

STADTENTWICKLUNGSPLAN ZENTREN 2040

Urbane Vielfalt für Handel
und mehr Miteinander



Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung,
Bauen und Wohnen

BERLIN



Inhalt

Auf einen Blick	5
1. Berlins Zentren stärken	10
1.1 Gesellschaftliche Trends und wirtschaftliche Entwicklung: Warum ein neuer StEP Zentren?	11
1.2 Konsequenzen für die Zentren- und Einzelhandelsentwicklung	13
1.3 Der StEP Zentren 2040 im Berliner Planungssystem	17
1.4 Einzelhandel im Bauplanungsrecht	22
2. Berlins Zentren weiter profilieren	25
2.1 Leitlinien	26
2.2 Steuerungsgrundsätze	34
3. Die Qualitäten planvoll entwickeln	38
3.1 Grundzüge des Zentrenkonzepts	38
3.2 Das Zentrenkonzept: abgestufte Zentrumstypen	38
3.3 Das Fachmarktkonzept: dezentrale Komplementärstandorte	43
3.4 Handlungsempfehlungen für die städtischen Zentren	56
3.5 Zukunftsfähige Nahversorgungsstrukturen	62
3.6 Nahversorgung für neue Quartiere	67
3.7 Anforderungen an die städtebauliche Integration	70
3.8 Die Prüfung von Ansiedlungsbegehren	78
3.9 Wirkung im Zusammenspiel entfalten	81
3.10 Toolbox	87
4. Grundlagen und Analysen	112
4.1 Besonderheiten der städtischen Zentren	112
4.2 Einzelhandelsstruktur und Verkaufsflächen	113

4.3	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung	115
4.4	Umsatzfaktor Tourismus: zusätzliches Standbein für den Einzelhandel	116
5.	Listen und Übersichten	118
5.1	Zentrumstypen und Fachmarkttagglomerationen nach Bezirk	118
5.2	Glossar	121
5.3	Abbildungen	127
	Impressum	128

Auf einen Blick

Berlins Zentren im Wandel

Der Stadtentwicklungsplan (StEP) Zentren ist das gesamtstädtische Konzept des Berliner Senats, um die städtischen Zentren weiterzuentwickeln und den Einzelhandel im Land Berlin räumlich zu steuern. Seine Neufassung, der StEP Zentren 2040, reagiert auf aktuelle Trends und Entwicklungen, die für die Zukunft der Zentren und des Einzelhandels entscheidend sind: Digitalisierung, Strukturwandel im Einzelhandel, demografischer Wandel, Klimawandel und Mobilitätswende.

Die Covid-19-Pandemie hat die Gewichtsverschiebung vom stationären Einzelhandel zum Onlinehandel beschleunigt. In einigen Branchen des stationären Handels ist der Markt gesättigt, sodass Unternehmen ihre Filialnetze bereinigen. Nachfolgeprobleme im Facheinzelhandel und wirtschaftliche Herausforderungen wie Inflation und hohe Energiepreise haben dazu beigetragen, dass in Berlin erstmals seit der Wiedervereinigung die Zahl der Einzelhandelsbetriebe und die Verkaufsfläche zurückgehen.

Berlin ist mit seiner polyzentralen Struktur aber gut für die Zukunft aufgestellt:

- Die Zentren sind Knotenpunkte in der „Stadt der kurzen Wege“. Das ist entscheidend dafür, die Nahversorgung zu sichern und den motorisierten Individualverkehr und andere Umweltbelastungen zu reduzieren.
- Mit ihren Potenzialen für eine vielfältigere Nutzungsmischung, weitere Verdichtung und Qualifizierung eignen sich Berlins Zentren bestens, um den Versorgungsbedarf der weiter wachsenden und sich verändernden Stadt zu decken.
- Die ausgesprochen guten Nahversorgungsstrukturen sind ein Gewinn für alle Berlinerinnen und Berliner. Sie machen es leichter, Beruf und Familie zu vereinbaren, stärken die Selbständigkeit von Menschen mit Einschränkungen und erhöhen so die Lebensqualität aller im Alltag.
- Die großen Berliner Zentren besitzen eine hohe touristische Ausstrahlung und Anziehungskraft. Der Einzelhandel bleibt hier ein wesentlicher Frequenzerzeuger. Gastronomie und Kultur, Orte der Stadtgeschichte und Baukultur stärken ihre attraktive Vielfalt.

Leitgedanken des StEP Zentren 2040

Berlins Stadtentwicklungsplan Zentren hat sich in mehr als 25 Jahren als räumliches Planungs- und Steuerungsinstrument bewährt. Seine Fortschreibung reagiert vor allem auf den Strukturwandel im Einzelhandel und die Anforderungen einer klimagerechten Stadtentwicklung. Grundlegend sind zehn Leitlinien:

1. Die Metropole Berlin als resiliente, multifunktionale Stadt profilieren
2. Polyzentralität als Gerüst einer Stadt der kurzen Wege stärken
3. Zentren als vitale Orte des Miteinanders profilieren
4. Berliner Zentren im Sinne einer klimagerechten Stadt entwickeln
5. Nahversorgung als Kern lebendiger Quartiere sichern
6. Standorte für Fachmärkte zukunftsfähig und zentrenverträglich entwickeln
7. Flächeneffizienz und Nutzungsmischung forcieren, um die Zentren zu stärken
8. Investitions- und Planungssicherheit unterstützen
9. Aktives Transformationsmanagement und Kooperation unterstützen
10. Das bauplanungsrechtliche Instrumentarium konsequent anwenden

Aufgaben des StEP Zentren 2040

Kernaufgabe des StEP Zentren ist es, die Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in Berlin zu steuern. Dafür liefert er als gesamtstädtisches Konzept die planerische Grundlage. Die Umsetzung geschieht vor allem im Zusammenspiel von bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten und Bebauungsplänen.

Der StEP Zentren 2040 liefert für die Zeit bis 2040:

- Handlungsempfehlungen für die städtischen Zentren
- Hinweise zu zukunftsfähigen Nahversorgungsstrukturen und zur Nahversorgung in neuen Stadtquartieren
- Grundlagen zur städtebaulichen Integration von Einzelhandelsprojekten
- ein Fachmarktkonzept für dezentrale Komplementärstandorte mit Hinweisen zur strategischen Weiterentwicklung bestehender Standorte
- eine Toolbox, die Handlungswege und Instrumente zur Zentrenstabilisierung und -stärkung zusammenstellt

Steuerungsmöglichkeiten und Grenzen der Stadtentwicklungsplanung

Der Strukturwandel im Einzelhandel macht es nach wie vor unverzichtbar, die Zentren gezielt weiterzuentwickeln. Bewährte Planungsinstrumente bleiben wichtig. Allerdings müssen auch ihre Möglichkeiten und Grenzen beachtet werden:

Stadtentwicklungsplanung kann...

- die Standortwahl großer Einzelhandelsprojekte und damit die Zentren- und Standortstruktur beeinflussen
- den Umfang der Verkaufsfläche an einem Standort, seine Sortimentsstruktur und Rahmenbedingungen wie die Parkplatzzahl, die Integration in bestehende Zentren oder die städtebauliche Einbindung stadtvträglich steuern
- an neuen Standorten die Vereinbarkeit der Nutzungen im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung und einer guten Zentrenverträglichkeit beeinflussen
- Grundlagen zur Stärkung des öffentlichen Raums schaffen und Impulse dafür geben
- im Zusammenspiel mit weiteren Konzepten wie den Stadtentwicklungsplänen Wohnen 2040, Wirtschaft 2040, Klima 2.0 sowie Mobilität und Verkehr zu einer Stadt der kurzen Wege beitragen
- die erforderlichen Kommunikations- und Entscheidungsprozesse unterstützen und versachlichen

Stadtentwicklungsplanung kann nicht...

- Entscheidungen der Handelsunternehmen erzwingen, sich an einem neuen Standort anzusiedeln oder bisherige Standorte beizubehalten
- die Konzentrations- und Filialisierungsprozesse oder die Entwicklung neuer Betriebsformen im Einzelhandel beeinflussen
- die erforderliche Digitalisierung im Einzelhandel unterstützen
- Engagement und Initiative der Betreiberinnen und Betreiber für ein zeitgemäßes Marketing, ein aktualisiertes betriebswirtschaftliches Know-how oder die Modernisierung ihrer Verkaufseinrichtungen ersetzen
- die Entwicklung gewerblicher Mieten steuern

Kernaussagen des StEP Zentren 2040

Die polyzentrale Struktur der Stadt und die Hierarchie der Zentrumstypen bleiben Grundlagen des StEP Zentren 2040.

Durch Veränderungen im Bestand und in den Entwicklungsperspektiven ändert sich bei vier Zentren die Einstufung des Zentrumstyps, und ein Standort wird als Sonderzentrum neu festgelegt:

- Der bisherige Zentrumsbereichskern Wilmersdorfer Straße ist nun als Hauptzentrum ausgewiesen. Das Zentrum ist in seiner Angebotsvielfalt und -struktur funktional stark, aber primär auf den Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf ausgerichtet. In anderen Zentrumsbereichskernen sind die Einzelhandelsangebote und/oder ihre touristische Bedeutung deutlich größer, wodurch sie eine überörtliche Ausstrahlung erreichen.
- Das bisherige Stadtteilzentrum Westlicher Kurfürstendamm wird aufgrund seiner geringen Verkaufsfläche nun als Ortsteilzentrum eingestuft. Der Schwerpunkt liegt dort auf der Nahversorgung,

ergänzt um zentrenrelevante Angebote. Künftig wird es gelten, den zentralen Versorgungsbereich räumlich kompakter zu definieren.

- Das bisherige Ortsteilzentrum Hildburghäuser Straße im Bezirk Tempelhof-Schöneberg wird nicht mehr als solches eingestuft. Der Bereich erfüllt weder die städtebaulichen noch die funktionalen Kriterien eines städtischen Zentrums. In seinem Zentren- und Einzelhandelskonzept kann der Bezirk Tempelhof-Schöneberg den Bereich jedoch als Standort mit primärer Nahversorgungsfunktion einordnen.
- Das bisherige Ortsteilzentrum Mahlsdorf-Süd im Bezirk Marzahn-Hellersdorf wird nicht mehr als solches eingestuft. Der Standort erfüllt weder die städtebaulichen und funktionalen Kriterien eines städtischen Zentrums, noch bestehen Entwicklungsperspektiven dafür.
- Das Dong Xuan Center im Bezirk Lichtenberg wird neu als Sonderzentrum festgelegt.

Die Steuerungsgrundsätze liefern den stadtweit gültigen Rahmen für die räumlich-funktionale Steuerung des Einzelhandels. In Verbindung mit der Ausführungsvorschrift (AV) Zentren und Einzelhandel geben sie Aufschluss darüber, welcher Einzelhandel (welche Sortimente) an welchem Standort möglich ist.

Resiliente Zentren zeichnen sich durch funktional starke, kompakte Strukturen aus. Einzelne Zentren müssen in ihrer räumlichen Ausdehnung angepasst oder verkleinert werden. Das ist Aufgabe der bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte. Künftige Entwicklungen und Ansiedlungsinteressen des nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels sind vorrangig auf die Zentren zu lenken, um Frequenzen zu bündeln und eine gute Erreichbarkeit für alle in Berlin zu gewährleisten.

Die Berliner Zentren haben ein großes Potenzial für eine vielfältigere Nutzungsmischung und für weitere Verdichtung. Beides ist entscheidend, um den Versorgungsbedarf der wachsenden Stadt zu decken. Die Multifunktionalität gilt es zu stärken. Neben dem Einzelhandel haben auch anderen Funktionen große Bedeutung für die Besuchsfrequenz. Dazu zählen die Gastronomie, öffentliche und private Dienstleistungen (unter anderem medizinischer Art) und nicht zuletzt die Kultur (mit Einrichtungen wie Bibliotheken, Bildungsstätten oder sozio-kulturellen Treffpunkten). Auch Wohnen in gemischt genutzten Geschäftsgebäuden trägt dazu bei, die Zentren zu stabilisieren und zu beleben.

In einigen Berliner Teilräumen entsteht stadtplanerischer Handlungsbedarf, da bestehende Nahversorgungsstrukturen bedroht sind – etwa, wenn Lebensmittelmärkte durch reine Wohngebäude ersetzt werden. Die Bezirksämter müssen daher bei geplanten Überbauungen prüfen, ob Ersatzstandorte geschaffen oder Märkte in neue multifunktionale Objekte integriert werden können (Näheres in Kap. 3.5).

Bei Fachmärkten (Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) führt die zunehmende Marktsättigung zu einer Bereinigung des Marktnetzes und zu neuen Standortanforderungen. Es entstehen kleinere, in Zentren integrierte Märkte. Das eröffnet Chancen für die Entwicklung der Zentren, weil es deren Vielfalt stärkt und helfen

kann, Leerstand abzubauen, aber auch für Fachmarkttagglomerationen und -standorte, in denen sich Spielräume für eine urbane Umgestaltung, Umnutzungen und Verdichtung auf tun (Näheres in Kap. 3.3).

Klimaschutz und Klimaanpassung sind für die Klimaneutralität Berlins und eine hohe Lebensqualität in der Stadt unverzichtbar. Berlin muss auch die Veränderung seiner Zentren konsequent mit diesen Zielen verknüpfen. Der StEP Zentren 2040 gibt hierzu Handlungsempfehlungen (in Kap. 3.4). Der Aspekt sollte in den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten aufgegriffen und fortgeführt werden.

Welche Mittel und Wege es gibt, ein Zentrum zu stabilisieren und zu stärken, zeigen gute Beispiele aus Berlin, die zur Nachahmung anregen. Eine neue Toolbox sammelt diese erfolgreichen Ansätze und zeigt damit, was sich bereits bewährt hat.

Bezirkliche Zentren- und Einzelhandelskonzepte liegen mittlerweile für alle Bezirke vor und werden regelmäßig fortgeschrieben. Sie konkretisieren die Ziele und Handlungsempfehlungen des StEP und eignen sich, um vertiefende Untersuchungen einzubinden oder anzustoßen – etwa zur Sicherung der Nahversorgung, zum konkreten Handlungsbedarf in einzelnen Zentren oder zur Transformation von Fachmarkttagglomerationen und -standorten.

Transformation als Gemeinschaftsaufgabe

Der Strukturwandel im Einzelhandel hat eine Dimension erreicht, die Berlins Zentren tiefgreifend verändert. Diese Transformation ist nur zu bewältigen, wenn Handel, Grundeigentümerinnen und -eigentümer, Immobilienwirtschaft, öffentliche Hand und Stadtgesellschaft gemeinsam daran arbeiten. Die komplexen Herausforderungen machen ein aktives Management und gezielte Kooperationen unumgänglich. Um neue Strategien dafür zu entwickeln und umzusetzen, bedarf es neuer Formen der Zusammenarbeit wie beispielsweise Business Improvement Districts (BIDs) oder freiwillige Standortgemeinschaften.

1. Berlins Zentren stärken

Mit seiner polyzentralen Struktur ist Berlin für die Herausforderungen der Zukunft gut aufgestellt. Die Zentren in ihren unterschiedlichen Ausprägungen sind Identifikationsorte für die Berlinerinnen und Berliner, für Besucherinnen und Besucher aus dem Umland und für Gäste aus aller Welt. Sie sind auch ein wichtiges Element der klimagerechten Stadt. Obwohl sich die Rolle des Einzelhandels deutlich wandelt, ist ihre Urbanität und Vielfalt ein Merkmal der Metropole Berlin.

Seit der Senat 2019 den Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 beschlossen hat, haben sich die Rahmenbedingungen verändert: Die immer schnellere digitale Transformation, der demografische Wandel, wirtschaftliche Herausforderungen wie Inflation und steigende Energiekosten, Fachkräfte- und Nachfolgemangel und auch die Nachwirkungen der Covid-19-Pandemie sind Treiber eines tiefgreifenden Strukturwandels im Einzelhandel sowie in den städtischen Zentren und an weiteren wichtigen Handelsstandorten in Berlin. Bundesweit stagniert die Verkaufsflächenentwicklung und die Zahl der Einzelhandelsbetriebe sinkt. In Berlin zeigt sich erstmals eine leicht rückläufige Gesamtverkaufsfläche.

Berlins städtische Zentren müssen deshalb weiter gesichert und gestärkt werden. Vor allem gilt das für ihre Multifunktionalität, also ihre Mischung aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit und Wohnen. Ein weiteres Ziel ist es, gerade in übergeordneten Zentren eine hohe Aufenthalts- und Erlebnisqualität zu erreichen. Der Einzelhandel bleibt eine Leiffunktion städtischer Zentren. Ohne ihn sind funktionierende Zentren kaum vorstellbar. Er generiert einen großen Anteil der Besuchsfrequenz eines Zentrums und bestimmt maßgeblich dessen Einzugsgebiet.

Berlin verfolgt seit mehr als 25 Jahren die Ziele seines gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts: des Stadtentwicklungsplans Zentren (kurz: StEP Zentren). Dadurch ist es weitgehend gelungen, Einzelhandelsvorhaben in die Berliner Zentren zu lenken. Der StEP Zentren 2040 aktualisiert den StEP Zentren 2030 und setzt neue Akzente - insbesondere mit Blick auf die anhaltende Transformation im Handel und die klimagerechte Stadtentwicklung.

Verschiedene Programme unterstützen Zentren mit Stabilisierungsbedarf. Ein Beispiel ist das Städtebauförderprogramm *Lebendige Zentren und Quartiere*. Andere Verfahren, wie die Initiative *Mittendrin Berlin! Projekte in Berliner Zentren*, stärken ebenfalls die Aktivitäten in Berlins Geschäftsstraßen und Zentren. Mit dem novellierten *Berliner Gesetz zur Einführung von Immobilien- und Standortgemeinschaften (BID)* gibt es seit Anfang 2025 eine neue Grundlage für private Initiativen zur Zentrenentwicklung. Die für Wirtschaft zuständige Senatsverwaltung unterstützt seit vielen Jahren die Berliner Bezirke mit dem Förderprogramm „*Wirtschaftsdienliche Maßnahmen*“ (WDM) - was auch zur Zentrenstärkung nutzbar ist.

1.1 Gesellschaftliche Trends und wirtschaftliche Entwicklung: Warum ein neuer StEP Zentren?

Auch wenn der Einzelhandel nach wie vor die Zentren prägt, ändern sich die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen grundlegend. In einem komplexen Transformationsprozess überlagern sich Megatrends wie Klimawandel, demografischer Wandel, Digitalisierung und Mobilitätswende. Der Strukturwandel im Einzelhandel ist dabei eine von vielen Facetten dieser Transformation. Das verlangt eine neue Betrachtung.

Neue Funktionen durch digitale Transformation

Die Digitalisierung hat die städtischen Zentren in einem Tempo und Ausmaß verändert, die vor wenigen Jahren kaum vorstellbar waren. Die Covid-19-Pandemie hat diesen Strukturwandel im Einzelhandel noch beschleunigt. Online einzukaufen, zu recherchieren oder zu streamen haben zu einer grundlegenden Neubewertung der Bedeutung physischer Räume geführt. Homeoffice und mobiles Arbeiten führen zu anderen Nutzungsrhythmen und Frequenzen in den Zentren. Als Folge sinkt der Bedarf an Büros und Einzelhandelsflächen; Angebotsstrukturen wandeln sich.

Die kommenden Jahre lassen weitere Umwälzungen erwarten: Automatisierte Verkaufssysteme, KI-gestützte Self-Checkout-Lösungen, die weit über die längst üblichen Kassen zum Selbstscannen hinausgehen und algorithmisch optimierte Lagerhaltung verändern Arbeitsplatzstruktur und Personalbedarf im Einzelhandel. Gleichzeitig ermöglichen solche Technologien personalisierte Einkaufserlebnisse und eine effizientere Flächennutzung, was den verbleibenden stationären Einzelhandel wettbewerbsfähiger machen kann.

Damit zeichnet sich eine deutliche Verschiebung der Nutzungsprofile in den Zentren ab. Körperbezogene Dienstleistungen wie Frisiersalons oder Gesundheitsdienstleistungen, die sich nicht ins Virtuelle verlagern lassen, werden an Bedeutung gewinnen. Gleiches gilt für Handelskonzepte, die digitale und analoge Elemente intelligent verknüpfen und das Einkaufen als soziales Erlebnis inszenieren. Diese Hybridisierung wird die Zentren der Zukunft prägen.

Gestaltungsaufgabe demografischer Wandel

Mehr Ältere, weniger Kinder, kleinere Haushalte und eine wachsende kulturelle Vielfalt sind Kernmerkmale des demografischen Wandels. Die Zentrenentwicklung muss darauf reagieren. Nicht nur für die wachsende Zahl älterer Menschen sind eine barrierearme Gestaltung, eine gesicherte Nahversorgung mit kurzen Wegen, eine gute gesundheitliche Versorgung und sichere öffentliche Räume entscheidende Qualitätskriterien. Die Zentren müssen sich dabei auf ältere Menschen einstellen, die mit digitalen Angeboten vertraut sind und diese selbstverständlich nutzen. Gleichzeitig steigt der Bedarf an wohnortnahen Gesundheits- und Pflegedienstleistungen, sozialen Treffpunkten und altersgerechten Freizeitangeboten.

Die Änderungen in der Bevölkerung verschärfen auch den Fachkräfte- und Nachfolgemangel, der vor allem den inhabergeführten Fachhandel trifft. Schon heute schließen in vielen Zentren Geschäfte, weil niemand die Nachfolge übernehmen möchte. Auch diese Entwicklung verändert den Einzelhandel nachhaltig - und legt neue Nutzungen und Betriebsmodelle nahe.

Die kulturelle Vielfalt in Berlin nimmt durch internationale Migration kontinuierlich zu. Das eröffnet Chancen für eine lebendige Zentrenentwicklung. Ethnisch geprägte Angebote in Einzelhandel und Gastronomie bereichern das Spektrum und tragen zur Profilierung bei. Zentren, die Arbeitsplätze, soziale Treffpunkte und vielfältige öffentliche Räume bieten, können die Integration unterstützen.

Ressourcen- und Flächenknappheit verändern den Konsum

Da natürliche Ressourcen begrenzt sind, gewinnen geschlossene und regionale Wirtschaftskreisläufe an Bedeutung. Dabei entstehen neue Formen des wirtschaftlichen Austauschs: Sharing-Konzepte, Repaircafés, Upcycling und Plattformen regionaler Erzeugerinnen und Erzeuger etablieren sich und stehen - als Angebote des nachhaltigen und gemeinwohlorientierten Wirtschaftens - neben konventionellen Handelskonzepten, die auf schnelle Produktzyklen und Massenkonsum setzen.

Zugleich steigen die Anforderungen an die Energieeffizienz von Gebäuden. Kompakte, multifunktionale Siedlungsstrukturen gewinnen an Bedeutung. Flächenextensive Handelsformen mit großen Parkplätzen werden immer häufiger durch verdichtete, Nutzungsgemischte Strukturen ersetzt, vor allem an Standorten mit guter ÖPNV-Anbindung. Allerdings setzen steigende Energiekosten, Inflation und ein verändertes Konsumverhalten den stationären Handel und andere zentrenprägende Funktionen (wie Gastronomie oder Kinos) unter Druck. Diese Faktoren verstärken die Herausforderung, Zentren zu entwickeln, die sowohl wirtschaftlich tragfähig als auch ressourceneffizient und damit zukunftsfähig sind.

Zentren als Infrastruktur der klimagerechten Stadt

Zentren sind Knotenpunkte in der „Stadt der kurzen Wege“ und als solche gerade im polyzentralen Berlin entscheidend dafür, Berlin als eine nachhaltige und mobile Stadt zu stärken. Auch für eine klimagerechte Stadtentwicklung ist das elementar. Angesichts der ambitionierten Klimaschutzziele - Berlin strebt Klimaneutralität bis 2045 an - wird auch der Verkehrssektor an Bedeutung gewinnen. Die Dekarbonisierung wird in den kommenden Jahren in Planungsentscheidungen immer größeres Gewicht erhalten - nicht zuletzt, weil gerade die für die Entwicklung der Zentren die Sektoren Verkehr und Bauen in dieser Hinsicht noch enorme Potenziale bergen.

Die Klimaanpassung stellt die oft dicht bebauten und stark versiegelten Zentren vor weitere Herausforderungen. Extremwetterlagen mit Hitze oder Starkregen werden weiter zunehmen. Deshalb gilt es, öffentliche wie private Freiräume umzugestalten. Mehr Schatten, mehr Grün, mehr offene, unversiegelte Böden und ein intelligentes Regenwassermanagement müssen fester Bestandteil der

künftigen Zentrenentwicklung sein – nicht nur aus ökologischen Gründen, sondern auch, um technische Infrastruktur zu schützen und die Aufenthaltsqualität für alle Bevölkerungsgruppen zu verbessern.

Arbeitswelt im Wandel

Die immer raschere Transformation der Arbeitswelt prägt die Zentren auf vielfältige Weise. Flexible Arbeitszeiten, hybride Arbeitsformen und dezentralisiertes, mobiles Arbeiten sind für viele Beschäftigte im Wissens- und Dienstleistungsbereich längst Realität. Co-Working-Spaces, Satellitenbüros und Orte wie Bibliotheken oder Cafés mit guter digitaler Infrastruktur sind gefragt. Auch kleinere Stadtteil- und Ortsteilzentren können dadurch neue Nutzungen anziehen.

Leer stehende oder untergenutzte Gewerbeflächen in den Zentren bieten Chancen für neue Nutzungskonzepte. Sie in kulturelle Einrichtungen oder hybride Nutzungen umzuwandeln, die Arbeiten, Wohnen und Freizeit kombinieren, kann zur Diversifizierung der Zentren beitragen. Zudem entstehen in einigen Zentren neue produktive Nutzungen: So beleben beispielsweise Manufakturen und Mietwerkstätten ehemalige Einzelhandels- oder Büroflächen. Das kann zu einer neuen Identität der Zentren beitragen.

1.2 Konsequenzen für die Zentren- und Einzelhandelsentwicklung

Die hierarchisch polyzentrale Struktur Berlins ist historisch gewachsen und bildet ein stabiles Gerüst für den Wandel der Zentren. Sie zu sichern und weiterzuentwickeln bleibt, vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Einzelhandel und der nach wie vor wachsenden Stadt, vorrangiges Ziel. Hohe Relevanz haben dabei die folgenden Aspekte.

■ Die Flächenansprüche des Einzelhandels ändern sich

Der Einzelhandel in Deutschland durchläuft einen tiefgreifenden Strukturwandel. Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe sinkt kontinuierlich, während große Handelsunternehmen im stationären und umso mehr im Onlinehandel immer größere Marktanteile gewinnen. In Berlin hat sich das Verkaufsflächenwachstum nach 2010 zunächst deutlich abgeflacht. Das entspricht dem bundesweiten Trend und deutet auf Sättigungstendenzen und einen verschärften Wettbewerb hin. Im Vergleich der Erhebungszeiträume 2015 und 2021 ist erstmals ein Rückgang der Verkaufsfläche um 1,3 Prozent zu verzeichnen. Besonders betroffen waren die großen Zentren wie Zentrumsbereichskerne und Hauptzentren.

Die Betriebsformen und Konzepte im Einzelhandel zeigen weiterhin eine Tendenz zur Großflächigkeit und Filialisierung. Das erhöht den Druck auf inhabergeführte Geschäfte. Zusammen mit Fachkräftemangel und Nachfolgeproblemen führt das nach wie vor zu Ladenschließungen und einem Rückgang der Gesamtzahl an Einzelhandelsbetrieben. In einigen Branchen ändern sich zudem die

Standortpräferenzen: Unternehmen, die Baumarkt- oder Möbelsortimente anbieten, setzen immer häufiger auch auf kleinere Betriebstypen in städtischen Zentren.

Das digitale Einkaufen verändert die Einzelhandelslandschaft räumlich und funktional. Statt Flächenwachstum steht oft eine präzisere Positionierung und Zielgruppenansprache im Vordergrund. Während im Buchhandel, Elektronik- und Sportwarenbereich die Ladenflächen schrumpfen, steigen im Lebensmitteleinzelhandel die Flächenansprüche. In Berlin zeigt die Erfahrung, dass sich typische Lebensmittelmärkte (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter) in der Regel gut in Zentren und hoch verdichtete Siedlungsbereiche integrieren lassen. Zudem ist eine Zunahme von – meist kleinflächigen – Bio- und Drogeriemärkten zu verzeichnen.

■ Standortfaktor öffentlicher Raum

Ein fundamentaler Wandel besteht darin, dass die Menschen heute mehr denn je entscheiden können, ob sie für Einkauf oder Freizeit die Innenstadt aufsuchen oder digitale Alternativen nutzen. Anders gesagt: Wer ein Zentrum besucht, wird dazu keinen dringenden Grund mehr brauchen. Konsumierende unterscheiden gezielt zwischen notwendigen Versorgungs- und nicht notwendigen Erlebniseinkäufen. Letztere gewinnen als Form der Freizeitgestaltung weiter an Bedeutung. Davon profitieren vor allem multifunktionale Einkaufsstandorte und größere Zentren mit touristischer Attraktivität und ausgefalleneren Angeboten. Für die Zentren sind nicht nur die Erlebniseinkäufe wichtig, sondern auch das Besuchserlebnis an sich. Das macht städtebauliche Qualitäten und attraktive öffentliche Räume zu entscheidenden Standortfaktoren.

