	4,2	4,1	1,01
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	1	630	1,6	1,9	0,84
Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	-	50	0,1	3,5	0,04
Sportartikel, Fahrräder, Camping	4	1.080	3,1	3,0	1,01
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	3	1.430	3,0	2,3	1,28
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	-	460	1,1	1,1	0,98
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	-	310	1,3	4,6	0,27
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	3	390	2,6	10,5	0,24
Foto, Optik	4	280	1,9	3,1	0,59
Uhren/ Schmuck	2	70	0,6	2,1	0,25
Zentrenrelevante Sortimente	28	9.080	29,6	53,9	0,53
Gartenbedarf	3	5.520	5,8	2,6	2,19
Baumarktsortiment i.e.S.	2	11.390	21,7	13,9	1,51
Teppiche	-	10	0,0	0,4	0,06
Möbel	1	1.040	1,8	9,0	0,19
Sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	6	770	1,9	0,9	1,98
Nicht zentrenrelevante Sortimente	12	18.730	31,2	26,8	1,13
Gesamt	**91**	**44.230**	**153,2**	**163,9**	**0,90**

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014 und IFH RETAIL CONSULTANT GmbH, Köln, 2014

4.7 Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Lichtenrade

Tabelle 9: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in Lichtenrade

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufs-fläche m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	53	14.590	88,5	118,9	0,75
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	20	2.520	15,5	20,7	0,75
PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	13	970	4,8	10,3	0,47
Zentren- u. nahversorgungsrel. Sortimente	86	18.080	108,8	149,9	0,73
Zoo-/ Heimtierbedarf	-	250	0,6	2,1	0,28
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	11	580	2,1	3,5	0,61
Bekleidung	13	1.410	4,7	27,0	0,18
Schuhe/ Lederwaren	2	160	0,6	7,6	0,08
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	5	1.250	3,4	3,5	0,96
Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	3	230	0,7	6,6	0,11
Sportartikel, Fahrräder, Camping	4	710	1,9	5,6	0,35
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	3	170	0,4	4,2	0,09
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	-	-	0,0	2,1	0,00
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	4	190	0,8	8,6	0,09
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	7	350	2,5	19,4	0,13
Foto, Optik	5	310	2,0	5,8	0,35
Uhren/ Schmuck	5	180	1,9	4,1	0,46
Zentrenrelevante Sortimente	62	5.790	21,6	100,1	0,22
Gartenbedarf	2	1.340	1,5	4,6	0,33
Baumarktsortiment i.e.S.	2	100	0,2	24,1	0,01
Teppiche	-	-	0,0	0,7	0,00
Möbel	-	40	0,0	16,8	0,00
Sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	1	50	0,1	1,7	0,08
Nicht zentrenrelevante Sortimente	5	1.530	1,8	48,0	0,04
Gesamt	**153**	**25.400**	**132,2**	**298,0**	**0,45**

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der Einzelhandels-Bestandsdaten SenStadtUm Berlin 2014 und IFH RETAIL CONSULTANT GmbH, Köln, 2014

4.8 Legende

Detailkarten
Siedlungs- und Gewerbeflächen
Freiflächen
Straßennetz
Gewässer
Gebäude
öffentliches Gebäude
Bezirksgrenze
Bezirksregionengrenze
S-Bahn-Netz
Einzelhandelsbetriebe ab 500 m² VKF
Einzelhandelsbetriebe unter 500 m² VKF
(an zentralen Versorgungsstandorten)
Dienstleistungsanbieter und sonstige
zentrenbedeutsame Angebote
(an zentralen Versorgungsstandorten)
Leerstand
Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich
Abgrenzung etablierter Nahversorgungsstandort
Abgrenzung Fachmarktstandort
Abgrenzung Entwicklungsbereich