■ Mehr als nur Shoppen: Neue Nutzungskonzepte sind gefragt

Der Einzelhandel wird in Berlins Zentren weiter eine tragende Rolle spielen. Er prägt das Erscheinungsbild der Erdgeschosse, liefert oft den Anlass zum Besuch und ist ein wesentlicher Frequenzerzeuger. Der Rückgang des stationären Einzelhandels macht es jedoch unabdingbar, dass in Zukunft vermehrt weitere Nutzungen die Zentren prägen. Wünschenswert für die Belebung sind nicht kommerzielle kulturelle oder soziale Angebote. Auch Konzepte des nachhaltigen und gemeinwohlorientierten Wirtschaftens wie Repaircafés können ein Baustein sein, um die Erdgeschosszonen und andere leer stehende Flächen zu beleben. Sie müssen jedoch wirtschaftlich tragfähig sein, um den Status einer reinen Zwischennutzung zu überwinden. Berlin kann dabei vom hohen Innovationsgrad seiner Start-up-Szene profitieren, die laufend neue Geschäftsmodelle erprobt.

■ Stadtzentren als Investitionsobjekte

Berlins städtische Zentren haben sich zu bedeutenden Anlageobjekten für lokale und internationale Immobilieninvestments entwickelt. Das liefert Kapital und Impulse für ihre Entwicklung, kann jedoch gerade bei Schlüsselimmobilien auch neue Herausforderungen mit sich bringen. Eine zentrale Aufgabe der Zentrenentwicklung ist es, mit institutionellen Anlegerinnen und Anlegern besser zu kommunizieren, um gemeinsam Transformationskonzepte zu entwickeln. Die Immobilienwirtschaft hat

die Notwendigkeit der Anpassung in weiten Teilen schon erkannt und kann als Partnerin für die Zentrenentwicklung gewonnen werden.

■ **Sicherung der Nahversorgung im Wohnumfeld**

Von zentraler Bedeutung ist, dass Nahversorgungsangebote zu Fuß erreichbar sind. Ansiedlungen an städtebaulich ungeeigneten, nicht integrierten Standorten (wie Gewerbegebieten) können bestehende Zentren und Nahversorgungsstandorte genauso gefährden wie übergroße Betriebe, deren Umsätze die örtlich vorhandene Kaufkraft überschreiten. Unerwünschte Folgen wären ein grobmaschigeres Versorgungsnetz, weitere Wege und eine stärkere Pkw-Orientierung der Kundschaft.

Ansprüche der Betriebe an die Größe ihrer Verkaufsfläche sind ein weiterer Aspekt, der das Nahversorgungsnetz ausdünnen könnte. Viele Lebensmitteldiscounter wünschen sich heute 800 bis 1.200 Quadratmeter Verkaufsfläche, Supermärkte und SB-Warenhäuser sogar deutlich mehr. Diese Werte liegen teils erheblich über den Flächengrößen bestehender Märkte in Berlin. Anfragen zur Erweiterung, Umsiedlung oder Neuansiedlung seitens dieser Betriebe sind bereits zu beobachten und dürften weiter zunehmen. Andererseits hält in Berlin erfreulicherweise die Tendenz an, kleinere Märkte (dazu gehören auch Biomärkte) in die Zentren zu integrieren. Das stärkt die Kleinteiligkeit als prägenden Faktor der polyzentralen Stadt. Die stadtplanerische Herausforderung besteht darin, ein ausgewogenes, feinmaschiges Standortnetz zu sichern und zugleich die erforderliche Modernisierung von Märkten zu ermöglichen.

■ **Modernisierungsbedarf, Flächenknappheit und verändertes Konsumverhalten als Chance**

Die wirtschaftlichen Bedingungen bieten eine günstige Gelegenheit, den Strukturwandel im Einzelhandel für eine städtebaulich integrierte, flächen- und verkehrssparende Stadtentwicklung zu nutzen. Abgeschriebene Immobilien, steigende Bodenpreise und die hohe Nachfrage nach Wohnungen machen gemischte Nutzungen mit besserer Grundstücksausnutzung wirtschaftlich attraktiv. Bei geplanten Modernisierungen und Erweiterungen können mehrgeschossige, multifunktionale Gebäude entstehen.

■ **Gewerbegebiete für Handwerk und produzierendes Gewerbe sichern**

Werden Gewerbe- und Industriegebiete mit Einzelhandel durchsetzt, steigen meist die Bodenpreise. Das erschwert eine Weiter- oder Folgenutzung durch Gewerbe- und Industriebetriebe. Diese Gefahr besteht auch in Berlin. Deshalb gilt es, gewerbliche Bauflächen für die Produktion zu sichern. Dieser Aufgabe nimmt sich der Stadtentwicklungsplan Wirtschaft 2040 an. Auch die Instrumente der verbindlichen Bauleitplanung sind dafür relevant.

■ **Mehrwert durch die Ansiedlung in Zentren**

Berlin steuert - wie andere Städte Deutschlands - den Tendenzen zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben in peripherer und dezentraler Lage zugunsten einer Entwicklung der Zentren entgegen. Das ist volkswirtschaftlich sinnvoll: Kostenintensive Infrastruktur lässt sich so besser

auslasten. Zugleich werden Investitionen in die Entwicklung der Zentren (etwa in Form von Erschließungs- und Fördermitteln) gesichert. Das Zusammenspiel von Einzelhandel als tragende Säule der Zentren und den weiteren zentrenbildenden Funktionen ist relevanter denn je und muss gestärkt werden. Dabei gilt es, in besonderem Maße qualitative Aspekte zu berücksichtigen – zum Beispiel mit den Instrumenten der Städtebauförderung.

■ **Mobilitätsbedürfnisse verändern die Infrastruktur**

Verkehrsräume, die an den Mobilitätsbedürfnissen der Menschen ausgerichtet sind, eine hohe Aufenthaltsqualität aufweisen und auf die Erreichung von Klimaschutz- und Klimaanpassungszielen hinwirken, spielen für die städtischen Zentren eine wichtige Rolle. Es eröffnen sich neue Chancen, Mobilität, Aufenthaltsqualität und wirtschaftliche Prosperität der Zentren integriert zu betrachten und den öffentlichen Raum in den Zentren neu zu denken: als Ort des Verweilens, der Begegnung und des Erlebens. Diese Qualitäten gewinnen auch angesichts der zunehmenden Erlebnisorientierung des stationären Einzelhandels an Bedeutung.

Zentren müssen auch für den Wirtschaftsverkehr gut erreichbar sein. Handelseinrichtungen wirtschaftlich zu betreiben, verlangt funktionierende, passgenaue Lösungen für den Liefer- und Wirtschaftsverkehr. Alternative Fahrzeugantriebe, Lieferungen per Lastenrad, dezentrale Logistikkonzepte (etwa über Mikro-Depots), umfeldfreundliche Lieferbedingungen und intelligente Bündelungen sind Beispiele, um hier die Belastung des öffentlichen Raums zu reduzieren. Im Sinne kurzer Wege sind nicht zuletzt auch die öffentlichen Entsorgungsmöglichkeiten, die sich an die Bevölkerung richten, mitzudenken.

Für diesen Wandel bietet Berlin günstige Voraussetzungen. Der Motorisierungsgrad liegt deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Zugleich ist er in Berlin seit dem Jahr 2011 insgesamt rückläufig, während er bundesweit weiter zunimmt. Schon heute legen die Berlinerinnen und Berliner 77 Prozent der Einkaufs- und Versorgungswege zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurück. Diese Mobilitätsmuster bieten eine solide Grundlage für die Weiterentwicklung attraktiver, nachhaltig erschlossener Zentren.

Der Strukturwandel im Einzelhandel macht ein planerisches Handeln zur Zentrenentwicklung unverzichtbar. Wie in anderen Städten steht der Einzelhandel in Berlin vor komplexen Herausforderungen: Modernisierungs- und Anpassungsnotwendigkeiten, steigende Mietbelastung, Verdrängungswettbewerb und Preiskampf erfordern neue Strategien. Dazu zählen die Bereitschaft zu modernisieren und das eigene betriebswirtschaftliche Know-how zu aktualisieren, innovative Marketingkonzepte, mehr Vernetzung und Kooperation in den Geschäftsstraßen und eine Profilierung, sei es durch verbesserten Service oder durch das Besetzen von Nischen.

Die Stadtentwicklungsplanung muss auf diesen Wandel eingehen. Die bewährten Planungs- und Steuerungsinstrumente sind daher weiterhin wichtig, um integrative Konzepte, Strategien und Maßnahmen

umzusetzen. Immer deutlicher wird, dass der Strukturwandel der Zentren nur im Zusammenspiel vieler Akteurinnen und Akteure zu bewältigen ist. Der StEP Zentren 2040 schafft dafür einen klaren und verlässlichen Rahmen – für die Gesamtstadt und die Bezirke ebenso wie für alle, die investieren, Einzelhandelsprojekte entwickeln und betreiben oder andere Vorhaben in den Zentren umsetzen.

1.3 Der StEP Zentren 2040 im Berliner Planungssystem

Stadtentwicklungspläne werden für die räumliche Entwicklung des ganzen Stadtgebiets erarbeitet (§ 4 Abs. 1 Satz 1 AGBauGB). Sie sind sektorale Gesamtpläne, die Maßnahmeanarten und -räume darstellen und priorisieren. Ihre Ergebnisse sind – als von der Gemeinde beschlossene städtebauliche Planungen – bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen (§ 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB).

Der StEP Zentren wird alle fünf bis sieben Jahre fortgeschrieben. Er enthält gesamtstädtische Ziele, Leitlinien und Steuerungsgrundsätze sowie ein gesamtstädtisches Zentrenkonzept. Seine Qualitätskriterien und Orientierungsgrößen erlauben es, die zu erwartende Entwicklung zu steuern.

Abstimmung mit anderen Stadtentwicklungsplänen

Bedeutsam für die Ansiedlung von Einzelhandel ist auch der StEP Wirtschaft 2040. Zu seinen Aufgaben gehört es, Flächen für produktionsgeprägte Nutzungen vorzuhalten und sie vor Bodenpreissteigerungen durch finanziell leistungsstärkere Nutzungen wie den Einzelhandel zu schützen. Besonders die Flächen, die das ► **Entwicklungskonzept für den produktionsgeprägten Bereich** ausweist, stehen für Einzelhandelsprojekte nicht zur Verfügung.

Der von der Senatsverwaltung für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt erarbeitete Stadtentwicklungsplan Mobilität und Verkehr (StEP MoVe) setzt die langfristigen Leitplanken für die Mobilität in Berlin. Schnittstellen zum StEP Zentren 2040 haben vor allem Maßnahmen, die auf eine integrierte Siedlungs- und Verkehrsentwicklung und auf die Klimaneutralität Berlins bis 2045 ausgerichtet sind.

Der StEP Wohnen 2040 hat angesichts der Bevölkerungsentwicklung und der damit verbundenen erhöhten Nachfrage nach Wohnungen Bedeutung für die Einzelhandelsentwicklung. Die Neuen Stadtquartiere und andere Neubauschwerpunkte sind nach den Grundsätzen der kompakten und gemischten Stadt zu entwickeln. Zentren und Nahversorgung zu stärken, leistet dazu einen wichtigen Beitrag. Die im StEP Wohnen 2040 formulierten Leitlinien zur Bereitstellung bedarfsgerechter Infrastrukturen und zur Entwicklung klimagerechter Quartiere sind unmittelbar mit einer auf die Zentren orientierten Einzelhandelssteuerung verbunden.

StEP Zentren 2040 und Flächennutzungsplan

Der StEP Zentren 2040 präzisiert die Inhalte des Berliner Flächennutzungsplans (FNP) in Bezug auf Struktur und Entwicklung der städtischen Zentren und des Einzelhandels. Er baut handlungsorientiert auf den Darstellungen des FNP auf. Diesen liegen die Ziele der Raumordnung und der polyzentrale Planungsgrundsatz zugrunde. Die langfristige Perspektive des FNP wird kontinuierlich der Entwicklung Berlins angepasst und aktuell gehalten.

Die Darstellungen des FNP zur beabsichtigten Entwicklung der städtischen Zentren und Bauflächen einschließlich seiner regionalplanerischen Festlegungen und Entwicklungsgrundsätze liefern zusammen mit dem StEP Zentren 2040 und der AV Zentren und Einzelhandel die Grundlage für eine rechtssichere Steuerung des Einzelhandels und die Aufstellung verbindlicher Bauleitpläne.

Erfordernisse der Raumordnung

Die überörtlichen Vorgaben der Landesplanung in Form von Zielen und Grundsätzen sind im Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) definiert. Danach ist Berlin ein Zentraler Ort, dem die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen vorbehalten ist (Ziel 2.6 LEP HR). Großflächige Einzelhandelsvorhaben in Berlin entsprechen dem raumordnerischen Konzentrations- und Kongruenzgebot. Ziel des StEP Zentren 2040 ist es, eine Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten, die mit den landesplanerischen Funktionen der Zentralen Orte übereinstimmt. Dabei sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Integrationsgebot). In der Anwendung des StEP Zentren 2040 ist zugleich das raumordnerische Beeinträchtigungsverbot zu beachten (Ziel 2.7 LEP HR). Danach dürfen großflächige Einzelhandelseinrichtungen die zentralen Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen. Umgekehrt gilt dies auch für Einzelhandelsvorhaben in den Umlandkommunen.

Relevant für den StEP Zentren 2040 ist zudem, dass großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der Zentren landesplanerisch grundsätzlich nur möglich sind, wenn der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente zehn Prozent nicht überschreitet. Diese Regelung der Landesplanung konkretisiert der StEP Zentren 2040 in seinen Steuerungsgrundsätzen.

StEP Zentren 2040 und bezirkliche Zentren- und Einzelhandelskonzepte

Der StEP Zentren 2040 hat als gesamtstädtischer Plan das vorrangige Ziel, Berlins städtische Zentren zu entwickeln und zu profilieren. Zur Nahversorgung trifft er grundlegende programmatische, aber keine räumlich-konkreten Aussagen. Er muss daher durch Konzepte der Bezirke ergänzt werden, um die Nahversorgung zu sichern. Diese bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte sind (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) bei der Bauleitplanung zu berücksichtigen und zur Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit von Einzelhandelsstandorten und Einzelvorhaben heranzuziehen.

Die Festlegungen des StEP Zentren 2040 lassen den Bezirken damit Gestaltungsspielräume:

- Die Bezirke bestimmen, welche Nahversorgungszentren die städtischen Zentren ergänzen.
- Sie konkretisieren die Zentren räumlich und treffen nähere Aussagen zu ihrer qualitativen Profilierung und Stärkung.
- Sie definieren, welche Einzelhandelsstruktur zur bedarfsgerechten Nahversorgung angestrebt wird.
- Bei Bedarf können sie zudem Fachmarktstandorte im Bezirk ausweisen.

Solche bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte liegen in allen zwölf Berliner Bezirken vor. Die darin enthaltenen Ziele und Empfehlungen sind in den StEP Zentren 2040 eingeflossen, wo immer das aus gesamtstädtischer Sicht sinnvoll war. Rechtlich verbindlich werden die städtebaulichen Ziele der bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte durch die Festsetzung von Bebauungsplänen.

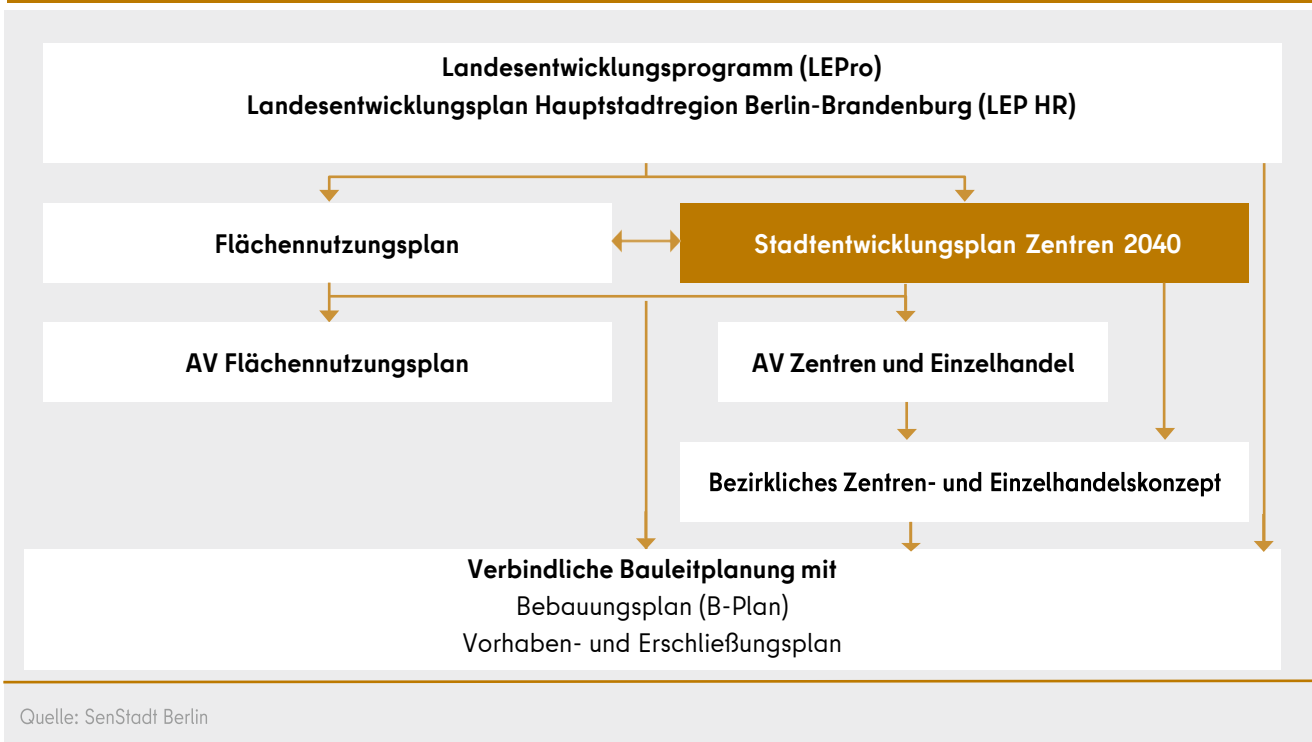
StEP Zentren 2040 und die verbindliche Bauleitplanung

Größere Einzelhandelsansiedlungen erfordern in der Regel, einen Bebauungsplan aufzustellen. Damit kann der Bezirk eine Feinsteuerung vornehmen und verbindliches Planungsrecht schaffen, das den städtebaulichen Zielen des StEP Zentren 2040 und des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts entspricht.

Die Verwaltung in Berlin ist zweistufig. Für die Aufstellung von Bebauungsplänen sind die Bezirke zuständig. Bebauungspläne zur Verwirklichung von Erfordernissen der Verfassungsorgane des Bundes (§ 8 AGBauGB) sowie in Gebieten von außergewöhnlicher stadtpolitischer Bedeutung (§ 9 AGBauGB) stellt die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen auf. Beeinträchtigt der Entwurf eines Bebauungsplans dringende Gesamtinteressen Berlins oder ist im dringenden Gesamtinteresse Berlins ein Bebauungsplan erforderlich, so kann die Senatsverwaltung auch einen Eingriff vornehmen (vgl. § 7 AGBauGB).

Wie die Senatsverwaltung die Gesamtinteressen Berlins in die Planungsverfahren einbringt, regelt das Ausführungsgesetz zum Baugesetzbuch (AGBauGB). Die Senatsverwaltung achtet in diesem Rahmen darauf, dass gesamtstädtisch bedeutsame Einzelhandelsvorhaben nicht den Zielen, Leitlinien und Steuerungsgrundsätzen des StEP Zentren 2040 und den Darstellungen des FNP entgegenstehen.

01 | Der StEP Zentren 2040 im Berliner Planungssystem



Informationspflichten der Bezirke

Die Bezirke müssen die zuständige Senatsverwaltung unterrichten, wenn sie die Absicht haben, einen Bebauungsplan aufzustellen (§ 5 AGBauGB). Darüber hinaus haben sie über einen Bauantrag oder Antrag auf einen Bauvorbescheid zu informieren, wenn das Vorhaben den Darstellungen des FNP widersprechen kann (§ 10 Abs. 6 AGBauGB). Außerdem besteht eine besondere Informationspflicht bei Entscheidungen über großflächige Einzelhandelsvorhaben, wenn diese außerhalb der Einzelhandelskonzentrationen liegen, die der FNP darstellt (§ 17 Satz 1 Nr. 2 AGBauGB). Stellt die Senatsverwaltung fest, dass eine Planung oder Entscheidung erhebliche Gesamtinteressen Berlins beeinträchtigt, kann sie von ihrem Eingriffsrecht nach § 7 Abs. 1 AGBauGB Gebrauch machen.

Planungsgebot, Anpassungspflicht und Untersagung

Die Senatsverwaltung kann verlangen, dass der Bezirk innerhalb einer angemessenen Frist einen Bebauungsplan aufstellt (§ 10 Abs. 2 AGBauGB) oder einen bestehenden anpasst, wenn dieser den Zielen der Raumordnung, den Darstellungen des FNP oder dem Stadtentwicklungsplan Zentren widerspricht (§ 10 Abs. 1 AGBauGB).

Die Senatsverwaltung kann eine Planung auch untersagen, wenn diese sich zwar aus dem aktuellen FNP entwickeln lässt, aber ein FNP-Änderungsverfahren läuft und der Bebauungsplan den künftigen FNP-Darstellungen widerspricht (§ 10 Abs. 4 AGBauGB).

Diese Regelungen stellen sicher, dass den Planungszielen des StEP Zentren 2040 in der verbindlichen Bauleitplanung das Gewicht beigemessen wird, das sie für die Stadt haben.

Verwaltungsvorschriften

Zwei ► **Ausführungsvorschriften** vertiefen Inhalte und Verfahren des StEP Zentren 2040:

- Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin (AV Zentren und Einzelhandel)
- Ausführungsvorschriften zum Darstellungsumfang, zum Entwicklungsrahmen und zu Änderungen des Flächennutzungsplans für das Land Berlin (AV FNP)

Die Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel enthalten die Sortimentsliste, die für Berlin anzuwenden ist, Einzelheiten zum einheitlichen Vorgehen in Planungs- und Genehmigungsverfahren und Hinweise zum Erstellen der bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte. Sie werden an den StEP Zentren 2040 angepasst und neu erlassen.

02 | StEP Zentren 2040 und verbindliche Bauleitplanung der Bezirke



1.4 Einzelhandel im Bauplanungsrecht

Die Ziele, Leitlinien und Grundsätze des StEP Zentren 2040 werden im Rahmen der Bauleitplanung und baurechtlicher Genehmigungsverfahren umgesetzt. Dafür gelten bundes- und landesrechtliche Vorschriften.

Die bauplanungsrechtliche Steuerung von Einzelhandelsvorhaben zielt in erster Linie darauf, städtische Zentren als ► **zentrale Versorgungsbereiche** zu erhalten und zu stärken. Ziele sind zudem eine flächendeckende, wohnungsnah und verkehrsvermeidende Grundversorgung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a, 9 BauGB) sowie die stadt- und zentrenverträgliche Integration großflächiger Einzelhandelseinrichtungen.

Baugesetzbuch (BauGB) und Baunutzungsverordnung (BauNVO) stellen dafür ein differenziertes Instrumentarium zur Verfügung. Sie enthalten Regeln für das Aufstellen von Bauleitplänen und zur Zulässigkeit von Einzelvorhaben.

Der Flächennutzungsplan (FNP) stellt auf gesamtstädtischer Ebene dar, welche städtebauliche Entwicklung beabsichtigt ist, und ordnet die Grundzüge der Bodennutzung. Aus dem FNP sind die Bebauungspläne zu entwickeln (§ 8 Abs. 2 BauGB).

Eine weitere Grundlage der räumlichen Steuerung des Einzelhandels in einer Gemeinde ist ein städtebauliches Entwicklungskonzept. Es muss beim Aufstellen von Bauleitplänen berücksichtigt werden (§ 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB). Zu diesen Konzepten gehören in Berlin der StEP Zentren 2040, andere Stadtentwicklungspläne und die bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte.

Die städtebaulichen Ziele müssen nicht flächendeckend in einem Schritt in verbindliches Planungsrecht umgesetzt werden. Das wäre aufgrund des damit verbundenen Zeit- und Kostenaufwands nicht zu leisten. Die Gemeinde muss dann tätig werden, wenn es zur Umsetzung des Konzepts erforderlich wird, einen Bebauungsplan aufzustellen oder zu ändern. Dabei ist darauf zu achten, dass Festsetzungen in Bebauungsplänen, soweit sie Einzelhandelsnutzungen betreffen, dem StEP Zentren entsprechen.

Ob ein Einzelhandelsvorhaben zulässig ist, ergibt sich im Geltungsbereich qualifizierter Bebauungspläne aus deren Festsetzungen zur Art der Nutzung und aus den einschlägigen Baugebietsvorschriften der Baunutzungsverordnung. Im unbeplanten Innenbereich richtet sich die Zulässigkeit nach § 34 BauGB. Das ist vor allem im ehemaligen Ostteil Berlins der Fall. Im ehemaligen Westteil gilt vielerorts der Baunutzungsplan in der Fassung vom 28. Dezember 1960 (beschlossen am 22. Juni 1960, Amtsblatt 1961, S. 742) im Zusammenhang mit der Bauordnung für Berlin vom 21. November 1958 und förmlich festgestellten Bauflichtlinien.

Um den Einzelhandel räumlich zu steuern, können in Bebauungsplänen bestimmte Baugebiete nach Baunutzungsverordnung festgesetzt und gegliedert werden. So sind beispielsweise Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab 800 Quadratmeter Verkaufsfläche) in der Regel nur in dafür ausgewiesenen Sonder- und Kerngebieten zulässig (§ 11 Abs. 3 Satz 1 BauNVO; ein Leitfaden zum

Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels ist 2017 als Arbeitshilfe der ARGEBAU erschienen). In Wohngebieten dürfen nur Läden betrieben werden, die der Versorgung des Gebiets dienen. In Gewerbe- und Mischgebieten kann Einzelhandel ausgeschlossen oder beschränkt werden, wenn die Gemeinde - in Berlin nach § 1 AGBauGB meist der Bezirk - das für erforderlich hält, um beispielsweise zentrale Versorgungsbereiche zu schützen (Bundesverwaltungsgerichtsbeschluss 4 BN 15.99 von 1999 und Urteile 4 C 21.07 von 2009 und 4 CN 3.07 von 2008).

Zentrale Versorgungsbereiche sind laut Bundesverwaltungsgericht »räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt« (Bundesverwaltungsgericht, Urteile 4 C 7.07 von 2007 und 4 C 2.08 von 2009). Dieselbe Funktion können Nahversorgungszentren mit örtlich begrenztem Einzugsbereich haben. Voraussetzungen sind, dass sie den Zweck einer wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung in ihrem Einzugsbereich erfüllen, ein gewisses städtebauliches Gewicht haben, das über diesen Einzugsbereich hinausgeht, und damit über ihren unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Im Verständnis des StEP Zentren 2040 sind die städtischen Zentren (Zentrumsbereichskerne, Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentren) und die von den Bezirken festgelegten Nahversorgungszentren die zentralen Versorgungsbereiche.

Besonders relevant, um die Funktionsfähigkeit der Zentren zu erhalten, ist die Möglichkeit, durch Bebauungspläne Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche auszuschließen und ihren Anteil zentrenrelevanter Randsortimente zu begrenzen. Es ist dabei ebenfalls zulässig, Einzelhandel mit Sortimenten, die in den Zentren nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in bestimmten Gebieten auszuschließen, wenn dadurch Neuansiedlungen in die Zentren gelenkt werden sollen, um deren Attraktivität zu steigern (Bundesverwaltungsgerichtsurteil 4 C 21.07 von 2009). Für eine Feindifferenzierung muss die planende Gemeinde besondere städtebauliche Gründe anführen können.

Daneben erlaubt es § 9 Abs. 2a BauGB, für den unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB) einfache Bebauungspläne festzusetzen, die in ihrem räumlichen Geltungsbereich Einzelhandel ausschließen, um im Interesse der verbrauchernahen Versorgung zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Schließlich kann die Bauleitplanung Umfang und Lage eines Einzelhandelsvorhabens beeinflussen, indem sie Baulinien und -grenzen festlegt, das Maß der baulichen Nutzung (Geschossfläche, Höhe, Zahl der Vollgeschosse) bestimmt oder indem nach Geschossen, Ebenen oder sonstigen Gebäudeteilen gegliedert wird, soweit dies städtebaulich begründbar ist (§ 1 Abs. 7, §§ 16, 23 BauNVO).

Vorhaben in zusammenhängend bebauten Ortsteilen

Sofern für den Standort eines beabsichtigten Einzelhandelsvorhabens im Innenbereich kein verbindliches Planungsrecht besteht oder geschaffen werden soll, richtet sich seine Zulässigkeit nach § 34 BauGB. In diesem Fall ist zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind (§ 34 Abs. 3 BauGB). Dabei können die im StEP Zentren 2040 bestimmten städtischen Zentren und die in den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten festgelegten zentralen Versorgungsbereiche (einschließlich der Nahversorgungszentren) mittelbar zugrunde gelegt werden (Indizfunktion).

2. Berlins Zentren weiter profilieren

Kernaufgabe des StEP Zentren 2040 ist es, Art und Umfang der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in Berlin zu steuern. Der StEP Zentren benennt übergeordnete Ziele und zehn Leitlinien dafür, wie Berlin diese Ziele erreichen will. Die Steuerungsgrundsätze erläutern, wie die Entwicklung des Einzelhandels im Regelfall stadtplanerisch gesteuert werden soll.

Konsequent angewendet ermöglicht dieses dreistufige System, Fragen der Stadt(entwicklungs)planung transparent abzuwägen und zu beantworten.

03 | Ziele der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung



Quelle: Forward | Junker+Kruse

2.1 Leitlinien

Zehn Leitlinien konkretisieren die in der Grafik dargestellten Ziele:

1. Die Metropole Berlin als resiliente, multifunktionale Stadt profilieren
2. Polyzentralität als Gerüst einer Stadt der kurzen Wege stärken
3. Zentren als vitale Orte des Miteinanders profilieren
4. Berliner Zentren im Sinne einer klimagerechten Stadt entwickeln
5. Nahversorgung als Kern lebendiger Quartiere sichern
6. Standorte für Fachmärkte zukunftsfähig und zentrenverträglich entwickeln
7. Flächeneffizienz und Nutzungsmischung forcieren, um die Zentren zu stärken
8. Investitions- und Planungssicherheit unterstützen
9. Aktives Transformationsmanagement und Kooperation befördern
10. Das bauplanungsrechtliche Instrumentarium konsequent anwenden

1. Die Metropole Berlin als resiliente, multifunktionale Stadt profilieren

Berlin ist die deutsche Metropole schlechthin. Sie muss sich im internationalen Wettbewerb als zukunftsfähige, resiliente Stadt positionieren. Die städtischen Zentren sind dabei weit mehr als Einzelhandelsstandorte. Sie sind Kerne urbanen Lebens und Knotenpunkte in einer Stadt der kurzen Wege. Ihre einzigartige Mischung aus Geschichte und Wandel prägt die Identität Berlins. Deshalb gilt es, ihre Vielfalt und Urbanität zu erhalten – für alle, die hier leben, und alle, die Berlin besuchen.

Berlin gilt als Stadt mit attraktiven Zentren. Diese Zentren befinden sich in einem tiefgreifenden Wandel: Der Einzelhandel verliert ein Stück weit seine dominante Rolle, während andere Funktionen an Bedeutung gewinnen. Berlin muss die Chance nutzen, seine Zentren neu zu denken und ihre Nutzungsvielfalt zu stärken. Das eröffnet nicht nur neue Synergien zwischen Einzelhandel, Gastronomie, Kultur, Handwerk, Dienstleistungen, Bildung, Gesundheit, Verwaltung und Wohnen. Multifunktionalität macht die Zentren auch resilienter gegen wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen.

Die Attraktivität und Prosperität der Zentren ruhen auf drei Säulen:

- **Nutzungsmix und Angebotsvielfalt**
Ein ausgewogenes Verhältnis unterschiedlichster Funktionen und Angebote schafft Lebendigkeit und ist als Grundlage für Angebote der Daseinsvorsorge essenziell für die Stadt.
- **Aufenthaltsqualität und Erlebniswert**
Attraktive öffentliche Räume und lebendige Erdgeschosse laden die Menschen ein und ermöglichen Begegnungen.

- **Resilienz und Anpassungsfähigkeit**

Flexible und vielfältige Strukturen erleichtern es, auf neue Anforderungen zu reagieren.

Die Vielfalt ihrer Zentren prägt auch die touristische Anziehungskraft der Stadt. Nicht nur die zwei Zentrumsbereiche (Historische Mitte und City West) sind touristische Destinationen von internationaler Bedeutung. Besucherinnen und Besucher der Stadt schätzen diese Vielfalt, die von den zentralen Einkaufslagen über charaktervolle Szeneviertel bis zu den gewachsenen lebendigen Kiezzentren reicht. Dieses breite räumliche und funktionale Spektrum gilt es, in einem ausgewogenen Verhältnis zwischen Einzelhandel und anderen Nutzungen zu erhalten und weiterzuentwickeln. Dabei kann der Tourismus als Frequenzbringer zur Belebung von zentralen wie auch peripheren Lagen beitragen.

2. Polyzentralität als Gerüst einer Stadt der kurzen Wege stärken

Berlin ist mit seinen vielen Zentren gut aufgestellt. Gleich zwei Zentrumsbereiche und ein dichtes Netz weiterer Zentren unterschiedlicher Art in allen Bezirken sind eine robuste Ausgangsposition für die nachhaltige Stadtentwicklung.

Die polyzentrale Struktur ist mehr als ein Erbe der Geschichte. Sie ist ein Schlüssel zur klimagerechten und lebenswerten Stadt: Kurze Distanzen beim Einkauf, bei der Inanspruchnahme von Dienstleistungen und bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten können dazu beitragen, dass damit in Verbindung stehende Wege eher mit dem Umweltverbund (das heißt zu Fuß, mit dem Fahrrad oder den öffentlichen Verkehrsmitteln) und in kürzerer Zeit zurückgelegt werden. Die dadurch potenziell erreichbare Einsparung bzw. Verlagerung von Verkehr kann einen Beitrag zur Reduzierung des vom Verkehrssektor verursachten CO₂-Ausstoßes leisten.

Typologisch sind die Zentren hierarchisch gegliedert. Jeder Zentrentyp übernimmt dabei eigene Funktionen, die die der anderen ergänzen:

- Zentrumsbereichskerne von metropolitaner Bedeutung
- Hauptzentren als Ankerpunkte der Bezirke
- Stadtteilzentren für die stadtteilbezogene und wohnungsnahе Versorgung
- Ortsteilzentren für die wohnungsnahе Versorgung
- Nahversorgungszentren (wie in den Zentren- und Einzelhandelskonzepten der Bezirke festgelegt) für den täglichen Bedarf im Kiez

Der Erfolg dieser Struktur basiert auf der funktionalen Arbeitsteilung der Zentren untereinander und mit den übrigen Einzelhandelsstandorten. Jedes Zentrum muss sein eigenes Profil entwickeln, das sich am Bedarf und den Potenzialen vor Ort orientiert.

3. Zentren als vitale Orte des Miteinanders profilieren

Die Zentren Berlins müssen mehr sein als Einkaufsorte. Sie müssen als attraktive öffentliche Räume und lebendiger Treffpunkt der vielfältigen Stadtgesellschaft neu gedacht werden. Das erfordert einen ganzheitlichen Ansatz. Öffentliche Räume von hoher Aufenthaltsqualität sind wichtiger denn je, um Menschen auch ohne konkreten Einkaufswunsch in die Zentren zu ziehen. Zentren müssen sorgfältig gestaltet sein – auf eine Art und Weise, die den historischen Strukturen genauso gerecht wird, wie den heutigen Anforderungen an Klimaresilienz und nachhaltige Mobilität. Besonders wichtig ist, dass die Zentren gut mit dem Umweltverbund erreichbar sind. In Berlin ist das durch das leistungsfähige ÖPNV-Netz bereits gewährleistet. Auch der notwendige Ausbau attraktiver und sicherer Verbindungen für den Rad- und Fußverkehr leistet einen wichtigen Beitrag, die Erreichbarkeit der Zentren zu verbessern. Entsprechend kommt der Einrichtung durchgängiger Netze für den Rad- und Fußverkehr hierbei eine große Bedeutung zu.

Die Profile der Zentren sind vielfältig. Diese Vielfalt gilt es zu erhalten und weiterzuentwickeln. Dabei spielt die städtebauliche und architektonische Qualität eines Zentrums eine Schlüsselrolle – nicht zuletzt, weil diese sich von Quartier zu Quartier unterscheidet: vom historischen Ortskern über die Viertel der Gründerzeit bis zu den Siedlungen der Moderne und neuen Stadtvierteln in der inneren und äußeren Stadt.

Der Einzelhandel bleibt ein wichtiger Frequenzbringer, ist aber nicht mehr so dominant. Zentren sind Orte der gelebten Demokratie. Kulturelle und soziale Einrichtungen entwickeln sich zu neuen Ankerpunkten für Teilhabe und Integration, ergänzt durch „dritte Orte“ (an denen die Menschen nachbarschaftliche Gemeinschaft pflegen), Zwischennutzungen, Gastronomie und neue Formen urbaner Produktion.

Kulturelle Einrichtungen sind für die städtischen Zentren besonders wichtig, weil sie helfen, die Zentren zu stärken. Sie bieten nicht kommerzielle Angebote, ermöglichen Begegnungen und Austausch und tragen so zu lebendigen und gesellschaftlich vielfältigen Zentren bei.

4. Berliner Zentren im Sinne einer klimagerechten Stadt entwickeln

Berlin muss die Veränderung seiner Zentren konsequent mit den Zielen zu Klimaschutz und Klimaanpassung verknüpfen. Die polyzentrale Struktur der „Stadt der kurzen Wege“ bietet dafür ideale Voraussetzungen. Dieses Potenzial gilt es, durch eine klimagerechte Gestaltung und Entwicklung der Zentren weiter zu stärken.

Mitentscheidend sind die öffentlichen Räume. Sie müssen steigenden Anforderungen an ihre Klimaresilienz gerecht werden und eine hohe Aufenthaltsqualität bieten. Möglich wird das durch Maßnahmen wie Begrünung, Verschattung oder ein intelligentes Regenwassermanagement. Solche Maßnahmen verbessern nicht nur das Mikroklima, sie erhöhen auch die Biodiversität. Auch die Infrastrukturen vor den Auswirkungen des Klimawandels zu schützen, gehört dazu. Gerade für hoch

verdichtete städtebauliche Strukturen gilt es, kreative Lösungen zu finden, um mehr Grün in die Zentren zu bringen – von grünen Dächern und Fassaden über Mikro-Parks bis zu temporären Interventionen.

Ein anderer Baustein der klimagerechten Zentrenentwicklung ist die nachhaltige Mobilität. Dabei geht es um eine gute Balance zwischen den Verkehrsträgern. Eine gute Erreichbarkeit der Zentren zu Fuß, mit dem Fahrrad und dem ÖPNV trägt zu einer nachhaltigen Mobilität und der Erreichung der Klimaschutzziele bei. Aspekte wie barrierefreie Gehwege, Zuwegungen und Haltestellen, die Anbindung ans Radverkehrsnetz einschließlich der Errichtung von Fahrradabstellanlagen leisten einen wichtigen Beitrag. Die gute ÖPNV-Erschließung der Berliner Zentren bietet dafür eine hervorragende Basis. Maßnahmen des Parkraummanagements ergänzen diese Ansätze: So reduzieren beispielsweise die Mehrfachnutzung oder eine Bewirtschaftung bestehender Parkraumangebote den lokalen Parkdruck und optimieren die Nutzung des einzelnen Parkplatzes. Dies ermöglicht es, den Wegfall von Parkraumflächen oder zusätzliche Bedarfe aufzufangen und Parkdruck und Suchverkehre zu reduzieren. Das Parken für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen und Parkstände für reines Kurzzeitparken zum Absetzen oder Abholen von Personen sollten hierbei mitgedacht werden.

Eine besondere Herausforderung ist es, den zunehmenden Wirtschaftsverkehr, insbesondere den Lieferverkehr, klimagerecht zu organisieren. Gerade in den Zentren braucht es dazu spezifische Logistikkonzepte zur Ver- und Entsorgung. Auch Warenlieferungen für den stationären Einzelhandel zu bündeln oder die Anlieferungen zeitlich zu regulieren, kann zur Entlastung beitragen. Um praxistaugliche Lösungen zu entwickeln, die sowohl den Klimaschutzzielen als auch wirtschaftlichen Anforderungen gerecht werden, ist es wichtig, diese Lösungen eng mit den Gewerbetreibenden vor Ort zu entwickeln.

Die Transformation der Zentren verlangt, von Fall zu Fall zwischen unterschiedlichen Zielen abzuwägen und zu entscheiden. In jedem Fall aber muss es darum gehen, die Zentren klimagerecht und lebendig zu gestalten und sie allen zugänglich zu machen. Neben baulich-räumlichen Maßnahmen können dazu auch Nutzungskonzepte beitragen, die klimafreundliches Verhalten unterstützen und Zentren zu Vorreitern der klimagerechten Stadt machen. Das reicht von einer Bibliothek der Dinge mit einem Geräteverleih über Reparaturcafés bis zu Systemen einer lokalen Kreislaufwirtschaft.

5. Nahversorgung als Kern lebendiger Quartiere sichern

Für die Lebensqualität in Berlin ist eine wohnortnahe Grundversorgung essenziell. In einer Zeit, in der sich Handelsstrukturen und Demografie grundlegend wandeln, muss die Nahversorgung als multifunktionale Struktur gesichert werden: als Versorgungsstruktur, die neben dem Einkauf auch soziale und gesundheitliche Bedürfnisse erfüllt.

Berlin bietet dafür mit seiner klimaschonenden Siedlungsstruktur, den dicht bebauten Wohnquartieren, seinem dichten Schienennetz und dem hohen Anteil nachhaltiger Mobilität an den Versorgungswegen beste Voraussetzungen. Sie zu nutzen steht auch im Einklang mit dem StEP Mobilität und Verkehr. Im Sinne

der generationenübergreifenden und gesamtgesellschaftlichen Inklusion sind kurze Wege und eine barrierearme Zugänglichkeit von großer Bedeutung.

Die Herausforderungen liegen dabei weniger in der planerischen Zielsetzung als vielmehr in der praktischen Umsetzung. Immer wieder stehen unternehmerische Wünsche einer ausgewogenen Versorgungsstruktur entgegen. Dazu zählen zum Beispiel Anforderungen an die Verkaufsflächen, die Flächen des ruhenden Verkehrs und die eingeschossige Nutzung von Grundstücken. Hier sind bereits bewährte und neue Konzepte von Immobilien- und Handelsunternehmen, Eigentümerinnen und Eigentümern gefragt, um im Stadtgebiet und auch in den neuen Quartieren eine räumlich (Standort) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Struktur zur Grundversorgung zu sichern. Maßgeblich für den Erfolg dieses städtebaulichen Anliegens ist es, die Steuerungsgrundsätze des StEP Zentren anzuwenden, die bewährten planungsrechtlichen Instrumente zu nutzen und so eine Nahversorgung der kurzen Wege zu sichern.

6. Standorte für Fachmärkte zukunftsfähig und zentrenverträglich entwickeln

Neuansiedlungen von Einzelhandel – ob mit zentrenrelevantem oder nicht zentrenrelevantem Sortiment – gilt es weiter konsequent in die Zentren zu lenken. Die aktuellen Leerstände in den Zentren eröffnen die Chance, selbst nicht zentrenrelevante Angebote in zentralen Lagen zu integrieren. Innovative Formate wie Möbelplanungsstudios, kompakte Baumärkte oder spezialisierte Einrichtungsgeschäfte haben sich in einigen Zentren Berlins bereits etabliert. Solche zentrenverträgliche Konzepte gilt es weiter auszubauen, da sie von der Nähe zu Wohngebieten, der guten Erreichbarkeit der Zentren und Synergien mit deren anderen Nutzungen profitieren.

Für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, die einen ausgesprochen hohen Flächenbedarf haben oder sich nicht in bestehende Zentren integrieren lassen, stehen als Standorte weiterhin die ausgewiesenen Fachmarkttagglomerationen (FMA) und Fachmarktstandorte (FMS) zur Verfügung. Auch sie müssen sich veränderten Anforderungen an Flächeneffizienz und Nachhaltigkeit stellen. Dabei bedarf es einer differenzierten Strategie zur Weiterentwicklung, die eine neue Konkurrenz zulasten der Zentren vermeidet. Wo Lage und Erschließung es zulassen, sollten zentrenverträglich gemischt genutzte Objekte oder auch Quartiere entstehen – etwa durch die Ansiedlung von Büros, Handwerk, Dienstleistungen und (vor allem in den oberen Geschossen) auch Wohnungen.

Um die Zentren zu schützen, bleibt es unabdingbar, zentrenrelevante Randsortimente an Fachmarktstandorten strikt zu begrenzen. Zentrenrelevanter Einzelhandel soll weiterhin nur in den Zentren ermöglicht werden. Neue Fachmärkte außerhalb ausgewiesener Fachmarktstandorte oder außerhalb von Zentren einzurichten, soll vermieden werden – aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen und um die Fragmentierung der Einzelhandelslandschaft aufzuhalten.

7. Flächeneffizienz und Nutzungsmischung forcieren, um die Zentren zu stärken

Für eine Metropole, die wächst und zugleich vor den Herausforderungen von Klimawandel und demografischem Wandel steht, ist es entscheidend, sparsam und durchdacht mit der knappen Ressource Boden umzugehen. Dabei geht es – auch angesichts vielerorts sehr hoher Bodenpreise – um Qualität: Statt einem Wachstum in der Fläche braucht es eine qualitätsvolle Verdichtung und mehrfache Innenentwicklung und damit ein neues Augenmerk auf Flächeneffizienz und Nutzungsmischung. Das setzt geeignete Transformationsstrategien für unterschiedliche Handels- und Gebäudetypen voraus.

Diese Strategien müssen die veränderten Konsumgewohnheiten und neue Anforderungen an Handelsimmobilien berücksichtigen. Statt monofunktionalen Einkaufsadressen sind in den Zentren heute gemischt genutzte Immobilien gefragt. In ihrem Erdgeschoss sollen Flächen für den Einzelhandel liegen, die sich flexibel nutzen lassen und mit weiteren Nutzungen kombiniert sind: Dienstleistungen, Kultur, Bildung, Handwerk und – in den oberen Geschossen – auch Wohnen und Büros. Solche neuen Kombinationen können als Zwischennutzungen getestet werden. Dabei gilt es, die zentrale Lage dieser Schlüsselimmobilien zu nutzen, um die Zentren durch höhere Besuchsfrequenz zu stärken. Um die Raumpotenziale flexibel einsetzen zu können, sind tragfähige Kooperationen mit den Akteurinnen und Akteuren vor Ort unerlässlich. Neue Nutzungen erhöhen die Funktionsvielfalt. Das hilft, die Zentren resilient zu machen und besser für die Zukunft aufzustellen.

Eingeschossige Lebensmittelmärkte und Fachmärkte mit ihren ausgedehnten Parkplätzen sind ein Beispiel für eine ineffiziente Flächennutzung und selbst außerhalb der Zentren nicht mehr zeitgemäß. Sie müssen baulich verdichtet und mit anderen geeigneten Nutzungen ergänzt werden, um ihre Flächeneffizienz deutlich zu erhöhen.

Um diese Leitlinie umzusetzen, wirken die planenden Verwaltungen in den Bezirken auf eine effiziente Baulandnutzung hin und stimmen sich dazu eng und früh mit den Handelsunternehmen und der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft ab. Die Senatsverwaltungen unterstützen sie dabei.

8. Investitions- und Planungssicherheit unterstützen

Der StEP Zentren 2040 liefert die Grundlagen und Orientierungswerte, um die Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in Berlin zu beurteilen. Seine Ziele, Leitlinien und Steuerungsgrundsätze konsequent umzusetzen, schafft Planungs- und Investitionssicherheit für alle, die investieren oder Einzelhandel als Projekt entwickeln und betreiben wollen.

Jede Investition ist von Rahmenbedingungen abhängig, die die öffentliche Hand mitgestaltet. Wenn für alle dieselben stadtplanerischen Kriterien zur Standortentwicklung gelten und diese Kriterien für alle transparent sind, erhöht das für alle die Planungssicherheit. Gleichwohl bleibt in einem Wirtschaftssystem, das auf Wettbewerb basiert, jede Investition ein unternehmerisches Risiko. Wenn dieser Stadtentwicklungsplan das Ziel verfolgt, die Zentren und die wohnungsnahе Grundversorgung zu

schützen, so tut er das nur im Sinne des geltenden und durch die Rechtsprechung bestätigten Städtebau- und Raumordnungsrechts. Es geht um eine verhältnismäßige und nicht diskriminierende Steuerung, die dem Allgemeinwohl verpflichtet und städtebaulich begründbar ist, aber keinesfalls auf einen Ausschluss vom Wettbewerb zielt.

Damit schafft der StEP Zentren 2040 auch Entscheidungssicherheit für städtebaulich sinnvolle und erwünschte Investitionen – zum Beispiel in Revitalisierung, Modernisierung oder Gebäudesanierung. Solche Investitionen brauchen einen verlässlichen Rahmen; Planungen, die dem zuwiderlaufen, führen nicht zum Ziel.

9. Aktives Transformationsmanagement und Kooperation befördern

Der Strukturwandel im Einzelhandel hat eine Dimension erreicht, die die Zentren grundlegend verändert. Leer stehende Warenhäuser und Geschäfte oder Leerstand in Shopping-Centern sind kein vorübergehendes Phänomen mehr, sondern zeigen, wie tief dieser Wandel geht. Megatrends wie Onlinehandel, Klimawandel und Verkehrswende verändern die städtischen Zentren. Ihre Transformation kann deshalb nur gelingen, wenn alle relevanten Akteurinnen und Akteure intensiv zusammenarbeiten: öffentliche Stellen, Grundeigentümerinnen und -eigentümer, Immobilienwirtschaft und Stadtgesellschaft. Die immer komplexeren Herausforderungen machen ein aktives Management und neue Formen der Zusammenarbeit unumgänglich.

Einzelhändlerinnen und Einzelhändler, andere Gewerbetreibende und Grundeigentümerinnen und -eigentümer treiben die Umgestaltung maßgeblich voran. Sie gestalten zeitgemäße und attraktive Ladenlokale und Erdgeschosszonen und reagieren schnell auf neue Herausforderungen. Zudem forcieren sie die Digitalisierung – unter anderem durch eine hohe Onlinepräsenz ihrer stationären Angebote. Das führt nicht selten zu einem zweiten wirtschaftlichen Standbein im virtuellen Raum.

Unverzichtbar ist die Zusammenarbeit mit den Handelsunternehmen und der Immobilienwirtschaft. Deren zunehmende Institutionalisierung erschwert jedoch die direkte Kommunikation und Abstimmung vor Ort: Immer mehr Eigentümerinnen und Eigentümer sind überregional aufgestellt, immer weniger lokal verankert.

Eine Lösung versprechen neue Formate der Zusammenarbeit von Immobilienunternehmen, Stadtgesellschaft und öffentlicher Hand. Business Improvement Districts (BIDs) und freiwillige Standortgemeinschaften können Instrumente sein, um lokale Entwicklungsstrategien gemeinsam umzusetzen. Der StEP Zentren unterstützt solche neuen Kooperationsformen und liefert den strategischen Rahmen für ihre Arbeit. Dies unterstützt stabile Kooperationen für die langfristige Zentrenentwicklung.

Nicht nur großflächige Einzelhandelsvorhaben verlangen, dass sich die beteiligten Verwaltungen auf allen Ebenen eng abstimmen. Eine solche Abstimmung ist immer öfter auch bei der Transformation einzelner Handelsimmobilien und zur weiteren Entwicklung des einzelnen Zentrums vonnöten. Ein frühzeitiges

Scoping, das alle dazugehörigen Stellen einbindet, sollte deshalb zum Standard werden. Vorhaben, die sich auf das Umland auswirken, müssen zudem regional abgestimmt werden – etwa im Kommunalen Nachbarschaftsforum. Zentrenentwicklung ist damit eine Querschnittsaufgabe vieler Ressorts: von Stadtentwicklung und Wirtschaft über Kultur und Soziales bis hin zu Mobilität, Verkehr und Klimaschutz.

Auch die Einbindung der Stadtgesellschaft gewinnt an Bedeutung. Kulturschaffende, soziale Initiativen und lokale Netzwerke können den Zentren wertvolle Impulse geben. Auch sie müssen deshalb früh in die Transformationsprozesse eingebunden werden. Dabei können Geschäftsstraßenmanagements eine Vermittlerrolle zwischen den verschiedenen Gruppen übernehmen.

10. Das bauplanungsrechtliche Instrumentarium konsequent anwenden

Der Einzelhandel wandelt sich tiefgreifend – und verändert so auch die von ihm geprägten Zentren. Angesichts dessen stellt die Raumentwicklungsministerkonferenz fest, dass sich der Handlungsbedarf zur aktiven Steuerung der räumlichen Auswirkungen des Onlinehandels weiter erhöht hat. Daher gilt es, die Ansiedlungen des Handels auf die stadtplanerisch gewünschten Standorte zu lenken.

Die Ziele, Leitlinien und Steuerungsgrundsätze des StEP Zentren 2040 müssen in den Bezirken umgesetzt werden, indem die Verantwortlichen dort das bauplanungsrechtliche Instrumentarium im Rahmen der Abwägung konsequent anwenden.

Dazu bedarf es einer Konkretisierung auf Bezirksebene, etwa durch eigene Zentren- und Einzelhandelskonzepte, die aufgrund ihrer Funktion als Grundlage der Bauleitplanung etwa alle fünf Jahre überprüft und bei Bedarf fortgeschrieben werden. Die verbindliche Bauleitplanung, also das Aufstellen oder Ändern von Bebauungsplänen, ist das Hauptinstrument, um den nahversorgungsrelevanten, den zentrenrelevanten und auch den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel zu steuern und so in den Zentren städtebaulich wünschenswerte Strukturen zu sichern und zu stärken.

Vor allem gilt es

- in Baugebieten außerhalb der Zentren zu prüfen, ob es dort erforderlich ist, nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen
- Einzelhandel in Gewerbegebieten auszuschließen
- bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, deren Standort außerhalb der Zentren liegt, zentrenrelevante Randsortimente konsequent zu begrenzen

Dabei müssen immer auch die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg zur zentrenorientierten Steuerung des Einzelhandels Beachtung finden.

2.2 Steuerungsgrundsätze

Der StEP Zentren 2040 kann nur dann Wirkung entfalten, wenn alle relevanten Stellen nach denselben transparenten Grundsätzen handeln und entscheiden.

Die Steuerungsgrundsätze liefern solche Regeln und bieten damit Gewerbetreibenden, Investierenden und anderen Akteurinnen und Akteuren der Zentrenentwicklung einen hohen Grad an Planungs- und Investitionssicherheit. Für die politischen Gremien Berlins, bei denen die kommunale Planungshoheit liegt, sind sie eine gesamtstädtisch maßgebende Grundlage. Zudem können sie bei Investitions- und Ansiedlungsvorhaben die Position der Bezirke festigen, solange sie in stadtentwicklungsrelevanten Fragen stringent angewendet werden.

Die Grundsätze kommen bei Neuansiedlung, Verlagerung, Erweiterung oder Nutzungsänderung von Einzelhandelsbetrieben zur Anwendung. Großhandelsbetriebe sind nur dann ausgenommen, wenn ihr Umsatz mit Endverbrauchern und Endverbraucherinnen nachweislich höchstens zehn Prozent ihres Gesamtumsatzes ausmacht. Zugang zu den Großhandelsbetrieben dürfen dementsprechend nur deren Kernzielgruppen haben.

Die Steuerungsgrundsätze sollen allen Bewertungen und Entscheidungen zugrunde gelegt werden. Sie können in den Ausführungsvorschriften des Landes (AV Zentren und Einzelhandel) und in den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten vertieft und näher erläutert werden. Neben den Steuerungsgrundsätzen sind auch die städtebaulichen und stadtgestalterischen Kriterien zu berücksichtigen, die in Kapitel 3.7 zusammengefasst sind.

Grundsatz des stadtentwicklungsplanerischen Beeinträchtigungsverbots

Kein Einzelhandelsvorhaben und keine Einzelhandelsplanung in Berlin darf sich städtebaulich negativ auf bestehende und noch zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung auswirken. Die Grundlage für eine solche Bewertung stellt insbesondere auch die Einordnung der Zentrenrelevanz von Sortimenten gemäß der Berliner Sortimentsliste dar. Um städtebaulich negative oder schädliche Auswirkungen auszuschließen, müssen geeignete Maßnahmen ergriffen werden. Einzelhandelsprojekte in Zentren sollten zu deren Stärkung beitragen. Daher gilt das Beeinträchtigungsverbot für alle betroffenen Zentren und explizit auch für das Zentrum selbst, in dem eine Einzelhandelseinrichtung geplant wird.

Steuerungsgrundsatz 1 - Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

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

(b) Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind mit Mitteln der Bauleitplanung primär in die zentralen Versorgungsbereiche Berlins zu lenken. Kleinflächige Läden mit zentrenrelevanten Kernsortimenten, die überwiegend der Gebietsversorgung dienen, können nachrangig auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ermöglicht werden, solange ihr Standort in ein Wohnquartier integriert ist.

Steuerungsgrundsatz 2 - Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

(a) Standorte für großflächige und kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (städtische Zentren und Nahversorgungszentren) vorzusehen. Dabei muss die maximale Größe des Vorhabens der Funktion des zentralen Versorgungsbereichs angemessen sein (in einem Ortsteilzentrum sind das zum Beispiel für einen Lebensmittelmarkt höchstens 2.500 Quadratmeter).

(b) Um eine wohnungsnah Grundversorgung (im Umkreis von fünf bis zehn Minuten Fußweg) zu gewährleisten, können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (außer Drogeriemärkte ab 300 Quadratmeter Verkaufsfläche, vergleiche dazu 2c) ausnahmsweise auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorgesehen werden. Voraussetzungen dafür sind:

- Der Standort ist städtebaulich in ein Wohnquartier integriert.
- Der Betrieb ist überwiegend darauf ausgerichtet, das unmittelbare Umfeld zu versorgen.
- Der Anteil der Verkaufsfläche für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente beträgt bei großflächigen Vorhaben nicht mehr als zehn Prozent der einzelbetrieblichen Gesamtverkaufsfläche.
- Eine Agglomerationsbildung, die den Steuerungsgrundsätzen des StEP Zentren 2040 zuwiderliefe, ist ausgeschlossen.
- Die Ansiedlung stimmt mit Inhalten und Zielen des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts überein, das nähere Regelungen zur Ausgestaltung der örtlichen Nahversorgung enthalten kann.

(c) Für Drogeriemärkte ab 300 Quadratmeter Verkaufsfläche kann Absatz (b) ausnahmsweise angewendet werden, wenn die dort genannten Voraussetzungen erfüllt sind und sich das Vorhaben außerdem an einem Nahversorgungsstandort mit besonderem Gewicht befindet.¹ Nahversorgungsstandorte mit besonderem Gewicht können zum Beispiel Lagen in großen oder verdichteten Wohngebieten ohne eigenes Zentrum sein. Sie sind auf der Basis transparent beschriebener

¹ Nähere Erläuterungen zu dieser Einordnung von Drogeriemärkten enthält Kapitel 3.5.

Kriterien im bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept festzulegen.² Unter Umfeld ist bei der Anwendung von Absatz (c) abweichend das Versorgungsgebiet des Nahversorgungsstandortes mit besonderem Gewicht zu verstehen.

Steuerungsgrundsatz 3 - Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen in zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden, sofern das städtebaulich und funktional verträglich ist. Andernfalls besteht die Möglichkeit, solche Vorhaben auf die definierten Fachmarkttagglomerationen und -standorte zu lenken. Zentrenrelevante Randsortimente müssen mit dem Kernsortiment sachlich zusammenhängen. Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sind diese zentrenrelevanten Randsortimente auf zehn Prozent der vorhabenbezogenen Verkaufsfläche, höchstens jedoch 2.500 Quadratmeter Verkaufsfläche zu begrenzen.

Steuerungsgrundsatz 4

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

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

Neben den Auswirkungen auf den Ist-Zustand muss dabei auch beschrieben werden, wie sich das Vorhaben auf die Erreichbarkeit stadtentwicklungsplanerischer Ziele auswirkt, die für betroffene zentrale Versorgungsbereiche und/oder Nahversorgungsstandorte verfolgt werden.

Materielle Kriterien

- Entfernung des Vorhabens von zentralen Versorgungsbereichen und/oder Nahversorgungsstandorten
- perspektivische Umsatzumverteilung gegenüber dem Bestand unter Berücksichtigung zusätzlicher Effekte aus ► **Agglomerationen** und ► **Kumulationen**
- mögliche städtebaulich-funktionale Vorschädigung eines zentralen Versorgungsbereichs oder Nahversorgungsstandorts

² In neueren bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten kommt die Standortkategorie des Nahversorgungsstandorts mit besonderem Gewicht bereits zur Anwendung.

- Betroffenheit vorhandener Magnetbetriebe (im eigenen oder einem benachbarten zentralen Versorgungsbereich oder Nahversorgungsstandort)
- zusätzliche Verkehrserzeugung
- Übereinstimmung der Planung mit übergeordneten Vorgaben insbesondere des Landesraumordnungsplans, des Flächennutzungsplans (FNP), des StEP Zentren 2040, der einschlägigen Ausführungsvorschriften, des StEP Wirtschaft 2040 und des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts (Kompatibilitätsprüfung)

Formelle Kriterien

- Vollständigkeit, Verständlichkeit, Nachvollziehbarkeit, sach- und fachgerechte Erarbeitung und Neutralität der Untersuchung
- Vergabe und Betreuung der Untersuchungsaufgabe durch Bezirksämter und Senatsverwaltungen vor allem bei strukturell relevanten Einzelhandelseinrichtungen. Dazu zählen großflächige Fachmärkte und Einkaufszentren, Vorhaben, die zu einer Überschreitung des Verkaufsflächenorientierungswerts für den aktuellen Zentrumstyp führen sowie Vorhaben, die das Zentrum räumlich erweitern.

3. Die Qualitäten planvoll entwickeln

3.1 Grundzüge des Zentrenkonzepts

Die hierarchisch gegliederte, polyzentrale Struktur Berlins hat sich bewährt. Die auf dieses Zentrensystem ausgerichtete Steuerung der Einzelhandelsentwicklung war insgesamt erfolgreich: Der überwiegende Teil der Großprojekte vergangener Jahre wurde in die Zentren integriert.

Auch unter den veränderten Rahmenbedingungen bleibt die polyzentrale Struktur Grundlage des StEP Zentren 2040. Dem entsprechenden wird die Zentrenhierarchie im Grundsatz beibehalten. Lediglich vier Zentren werden einem anderen Typ zugeordnet, um das Zentrensystem zu aktualisieren.

Vor allem der Strukturwandel im Einzelhandel, Nachwirkungen der Covid-19-Pandemie sowie eine krisenbedingte Kaufzurückhaltung machen in vielen Zentren Maßnahmen erforderlich, die ihre Transformation stützen. Der StEP Zentren 2040 stellt daher neben dem einzelhandelsbezogenen auch den städtebaulichen Handlungsbedarf in den Zentren dar.

Weil es darum geht, die städtischen Zentren durch ein vielfältiges Einzelhandelsangebot und eine attraktive Nutzungsmischung zu stärken, sind die Zentren Vorrangstandorte für die Ansiedlung jeglichen Einzelhandels. Dabei gilt es, die Einzelhandelsbetriebe städtebaulich qualitativ zu integrieren. Großflächige Betriebstypen (wie Möbel-, Bau- und Gartenmärkte), die sich nicht in die gewachsenen städtischen Zentren integrieren lassen, sollen an geeignete Fachmarktstandorte gelenkt werden. Der StEP Zentren 2040 führt damit die Doppelstrategie seiner Vorgänger fort:

- vorhandene Flächenpotenziale in den Zentren nutzen (zentrale Versorgungsbereiche)
- für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, die sich nicht in ein Zentrum integrieren lassen, Komplementärstandorte darstellen

Der Anspruch, in den Zentren aber auch an dezentralen Standorten qualitativ hochwertigen Städtebau zu schaffen, bleibt bestehen.

3.2 Das Zentrenkonzept: abgestufte Zentrumstypen

Um die polyzentrale Struktur Berlins zu erhalten und die Zentren zu stärken, sollen Einzelhandelsansiedlungen - auch die von Fachmärkten - wo immer möglich in die städtischen Zentren gelenkt werden. Ein Verkaufsflächenzuwachs soll sich dabei an der hierarchischen Aufgabenteilung der Zentren orientieren.

Um diesen Ansatz zu operationalisieren, wurde das Zentrenkonzept des StEP Zentren 2030 überprüft und fortgeschrieben. Eine quantitative Analyse aller Zentren und eine qualitative Bewertung lieferten ein Bild der aktuellen Situation von Städtebau und Einzelhandel in den Zentren. Die Kriterien dafür entsprachen denen im StEP Zentren 2030 (wie Versorgungsfunktion, Nahversorgung, Verkaufsfläche, ÖPNV-Anbindung). Auch Aussagen aus den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten wurden berücksichtigt.

Abbildung 04 (Tabelle Zentrumstypen) liefert den Rahmen, um die Zentren hierarchisch zu systematisieren. Die Tabelle zeigt die idealtypischen Ausstattungsqualitäten der fünf Zentrumstypen. Dieses System reicht in absteigender Hierarchie von den Kernen der Zentrumsbereiche über Hauptzentren, Stadtteilzentren und Ortsteilzentren bis zu den Nahversorgungszentren. Die Nahversorgungszentren bleiben – wie es auch die AV Zentren und Einzelhandel vorsieht – der bezirklichen Planung vorbehalten. Sie sind deshalb in Abbildung 05 (Zentrenhierarchie) nicht dargestellt. Aufgrund des Strukturwandels im Handel und des sich verändernden Nachfrageverhaltens wurden die Orientierungswerte für die Leitsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung geringfügig an aktuell realistischere Angebotswerte angepasst. Die Tabelle ist – neben den Steuerungsgrundsätzen des Kapitels 2.2 – auch zugrunde zu legen, wenn die Zentrenverträglichkeit und Kongruenz³ von Einzelhandelsvorhaben zu prüfen ist.

04 | Zentrumstypen

	Zentrumsbereichskern	Hauptzentrum	Stadtteilzentrum	Ortsteilzentrum	Nahversorgungszentrum
Versorgungsfunktion	Berlin und Region, international	Bezirk und angrenzende Bereiche	Bezirk oder Stadtteil	Ortsteil/ Wohngebiet	Quartier/ Wohngebiet
Öffentliche Einrichtungen	Regierungseinrichtungen, Behörden, Wirtschaftsverbände, Hochschulen, Bildungseinrichtungen	Bezirksrathaus, Wirtschaftsverbände, Bildungseinrichtungen	Bezirksrathaus, Krankenhaus, Bildungseinrichtungen	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen
Kulturelles Angebot	Theater, Konzertsäle, Kongresszentren, Museen, Bibliotheken	Kleinkunsthöfen, Bibliothek, Theater, Konzertsaal, Museum	Kleinkunsthöfen, Veranstaltungsräume, Bibliothek, Museum	kaum vorhanden	kaum vorhanden

³ Übereinstimmung der Versorgungsfunktion eines Vorhabens mit derjenigen des Zentrums, in dem das Vorhaben geplant wird.

Dienstleistungsangebot	repräsentative Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Anwaltskanzleien etc.	Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Anwaltskanzleien etc.	mehrere Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Anwaltskanzleien etc.	Grundausrüstung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen und einzelhandelsnahen Dienstleistungen	Minimalausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen, ergänzendes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistungen
Gastronomie	viele Hotels, Hostels, Restaurants, Cafés, Bistros	Hotels, Hostels, Restaurants, Cafés, Bistros	Restaurants, Cafés, Bistros	Restaurant, ergänzendes Angebot	ergänzendes Angebot
Branchenmix Einzelhandel	vollständiger zentrenrelevanter Branchenmix	vollständiger zentrenrelevanter Branchenmix	zentrenrelevanter Branchenmix	überwiegend Nahversorgung	oft nur Nahversorgung
Anteil Nahrungs- und Genussmittel	unter 15 %	unter 30 %	25 bis 40 %	30 bis 70 %	60 bis 90 %
Anteil Bekleidung	über 40 %	30 bis 40 %	15 bis 30 %	10 bis 30 %	unter 20 %
Luxusgüterangebot	hoch	vorhanden			
Vertriebsformen im Einzelhandel	alle Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachgeschäfte, Filialunternehmen	alle Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachgeschäfte, Filialunternehmen	Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>eventuell:</i> Einkaufszentren, Einkaufspassagen, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte, Fachgeschäfte, Filialunternehmen	Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> großflächige Lebensmittelmärkte, kleinere Fachgeschäfte	Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels <i>darunter:</i> großflächige Lebensmittelmärkte, kleinere Fachgeschäfte
Angebotsqualität	differenziertes Angebotsniveau, Angebot für verschiedene Zielgruppen	differenziertes Angebotsniveau, Angebot für verschiedene Zielgruppen	niedriges und mittleres Angebotsniveau	überwiegend niedriges und mittleres Angebotsniveau, geringe Sortimentstiefe, Sortimentlücken	deutlich nahversorgungsorientiert, Sortimentlücken
Städtebauliche Situation	konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente, Identifikationspunkte, Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder, klimaangepasste Gestaltung				

Aufenthalts-qualität	großzügige, gut gestaltete Flanier- und Platzbereiche mit hoher Anziehungskraft, hohe Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gut gestaltete Straßenräume und Platzbereiche mit hoher Anziehungskraft, hohe Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gestaltete Straßenräume und eventuell Platzbereiche, durchschnittliche bis hohe Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gestaltete Straßenräume und eventuell Platzbereiche, durchschnittliche Verweildauer von Passanten und Passantinnen	gestaltete Straßenräume und eventuell Platzbereiche
Einbindung ins Straßennetz	zentrale Lage im Hauptstraßennetz	zentrale Lage im Hauptstraßennetz	Lage an bedeutenden Hauptverkehrsstraßen oder doch über solche gut erreichbar	Lage teils abseits der Hauptverkehrsstraßen, aber an Erschließungsachsen der Wohngebiete	gut erreichbar, ggf. über Wohnsammelstraßen
Öffentliche Verkehrsmittel	überregionaler Bahnanschluss, S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn, alternative Mobilitätsangebote (Sharing)	S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn, Buslinien, ggf. regionaler Bahnanschluss, alternative Mobilitätsangebote (Sharing)	S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn, Buslinien, alternative Mobilitätsangebote (Sharing)	teils alternativ Anschluss S-Bahn, U-Bahn, Straßenbahn oder Buslinien, alternative Mobilitätsangebote (Sharing)	teils nur mit dem Bus erreichbar, teils Anschluss an S-Bahn, U-Bahn oder Straßenbahn
Orientierungswert Verkaufsflächenausstattung	über 100.000 m ²	50.000 m ² bis 100.000 m ²	10.000 m ² bis 50.000 m ²	5.000 m ² bis 10.000 m ²	bis 5.000 m ²

Quelle: SenStadt Berlin

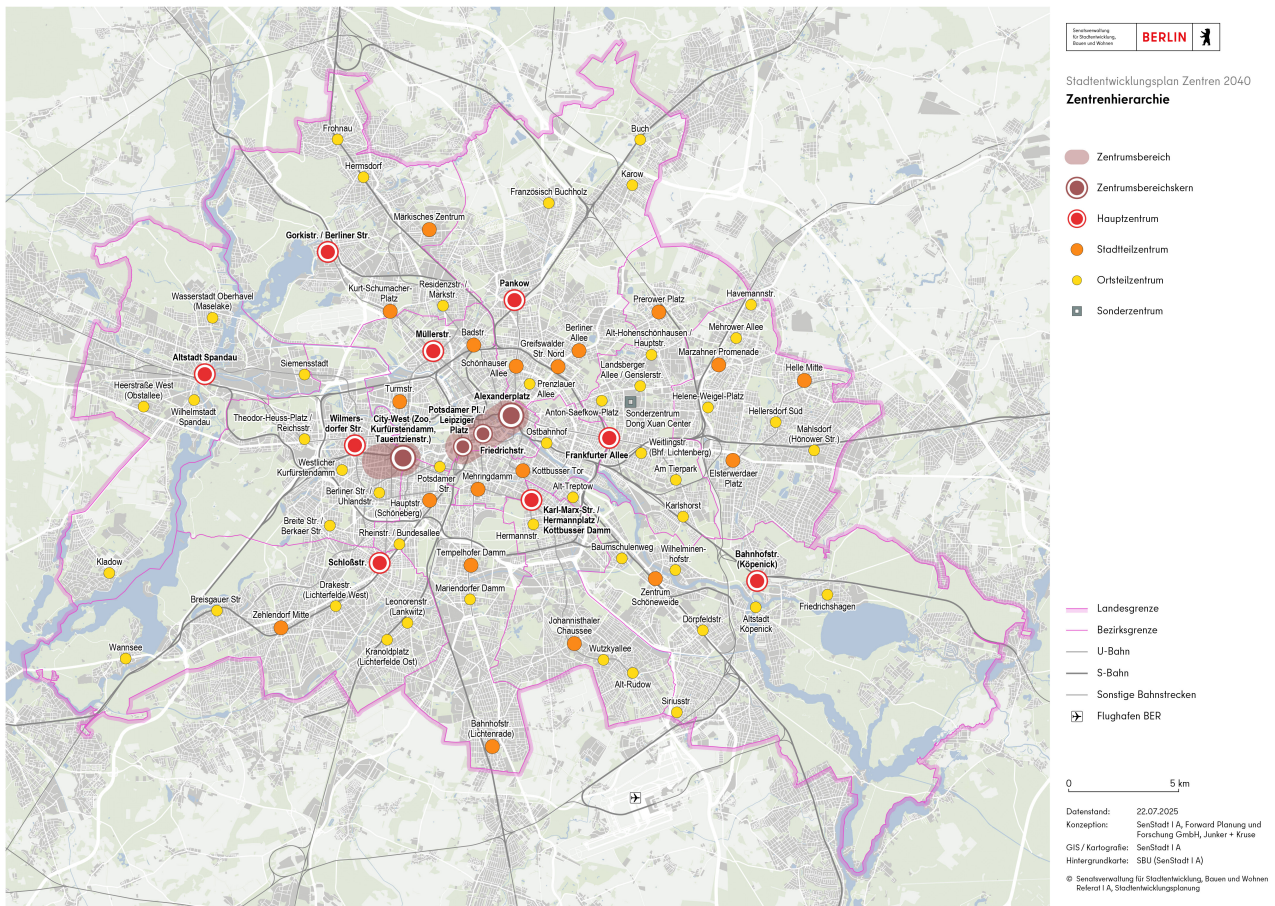
Welche Veränderungen ergeben sich in der Zentrenhierarchie?

- Der bisherige Zentrumsbereichskern City West (Wilmerdorfer Straße) ist nun als Hauptzentrum ausgewiesen. Das Zentrum ist in seiner Angebotsvielfalt und -struktur funktional stark. Es besteht eine ausgeprägte Nutzungsmischung, und es gibt eine Fußgängerzone mit hoher, allerdings noch ausbaufähiger Aufenthaltsqualität. Die Angebote und die Versorgungsbedeutung sind primär auf den Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf ausgerichtet. Ergänzend sorgt die sehr gute ÖPNV-Anbindung für ein Einzugsgebiet, das über den Bezirk hinausreicht. Die neue Einstufung resultiert vor allem aus der Gegenüberstellung mit anderen Zentrumsbereichskernen Berlins, deren Einzelhandelsangebote und/oder touristische Bedeutung deutlich größer sind, und die dadurch eine überörtliche Ausstrahlung erreichen.
- Das Stadtteilzentrum Westlicher Kurfürstendamm zwischen S-Bahnstation Halensee und Adenauerplatz wird nun als Ortsteilzentrum eingestuft. Das Zentrum hat eine erhebliche Ausdehnung. Der funktionale Zusammenhang seiner beiden Teilbereiche Westlicher Kurfürstendamm und Westfälische Straße ist schwach – nicht zuletzt aufgrund der geringen Dichte des Einzelhandels und anderer zentrentypischer Nutzungen. Die Verkaufsfläche ist im Vergleich zu anderen Stadtteilzentren eher gering. Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots

ist die Nahversorgung, ergänzt um zentrenrelevante, teils auch hochpreisige Angebote. Künftig ist auf eine räumlich kompakte Definition des zentralen Versorgungsbereichs zu setzen. Grund der Neueinstufung des Zentrums ist auch seine Versorgungsfunktion für ein relativ kleines Gebiet.

- Das bisherige Ortsteilzentrum Hildburghäuser Straße im Bezirk Tempelhof-Schöneberg wird nicht mehr als solches eingestuft. Lebensmittelmärkte bilden in dem langgestreckten Bereich einzelne Standorte, die kaum von anderen zentrentypischen Nutzungen flankiert werden. Entsprechend gering sind die Nutzungsdichte und das Angebot ergänzender Nutzungen wie Dienstleistungen oder Gastronomie. Der Bereich erfüllt damit weder die städtebaulichen, noch die funktionalen Kriterien eines städtischen Zentrums. Im bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept Tempelhof-Schöneberg kann der Bereich alternativ als Standort mit primärer Nahversorgungsfunktion eingeordnet werden.
- Das Ortsteilzentrum Mahlsdorf-Süd im Bezirk Marzahn-Hellersdorf wird nicht mehr als solches eingestuft. Das Nahversorgungsangebot ist gering. Auch erfüllt der Standortbereich nicht die städtebaulichen und funktionalen Kriterien eines städtischen Zentrums (Zentrenkulisse des StEP Zentren) und kann keine Versorgungsfunktion entwickeln, die nennenswert über den Nahbereich hinausreicht. Aufgrund der städtebaulichen Situation und des hohen Wohnanteils lässt es sich nur sehr begrenzt ausbauen. Da die AV Zentren und Einzelhandel den Bezirken die Zuständigkeit übertragen hat, die Nahversorgung zu sichern, kann das Bezirksamt bei der Fortschreibung des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzeptes nähere Empfehlungen zur künftigen nahversorgungsbezogenen Standortfunktion aussprechen.
- Ein Sonderzentrum wird mit dem Dong Xuan Center an der Lichtenberger Herzbergstraße ausgewiesen. Das Zentrum mit seiner Nutzungsmischung aus Handel, Dienstleistungen, Gastronomie und Kultur ist einzigartig in der Stadt. Seine besondere Prägung resultiert aus einer marktähnlichen, kleinteiligen Struktur mit oftmals südostasiatisch geprägten, inhabergeführten Läden und anderen Branchen. Es ist städtebauliches Ziel, das Zentrum in seinem Bestand planungsrechtlich zu sichern. Die angrenzenden Gewerbeflächen sind im StEP Wirtschaft 2040 als Entwicklungsgebiet für den produktionsgeprägten Bereich (EpB) dargestellt; sie dienen daher ausschließlich den produktionsgeprägten Unternehmen und sind nicht für Einzelhandelsnutzungen vorgesehen (vgl. Kap. 4.3 des StEP Wirtschaft 2040).
- Im Stadtteilzentrum Kaiser-Wilhelm-Platz/Hauptstraße (Schöneberg) wurde der namensgebende Platz umbenannt. Im StEP Zentren 2040 wird dieses Zentrum daher ebenfalls neu bezeichnet: Stadtteilzentrum Hauptstraße Schöneberg.

05 | Zentrenhierarchie



Quelle: SenStadt Berlin

3.3 Das Fachmarktkonzept: dezentrale Komplementärstandorte

Ein eigenständiges Angebotsformat des Einzelhandels sind die oft großflächigen ► **Fachmärkte** mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Dazu zählen vor allem Baumärkte, Gartenmärkte und Möbelhäuser. Bereits die früheren Fassungen des Stadtentwicklungsplans Zentren sahen vor, dass sich diese großen Märkte an Komplementärstandorten ansiedeln können, wenn sie sich nicht in die Zentren integrieren lassen. Diese Komplementärstandorte sind die sogenannten Fachmarkttagglomerationen und die Fachmarktstandorte, die dem Prinzip der dezentralen Konzentration folgen (zur Definition siehe Kapitel 3.3.2).

Komplementärstandorte müssen sich stadtverträglich in die Siedlungsstruktur einfügen und nach Art und Umfang so gestaltet sein, dass sie die Funktionsfähigkeit vorhandener Zentren nicht infrage stellen. Wie die Zentren sollen sie möglichst städtebaulich integriert und architektonisch qualitativ ausgeführt sein. Zugleich sind Fachmarkttagglomerationen und -standorte sowohl aus Sicht der Unternehmen als auch aus Sicht der Kundschaft nachgefragte Lagen, weil sie als gemeinsam genutzte Standorte bekannter sind damit größere Einzugsbereiche generieren können, und weil sich dort Einkäufe koppeln lassen. Der StEP Zentren 2040 führt die bewährten Kriterien für die Ausweisung geeigneter Fachmarkttagglomerationen

und -standorte fort, die bereits im Berliner Fachmarktkonzept 2013 ausgearbeitet worden waren und auch im StEP Zentren 2030 enthalten waren. Diese Kriterien werden in Kapitel 3.3.4 näher erläutert.

Dass immer mehr Flächen in den Berliner Zentren verfügbar sind und sich auch die Wünsche der Unternehmen ändern, eröffnet die Chance, Fachmärkte mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten häufiger als bisher in Zentren anzusiedeln (mehr zu diesen Trends in Kapitel 3.3.1). Das kann in einigen Zentren helfen, Leerstand abzubauen, die Publikumsfrequenz zu erhöhen und das Zentrum so zu stärken. Dadurch werden wiederum an manchen dezentralen Standorten Fachmarktflächen frei (oder brauchen gar nicht erst für Fachmärkte reserviert werden). Diese Flächen bergen Potenzial für andere Nutzungsarten wie das Wohnen, soziale Infrastruktur oder Gewerbe und Industrie.

Aus Sicht der Stadtentwicklungsplanung eignen sich Fachmarktagglomerationen und -standorte für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment, wenn diese Bereiche ...

- dazu beitragen, eine differenzierte Versorgung der Bevölkerung in verdichteten Wohngebieten oder in deren Nähe zu sichern
- auch mit dem Umweltverbund (also zu Fuß, mit dem Fahrrad oder den öffentlichen Verkehrsmitteln) gut erreichbar sind und damit die Verkehrszunahme verträglich abwickelbar ist, die in der Regel mit solchen Ansiedlungen einhergeht
- durch räumliche Konzentration die Umweltbelastung insgesamt reduzieren

Fachmärkte finden sich damit in Berlin zum einen in den städtischen Zentren, zum anderen in den Fachmarktagglomerationen und Fachmarktstandorten, die für das Versorgungsnetz ebenso wichtig sind. In den Zentren handelt es sich dabei vor allem um Möbel- und Einrichtungsläden, in Einzelfällen auch um Baumärkte und Spezialfachmärkte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Die Analyse zeigt, dass dank dieses Systems keine nennenswerten Lücken in der wohnungsnahen Versorgung mit Waren der Möbel-, Bau- und Gartensortimente bestehen.

Die räumliche Verfügbarkeit des Angebots führt demnach - für sich genommen - nicht zu stadtplanerischem Handlungsbedarf. Da jedoch großflächige Fachmarktstandorte gesamtstädtisch und teils regional bedeutsam sind, und es übergeordnetes Ziel bleibt, die städtischen Zentren zu sichern und zu stärken, ist es weiterhin erforderlich, Fachmarktplanungen räumlich-funktional zu steuern. Deshalb widmen sich die Steuerungsgrundsätze im StEP Zentren 2040 auch der Fachmarktplanung.

3.3.1 Trends in den Fachmarktbranchen

Bundesweit wandeln sich die Betriebsformen im Einzelhandel. Die Expansion des Fachmarktsektors stagniert; nur noch selten werden große neue Standorte eröffnet. In Berlin haben sich die Handelsnutzungen in einigen Fachmarktagglomerationen sogar verringert, weil Handelsunternehmen

angesichts des intensiven Wettbewerbs ihr Filialnetz verkleinern. Zudem erproben Unternehmen des Möbel- und Baumarktbereichs neue Betriebskonzepte, die in den städtischen Zentren angesiedelt werden.

Die Entwicklung im Bereich der Fachmärkte mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten bestimmen folgende Trends und Faktoren:

Trends auf der Angebotsseite

■ **dynamischer Wettbewerb und Marktsättigung**

Die Konkurrenzsituation ist angespannt. Vor allem kleinere und/oder nicht filialisierte Betriebe sind von Verdrängung betroffen, da sich der nationale und europäische Anbieterwettbewerb im Möbel- und im Baumarktsektor dynamisch entwickelt - zuletzt etwa mit der Übernahme von Möbel Porta und Boss durch das Unternehmen XXXLutz, zu dem bereits Mömax und Poco gehören. Zugleich haben in den vergangenen Jahren Neuansiedlungen in Berlin und im Umland zu einer weitgehenden Marktsättigung geführt. In dieser Situation ist der Wille zu expandieren gering. Wo sich Fachmärkte zurückziehen, werden Flächen frei, die für andere Nutzungen und damit für die Berliner Stadtentwicklung genutzt werden können.

■ **zunehmende Nachfrage nach Zentrenstandorten**

Sehr große Neubauten sind nur noch vereinzelt in Planung - beispielsweise in der Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow. Dagegen eröffnen Einrichtungsläden und Baumärkte kleinerer Größe in städtischen Zentren. Sie sollen die Kundennähe verbessern und das Angebotsnetz verdichten. Auch mehrgeschossige nutzungsgemischte Immobilien und leer stehende Flächen von Warenhäusern und Einkaufszentren rücken dabei in den Fokus der Anmietung, zumal, wenn sie über Parkdecks für die Kundschaft und geeignete Anlieferzonen verfügen. Für die gewachsenen Zentren eröffnet das eine weitere Option, den Leerstand zu verringern und das Zentrum zu stabilisieren.

■ **Ausdehnung zentrenrelevanter Randsortimente**

In Bau- und Gartenfachmärkten, insbesondere aber in Möbelfachmärkten haben zentrenrelevante Randsortimente für die Betriebe nach wie vor große wirtschaftliche Bedeutung. Die Randsortimente werden dabei umfangreicher und ausdifferenzierter, also auf immer mehr Sortimentsgruppen ausgeweitet. Diese Entwicklungen resultieren einerseits aus dem Wunsch der Betriebe, sich über ihre Randsortimente vom Wettbewerb abzugrenzen. Andererseits tragen gerade die zentrenrelevanten Randsortimente bezogen auf ihre Fläche überproportional zum Umsatz bei. Wenn zentrenrelevante Randsortimente an Standorten außerhalb der gewachsenen Zentren angeboten werden, erschwert das die Aufgabe, die Berliner Zentren zu stabilisieren.

■ **Verbundstandorte**

Um Synergien nutzen zu können und die Kundschaftsfrequenz zu erhöhen, wünschen sich viele Fachmarktbetriebe Verbundstandorte oder Agglomerationen. Solche Konzentrationen von Fachmärkten sind aus Sicht der Stadtentwicklung im Grundsatz zu befürworten – sofern sie auf Einrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten beschränkt bleiben. Allerdings gehen mit großen Verbundstandorten hohe Flächenansprüche einher, die besser als bisher minimiert werden sollten – zum Beispiel durch Stapelung.

■ **multimedialer Einkauf**

Onlineshops von Möbelhäusern und Baumärkten gewinnen als zusätzlicher Absatzweg an Bedeutung. Als Reaktion auf die Covid-19-Pandemie haben Anbieterinnen und Anbieter der Bau- und Möbelmarktbranche onlinegestützte Vertriebskonzepte entwickelt. Dazu zählen Abholstationen für bestellte Waren (Click & Collect) oder die inzwischen etablierte Lieferung großer Artikel. Gerade der Lieferservice erlaubt es Fachmärkten, vermehrt wieder Standorte in integrierten Lagen zu besetzen, die auch Nachfragegruppen ohne eigenen Pkw gut erreichen können.

Trends auf der Nachfrageseite

■ **Ausdifferenzierung der Zielgruppen und Einkaufsanlässe**

Die Verbraucher und Verbraucherinnen entscheiden zwischen Versorgungs- und Erlebniseinkäufen. Beim Erlebniseinkauf zählen Qualität, Status und Atmosphäre, beim Versorgungseinkauf dagegen Preis und schnelle Erreichbarkeit. Die letztgenannte Art des Einkaufs bedienen typischerweise Fachmärkte. Zugleich bietet Berlin im Bereich der Wohnungseinrichtung eine ausreichende Nachfrage für spezialisierte Läden, die eine hohe Umfeldqualität erwarten und Standorte in attraktiven Geschäftsstraßen bevorzugen.

■ **wachsende Stadtbevölkerung**

Für Berlin wird (mit kleinräumigen Unterschieden) weiter ein Bevölkerungswachstum prognostiziert. Dabei werden die Menschen insgesamt älter. Da das Wachstum zu mehr Arbeitsplätzen führt, erhöht sich auch die Kaufkraft in Berlin.

■ **geringe Motorisierungsrate in Berlin**

Aspekte der Erreichbarkeit ohne Pkw und Aspekte der wohnungsnahen Versorgung dürfen auch bei Fachmarktstandorten nicht vernachlässigt werden. 46 Prozent der Berliner Haushalte steht kein Pkw zur Verfügung. Diese Zahl macht deutlich, warum die sehr gut zu Fuß, per Rad und mit dem öffentlichen Nahverkehr erreichbaren Zentren Berlins auch für Fachmärkte immer interessanter werden: Hier erreichen sie eine größere Zielgruppe als an dezentralen, primär autoorientierten Standorten.

■ **Onlinehandel und Onlinepräsentation**

Die mittlerweile äußerst professionellen Onlineangebote haben die Kaufmuster verändert. Verbraucherinnen und Verbraucher schätzen neben der online angebotenen Warenvielfalt auch die Möglichkeit, Produkte vor dem Kauf virtuell in Abbildungen der eigenen Wohnung zu begutachten. Zudem ist es bequem, die Warenverfügbarkeit online zu prüfen, direkt zu bestellen und sich die Ware liefern zu lassen.

■ **Nachfrage nach Nachhaltigkeit**

Das Umweltbewusstsein steigt - und mit ihm die Nachfrage nach nachhaltig produzierten und umweltfreundlichen Produkten. Gerade Möbelmärkte stehen dadurch nicht nur mit dem Onlinehandel, sondern auch mit Upcyclingangeboten und Secondhandläden im Wettbewerb. Der Baumarktsektor profitiert von der anhaltenden Beliebtheit des Do-it-yourself-Prinzips, und der Gartenmarktsektor von der neuen Lust am Gärtnern. Urbane Trends wie Hochbeete in privaten Gärten oder das Gärtnern auf Balkonen und Dächern sind auch in Berlin relevant.

3.3.2 Das räumlich-funktionale Konzept für Fachmarktansiedlungen

Fachmärkte als Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen in Berlin vorrangig an folgenden Standorten angesiedelt oder ausgebaut werden:

1. in den städtischen Zentren
2. in ausgewiesenen Fachmarkttagglomerationen
3. an übergeordneten oder bezirklichen Fachmarktstandorten

Erste Priorität genießt die Ansiedlung oder Erweiterung von Fachmärkten in den städtischen Zentren. Möbel- und Einrichtungsmärkte, die sich - etwa auf Küchen oder Designmöbel - spezialisiert haben, sind auch künftig in den Zentren realisierbar und zu erwarten. Neue, zentrenkonforme Betriebskonzepte der Unternehmen erleichtern die Integration in die Zentren.

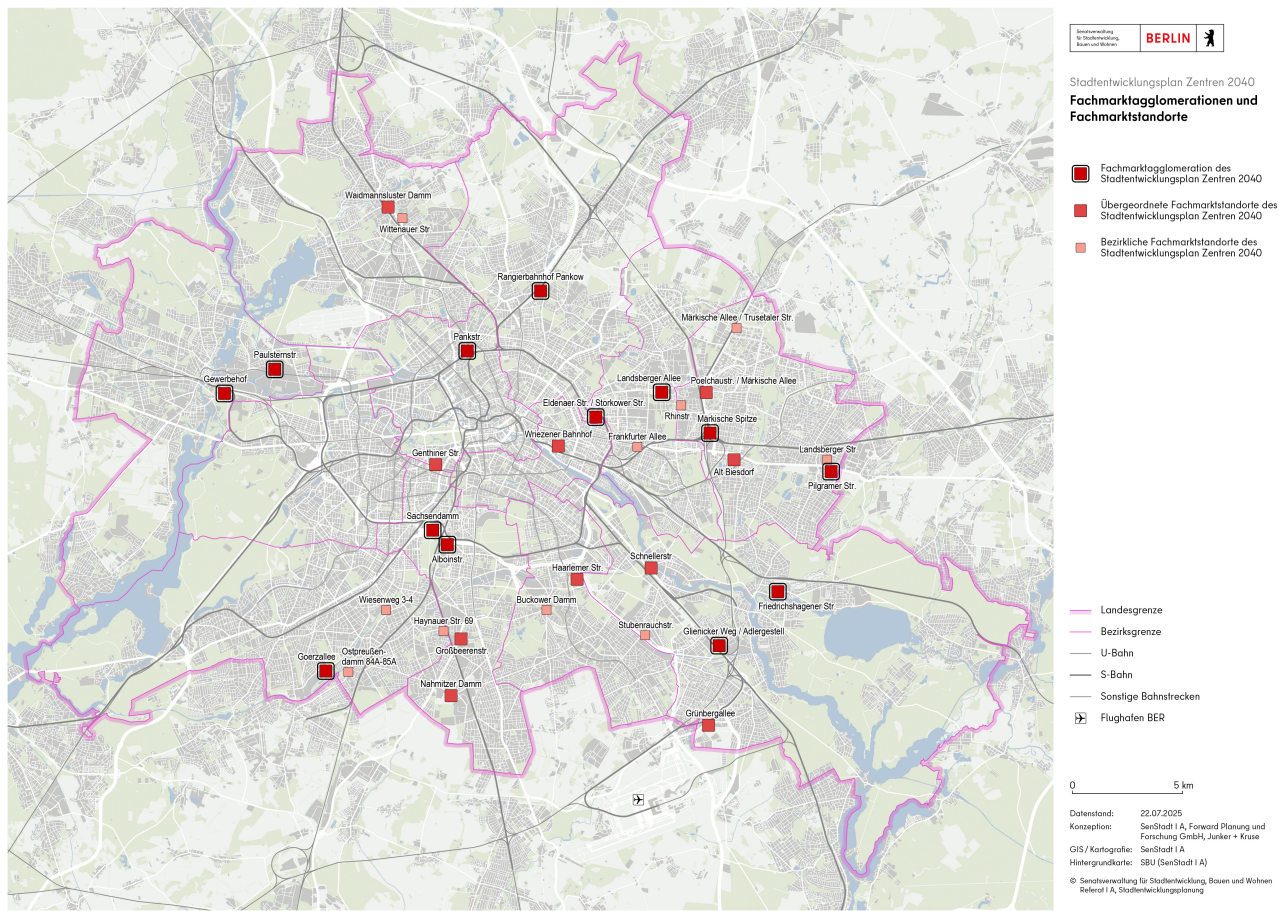
Gesamtstädtische Fachmarkttagglomerationen

Möbel-, Bau- und Gartenmärkte, für die angesichts ihrer Größe die verdichteten Zentren nicht als Standort infrage kommen, finden in den ausgewiesenen Fachmarkttagglomerationen Platz. Das sind überbezirklich oder gesamtstädtisch relevante Standorte für Einzelhandelsbetriebe ...

- mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten
- mit attraktiven Angebotskopplungen und Führungsvorteilen (durch direkten Kontakt, Austausch und Kooperationen mit anderen Betrieben)
- mit zentrenrelevanten Randsortimenten in gewissem Umfang
- mit mehr als 15.000 Quadratmetern Gesamtverkaufsfläche
- die sich maßgeblich auf Verkehr und Stadtbild auswirken können

Aufgrund ihrer Größe und stadtstrukturellen Wirkung werden die Fachmarkttagglomerationen auf gesamtstädtischer Ebene im StEP Zentren ausgewiesen.

06 | Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorte



Quelle: SenStadt Berlin

Bezirkliche und übergeordnete Fachmarktstandorte

Fachmarktstandorte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten und bis zu 8.000 Quadratmetern Gesamtverkaufsfläche führen in der Regel nicht zu städtebaulich relevanten Beeinträchtigungen der Zentrenstruktur Berlins und nur selten zu überbezirklichen Einkaufsverflechtungen. Sie können daher auf Bezirksebene ausgewiesen werden (bezirkliche Fachmarktstandorte). Als Instrument dafür eignen sich die bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte. Die aktuellen bezirklichen Konzepte machen von dieser Darstellungsmöglichkeit bereits Gebrauch.

Größere Einzelbetriebe und Standortbereiche mit Verkaufsflächen von 8.000 bis 15.000 Quadratmetern machen eine gesamtstädtische Abstimmung erforderlich, da überbezirkliche Effekte anzunehmen sind und Auswirkungen auf die städtischen Zentren nicht ausgeschlossen werden können. Solche übergeordneten Fachmarktstandorte können ebenfalls mit Hilfe bezirklicher Zentren- und Einzelhandelskonzepte begründet werden. Der Bezirk stimmt diese Standorte bei der Erarbeitung seines

Konzeptes mit der für die Stadtentwicklung zuständigen Senatsverwaltung ab. Dazu wird das in der AV Zentren und Einzelhandel beschriebene Beteiligungsverfahren genutzt.

Die fortgeschriebene Gebietskulisse für Fachmärkte

Der StEP Zentren 2030 stellte 18 Fachmarkttagglomerationen dar. Die aktuellen Marktentwicklungen machen keine weiteren Ausweisungen erforderlich, zumal einige Fachmarkttagglomerationen über Flächenreserven, Nachverdichtungs- und Umnutzungspotenzial verfügen. Das gilt beispielsweise für die Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow, deren Realisierung derzeit vorbereitet wird, oder für die Fachmarkttagglomeration Landsberger Allee.

Dennoch ändert sich die räumliche Kulisse der Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorte. Diese Änderungen haben entweder die Bezirksämter vorgeschlagen oder sie sind mit diesen abgestimmt, teils wurden auch Änderungen aus aktualisierten bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten übernommen. Der StEP Zentren 2040 definiert folgende Änderungen der Gebietskulisse:

- Die Fachmarkttagglomeration Alt Mahlsdorf (Marzahn-Hellersdorf) wird nicht mehr als solche ausgewiesen. Die Einzelhandelsnutzung soll für das Areal aufgrund veränderter Entwicklungsinteressen zurückgefahren werden. Östlich des Standorts ist die Fachmarkttagglomeration Pilgramer Straße mit einem umfangreichen Angebot an Möbeln entstanden, sodass im Einzugsgebiet weiter von einer guten Verkaufsflächenausstattung ausgegangen werden kann.
- Die Fachmarkttagglomeration Grenzallee / Naumburger Straße (Neukölln) entfällt ebenfalls. Eine Konzentration von Fachmärkten an diesem Standort ist nicht mehr planerisches Ziel des Bezirks. Die Bezirksverordnetenversammlung hat auf Basis eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes stattdessen den Ausbau der rein gewerblichen Nutzungen (ohne Handel) beschlossen.
- In den Fachmarkttagglomerationen Genthiner Straße (Mitte) und Wriezener Bahnhof (Friedrichshain-Kreuzberg) haben großflächige Einzelhandelsbetriebe ihren Standort aufgegeben. An ihrer Stelle sind Wohn- und Bürogebäude entstanden. Da beide Bereiche damit nur noch eine reduzierte Verkaufsflächenbedeutung und Agglomerationswirkung haben, werden sie nicht mehr als Fachmarkttagglomerationen, sondern als übergeordnete Fachmarktstandorte geführt.
- Für die Fachmarkttagglomeration Schnellerstraße (Treptow-Köpenick) werden für das Areal im direkten Umfeld des Stadtteilzentrums Schöneweide mittel- bis langfristig Alternativnutzungen zum flächenintensiven Einzelhandel angestrebt. Eine solche Transformation entspricht der Lagegunst des Areals auf der Entwicklungsachse zum Flughafen BER (siehe räumliches Leitbild des StEP Wirtschaft 2040). Gleichwohl soll ein Teil der dortigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe erhalten oder integriert werden, sodass der Standort nun als übergeordneter Fachmarktstandort eingeordnet wird.
- Aus den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten übernimmt der StEP Zentren 2040 nachrichtlich den Wegfall der übergeordneten Fachmarktstandorte Attilastraße (Tempelhof-

Schöneberg) und Mohriner Allee (Neukölln) sowie des bezirklichen Fachmarktstandorts Eisenhutweg (Treptow-Köpenick).

- Auf Basis des fortgeschriebenen Zentren- und Einzelhandelskonzepts Steglitz-Zehlendorf werden die bezirklichen Fachmarktstandorte Haynauer Straße 69, Ostpreußendamm 84A-85A und Wiesenweg 3-4 neu dargestellt.

Abbildung 06 stellt die nunmehr 13 Fachmarkttagglomerationen und die ergänzenden, nachrichtlich aus den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten übernommenen Fachmarktstandorte dar.

3.3.3 Strategische Weiterentwicklung der Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorte

Die beschriebenen Trends in der Fachmarktbranche und zu beobachtende Standortveränderungen von Fachmärkten bedingen einen etwas anderen stadtentwicklungsplanerischen Umgang mit jenen Fachmärkten, die große Flächen nachfragen und sich auf die Stadtstruktur (etwa auf Zentren, Verkehr oder Stadtbild) auswirken können.

Der begrüßenswerte unternehmerische Ansatz „Zurück in die Zentren“ muss im Rahmen der behördlichen Genehmigungsverfahren wirksam unterstützt werden, weil die Betriebe nicht nur höhere Immobilienpreise oder Mietkosten als in dezentralen Lagen bewältigen müssen. Eine Ansiedlung in einem Zentrum wirft oft auch komplexe Erschließungsfragen für Kundschafts- wie Lieferverkehr, Aspekte der städtebaulichen Einbindung und der architektonischen Qualität und nachbarrechtliche Belange auf. Um die Zentren durch die Ansiedlung von Fachmärkten zu stärken, sind daher rasche interdisziplinäre Abstimmungen geboten. Für die Unternehmen bedeutet der Fokus auf zentrale Lagen zudem, weiter mit neuen Ladenkonzepten zu experimentieren (zum Beispiel in Bezug auf Verkaufsflächengröße, Geschoszahl, Nutzungsmischung oder eine thematische Agglomeration mit branchengleichen Angeboten).

Stadtplanerischer Handlungs- und Unterstützungsbedarf ergibt sich zugleich in den Fachmarkttagglomerationen und -standorten außerhalb der Zentren. Die Expansion großer Bau-, Möbel- und Gartenmärkte stagniert. Teils werden Fachmärkte aus wirtschaftlichen Überlegungen geschlossen. Um die Flächen effektiv und nachhaltig zu nutzen, ergeben sich drei strategische Ansätze für Fachmarkttaglagen:

1. nachverdichten mit Handelseinrichtungen oder anderen Nutzungen
2. Standort verkleinern und frei werdende Bereiche umnutzen
3. vollständig ohne Einzelhandel umnutzen

Nachverdichtungs- und Qualifizierungspotenzial kann zum Beispiel für ebenerdige Parkplatzanlagen bestehen. Diese lassen sich überbauen, um Raum für weitere Fachmärkte oder für andere Nutzungen (wie soziale Infrastruktur, Wohnen oder Gewerbe) zu schaffen. Je nach Ort können sie auch für neue Grün- und Freiflächen genutzt werden. Diese Potenziale zu heben, führt damit zu einer Belebung und

Urbanisierung bisher rein vom Handel genutzter Areale. Wenn Fachmarktlagen in Nachbarschaft zur Flächenkulisse des Entwicklungskonzepts für den produktionsgeprägten Bereich (EpB, siehe StEP Wirtschaft 2040) liegen, kann alternativ ein Ausbau der EpB-konformen Nutzungen erwogen werden.

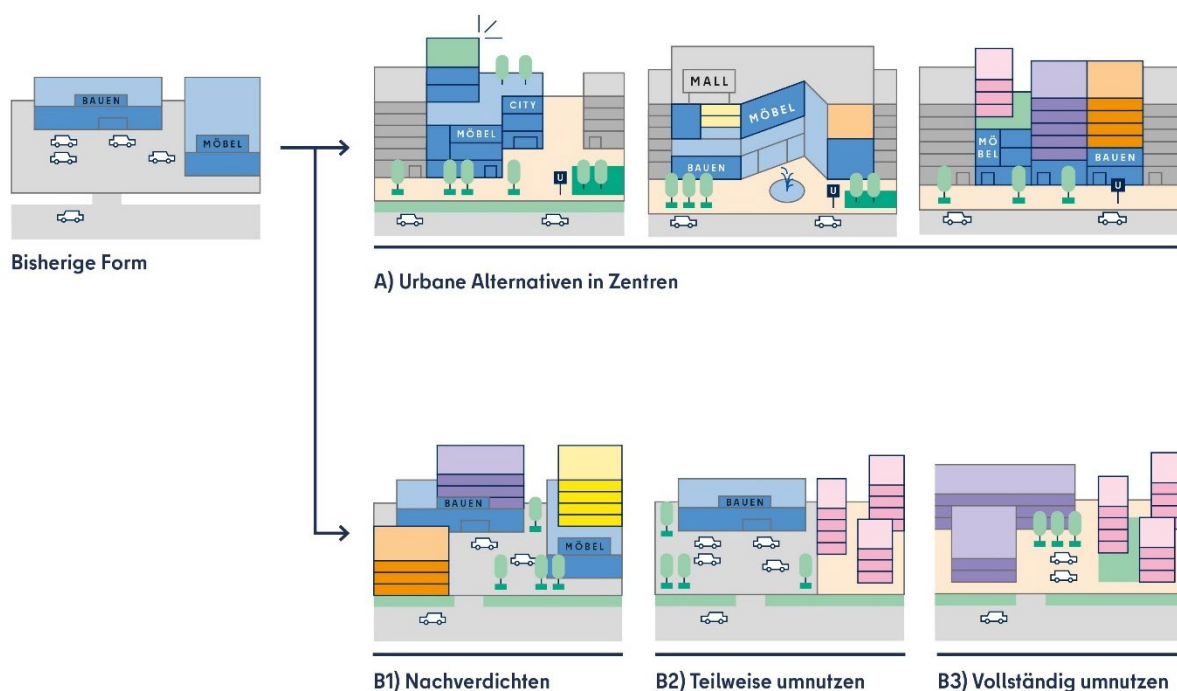
Wenn Fachmarkttagglomerationen und -standorte aufgrund von neuen Vorstellungen der Grundeigentümer und -eigentümerinnen gänzlich für andere Nutzungen umgewidmet werden sollen, sollte das Bezirksamt eine Prüfung veranlassen, ob sich dadurch die örtliche Versorgung der Bevölkerung mit nicht zentrenrelevanten Waren verschlechtern könnte (vergleiche hierzu § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB). Der Grund: Im Sinne einer nachhaltigen Stadt- und Verkehrsentwicklung ist es kontraproduktiv, wenn Berlinerinnen und Berliner gezwungen wären, mit dem Pkw längere Wege zu Fachmärkten im Umland zurückzulegen. Vor einer vollständigen Schließung etablierter Handelsstandorte, die die Handelsunternehmen weiter als betrieblich sinnvoll ansehen, sollte daher geklärt werden, ob Handelsflächen Teil eines neuen, gemischt genutzten Verdichtungsansatzes sein können (Integration in die Umnutzungsplanung).

Wichtig bleibt, die Entwicklung der Fachmarktlagen weiter mit bauleitplanerischen Maßnahmen zu begleiten (siehe auch Kapitel 3.3.5). Gerade wo Handelsbetriebe die Absicht zu schließen erkennen lassen, ist es erforderlich, die von der öffentlichen Hand neu geplanten Nutzungen planungsrechtlich zu ermöglichen.

Zugleich ist es angesichts der herausfordernden Situation in vielen Berliner Zentren essenziell, eine Ansiedlung zentrenrelevanter Nachnutzungen zu vermeiden - weil sich das negativ auf umliegende Zentren und Geschäftsstraßen auswirken würde, und weil zentrentypische Nutzungen in die Zentren zu lenken sind. Dazu sind rechtzeitig die bewährten planungsrechtlichen Sicherungs- und Festlegungsinstrumente anzuwenden. Hilfreiche Empfehlungen für eine solche aktive stadtplanerische Aufgabenwahrnehmung enthält der Beschluss der Raumentwicklungsministerkonferenz vom 31. Mai 2022, der sich dem Strukturwandel im Handel und den daraus resultierenden planerischen Handlungserfordernissen widmet.

Kurzum: Nicht nur der Neubau von Handelseinrichtungen erfordert eine stadtplanerische Begleitung unter Anwendung der Ziele und Umsetzungsempfehlungen des StEP Zentren 2040, sondern auch der (Teil-) Rückzug des Handels aus der Fläche.

07 | Neue Strategien für Fachmarktlagen



Quelle: Forward | Junker+Kruse

3.3.4 Anforderungen an Standorte für Fachmärkte

Um Fachmarktlagen stadt- und zentrenverträglich zu gestalten, gelten seit dem Fachmarktkonzept Berlin (2013) Anforderungen an Standort und Verfahren. Gründe dafür sind die besondere Größe, die potenziellen Einzugsbereiche und die oft erheblichen städtebaulichen Auswirkungen von Fachmärkten. Auch wenn derzeit keine neuen Fachmarkttagglomerationen mehr begründet werden, bleiben die Anforderungen Teil des StEP Zentren 2040. Sie sind stadtplanerisch beispielsweise zu nutzen, wenn ...

- der Handel in bestehenden Fachmarktlagen beabsichtigt, Angebote zu ergänzen oder Sortimente zu verändern
- im räumlichen Umfeld von Fachmarkttagglomerationen und -standorten neue Handelsansiedlungen angefragt werden, die stadtentwicklungsplanerisch zu prüfen sind
- anlassbezogen oder bei der Erarbeitung bezirklicher Zentren- und Einzelhandelskonzepte die Ausweisung eines neuen oder die Verlagerung eines bestehenden Fachmarktstandorts geprüft wird

Stadtplanerische Grundlage für die Planung und Bewertung von Einzelhandelsstandorten und -vorhaben sind darüber hinaus auch die Steuerungsgrundsätze (Kapitel 2) und ergänzende Empfehlungen aus dem bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept.

Stadtentwicklungsplanerische Anforderungen

Fachmarkttagglomerationen und die bezirklichen wie übergeordneten Fachmarktstandorte müssen folgende Anforderungen erfüllen:

■ Nähe und städtebaulicher Bezug zu verdichteten Wohnsiedlungsgebieten

Fachmärkte sind frequenzintensiv. Um den Verkehrsaufwand zu minimieren und der Kundschaft kurze Wege zu ermöglichen, sind Standorte erforderlich, die nah an verdichteten Wohnsiedlungsgebieten liegen oder im Bezug zu diesen stehen. Als verdichtete Wohnsiedlungsgebiete gelten die mit M1, M2, W1 sowie W2 bezeichneten Bauflächen des Flächennutzungsplans.

Ein solcher Bezug ist bei Fachmarkttagglomerationen und -standorten auch dann noch gegeben, wenn diese in eher gewerblich geprägten Gebieten liegen, aber an Wohnsiedlungen grenzen, und wenn Außen- und Binnenerschließung zu diesen Wohngebieten orientiert sind.

■ Lage außerhalb von EpB-Gebieten des StEP Wirtschaft 2040

EpB-Gebiete haben besondere Bedeutung für die gewerblich-industrielle Entwicklung Berlins. EpB steht für: ► **Entwicklungskonzept für den produktionsgeprägten Bereich**. Solche Gebiete stehen – gemäß den Zielen des StEP Wirtschaft 2040 – für Einzelhandelsansiedlungen grundsätzlich nicht zur Verfügung. Sie sind Betrieben und Einrichtungen des produktionsgeprägten Bereichs vorbehalten.

■ Gute oder sehr gute Erreichbarkeit mittels ÖPNV

Die niedrige Motorisierungsrate in Berlin sowie demografische Veränderungen machen es erforderlich, dass Fachmarkttagglomerationen und -standorte gut oder sehr gut mit dem ÖPNV erreichbar sind. Das gilt für neue Standorte wie für die Erweiterung bestehender. Als gut bis sehr gut gelten dabei Bedienungsqualitäten, die auch in der Nebenverkehrszeit die Haltestellen im Mindesttakt von zehn Minuten bedienen (in der Summe der verkehrenden Linien je Richtung). Das lässt sich vor allem durch U-Bahnen, die Metrolinien von Bus und Straßenbahn und je nach Lage im Liniennetz auch durch die S-Bahn erreichen. Es muss zudem gewährleistet sein, dass die zu entwickelnden Fachmarktvorhaben von einer Haltestelle des ÖPNV unmittelbar zu Fuß erreichbar sind (siehe Kriterien zur städtebaulichen Integration im Kapitel 3.7).

■ Gute oder sehr gute Erreichbarkeit im motorisierten Individualverkehr

Dieses Lagekriterium ergibt sich aus den Ansprüchen des Marktes, also den Wünschen der Betriebe und ihrer Kundschaft. Die gute Erreichbarkeit auf der Straße geht dabei oft mit werbewirksamer Sichtbarkeit des Handelsstandorts einher. Das kann seine Wettbewerbsfähigkeit stärken. Zugleich unterstützt das Kriterium Ziele der Stadtplanung wie die Minimierung gebietsfremder Verkehre in Wohngebieten. Als gut bis sehr gut erreichbar gelten dabei Standorte an städtischen, regionalen und überregionalen Hauptverkehrsstraßen.

■ **Keine Beeinträchtigung des unmittelbaren Umfelds**

Fachmarkttagglomerationen und -standorte sollten nur dort (weiter-)entwickelt werden, wo dies ohne Konflikte mit angrenzenden Nutzungen möglich ist. Von großen Fachmarktvorhaben können etwa Immissionen auf benachbarte Wohngebiete ausgehen. Solche Aspekte müssen bei der Standortplanung früh berücksichtigt werden.

■ **Keine Beeinträchtigung durch das unmittelbare Umfeld**

Umgekehrt darf auch der Standort nicht von Nutzungen in seinem Umfeld beeinträchtigt werden. So verlangt beispielsweise die Nachbarschaft zu einem Störfall-Betrieb, der mit gefährlichen Stoffen hantiert, einen gewissen Schutzabstand einzuhalten.

■ **Übereinstimmung mit anderen stadtentwicklungsplanerischen Belangen**

Bereits frühzeitig ist zu prüfen, ob die Einrichtung oder Erweiterung einer Fachmarkttagglomeration oder eines Fachmarktstandorts andere relevante stadtentwicklungsplanerische Belange berührt. Das können zum Beispiel alternative Planungsziele eines Bezirksamts sein. Die Ergebnisse dieser Prüfung sind im Planverfahren nachvollziehbar zu berücksichtigen.

3.3.5 Anforderungen an die Steuerung von Fachmarktvorhaben

Fachmarktvorhaben im städtischen Kontext wirken sich auf ihr Umfeld aus. Deshalb ergeben sich neben stadtentwicklungsplanerischen Anforderungen an den Standort auch solche an die bauleitplanerische Steuerung. Diese Steuerung soll die gewachsenen Zentren Berlins schützen, die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung sichern und verbessern, Flächen für Industrie, Gewerbe und Handwerk vor einzelhandelsbedingten Bodenpreiseffekten schützen und die komplexen Einzelhandelsplanungen in die geordneten (Abwägungs-)Prozesse verbindlicher Planverfahren einbetten.

■ **Umsetzung mittels verbindlicher Bauleitplanung / Kernsortiment**

Für Fachmarkttagglomerationen und übergeordnete Fachmarktstandorte sind Bebauungspläne aufzustellen, die in der Regel Sondergebiete für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten festsetzen. Auch eine verbindliche Festsetzung über einen Vorhaben- und Erschließungsplan ist möglich.

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind in Fachmarkttagglomerationen und an Fachmarktstandorten auszuschließen. In der bauleitplanerischen Steuerung bezirklicher Fachmarktstandorte kommen je nach Einzelfall auch andere Festsetzungen in Frage. Bestehen am Standort nicht konzeptkonforme Nutzungen, müssen diese an konzeptkonforme Standorte verlagert und überplant werden, wenn und sobald das möglich ist. Im Einzelfall – etwa um planungsrechtliche Entschädigungen zu vermeiden – sind alternativ bestandssichernde Festsetzungen zu treffen (Fremdkörperfestsetzung).

■ **Stadtverträgliche Dimensionierung zentrenrelevanter Randsortimente**

Mit zentrenrelevanten Randsortimenten versuchen Betriebe, sich im Wettbewerb zu positionieren. Diese Sortimente generieren – bezogen auf die Fläche – überproportional hohe Umsätze. Deshalb sind relevante Umverteilungen der Umsätze zulasten der städtischen Zentren zu erwarten, gerade wenn sich die Effekte mehrerer Vorhaben über Jahre aufsummieren (Kumulation). Diese Belastung der Zentren soll vermieden werden.

Zentrenrelevante Randsortimente in Fachmärkten sind daher grundsätzlich auf maximal zehn Prozent der vorhabenbezogenen Verkaufsfläche zu beschränken. Überschreitet die Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente in einem Fachmarktvorhaben 800 Quadratmeter, ist als Grundlage für eine Sondergebietsausweisung eine einzelfallbezogene Auswirkungsuntersuchung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO erforderlich. Das gilt auch bei Erweiterung und Umnutzung. Randsortimente sind nur solche Sortimentsgruppen, die einem bestimmten Kern- oder Hauptsortiment sachlich zugeordnet sind.

Die Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf zehn Prozent der Verkaufsfläche entspricht dem Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg. Innerhalb städtischer Zentren kann der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente auch über zehn Prozent liegen. Der Gesamtumfang zentrenrelevanter Randsortimente muss dabei der Funktion des Zentrums angemessen sein (Steuerungsgrundsatz 1).

■ **Steuerung im Umfeld der Standortbereiche**

Fachmarkttagglomerationen werden auf gesamtstädtischer Ebene nicht parzellenscharf vorgegeben. Sie sind daher auf Ebene der bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte räumlich konkret festzulegen. Die zeichnerische Festlegung soll alle Standortbereiche umfassen, die für die weitere Entwicklung als Fachmarkttagglomeration oder -standort geeignet und erforderlich sind. Auch Potenzialflächen für Nachverdichtungen, Umnutzungen oder Erweiterungen für Fachmarktzwecke können einbezogen werden. Die Festlegung muss dabei das Prinzip der städtebaulich-funktionalen Bündelung beziehungsweise Konzentration umsetzen.

Im Umfeld dieser räumlichen Festlegungen müssen die Träger und Trägerinnen der verbindlichen Bauleitplanung Ausschluss- oder Umstellungsbebauungspläne aufstellen. Ihr Ziel ist es, insbesondere zentren- und nahversorgungsrelevante Einzelhandelseinrichtungen zugunsten des Zentrumschutzes und der Entwicklung konzentrierter Fachmarkttagglomerationen und -standorte auszuschließen. Diese Pläne können anlassbezogen aufgestellt werden.

Drei Aspekte machen die Steuerung im Umfeld erforderlich:

1. Das Prinzip, Einzelhandelsfunktionen städtebaulich in den Fachmarkttagglomerationen und -standorten räumlich klar zu bündeln, führt zu stadtentwicklungsplanerisch erwünschten Angebots-

und Erreichbarkeitsvorteilen für die Kundschaft und zu Agglomerationsvorteilen für die Unternehmen.

2. Anlagerungsbegehren von weiteren, auch nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten sollen vermieden werden. Das dient auch der Umsetzung des landesplanerischen Agglomerationsverbots.
3. Fachmarkttagglomerationen und -standorte räumlich klar festzulegen, vermindert den zu erwartenden Bodenpreisdruck auf benachbarte Gewerbeflächen und sonstige Bauflächen. Damit bleiben Entwicklungschancen für Handwerk und Gewerbe im Sinne des StEP Wirtschaft 2040 gewahrt.

■ Städtebauliche Integration der Fachmärkte

Für die Entwicklung von Fachmarkttagglomerationen und -standorten gelten die Anforderungen an die städtebauliche Integration von Fachmärkten (siehe Kapitel 3.7.2). Das soll die gestalterische Qualität erhöhen und optimale mikroräumliche Anbindungen an die umliegenden Siedlungsbereiche schaffen. Dabei sind auch Aspekte der Nachverdichtung und urbanen Gestaltung zu berücksichtigen.

■ Funktionsvielfalt

Kompakte, frequenzintensive Gastronomie-, Kultur-, Sport- und Freizeitnutzungen eignen sich gut, um leer fallende Handelsimmobilien in den Berliner Zentren und Geschäftsstraßen nachzunutzen. Solche kundenorientierten Nutzungen, die sich genauso gut in Zentren ansiedeln können, sind in Fachmarkttagglomerationen und an Fachmarktstandorten daher durch geeignete planungsrechtliche Instrumente auszuschließen. Dadurch soll auch vermieden werden, dass Fachmarktlagen hinsichtlich Nutzungsmix und -dichte den Zentren immer ähnlicher werden und diese einem verschärften Wettbewerb aussetzen. Ein weiterer Aspekt ist die Erreichbarkeit solcher Angebote für Personen ohne eigenen Pkw, die in den Zentren eher gegeben ist, weil diese mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbunds gut erreichbar sind. Dass Ansiedlungspotenziale auch im Bereich der Gastronomie und der Kultur- und Freizeiteinrichtungen begrenzt sind, macht einen sensiblen stadtplanerischen Umgang mit ihrer Standortwahl unverzichtbar.

3.4 Handlungsempfehlungen für die städtischen Zentren

Zentrumsspezifische Strategien entwickeln und Alleinstellungsmerkmale stärken

Charakteristisch für die Berliner Zentren ist ihre Unterschiedlichkeit. Sie variieren in Größe, Geschichte, Städtebau, Infrastruktur, touristischer und stadtgesellschaftlicher Bedeutung. Der Strukturwandel trifft die Zentrentypen in unterschiedlicher Weise. Während Zentrumsbereichskerne weiter von ihrer Erlebnisqualität, touristischen Anziehungskraft und Nutzungsvielfalt profitieren, stehen mittlere und kleinere Zentren unter höherem Druck.

Funktion und Attraktivität der städtischen Zentren langfristig zu sichern, verlangt innovative Strategien und situationsspezifische Handlungsempfehlungen. Ziel muss es sein, die Zentren qualitativ aufzuwerten, neue Funktionen zu ergänzen und dafür Konzepte, Maßnahmen und Aktivitäten der verschiedenen Agierenden zu bündeln, um sie als multifunktionale Versorgungsorte und soziale Treffpunkte zu stärken. Ein Zentrum kann sich ganz oder in Teilen auf Themen (zum Beispiel Manufakturen, Märkte, Veranstaltungen, Gesundheit) oder auf bestimmte Sortimente und Gastronomieangebote spezialisieren.

Historische Bausubstanz zu erhalten, den Baubestand weiterzuentwickeln und um qualitätsvolle zeitgenössische Architektur zu ergänzen, fördert nicht nur die Baukultur. Es ist auch für die Identität und Unverwechselbarkeit eines Zentrums entscheidend. Wo Schlüsselimmobilien wie Kaufhäuser oder Shoppingcenter leer stehen, gilt es, diese architektonisch und funktional sorgfältig zu transformieren.

Erlebnisqualität und Eignung als sozialer Treffpunkt als Schlüsselfaktoren

Digitalisierung und veränderte Konsumgewohnheiten machen gesellschaftliches Miteinander und Erlebnisqualität zu entscheidenden Faktoren für die Attraktivität der Berliner Zentren. Um Menschen zum Besuch zu motivieren, muss ein Zentrum mehr bieten als reine Versorgungsfunktionen. Vor allem die größeren Zentren müssen Treffpunkte sein, die emotionale, soziale und kulturelle Erlebnisse versprechen. Dafür ist ein breiter Mix aus Handel, Gastronomie, Kultur, Bildung und Freizeitangeboten erforderlich. Umso wichtiger ist es, neue Nutzungen zu integrieren, die den traditionellen Einzelhandel ergänzen. Leer stehende Flächen bieten Potenzial für kulturelle, soziale und gesundheitsbezogene Angebote, aber auch für Formen des nachhaltigen Wirtschaftens wie Repaircafés oder Co-Working-Spaces.

Als soziale Treffpunkte sind die Zentren zudem Ort demokratischer Aktivitäten und gesellschaftlicher Teilhabe. Ihre öffentlichen Gebäude und Freiflächen müssen daher so gestaltet sein, dass sie diese wesentlichen Funktionen durch Mehrfachnutzung ermöglichen und fördern.

Zentrenprägende Nutzungen auf den räumlichen Kern des Zentrums konzentrieren

Der Strukturwandel der Zentren kann es notwendig machen, die räumliche Ausprägung eines Zentrums planungsrechtlich anzupassen, um die Publikumsfrequenz räumlich zu konzentrieren und die erforderliche Dichte zu gewinnen. Zentren an ihrem Rand zu verkleinern und zentrenprägende Nutzungen räumlich auf den funktionalen Kern zu konzentrieren, können Strategien der Qualifizierung sein. Um den Handel planungsrechtlich in die Kernbereiche zu lenken, muss im Einzelfall die Ausdehnung der zentralen Versorgungsbereiche im bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept reduziert werden. Dabei gilt es, auch Sortimente der Nahversorgung und besonders frequenzgenerierende Magnetbetriebe verstärkt mit Mitteln der Bauleitplanung in die Zentren zu lenken.

Leerstand aktivieren und Flächen managen

Damit sich die Zentren angesichts von Frequenzverlusten positiv entwickeln oder doch zumindest stabilisiert werden, braucht es eine konsequent auf die Zentren ausgerichtete Steuerung und neue Ansätze: Die funktionale Stärkung erfordert in manchen Zentren ein aktives Flächenmanagement, das leer stehende oder untergenutzte Bereiche für moderne Handelsbetriebe oder andere Nutzungen entwickelt, die das Zentrum beleben. Um die Nutzungsmischung zu stärken, gilt es ...

- öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen in geeignete Immobilien in den Zentren zu lenken
- Kultur- und Bildungseinrichtungen systematisch in die Zentren zu integrieren, vor allem durch Umnutzung leer stehender Handelsimmobilien
- hybride Konzepte, die Kultur, Bildung und kommerzielle Nutzungen verbinden (wie Buchhandlungen mit Veranstaltungsraum oder Cafés mit Ausstellungsflächen)
- Handwerk und urbane Produktion zu integrieren und so Herstellungsprozesse erlebbar zu machen
- Läden mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten anzusiedeln (wie Showrooms von Onlinemöbelhäusern)
- die Nahversorgung als Frequenzbringerin zu stärken
- an städtebaulich geeigneten Stellen Wohnnutzungen zu integrieren (u.a. zur Stärkung der Kaufkraft und zur Belebung außerhalb der Geschäftszeiten)
- Start-ups und innovative Geschäftsmodelle zu unterstützen
- soziale Unternehmen und gemeinwohlorientierte Initiativen zu unterstützen, die neue Angebote schaffen
- Pop-up-Konzepte, die leer stehende Flächen temporär beleben, und Bottom-up-Initiativen für neue Nutzungen zu unterstützen
- Straßenfeste, Kulturveranstaltungen und Themenmärkte als Alleinstellungsmerkmale des Zentrums zu fördern
- digitale Plattformen und Kanäle zu nutzen, um Angebote und Veranstaltungen in den Zentren zu kommunizieren und diese Informationen zu bündeln.

Neben diesen Impulsen zur funktionalen Stärkung sind auch städtebauliche Impulse erforderlich, um die Zentren zu qualifizieren.

- Die Zentren baulich zu verdichten, ist ein Beitrag zu Flächeneffizienz und Klimaanpassung. Wenn Geschäftsgebäude modernisiert oder neu errichtet werden, sind mehrgeschossige, multifunktionale Gebäude anzustreben, die sich gut in ihre Umgebung einfügen.
- Eingeschossige Lebensmittelmärkte sollten überbaut und so um Wohnungen, Büros oder soziale Einrichtungen ergänzt werden.

Öffentliche Räume aufwerten

Den öffentlichen Raum attraktiv zu gestalten, ist ein Weg zu mehr Aufenthaltsqualität und Resilienz in den Zentren.

- Zentren sollten attraktive und barrierearme öffentliche Freiräume und Plätze bieten, die zum Verweilen einladen.
- Vor allem bei linearen Zentren entlang von Verkehrsachsen sollten gut gestaltete Plätze und klimaresiliente Aufenthaltsbereiche geschaffen werden.
- In allen Zentren sollten eine schöne und funktionale Stadtmöblierung, Beleuchtung und Kunst im öffentlichen Raum zum unverwechselbaren Charakter beitragen.
- Öffentliche Räume in den Zentren müssen sauber und in einem gepflegten Zustand gehalten werden.

Anpassung an den Klimawandel

















Der Klimawandel erfordert umfassende Anpassungen der Berliner Zentren. Als hoch frequentierte und dicht bebaute Bereiche sind sie besonders anfällig für die Folgen von Hitze und Starkregen. Schon deshalb bieten sie das Potenzial, innovative Lösungen zu erproben und als Modellräume für die klimaresiliente Stadt zu dienen. Für Zentren sollten integrierte Klimaanpassungskonzepte entwickelt werden, die bauliche, räumliche und funktionale Maßnahmen umfassen. Dabei sind unter anderem folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- **Mikroklima verbessern:** Eine gezielte Begrünung (auch von Fassaden und Dächern), Schatten spendende Bäume und bauliche Verschattungselemente können das Mikroklima deutlich verbessern.
- **Regenwasser managen:** Der öffentliche Raum der Zentren sollte nach dem Schwammstadt-Modell entwickelt werden, um Regenwasser aufzunehmen, verdunsten und versickern zu lassen, Überschüsse zu speichern und diese verzögert abgeben zu können. Dazu gilt es, Flächen zu entsiegeln, Retentionsflächen zu integrieren und öffentliche Räume bei Starkregen multifunktional als Zwischenspeicher und Überflutungsfläche zu nutzen.
- **Trinkwasserbrunnen und Wasserspiele installieren:** Ein Netz von Trinkbrunnen und kühlenden Wasserspielen lindert die gesundheitlichen Folgen übermäßiger Hitze und verbessert die Aufenthaltsqualität.
- **den öffentlichen Raum begrünen:** Mikroparks und kleine, schattige Grünflächen machen als Klimakomfortplätze den Aufenthalt im Freien angenehmer. Bei der Begrünung von Straßenräumen und Plätzen ist eine klimaresistente Pflanzenauswahl unerlässlich.
- **Klimaoasen einrichten:** Einkaufszentren, Kaufhäuser, Fach- und Supermärkte sind in der Regel klimatisiert und können diesen Vorzug nutzen, indem sie Bereiche einrichten, die bei extremer Hitze als Klimaoase ohne Kauf- und Verzehrzwang allen zugänglich sind. Auch Kirchen und viele Rathäuser sind baulich bedingt meist kühl.

08 | Stadtstrukturtyp - Urbane Zentren und Kerne“ (StEP Klima 2.0)

**TYP 1
URBANE
ZENTREN
UND
KERNE**



- | | | |
|--|--|--|
|  4 Mobilität smart gestalten
Ladestationen, Sharing-Angebote |  11 Verdunsten
Urban Wetlands |  20 Zuführen
Regenwasser von befestigten Flächen zuleiten |
|  5 Umsteigen
zu Fuß, mit Rad, ÖPNV, E-Mobilität |  12 Klimakomfortplätze anlegen
begrünte Stadtplätze, Sonnenschutz, Wasserspiel, Brunnen |  21 Retentionsräume schaffen
Retentionsdächer, Regenwasserplätze, Nutzung und Gestaltung Straßenraum |
|  6 Energie effizient nutzen
Photovoltaik, standortübergreifende Energieversorgungssysteme |  13 Rückstrahlen
helle Materialien (Albedo) mit wenig Abwärme (SRI) |  22 Starkregenabflüsse leiten
Notwasserweg |
|  8 Durchlüften
Begrünte Straßen, Promenaden, Plätze |  15 Bewässern
Speicher- und Bewässerungssystem |  23 Schützen
Schwellen, Erhöhung Schächte, Anpassung Gefälle |
|  9 Verschatten
Baumpflanzung, baulich-technische Verschattung für Innenräume |  16 Mehrfach nutzen
Urban Gardening, Sport auf dem Dach | |
|  10 Begrünen
Fassaden- und Dachbegrünung, Entsiegelung |  18 Regenwasser speichern
Baumrigolen, Blau-Grüne Dächer, Zisternen | |

Quelle: SenStadt Berlin

Einkaufszentren

Der Markt für Einkaufszentren ist in Berlin gesättigt. In den Vordergrund rückt damit die Aufgabe, die bestehenden Einkaufszentren weiterzuentwickeln und besser in ihr Umfeld zu integrieren. Dazu sollten sie gut mit diesem Umfeld vernetzt und nicht introvertiert gestaltet sein, um ihr Umfeld nicht durch Sogeffekte ins Innere zu schwächen, sondern Synergieeffekte zu erschließen. In Ortsteilzentren sollten große Einkaufszentren gänzlich vermieden werden. Beispiele für Ortsteilzentren, die auch ohne Einkaufszentrum gut funktionieren, sind die Ortsteilzentren Friedrichshagen, Hermsdorf und Drakestraße.

Nahversorgungseinrichtungen und soziale Infrastruktur

Nahversorgungseinrichtungen sind vor allem in kleinen und mittleren Zentren eine wesentliche Voraussetzung für Frequenz und Stabilität. Die Berliner Zentren müssen als Orte gestärkt werden, die allen Teilen der Bevölkerung Zugang zu sozialen Infrastrukturangeboten bieten.

- Um Nahversorgungsangebote zu sichern, sollten Erweiterungsmöglichkeiten an Ort und Stelle ebenso geprüft werden wie Standortalternativen innerhalb des Zentrums.
- Bei der Modernisierung bestehender und der Ansiedlung neuer Lebensmittelmärkte sind architektonisch anspruchsvolle, mehrgeschossige und multifunktionale Geschäftsgebäude anzustreben, die sich in ihre Umgebung einfügen.
- Wichtig ist es zudem, ausreichend Aufenthaltsmöglichkeiten ohne Konsumzwang zu schaffen sowie öffentliche Toiletten und Trinkwasserbrunnen bereitzustellen.
- Leer stehende Ladenflächen können für soziale Infrastruktur und gemeinwohlorientierte Angebote genutzt werden.

Verkehrsanbindung, Mobilität und Logistik

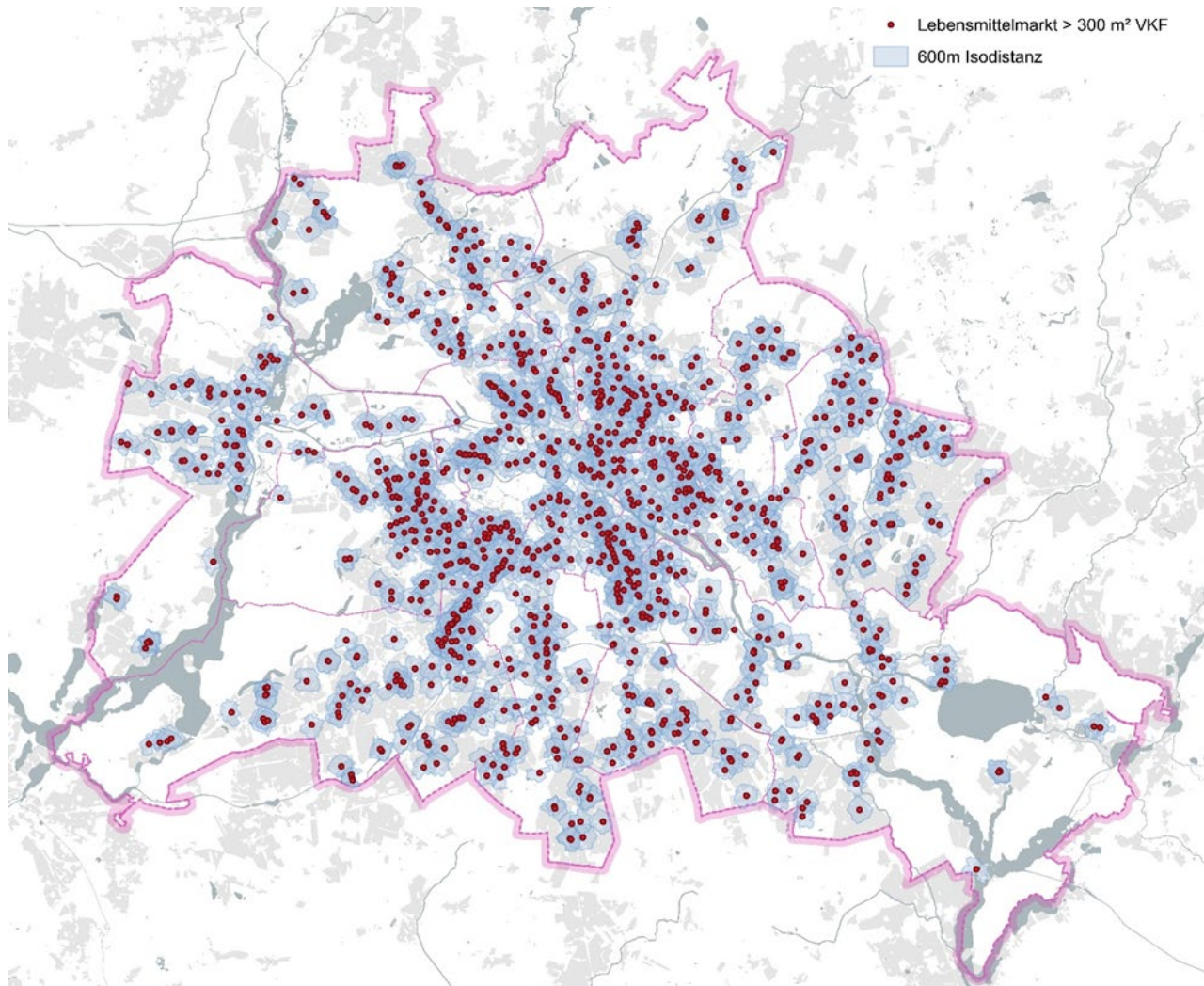
Verkehrswende und Klimaschutz machen es erforderlich, die Verkehrsanbindung der Zentren weiter zu optimieren. Das bedeutet vor allem...

- den Umweltverbund aus ÖPNV, Rad- und Fußverkehr sowie die Barrierefreiheit zu stärken und zu verbessern
- durch attraktive Fuß- und Radwege (nicht nur im Zentrum selbst, sondern auch auf dem Weg dorthin) eine aktive Mobilität zu fördern
- die für den motorisierten Verkehr vorgesehenen Bereiche wie Parkplätze flächeneffizient zu nutzen
- ausreichend Parkmöglichkeiten für Autos und Fahrräder und Plätze für Sharingstationen und Mobilitätshubs zu sichern
- attraktive Aufenthaltsbereiche zum Beispiel durch Verkehrsberuhigung zu schaffen
- neue City-Logistik-Konzepte zu implementieren.

Weil immer mehr Menschen online kaufen und Bringdienste in Anspruch nehmen, gewinnen Logistikflächen an Bedeutung. Dezentrale Lager- und Verteilstandorte erlauben es, die „letzte Meile“ stadtverträglich mit Lastenrädern oder Elektrofahrzeugen zu bewältigen. Flächen für die Belieferung und Entsorgung der Geschäfte bleiben unverzichtbare Bausteine funktionierender Zentren.

3.5 Zukunftsfähige Nahversorgungsstrukturen

Die Berliner Stadtentwicklungsplanung verfolgt das Ziel, eine umfassende, engmaschige und vor allem zu Fuß erreichbare Nahversorgung aller Wohnquartiere sicherzustellen. Die kompakte Siedlungsstruktur mit vielen dicht bebauten Wohngebieten bietet dafür ideale Voraussetzungen. Die meisten Lebensmittelmärkte sind zu Fuß erreichbar, weil sie in ein Zentrum oder ein verdichtetes Wohngebiet integriert sind. Damit ist das Ziel in weiten Teilen Berlins erfüllt. 84 Prozent der Berliner Bevölkerung erreichen zu Fuß spätestens nach 600 Metern einen Lebensmittelmarkt. Das entspricht einer Gehzeit von etwa zehn Minuten auch für jene Menschen, die in ihrer Mobilität in einem gewissen Maße eingeschränkt sind (etwa ältere Menschen). Bei einem Fußweg von bis zu 800 Metern erreichen sogar 92 Prozent der Bevölkerung einen Lebensmittelmarkt.

09 | Netzabdeckung - 600 m-Isodistanzen strukturprägender Lebensmittelmärkte⁴

Datengrundlage: SenStadt Berlin, Einzelhandelserhebung 2021

Neue Handelsstandorte entstehen nur sukzessive, da die Expansion des Handels inzwischen an wirtschaftliche Grenzen stößt. In vielen Kiezen scheint der Markt gesättigt oder stehen keine passenden Grundstücke zur Verfügung. Handelsunternehmen planen im Einzelfall allerdings auch Projekte, deren Standorte nicht den Leitlinien des StEP Zentren 2040 und der bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte entsprechen. Das können zum Beispiel Standorte in Gewerbegebieten sein, die laut StEP Wirtschaft 2040 für Industrie und produktionsnahe Betriebe reserviert sind. In anderen Fällen halten die Handelsunternehmen an Projektplanungen fest, deren sehr große Einzugsbereiche oder ausufernde Flächenbelegung im Widerspruch zu den Zielen einer stadt- und zentrenverträglichen

⁴ Strukturprägender Lebensmittelmarkt: Einzelhandelsbetrieb mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel, Betriebstypen SB-Warenhaus, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Biomarkt/Reformhaus und sonstiger Lebensmittelmarkt wie beispielsweise nicht filialisierter Biomarkt oder internationaler Lebensmittelmarkt, ab einer Betriebsgröße von 300 m² (s. hierzu Handlungsempfehlungen für die Nahversorgung S. 63).

Nahversorgung oder einer effizienten Grundstücksnutzung stehen. Das betrifft neben den einschlägigen Lebensmittelmarktketten zunehmend auch Drogeriemarktfilialen.

Die Verdichtung auf Grundstücken bestehender Lebensmittelmärkte gewinnt an Bedeutung. Die Eingeschossener aufzustocken, verbietet in den meisten Fällen deren Statik. Eine bauliche Verdichtung mit mehrgeschossigen, multifunktionalen Geschäftsgebäuden ist deshalb meist nur durch Abriss und Ersatzneubau zu erreichen. Multifunktionale Geschäftsgebäude zu planen, ist ein komplexes Vorhaben, in das neben dem Handel oft weitere Projektbeteiligte involviert sind – etwa eine Wohnungsgesellschaft, die als Mitbauherrin fungiert und die Wohnungen verwaltet. Angesichts der vielen Herausforderungen kann die Überbauung von Lebensmittelmärkten keinen allzu großen Beitrag zur Entspannung des Wohnungsmarkts leisten. Immerhin sind in den letzten zehn Jahren jährlich etwa drei mehrgeschossige Ersatzneubauten fertig gestellt worden und auf diese Art insgesamt rund 4.000 Wohnungen entstanden. Die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen unterstützt die entsprechenden Planungs- und Genehmigungsprozesse der Bezirksamter und Unternehmen, wenn hierfür Bedarf besteht.

Um auch in Zukunft eine engmaschige, zu Fuß erreichbare Nahversorgung mit städtebaulich überzeugenden Lösungen zu sichern, ist es damit weiterhin geboten, die Ansiedlungsinteressen räumlich-funktional zu steuern und stadtplanerisch auf Mehrgeschossigkeit und Nutzungsmischung Einfluss zu nehmen.

Handlungsempfehlungen für die Nahversorgung

Für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in Berlin lassen sich daraus übergeordnete Empfehlungen ableiten. Sie können auf Bezirksebene ergänzt und konkretisiert werden – zum Beispiel in den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten und/oder in der Bauleitplanung.

■ Lebensmittelmärkte abhängig von ihrer Versorgungsfunktion dimensionieren

Wie sich ein Lebensmittelmarkt städtebaulich und auf die Versorgungsstruktur auswirkt, ergibt sich in erster Linie aus seiner Verkaufsfläche. Deren Größe bestimmt auch den Umsatz. Die Dimensionierung eines Lebensmittelmarkts steht damit in enger Beziehung zum Versorgungsauftrag, der ihm von der Stadtplanung zugeordnet wird.

Deshalb sind zum Beispiel größere SB-Warenhäuser auf die Zentrumsbereichskerne, Haupt- und Stadtteilzentren beschränkt. Ortsteilzentren versorgen in der Regel 15.000 bis 20.000 Menschen; dort zu entwickelnde Lebensmittelmärkte sollen daher eine Größenordnung von 2.500 Quadratmeter Verkaufsfläche nicht überschreiten. Und in dezentralen Wohnlagen mit geringer Bevölkerungsdichte sind – trotz des gelegentlich vorgetragenen unternehmerischen Wunsches nach größeren Verkaufsflächen – Lebensmittelmärkte mit bis zu 800 Quadratmeter Verkaufsfläche nach wie vor markt- und zukunftsfähige, ortsangepasste Lösungen. Sie sind in der Lage, mehrere Tausend Menschen wohnungsnah zu versorgen.

■ **Drogeriemärkte in die zentralen Versorgungsbereiche integrieren**

Die Marktzutrittsgrößen von Drogeriemärkten, also die Wünsche der Unternehmen an die Verkaufsfläche neuer Standorte, sind deutlich gestiegen. Sie erreichen inzwischen häufig 800 Quadratmeter und mehr und zielen auf ein Einzugsgebiet von 15.000 bis 20.000 Menschen. Drogeriemärkte haben damit ein weit größeres Einzugsgebiet als Lebensmittelmärkte gleicher Verkaufsfläche. Würden Drogeriemärkte moderner Art und Größe in gering verdichteten Gebieten oder an primär autoorientierten Standorten errichtet, könnten sie sehr viel motorisierten Verkehr erzeugen, das Straßennetz belasten und Kundschaft aus den nächstgelegenen Zentren abziehen.

Das bedeutet, dass für Drogeriemärkte im Einzelfall schon unterhalb der Großflächigkeitsschwelle eine planungsrechtliche Zulässigkeit als Gebietsversorger in einem allgemeinen Wohngebiet ausscheidet. Deshalb kann auch eine Genehmigung für einen ähnlich großen Lebensmittelmarkt nicht auf einen Drogeriemarkt übertragen werden (vergleiche dazu etwa VGH Bayern, Beschluss 14 ZB 12.1899 vom 9. September 2013).

Angesicht ihres großen Einzugsbereichs und der hohen Frequenz, die sie erzeugen, empfiehlt es sich, moderne, leistungsstarke Drogeriemärkte in den Berliner Zentren anzusiedeln. Nur ausnahmsweise kommt eine Ansiedlung an Nahversorgungsstandorten mit besonderem Gewicht infrage (also in großen oder verdichten Wohnquartieren, die kein eigenes Zentrum haben). Außerhalb der Zentren bieten bereits die vorhandenen Lebensmittelmärkte ein Randsortiment an Drogerieartikeln.

■ **Lebensqualität durch wohnungsnah Grundversorgung sichern**

Lebensmittelmärkte sind in die zentralen Versorgungsbereiche Berlins zu lenken. Im Ausnahmefall kann bei räumlichen Versorgungslücken auch ein dezentraler Lebensmittelmarkt die Nahversorgung sicherstellen. Daher sollte es auch möglich sein, Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in einer der Versorgungsfunktion angemessenen Größenordnung zu realisieren, solange diese Standorte in Gebieten liegen, die dem Wohnen dienen.

Nahversorgungsstandorte in Gewerbe- und Industriegebieten führen dagegen zu steigenden Bodenpreisen, die Handwerks- und Gewerbebetriebe belasten. Zudem leisten sie keinen nennenswerten Beitrag zu einer zu Fuß erreichbaren Gebietsversorgung. An solchen Standorten müssen Nahversorgungsmärkte daher mit den Möglichkeiten der Bauleitplanung ausgeschlossen werden. Nähere Regelungen zu Nahversorgungsstandorten und ihrer Umsetzung beinhalten die bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte.

An manchen Standorten ist zu beobachten, dass die bisherige Nahversorgung durch reinen Wohnungsbau (ohne Gewerbe) oder eine andere Nutzung ersetzt wird. Im Einzelfall kann das zur Folge haben, dass der Versorgungsbedarf der Menschen vor Ort nicht mehr wohnungsnah gedeckt ist, weil der Weg zum nächsten Lebensmittelmarkt so lang wird, dass ihn einige Personengruppen nicht mehr bewältigen können. Dadurch kann die Lebensqualität im Kiez sinken. Projekte, die zum Verlust

einer Nahversorgungseinrichtung führen, sollten daher in den Prüf- und Genehmigungsverfahren des Bezirks eingehend geprüft werden. Wo erforderlich gilt es, Maßnahmen zu ergreifen, um das Nahversorgungsangebot zu sichern – etwa durch Integration eines Ladens in das geplante Objekt oder durch ein neues Versorgungsangebot an einem Ausweichstandort. Ein funktionierendes Nahversorgungsangebot liegt auch im Interesse der Immobilienwirtschaft, wenn sie weiterhin Wohnungen in lebenswerten Kiezen anbieten will.

■ **Mehrgeschossigkeit, Nutzungsmischung und gute Gestaltung fordern und umsetzen**

Multifunktionale Geschäftsgebäude haben klare Vorteile: Sie stärken gewachsene Zentren und Quartiere, indem sie Baulücken schließen und die Nutzungsmischung erhöhen. Sie stehen für eine nachhaltige, flächensparende Bodennutzung. Sie bieten Raum für Bildung, Kultur, medizinische oder soziale Einrichtungen und können (wie beschrieben) in begrenztem Umfang auch den Wohnungsbau unterstützen. Eingeschossige, monofunktionale Geschäftsgebäude sind daher zu vermeiden.

Nicht jede Projektplanung für eine multifunktionale Handelsimmobilie geht jedoch von vornherein überzeugend auf Anforderungen an Verkehr, Stadtgestalt, Klimaschutz und Klimaanpassung ein. Es ist daher Aufgabe der Projektbeteiligten und der Bauberatung, die konkreten Bau- und Raumqualitäten zu prüfen und falls nötig in gemeinsamen Abstimmungen zu verbessern.

Betrachtet werden sollten dabei vor allem die in Kapitel 3.8 genannten Anforderungen. Gute Beispiele und Hinweise zur stadtplanerischen Umsetzung liefert zudem die Onlinebroschüre Multifunktionale Geschäftsgebäude - Einzelhandel in urbaner Mischung und Dichte der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen. Auch viele bezirkliche Zentren- und Einzelhandelskonzepte enthalten hilfreiche Checklisten zu Architektur und Städtebau.

■ **Wochenmärkte unterstützen**

Wochenmärkte haben in Berlin Tradition und profitieren von der Nähe zu Landwirtschafts- und Gartenbaubetrieben vor allem im brandenburgischen Umland. Abgesehen von ihrer Bedeutung für die Nahversorgung eignen sich Wochenmärkte hervorragend, um Einkaufserlebnis und Frequenz in den Zentren zu steigern. Für viele Menschen sind sie eine willkommene Gelegenheit, sich mit anderen zu treffen und auszutauschen. Wer für die Gestaltung oder die Organisation eines Markts verantwortlich ist, sollte daher neben rein funktionalen Aspekten (wie Angebotsmix oder Wasser- und Stromversorgung) stets auch auf die Aufenthaltsqualität des Marktplatzes achten. Zu denken ist beispielsweise an Sitzplätze ohne Konsumzwang, gastronomische Angebote auf dem Markt oder in direkter Nähe, öffentliche Toiletten, Spielmöglichkeiten für Kinder, Begrünung und ausreichend Schatten.

3.6 Nahversorgung für neue Quartiere

Die Einwohnerzahl Berlins wird bis 2040 weiter steigen. Den Bedarf an Wohnraum, der daraus erwächst, hat der StEP Wohnen 2040 mit zusätzlichen 85.000 Wohnungen beziffert. Weitere 137.000 Wohneinheiten sind nötig, um den bereits heute angespannten Wohnungsmarkt zu entlasten. Damit ergibt sich für den Zeitraum 2022 bis 2040 ein Gesamtbedarf von 222.000 neuen Wohnungen. Dazu kommt eine perspektivische Flächenvorsorge für weitere 50.000 Wohnungen.

Der Stadtentwicklungsplan Wohnen setzt die Ziele, dass dabei Innen- vor Außenentwicklung gehen und kompakte und gemischte Quartiere entstehen sollen, zu denen neben kleineren und mittleren Projekten auch 24 Neue Stadtquartiere mit urbaner Mischung gehören. In allen Berliner Neubauquartieren soll die Nahversorgung engmaschig und zu Fuß erreichbar sein. Damit stellt sich die Frage nach Größe, Funktion und Gestaltung der zusätzlichen Grundversorgungseinrichtungen.

Welche Nahversorgungsausstattung brauchen neue Quartiere?

Der Fokus der Einzelhandelsausstattung neuer Quartiere liegt auf den Sortimentsgruppen der Nahversorgung. Dabei sind unter quantitativen wie räumlichen Gesichtspunkten auch die im Umfeld eines Wohnungsbaustandorts schon vorhandenen Strukturen zu berücksichtigen:

- Gibt es in der Nähe des künftigen Quartiers gewachsene Zentren, die (neben sonstigen Zentrenfunktionen) einen Teil der Nahversorgung übernehmen können?
- Sind an anderen integrierten Standorten im Umfeld, die unmittelbaren Bezug zum neuen Wohnquartier haben, bereits Nahversorgungsangebote ansässig, die zumindest eine Teilversorgung leisten können?
- Besteht im Umfeld eine deutliche Über- oder Unterversorgung - vor allem in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren?

Je nach Dichte und Größe sollen in den künftigen Quartieren mehrere Hundert bis mehrere Tausend Wohnungen entstehen. Die Belegungsdichte aller Berliner Wohnungen liegt - basierend auf Angaben des Amts für Statistik Berlin-Brandenburg - derzeit rechnerisch bei 1,8 Menschen pro Wohnung. In den Anfangsjahren können je nach Sozialstruktur und Wohnungstyp in den neuen Quartieren auch höhere Belegungsdichten (oder aber noch nicht aktivierte Wohnungsbaupotenziale) angenommen werden.

Abbildung 10 zeigt Beispiele dafür, wie geeignete Einzelhandelsstrukturen aussehen, die allgemeine Betriebsanforderungen der Handelsketten berücksichtigen. Die Tabelle enthält gutachterlich ermittelte Angaben zu Verkaufsflächen, die sich idealtypisch aus dem Kaufkraftpotenzial vor Ort ableiten. Berücksichtigt ist darin eine realistische maximale ► **Kaufkraftbindung** nach dem Marktanteilsprinzip.

10 Beispiele für Nahversorgungsstrukturen für neue Wohnungsbaustandorte			
	kleiner Standort	mittlerer Standort	großer Standort
Wohnungen	1.000	4.000	6.000
Bevölkerung (bei 1,8 Personen/Wohnung)	1.800	7.200	10.800
mögliche Nahversorgungsstruktur (Verkaufsfläche)	kleiner Supermarkt / Lebensmittelgeschäft (rund 800 m ²)	Supermarkt (1.600 m ²)	Supermarkt (2.000 m ²)
		Lebensmitteldiscounter (1.000 m ²)	Lebensmitteldiscounter (1.000 m ²)
		eventuell Biomarkt (500 m ²)	Drogeriemarkt (500 m ²)
			Getränkemarkt (1.000 m ²)
alternative Nahversorgungsstruktur (Verkaufsfläche)	Biomarkt (rund 800 m ²)	Supermarkt (2.000 m ²)	Supermarkt (1.800 m ²)
		Lebensmitteldiscounter (1.200 m ²)	Lebensmitteldiscounter (1.200 m ²)
			Biomarkt (800 m ²)
			Getränkemarkt (800 m ²)
potenzielle flankierende Betriebe	eventuell Bäckerei	Bekleidungsgeschäft (ca. 200 m ²)	Bekleidungsgeschäft (ca. 200 m ²)
		Blumengeschäft (ca. 100 m ²)	Blumengeschäft (ca. 100 m ²)
		Schreibwarengeschäft (ca. 100 m ²)	Schreibwarengeschäft (ca. 100 m ²)
		Bäckerei	Bäckerei
Quelle: SenStadt Berlin			

An kleineren Neubaustandorten - mit angenommenen 1.000 Wohnungen - besteht Kaufkraftpotenzial für einen Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter. Für flankierende Betriebe ist das Kaufkraftpotenzial in der Regel zu gering, vielleicht abgesehen von einer Bäckerei, beispielsweise im Eingangsbereich des Lebensmittelmarkts.

An mittelgroßen und großen Neubaustandorten mit 4.000 bis 6.000 Wohnungen reicht die Kaufkraft für mehrere Lebensmittelbetriebe unterschiedlicher Betriebsform und für einzelne flankierende Betriebe, sodass Potenzial für einen Einzelhandelsstandort mit dem Charakter eines Nahversorgungszentrums besteht. Dienstleistungen (wie Frisiersalon, Paketshop oder Reinigungsannahme) und gastronomische,

soziale und medizinische Angebote sowie Repaircafés und Produktverleihstationen ergänzen die Versorgung im neuen Quartier.

Anforderungen an den Mikrostandort

Die Standorte der Nahversorgungsstrukturen in den neuen Quartieren müssen vor allem folgende Anforderungen erfüllen:

- zentrale Lage im Quartier (gegebenenfalls Wohngebiete im Umfeld berücksichtigen, die nicht fußläufig nahversorgt sind)
- Lage unmittelbar an einem ÖPNV-Knotenpunkt oder zumindest einer häufig bedienten ÖPNV-Haltstelle
- räumliche Konzentration aller kundschaftsorientierten Angebote (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und so weiter), um den Menschen kurze Wege und Kopplungsmöglichkeiten zu sichern und den Betrieben Synergien zu erschließen
- Integration weiterer öffentlicher und privater Nutzungen (wie soziale, medizinische und kulturelle Angebote), die Besuchsfrequenz erzeugen,
- Anlage ansprechend gestalteter, klimaresilienter Plätze und Grünflächen als Treff- und Kommunikationspunkte mit Sitz- und Spielgelegenheiten (mit und ohne gastronomisches Angebot)
- kurze und sichere Wege zu den Eingangsbereichen der Ladengeschäfte für alle, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sind (zum Beispiel durch Hinwendung der Eingangsbereiche zu Fuß- und Radwegen und eine ausreichende Zahl von Fahrradstellplätzen)
- Verzicht auf ausgedehnte dem Betrieb vorgelagerte Pkw-Parkplatzflächen; Parkplätze stattdessen seitlich oder hinter dem Gebäude anordnen, überbauen oder als Parkdeck realisieren

Bei räumlich ausgedehnten mittelgroßen und großen Wohnungsbaustandorten kann neben dem zentralen Nahversorgungsstandort ein weiterer, dezentraler Standort geschaffen werden. Dadurch lässt sich eine wohnungsnah, zu Fuß erreichbare Grundversorgung in allen Teilen des Quartiers gewährleisten. Der zusätzliche dezentrale Standort sollte jedoch nicht in Konkurrenz zum verdichteten zentralen Standort treten und daher hinsichtlich Betriebszahl und Verkaufsflächen nur ein sehr begrenztes Nahversorgungsangebot bilden (zum Beispiel in Form eines nicht großflächigen Lebensmittelmarkts).

Alle Einzelhandelsangebote sollen baulich verdichtet und als mehrgeschossige Immobilien errichtet werden. Um spezifische Anforderungen der Einzelhandelsunternehmen an Grundriss, Technik und Erschließung zu berücksichtigen, sollten die Unternehmen möglichst früh in die Standort- und Hochbauplanung einbezogen werden.

In den zentral gelegenen, nutzungsgemischten Nahversorgungsstandorten neuer Quartiere sollten Modelle des Geschäftsstraßen- und Branchenmanagements erprobt werden. Professionell betriebene gewerbliche Managements ermöglichen, dass sich die Versorgungseinrichtungen zeitlich gestaffelt und damit angepasst an die Bevölkerungsentwicklung ansiedeln. Schon in der Startphase wäre dann ein Kernangebot vorhanden. Zudem erleichtert es die Akquisition attraktiver Läden und Betriebe, die für einen lebendigen und zeitgemäßen Versorgungs-, Dienstleistungs- und Gastronomiemix erforderlich sind. Für ein solches Management muss frühzeitig ein Pool der geplanten vermarktungsfähigen Gewerbeflächen gebildet werden.⁵

Geschäfte für die meisten aperiodisch nachgefragten Waren (wie Schuhe, Sportartikel oder Elektrogeräte) werden sich selbst in großen Neubauquartieren kaum ansiedeln, da die Kaufkraft für wirtschaftlich tragfähige Betriebsgrößen nicht ausreicht. Eine gute Anbindung des neuen Quartiers an bestehende Zentren (vor allem zu Fuß, mit dem Fahrrad und mit öffentlichen Verkehrsmitteln) ist deshalb entscheidend. Dort werden solche Güter bereits angeboten und die Unternehmen können ihr Angebot bedarfsgerecht ausbauen. Auf diese Weise können neue Wohnquartiere benachbarte Zentren unterschiedlicher Hierarchiestufen stabilisieren und stärken.

3.7 Anforderungen an die städtebauliche Integration

Handelsimmobilien fallen im Stadtbild meist ins Auge: Sie sind gut frequentiert und allein schon durch ihre zentralen Standorte für Berliner und Berlinerinnen wie für Besuchende von außerhalb gut wahrnehmbar. Ihre mikroräumliche Lage und Faktoren wie die Lage der Eingänge prägen in hohem Maße den öffentlichen Raum. Umso wichtiger ist es, den Handel städtebaulich und architektonisch angemessen zu integrieren. Diese Aufgabe stellt sich bei Neubau- wie Umnutzungsvorhaben. Die Architektur- und Städtebaugeschichte ist voll von Beispielen, die zeigen, wie groß der baukulturelle Wert ist, der in Handelsgebäuden zum Ausdruck kommen kann.

Unverzichtbar ist heute, jedes Vorhaben umweltverträglich zu gestalten. Angesichts der sogenannten grauen Energie, die in einem Gebäude gebunden ist, sollte eine Umnutzung stets Vorrang vor Abriss und Ersatzneubau haben.

Entscheidend für die Anforderungen ist die Bauform. Wesentliche Bauformen, die in ihrer städtebaulichen Dominanz und/oder Häufigkeit die Berliner Einzelhandelslandschaft prägen, sind Lebensmittelmärkte und Einzelhandelsgroßimmobilien (wie Einkaufszentren, Kauf- und Warenhäuser, Fachmärkte).

⁵ Beispiel: Erdgeschossmanagement im neuen Stadtteil „Seestadt Aspern“ (Wien)

3.7.1 Anforderungen an die städtebauliche Integration von Einzelhandelsgroßimmobilien

Der wachsende Onlinehandel und die Covid-19-Pandemie haben dazu geführt, dass immer mehr Einzelhandelsgroßimmobilien leer stehen und eine Neustrukturierung verlangen.

Bei Kauf- und Warenhäusern hat die Branchenentwicklung schon seit einiger Zeit dazu geführt, dass Standorte geschlossen wurden. Dadurch hat die Immobilienbranche bereits einiges an Erfahrung mit ihrer Umnutzung gesammelt. Beispiele in Berlin sind etwa die Umbau- und Nachnutzungskonzepte für die früheren Hertie-Häuser in Moabit und Neukölln, der Umbau des Centrum-Warenhauses am Ostbahnhof zum Bürohaus „Up! Berlin“ oder die Revitalisierung des Quelle-Kaufhauses an der Karl-Marx-Straße zum Start-up-Zentrum „Kalle Neukölln“.

Einkaufszentren sind in Berlin vor allem in den 1990er- und 2000er-Jahren errichtet worden. Speziell im Ostteil der Stadt haben sie dazu beigetragen, dass nach der Wende erkennbare Defizit an Verkaufsflächen abzubauen. Heute werden – angesichts veränderter Einkaufsgewohnheiten und einer erkennbaren Marktsättigung – in Berlin keine neuen Einkaufszentren geplant⁶. Diese Entwicklung ist auch bundesweit und international zu beobachten.

Als Folge verzeichnet Berlin zahlreiche Umbau- und Modernisierungsprojekte für Einkaufszentren, die anstehen oder schon realisiert wurden. Beispiele sind „The Playce“ (ehemals Potsdamer Platz Arkaden), das Forum Steglitz oder das Park-Center Treptow.

Neben einer gestalterischen und technischen Sanierung geht es bei diesen Projekten vor allem um Nutzungsänderungen: Die Großimmobilien wandeln sich von reinen Einkaufsstätten zu multifunktionalen Immobilien mit einer Mischung aus Einzelhandel, Gastronomie, Freizeitangeboten und häufig auch Wohnungen und Büros – ein Wandel, den veränderte Ansprüche der Kundinnen und Kunden antreiben.

Anforderungen an die städtebauliche Integration und Gestaltung von Einzelhandelsgroßimmobilien richten sich damit nur noch in Einzelfällen an Neubauten, sondern vielmehr an das Refurbishment, also die Umgestaltung und Revitalisierung bestehender Objekte. Neben den Nutzungen werden dabei bisweilen auch die innere Erschließung, die äußere Anbindung und/oder die Fassade verändert. Zudem werden Teile abgerissen oder neue An- und Aufbauten ergänzt. So entstand etwa auf dem Parkdeck des Ringcenters II in Lichtenberg ein Hotel in Holzbauweise.

Die Stadtentwicklungsplanung verfolgt mit Blick auf den Strukturwandel dieser Großimmobilien zunächst das Ziel, Leerstände zu vermeiden, weil diese Versorgungsfunktion und Attraktivität der Zentren schwächen, in denen die Immobilien liegen. Wenn die Vermietung an Handels-, Dienstleistungs- und

⁶ Eine Ausnahme ist die gemischt genutzte Handelsimmobilie, die an der Südwestspitze des ehemaligen Rangierbahnhofs Pankow an der Berliner Straße geplant ist: Sie wird aufgrund ihrer Merkmale städtebaurechtlich als Einkaufszentrum eingeordnet.

Gastronomiebetriebe nicht gelingt, sollte alsbald zumindest eine temporäre Nutzung angestrebt werden (Zwischennutzung).

Ein weiteres städtisches Ziel ist es, die Umbaumaßnahmen zu nutzen, um die gewachsenen Zentren Berlins zu stabilisieren und zu stärken. Jede Großimmobilie muss sich in den Zentrumskontext einfügen. Damit das gelingt, sind einige Punkte zu beachten:

Umbau von Großimmobilien als Chance nutzen

Das Refurbishment eröffnet Chancen – sowohl aus betrieblicher Sicht (beispielsweise für eine höhere Wirtschaftlichkeit), als auch für die Funktion des städtischen Zentrums. Dabei ist zu ermöglichen, dass sich ein Center oder (ehemaliges) Warenhaus städtebaulich und architektonisch zur umgebenden Geschäftsstraße öffnet und nicht vom Bestand abgeschottet ist. Räumliche und funktionale Lücken zu bestehenden Geschäftslagen müssen geschlossen und Mängel im öffentlichen Raum abgebaut werden. Nur so lassen sich Synergieeffekte erreichen. Hinsichtlich des künftigen Nutzungsmixes, der baulichen Gestaltung und der Verknüpfung mit der Umgebung sind öffentliche Interessen auszuloten und klar zu benennen. Daher ist in einem solchen Prozess eine konstruktive und frühzeitige Kommunikation der beteiligten Akteurinnen und Akteure anzustreben, die die städtebauliche Gesamtkonzeption im Blick hat.

Nutzungsmix der Großimmobilien definieren

Zu treffen sind Aussagen zu den vorgesehenen Verkaufsflächen, Einzelhandelswarengruppen und gastronomischen Angeboten. Kombinationen mit weiteren Nutzungen (wie einem medizinischen Zentrum oder Dienstleistungen) können sinnvoll sein. Dabei gilt es, eine Konkurrenz zu Angeboten anderswo im Zentrum zu vermeiden. Im Interesse eines lebendigen Stadtzentrums gilt es im Einzelfall abzuwägen, ob ergänzende Einrichtungen eher an anderer Stelle im Zentrum für eine Belebung der gewachsenen Geschäftsstraße sorgen können.

Großimmobilie in das Fußwegenetz integrieren

Es gilt, vorhandene Wege aufzunehmen und weiterzuführen, Rundgänge zu ermöglichen und attraktive Verbindungen zu schaffen. Vermieden werden muss, dass die Ströme von Passanten und Passantinnen ausschließlich in innere Passagen gelenkt und dadurch vorhandene Einkaufsbereiche geschwächt werden. Auch eine Überdehnung des gesamten Zentrums durch zu lange neue Wege gilt es zu verhindern. Darüber hinaus sind die Belange des Radverkehrs einzubeziehen, zum Beispiel durch die Integration von Abstellanlagen für Fahrräder.

Großimmobilien sollen sich nach außen öffnen und das bestehende Zentrum beleben

Attraktive Plätze vor dem Objekt helfen, ein Center oder ein (ehemaliges) Warenhaus gut mit dem öffentlichen Raum zu vernetzen. Eingänge sollten so positioniert sein, dass sie sich wie selbstverständlich

mit der Stadt verzahnen. Geschlossene, intransparente Erdgeschosszonen und Ladenrückseiten sind zu vermeiden. Die Geschäfte sollen sich darüber hinaus nicht ausschließlich zu einer inneren Mall öffnen; ihre Eingänge und Schaufenster müssen auch an Straßen und Plätzen liegen. Das Objekt soll nicht nur zu den Öffnungszeiten zur Belebung des Zentrums beitragen. Um diesen Anspruch zu erfüllen, sollte beim Neu- und Umbau von Einkaufszentren primär der Typ „offenes Center“ realisiert werden. Dieser Center-Typ besteht aus mehreren einheitlich geplanten und betriebenen Gebäuden, zwischen denen sich ein öffentlich nutzbares Wegenetz aufspannt. Solche Center verbinden die betrieblichen Vorteile von Einkaufszentren mit den Merkmalen offener, Nutzungsgemischter und Nutzungsflexibler Strukturen der europäischen Stadt.

Die Gestaltung der Großimmobilie muss ihrer Bedeutung für die Stadt gerecht werden

Warenhausimmobilien und Einkaufszentren gehören – gemessen an Investitionsvolumen, Baumasse und Besuchsfrequenz – zu den herausragenden Orten eines Zentrums. Sie müssen daher hochwertig gestaltet sein und einen eigenständigen Beitrag zum Bild der Stadt leisten. Auch im Inneren gelten hohe Qualitätsansprüche an die Architektur. Um zu guten Lösungen zu kommen, sind Qualifizierungsverfahren und Wettbewerbe durchzuführen, die wo möglich und nötig auch die Gestaltung der Parkplatzanlagen beinhalten.

Die öffentliche Hand definiert Rahmenbedingungen

Investierenden und Entwicklungsgesellschaften gegenüber müssen die städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen für die Entwicklung einer (ehemaligen) Einzelhandels-Großimmobilie klar definiert werden. Das schließt auch Vorgaben zu Beteiligungs- und Wettbewerbsverfahren ein. Darüber hinaus empfiehlt es sich, das Vorhaben in eine städtebauliche Gesamtkonzeption einzubinden. So lässt sich auf Dauer eine nachhaltige Stärkung des Zentrums erreichen.

3.7.2 Anforderungen an die städtebauliche Integration von Fachmarkttagglomerationen, Fachmärkten und Lebensmittelmärkten

Um Lebensmittel- und Fachmärkte gerade an dezentralen Standorten zu besuchen, nutzt ein hoher Anteil an Kundinnen und Kunden das eigene Auto. Entsprechend große Parkplatzanlagen und funktionale Bauformen beherrschen das Bild. Mittelmaß und Gestaltungslosigkeit drohen vor allem dann, wenn die Stadtplanung es versäumt, Vorgaben zur städtebaulichen Integration zu machen.

Funktionale Bauten prägen dabei nicht nur die Ausfallstraßen, sondern noch immer auch einzelne Zentren – vor allem in Randlagen und in kleineren Zentren. Gerade dort fallen gestalterische Defizite und eine mangelhafte städtebauliche Integration besonders schwer ins Gewicht. Lebensmittelmärkten kommt bei

alldem durch ihre hohe Besuchsfrequenz und ihre Bedeutung für die Versorgung mit täglichem Bedarf eine Sonderrolle zu.

11 | Anforderungen an die städtebauliche Integration von Lebensmittel- und Fachmärkten

Lage	<ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandelsmärkte mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten ausschließlich in Berliner Zentren ansiedeln (Steuerungsgrundsatz 1 in Kap. 2.2) • Lebensmittelmärkte primär in Zentren und nachrangig an integrierten Wohnstandorten vorsehen (Steuerungsgrundsatz 2 in Kap. 2.2) • Fachmarktansiedlungen in Zentren und alternativ auf Fachmarkttagglomerationen und -standorte lenken (Steuerungsgrundsatz 3 in Kap. 2.2)
Städtebau, Eingänge, Wegenetz	<ul style="list-style-type: none"> • Gebäude unmittelbar am öffentlichen Raum errichten (zum Beispiel im Blockrand mit Gebäudefront zur Straße) • Standort in das ÖPNV-, Fuß- und Radwegenetz einbinden (in Zentren: Eingänge zu bestehenden Geschäftslagen ausrichten)
Architektur	<ul style="list-style-type: none"> • nutzungsgemischte, mehrgeschossige, urbane Lösungen realisieren • besonders Fassaden und Eingangsbereiche hochwertig gestalten • in städtebaulich sensiblen Bereichen und bei großen Vorhaben: Qualifizierungsverfahren durchführen • Maßnahmen zum Klimaschutz und zur Klimaanpassung umsetzen (wie Begrünung, erneuerbare Energien, Fassadengestaltung, Starkregenvorsorge)
Lebendiges Erdgeschoss	<ul style="list-style-type: none"> • im Erdgeschoss entlang des öffentlichen Raums Nutzungen anordnen, die Frequenz erzeugen (Ladeneingänge, Gastronomie, Serviceangebote, Lobbies und ähnliches) • Sichtbeziehung zwischen dem öffentlichen Raum und dem Gebäudeinnern fördern (Transparenz und Offenheit); beklebte Fenster unbedingt vermeiden • Übergangsbereich zwischen dem öffentlichen und dem unternehmerischen/privaten Bereich schaffen (zum Beispiel durch Außengastronomie)
Pkw-Parkplätze	<ul style="list-style-type: none"> • Parken auf Flächen außerhalb des öffentlichen Straßenraums priorisieren • integrierte Lösungen finden (zum Beispiel Parkplätze auf dem Dach, im Parkdeck, in einer Tiefgarage oder ebenerdig hinter dem Gebäude, nicht jedoch zwischen (Geschäfts-)Straße und Gebäude) • Mehrfach-/ Mitnutzung durch andere Betriebe und Einrichtungen ermöglichen • Parkplatzanlagen nicht über-, sondern entsprechend der Versorgungsfunktion des Marktes und Lage im Stadtgebiet dimensionieren • ausreichend Abstellmöglichkeiten für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, (Lasten-)Fahrräder und ggf. Sharing-Angebote in Eingangsnähe vorsehen • Ladeeinrichtungen für Elektrofahrzeuge mitdenken • sichere separate Fußwege zwischen Stellplätzen und Gebäudeeingang anlegen

11 Anforderungen an die städtebauliche Integration von Lebensmittel- und Fachmärkten (Fortsetzung)	
Anlieferung und Entsorgung	<ul style="list-style-type: none"> • Entsorgungs- und Anlieferungsbereiche entlang des öffentlichen Raums vermeiden oder zumindest möglichst klein auslegen, um das Ziel lebendiger Erdgeschosse zu unterstützen (optimalerweise auf dem Grundstück und eher seitlich, hinter dem Haus oder im Untergeschoss platzieren) • Rückwärtsfahren sollte möglichst vermieden werden • Geräuschbelastungen sensibler benachbarter Nutzungen vermeiden oder minimieren (zum Beispiel durch Einhausung der Lade- und Entsorgungszone oder Lärmschutzelemente)
Freiflächen-gestaltung/ Begrünung	<ul style="list-style-type: none"> • nicht bebaute Grundstücksbereiche entsiegeln und begrünen • ebenerdige Parkplätze mit Bäumen gliedern und mit wasserdurchlässigen Belägen befestigen; • Dach über der Handelsetage als Dachgarten, Spielfläche oder ähnliches nutzen • Retentions- und Versickerungsanlagen für Regenwasser einplanen (bei ausreichender Grundstücksfläche: als blaugrüne Gestaltungselemente erlebbar machen) • verschatten und kühlen durch Fassaden- und Dachbegrünung, Bäume und andere Vegetation, Wasserelemente und bauliche Elemente
Werbung, Beleuchtung, Schilder	<ul style="list-style-type: none"> • Außenwerbung und Beleuchtung insbesondere in Zentren hochwertig gestalten und zurückhaltend dimensionieren
Um- und Nachnutzbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Grundrisse, lichte Höhen, Zwischenwände, technische Gebäudeausstattung, innere und äußere Erschließung weitgehend nutzungsneutral und flexibel auslegen, um eine spätere Um- und Nachnutzung zu vereinfachen (Langlebigkeit und Werthaltigkeit der Immobilie / Vermeidung von Abrissen und Vernichtung der in Baumaterialien gebundenen sogenannten grauen Energie) • bei vorerst nicht voll ausgenutzten Grundstücken: Gebäudeanordnung und Erschließung auf eine spätere Nachverdichtung ausrichten (Entwicklungsphasen mitdenken)

Quelle: SenStadt Berlin

Fachmarkttagglomerationen, Fachmärkte und Lebensmittelmärkte müssen städtebaulich integriert und gestalterisch aufgewertet werden. Dabei geht es nicht darum, bestehende Fehlentwicklungen durch nachträgliche Kosmetik zu rechtfertigen und deren Standorte zu festigen. Um spürbare Verbesserungen zu erreichen, braucht es klare Aussagen und langfristige Strategien. Angesichts des Leerstands in städtischen Zentren gehören dazu auch Verlagerungen von Fachmärkten in die Zentren und Umnutzungen am Altstandort zugunsten anderer Nutzungen als Einzelhandel.

Betriebsgrößen, Dimension und Lage der Standorte unterscheiden sich im Einzelhandel deutlich. Sie sind zudem in Abhängigkeit von der Versorgungsfunktion zu sehen. Das Spektrum reicht vom solitären

Lebensmittelgeschäft mit Nahversorgungsfunktion im verdichteten städtischen Umfeld bis zur Fachmarkttagglomeration mit überörtlicher Funktion an der Ausfallstraße. Aussagen zur städtebaulichen Integration lassen sich daher nicht verallgemeinern, sondern sind typisiert für Standorte mit gemeinsamen Merkmalen zu treffen.

Die dynamische Entwicklung hin zu Betriebsformen, die auf Kunden und Kundinnen mit Pkw ausgerichtet sind, macht deren städtebauliche Integration zu einer wichtigen Zukunftsaufgabe. Die in Tabelle 11 aufgelisteten Anforderungen liefern (in Verbindung mit den Hinweisen zur strategischen Weiterentwicklung der Fachmarkttagglomerationen und -standorte in Kapitel 3.3.3) den Bezirken eine Richtschnur, um solche Betriebsformen und Standorte qualitativ zu integrieren und weiterzuentwickeln. In bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten lassen sich die Anforderungen bei Bedarf ergänzen und vertiefen.

Den weiter steigenden Wohnraumbedarf nach dem Leitbild der kompakten, gemischten und sozialen Stadt zu decken, erfordert auch Einzelhandelsimmobilien baulich zu ergänzen, die im Verhältnis zu ihrer Umgebung untergenutzt sind. So wichtig ein eingeschossiger Markt für die Versorgung der Menschen im Umfeld auch sein mag, so wenig ist er inmitten dichter (und höherer) Bebauung städtebaulich sinnvoll. Um solche Potenziale besser zu nutzen, müssen die Qualitätsansprüche zu Beginn des Planungsprozesses verdeutlicht werden.

- Qualitätsanforderungen müssen nachvollziehbar beschrieben und veranschaulicht werden. Hilfreich und überzeugend im Beratungsprozess sind gute Beispiele ähnlicher Projekte.
- Alle am Planungsprozess Beteiligten müssen für die stadtverträgliche Integration von Einzelhandelsprojekten sensibilisiert werden. Gleich zu Beginn des Planungsprozesses müssen Ziele formuliert, eindeutig vermittelt und auch im weiteren Verlauf durchgehalten werden.
- Um den Qualitätsansprüchen einer kompakten, gemischten und sozialen Stadt gerecht zu werden, ist es sinnvoll, in konkurrierenden Verfahren unterschiedliche Entwürfe zu erarbeiten.
- Damit Investierende bereit sind, städtebaulich anspruchsvolle Lösungen zu realisieren, benötigen sie einen verlässlichen Rahmen. Eine konsequente Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auf geeignete Standorte hat daher große Bedeutung.
- Städtebaulich begründbare Festsetzungen in Bebauungsplänen (unter anderem zur Mindestzahl der Geschosse oder einer entsprechenden Sondergebietsnutzung) und ergänzend städtebauliche Verträge sind Wege, auf denen sich urbane und gemischt genutzte Geschäftsgebäude realisieren lassen. In einem vorhabenbezogenen Bebauungsplan können weitergehende Festlegungen getroffen werden, die unter anderem den Wohnanteil oder den Anteil anderer Nutzungen regeln.

3.8 Die Prüfung von Ansiedlungsbegehren

Einzelhandelsvorhaben zu entwickeln, verlangt eine sorgfältige Prüfung und Bewertung, ob sie mit dem geltenden Baurecht und übergeordneten Planungszielen vereinbar sind (Kompatibilitätsprüfung). Zu diesen Planungszielen gehören:

- die im Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) und im Landesentwicklungsprogramm 2007 (LEPro 2007) festgelegten Ziele und Grundsätze der Raumordnung der Länder Berlin und Brandenburg
- die Darstellungen des Flächennutzungsplans (FNP) und die Vorgaben der Ausführungsvorschrift (AV) FNP
- die Ziele und Vorgaben des StEP Zentren 2040 und die Vorgaben der AV Zentren und Einzelhandel
- die Ziele und Empfehlungen der bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte.

Ebenso wichtig ist es zu prüfen, ob ein Vorhaben mit dem StEP Wirtschaft 2040 vereinbar ist. Das Entwicklungskonzept für den produktionsgeprägten Bereich zielt darauf, bodenpreisteigernde (Einzelhandels-) Nutzungen auf gewerblichen Bauflächen auszuschließen, damit diese Flächen für Industrie und produktionsgeprägte Nutzungen reserviert bleiben. Ein Ziel des StEP Zentren 2040 ist daher, grundsätzlich keine Einzelhandelsbetriebe in den 40 Entwicklungsgebieten für den produktionsgeprägten Bereich (EpB) zuzulassen.

Die Ziele des StEP Mobilität und Verkehr und nachfolgender Planwerke und Strategien sind ebenfalls zu berücksichtigen. Um die negativen Umweltauswirkungen des Verkehrssektors zu minimieren und den Umweltverbund zu stärken, ist eine enge räumliche Verbindung von Zentren und Einzelhandel mit den Wohngebieten unabdingbar. Ein wesentliches Qualitätskriterium städtischer Zentren ist, dass sie mit allen Verkehrsarten und besonders mit dem ÖPNV, dem Fahrrad und zu Fuß gut erreichbar sind.

Maßnahmen zur Klimaanpassung und zum Erreichen der Klimaneutralität der Stadt sind notwendig, um die Lebensqualität und den Klimaschutz in Berlin zu verbessern. Das gilt für ganz Berlin und besonders speziell für die städtischen Zentren, wo solche Maßnahmen die Aufenthaltsqualität verbessern sollen. Der StEP Klima 2.0 zeigt auf, wo Herausforderungen im Neubau und Bestand liegen. Er liefert Handlungsansätze und geeignete Maßnahmen für verschiedene Stadtstrukturen und Maßnahmenprofile.

Ob ein Einzelhandelsvorhaben planungsrechtlich zulässig ist, richtet sich nach den Paragraphen 30 und 31 sowie 33 bis 35 BauGB und nach der BauNVO. Ist zur Entwicklung eines Einzelhandelsvorhabens und der Erreichung der stadtentwicklungsplanerischen Ziele Berlins ein Bebauungsplan erforderlich, so unterliegt dieser grundsätzlich dem Entwicklungsgebot (§ 8 Abs. 2 BauGB) und soll daher Nutzungen festsetzen, die den Darstellungen des FNP entsprechen.

Der FNP Berlin enthält generalisierte Darstellungen zur Entwicklung von Bauflächen für großflächige Einzelhandelseinrichtungen. Er stellt die Grundzüge des Berliner Zentrenkonzepts mit dem Symbol für Einzelhandelskonzentrationen (zwei schwarze Balken) dar. Dieses Symbol markiert im FNP zentrentragende Stadträume, in denen Baugebiete für zentrenrelevante großflächige Einzelhandelseinrichtungen entwickelt werden können, sofern das Gebiet gleichzeitig im bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept als zentraler Versorgungsbereich im Sinne des BauGB und der BauNVO ausgewiesen ist.

Das Zentrengefüge zu stabilisieren, es zu profilieren und unverträgliche Einzelhandelsnutzungen zu vermeiden, sind weitere Aufgaben in der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung gemäß FNP.

Gewerbliche Bauflächen sind grundsätzlich Gewerbe- und Industriegebieten mit produktionsgeprägtem Gewerbe vorbehalten. Aus diesen Flächen können nach FNP nur in besonders begründeten Einzelfällen und nur dann Baugebiete für großflächige Einzelhandelseinrichtungen entwickelt werden, wenn keine negativen stadtstrukturellen Auswirkungen zu erwarten sind. In den 40 Entwicklungsgebieten für den produktionsgeprägten Bereich (EpB) des StEP Wirtschaft 2040 ist Einzelhandel grundsätzlich ausgeschlossen.

In der Regel muss nur die Ansiedlung, Erweiterung oder Änderung von Einzelhandelseinrichtungen beurteilt werden. Bestehende genehmigte Betriebe genießen Bestandsschutz. Die Kumulation mehrerer, auch nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Streulagen kann allerdings die gleichen Auswirkungen haben wie ein großflächiges Vorhaben und daher beurteilungsrelevant werden.

Vorhaben in zusammenhängend bebauten Ortsteilen

Sofern für den beabsichtigten Standort eines Einzelhandelsvorhabens im Innenbereich kein verbindliches Planungsrecht besteht oder geschaffen werden soll, richtet sich dessen Zulässigkeit nach § 34 BauGB. Dabei muss auch untersucht werden, ob von dem Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind (§ 34 Abs. 3 BauGB). Als Grundlage dienen die städtischen Zentren, die der StEP Zentren 2040 bestimmt, und die Nahversorgungszentren, die in den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten festgelegt sind. Nach aktueller Rechtsprechung sind dabei nur etwaige Auswirkungen auf tatsächlich vorhandene, nicht aber auf geplante zentrale Versorgungsbereiche ausschlaggebend. Je nach Vorhaben und dessen Übereinstimmung mit gesamtstädtischen und bezirklichen Zielen und Rahmenvorgaben kann unter Umständen ein Planerfordernis entstehen.

Beurteilungsgrundsätze

Ob ein Einzelhandelsvorhaben mit den Planungszielen vereinbar ist, wird anhand der Fragen beurteilt, ob es der Zentren- und Einzelhandelsstruktur, den Steuerungsgrundsätzen des Kapitels 2 und dem bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten entspricht. Maßgebliche Faktoren sind dabei die Lage des beabsichtigten Standorts, die Größe der Verkaufsfläche und die angebotenen Sortimente.

Möbel-, Bau- und Gartenmärkte

Grundsätzlich ist es möglich, Möbel- und Baumärkte in angepassten Größenordnungen in die städtischen Zentren zu integrieren. Sie tragen dort zur Vielfalt des Angebots bei. Außerhalb der Zentren bedürfen Möbelhäuser, Bau- und Gartenmärkte mit ihrem üblicherweise hohen Flächenbedarf und ihren zentrenrelevanten Randsortimenten einer besonderen Beurteilung (siehe Kapitel 3.3). Dazu gehört es auch, zentrenrelevante Sortimente ohne Bezug zum Hauptsortiment auszuschließen und die jeweiligen zentrenrelevanten Randsortimente auf einen städtebaulich verträglichen Umfang zu begrenzen (maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 2.500 Quadratmeter Verkaufsfläche). Bei Standorten innerhalb der städtischen Zentren ist eine solche Reglementierung des Randsortimentes in der Regel nicht erforderlich; sie sind damit flexibler in der Gestaltung ihres Angebots.

12 | Prüfung der Vereinbarkeit eines Ansiedlungsbegehrens mit den Zielen der Stadtentwicklung

Prüfkriterien	Prüfschritte		
Hauptsortiment	nahversorgungsrelevant	zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant
Lage / Integration	Zentraler Versorgungsbereich	Zentraler Versorgungsbereich	Zentraler Versorgungsbereich
	Nahversorgungsstandort		Fachmarkttagglomeration Fachmarktstandort
bestehende Planungen	Vereinbarkeit mit Zielen der Stadtentwicklung (insbesondere StEP Zentren 2040), den Zielen, den Grundsätzen und Darstellungen des FNP bzw. des Landesentwicklungsplanes		
	Vereinbarkeit mit den Zielen des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzeptes		
Prüfung der Zentrenverträglichkeit und des Kongruenzgebotes	Prüfung der Umsatz-Kaufkraft-Relation		
	Prüfung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen		
	Zentrenverträgliche Dimensionierung der Sortimente		
	Vereinbarkeit mit den Gestaltungsanforderungen		

Quelle: SenStadt

Factory-Outlet-Center

Factory-Outlet-Center (FOC), zu denen auch sogenannte Designer-Outlet-Center zählen, sind Einkaufszentren, in denen mehrere Herstellungsunternehmen ihre Markenartikel preisreduziert Endverbrauchern und -verbraucherinnen anbieten. Im Gegensatz zu klassischen Fabrikläden befinden sich

die Verkaufseinrichtungen nicht an der Produktionsstätte, sondern in einem eigens für diesen Zweck errichteten oder umgebauten Center. FOC werden in der Regel einheitlich geplant, realisiert und gemanagt.

Im Wesentlichen werden Sortimente mit einer hohen Zentrenrelevanz angeboten, etwa Bekleidung und Schuhe. Aufgrund dieser Zentrenrelevanz ist eine Ansiedlung von FOC nur in den städtischen Zentren Berlins zuzulassen. Dort kann ein solches Center zu einer deutlichen Funktionsstärkung des Zentrums führen, zumal ein FOC oft in besonderem Maße Touristinnen und Touristen der Stadt anspricht und das Kundschaffspotenzial eines Zentrums massiv ausweiten kann.

Das Einzugsgebiet eines FOC weist nämlich üblicherweise weit über die Stadt hinaus, in der es angesiedelt ist. Wird ein FOC in einem gewachsenen städtischen Zentrum mit guter Bahn- und Busanbindung verortet, kann diese Standortentscheidung im erheblichen Maße dazu beitragen, Pkw-Verkehr zu vermeiden.

Während ein FOC also Potenzial zur Stärkung eines Zentrums und des Einkaufstourismus aufweist, kann es durch seine starke Marktstellung, Bekanntheit und Umsatzleistung andererseits auch Kundschaff aus benachbarten Zentren abziehen und dort zu spürbare Umsatzeinbußen und Ladenschließungen führen. Deshalb sind in der Planungs- und Genehmigungsphase für ein FOC nähere Untersuchungen erforderlich, zum Beispiel zu städtebaulich-funktionalen Auswirkungen im anzunehmenden Einzugsgebiet oder zu seinen Verkehrseffekten. Wenn negative Auswirkungen in städtebaulich relevanter Größenordnung nicht auszuschließen sind, muss das Bau- und Betriebskonzept in der frühen Planungsphase so verändert werden, dass diese Auswirkungen auf ein stadtplanerisch verträgliches Maß verringert werden (etwa durch eine geringere Verkaufsfläche, veränderte Sortimente oder einen geeigneteren Standort).

3.9 Wirkung im Zusammenspiel entfalten

Koordinierte Anwendung des planungsrechtlichen Instrumentariums

Den StEP Zentren 2040 umzusetzen, verlangt ein koordiniertes Zusammenwirken mit anderen Planungsinstrumenten und das Miteinander vieler Akteurinnen und Akteure. Die Synergien, die aus dieser Bündelung erwachsen, sind für eine nachhaltige Transformation der Berliner Zentren unverzichtbar. Im Besonderen gilt es, die folgenden Instrumente zu kombinieren:

- den gemeinsamen Landesraumordnungsplan (Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg) und das Landesentwicklungsprogramm – als übergeordneten Rahmen
- den Flächennutzungsplan Berlin – als vorbereitender Bauleitplan auf gesamtstädtischer Ebene
- die bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte – um die Entwicklung auf lokaler Ebene zu konkretisieren (vergleiche Abbildung 13)

- Bebauungspläne (verbindliche Bauleitplanung) und städtebauliche Verträge - zur rechtlichen Sicherung
- Bereichsentwicklungs-, Master- und Rahmenpläne - besonders bei neuen Quartieren
- Verwaltungsvorschriften (wie die AV Zentren und Einzelhandel)
- die anderen Stadtentwicklungspläne - insbesondere StEP Wirtschaft 2040, StEP Klima 2.0 und StEP Mobilität und Verkehr

Ansiedlungsbegehren von großflächigen Einzelhandelsvorhaben bezirksübergreifender Bedeutung machen einen frühen Informationsaustausch der betroffenen Bezirke notwendig, in den auch die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen eingebunden sein muss.

Die Berliner Bezirke kooperieren regelmäßig mit ihrem Umland - unter anderem in kommunalen Nachbarschaftsforen. Im Mittelpunkt stehen dabei ein früher Informationsaustausch über Einzelhandelsvorhaben, der Austausch von Erfahrungen mit der Steuerung von Einzelhandelsstandorten und -angeboten, ein detaillierter Bedarfs- und Ausstattungsvergleich und Verabredungen zur Stärkung städtischer Zentren.

13 | Anforderungen Bezirkliche Zentren- und Einzelhandelskonzepte

Bezirklicher Zentren- und Einzelhandelskonzepte bleiben entscheidend.

- Sie dienen dazu, Entwicklungen zu erkennen und stadtplanerisch bewerten zu können.
- Sie bieten eine Grundlage, örtliche Diskussionen auf sachlicher Basis führen zu können.
- Sie entfalten eine positive Signalwirkung in Zeiten der Schrumpfung und Veränderung, indem Verwaltung und Politik sich zur Sicherung und Stärkung der Zentren und der Nahversorgung bekennen.
- Sie sind ein wichtiger Beurteilungsmaßstab für die Zulässigkeitsprüfung von Einzelhandelsvorhaben.

Relevante neue Anforderungen an bezirkliche Zentren- und Einzelhandelskonzepte

Zentren

- Vorrangstandorte des zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels sind die zentralen Versorgungsbereiche, also die städtischen Zentren und die bezirklichen Nahversorgungszentren.
- Bedeutung der Nutzungsmischung ist gestiegen (z.B. mit sozialen, kulturellen und Bildungseinrichtungen).
- Räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ist zielgerichtet zu überprüfen, ggf. kompakter zu gestalten.
- Eine integrierte Vertiefung je Zentrum ist erforderlich, ggf. auch im Nachgang der Erarbeitung des Zentren- und Einzelhandelskonzeptes (z.B. Frequenzbringer marktfähig machen, Aufenthaltsqualität stärken, öffentlicher

	<p>Raum und Klimaanpassung, Möglichkeit der Einrichtung von BIDs anregen).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revitalisierung von Warenhäusern und Malls: Mixed-Use-Konzepte unterstützen, bauliche Nachteile der Immobilien minimieren (z.B. Vernetzung mit dem öffentlichen Raum, Übergewicht zulasten der Geschäftsstraße vermeiden, Engagement für den Gesamt-Standort)
Nahversorgung	<ul style="list-style-type: none"> • Es besteht die Gefahr der Verdrängung von Lebensmitteleinzelhandel (z.B. durch reines Wohnen). Dieser ist entgegenzuwirken: im Zuge der Entwicklung von Wohnungsbau die Nahversorgung z.B. im Erdgeschoss (EG) mitdenken, Planungsrecht für Nahversorgung im EG schaffen, ansonsten Gefahr der Netzausdünnung durch fehlende Entwicklungsflächen in städtebaulich integrierter Lage. • Drogeriemärkte sind regelmäßig in die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken und nur ausnahmsweise an Nahversorgungsstandorten mit besonderem Gewicht zu ermöglichen (vergleiche Kapitel 3.5 und Steuerungsgrundsatz 2c in Kapitel 2). • „Nahversorgungsstandorte mit besonderem Gewicht“ sollen konzeptionell – auch perspektivisch – vorgehalten / ausgewiesen werden. • Unterversorgte Gebiete und Möglichkeiten der Netzergänzung sollen im bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept identifiziert werden. • Nahversorgung ist in schwach ausgestatteten Gebieten in (Wohnungs-)Neubau zu integrieren. • Die gestalterische Qualität der Immobilie und der Erschließung ist zu fordern, Mixed-Use-Konzepte sind zu unterstützen.
leer fallende und sich wandelnde Fachmarktstandorte	<ul style="list-style-type: none"> • Planungsrecht (am Standort und im Umfeld) prüfen; zentrenschädigende Nachnutzung planungsrechtlich ausschließen • strategische Neubewertung; Verkleinerung, Nachverdichtung und Umnutzung von Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorte mitdenken • siehe auch Kap. 3.3.3 (neue Strategien für Fachmarkttagen)

Quelle: SenStadt Berlin

Kooperationen ausbauen

Große Bedeutung hat insbesondere die Zusammenarbeit mit der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe. Sie unterstützt die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung durch Maßnahmen zur Stärkung von Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum der Berliner Wirtschaft. Darunter fallen nicht zuletzt die Unterstützung bei der Digitalisierung, die Instrumente für die Wirtschaftsförderung wie die „Wirtschaftsdienliche Maßnahmen“ (WdM) und Aktivitäten zur Vernetzung von Akteurinnen und Akteuren der Zentrenentwicklung.

Da eine vielseitige Nutzungsmischung in den Zentren das Ziel ist, sind auch andere Fachbereiche wie Kultur, Bildung und Soziales gefragt. Sie sollen neue öffentliche Einrichtungen nach Möglichkeit in den

Zentren planen oder bestehende dorthin verlagern. Der dafür erforderliche Austausch zwischen den Fachbereichen findet im Rahmen integrierter Planungsprozesse (wie der Erarbeitung integrierter teilräumlicher Stadtentwicklungskonzepte oder sozialer Infrastrukturkonzepte) anlassbezogen bereits statt, muss jedoch noch intensiviert werden.

Angesichts der wachsenden Bedeutung von Klimaanpassung und nachhaltiger Mobilität müssen bezirkliche Abteilungen und Senatsverwaltungen noch stärker in die Zentrenentwicklung einbezogen werden.

Die Senatsverwaltung für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt kann beispielsweise an der Entwicklung integrierter Mobilitätskonzepte, der Planung von Mobilitätshubs und der Verkehrserschließung von Zentren beteiligt werden. Maßnahmen im Bereich der Mobilität können dazu beitragen, die Erreichbarkeit der Zentren und deren Aufenthaltsqualität zu verbessern. Zudem kann die Senatsverwaltung ihre Expertise für eine klimaresiliente Gestaltung (etwa durch Begrünung, Regenwassermanagement, den Umbau zur Schwammstadt oder die Schaffung von Klimaoasen) in die Zentrenplanung einbringen.

Um öffentliche Gesundheitsinfrastruktur und Präventionsangebote verstärkt in Zentren zu integrieren, sind unterschiedliche Akteure – ärztliche wie öffentliche Institutionen – relevant. Mit einer Kombination von weiteren Einrichtungen der Daseinsvorsorge können zusätzliche Synergien erschlossen werden. Gesundheitliche Aspekte wie der Hitzeschutz sollen auch in die stadt- und freiraumplanerische Gestaltung der Zentren einfließen. In diesem Zusammenhang wird derzeit unter Federführung der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Gesundheit und Pflege ein Hitzeaktionsplan für Berlin erarbeitet.

Städtebauförderungs-Programme einsetzen

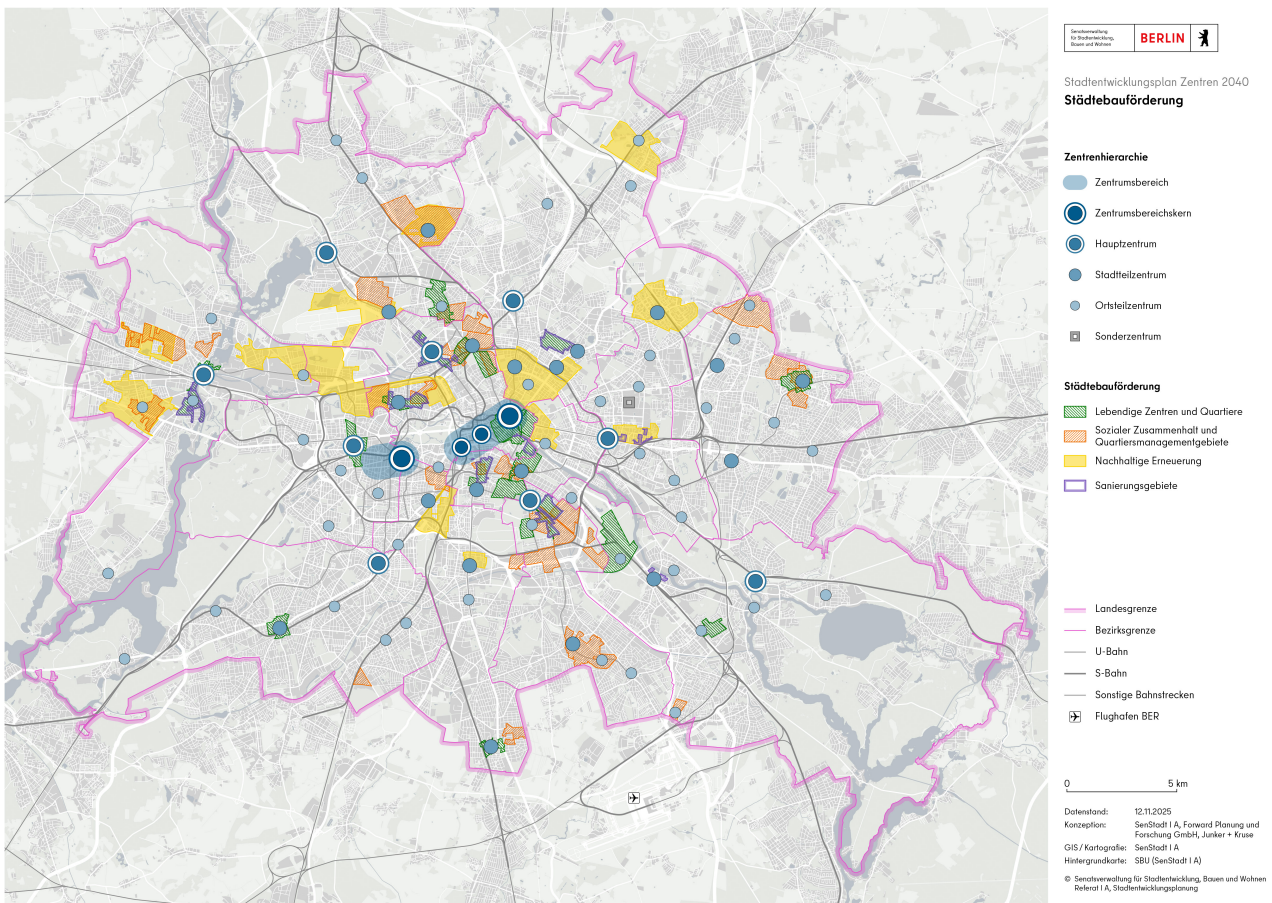
Um die Attraktivität der Berliner Zentren zu stärken und auszubauen, werden von Bund und Land finanzierte Städtebauförderungsprogramme mit verschiedenen Zielen eingesetzt. Die Reduktion klimarelevanter Treibhausgase und die Anpassung an den Klimawandel zählen zu den vorrangigen Zielen. Solche Schutz- und Anpassungsmaßnahmen zu realisieren ist deshalb eine Fördervoraussetzung. Dabei kommen öffentliche Mittel, private Investitionen und personelle Mittel zum Einsatz.

Das Städtebauförderungsprogramm „Lebendige Zentren“ hat seit 2020 das Ziel, die Vielzahl an Zentren zu erhalten und deren funktionale Vielfalt und städtebauliche Qualität konsequent weiterzuentwickeln. So wird die Schaffung multifunktionaler und attraktiver öffentlicher Räume ebenso finanziert wie die Qualifizierung von sozialen, Kultur- und Bildungseinrichtungen. Darüber hinaus werden private Akteurinnen und Akteure unterstützt und dafür gewonnen, sich im Gebiet zu engagieren, unter anderem im Rahmen von Kooperations- und Gebietsfondsprojekten.

Im Städtebauförderungsprogramm „Sozialer Zusammenhalt“ sollen Investitionen in die öffentliche Infrastruktur, den öffentlichen Raum und das Wohnumfeld sowie sozio-integrative Projekte die Resilienz von wirtschaftlich und sozial benachteiligten Stadtteilen und die Lebensqualität und Teilhabe der Bewohnerinnen und Bewohner nachhaltig verbessern. Gleichzeitig werden Akteurinnen und Akteure vernetzt und aktiviert, um den sozialen Zusammenhalt zu stärken. Umgesetzt wird das Programm durch Quartiersmanagementverfahren. Quartiersmanagementteams bündeln Aktivitäten der vor Ort Aktiven, von Verbänden, Institutionen, Initiativen und den Bewohnerinnen und Bewohnern. Sie arbeiten dazu mit den Verwaltungen auf Bezirks- und Senatsebene zusammen.

Das Städtebauförderungsprogramm „Nachhaltige Erneuerung“ finanziert städtebauliche und infrastrukturelle Anpassungen an den demografischen, klimatischen und wirtschaftlichen Wandel in den Fördergebieten. Dabei werden möglichst viele Akteurinnen und Akteure, Bewohnerinnen und Bewohner, Gewerbetreibende, Eigentümer und Eigentümerinnen an den Planungsprozessen beteiligt.

14 | Städtebauförderung Berlin



Quelle: SenStadt Berlin

Durch Landesprogramme unterstützen

Die Förderung und Stärkung von Engagement, Beteiligung, Begegnung und Kommunikation sowie die Verbesserung der sozio-kulturellen Angebote und die Erhöhung der Attraktivität des öffentlichen Raums stehen im Fokus Landesprogramme „BENN“ und „Stärkung Berliner Großsiedlungen“.

Das Programm „BENN- Berlin Entwickelt Neue Nachbarschaften“ arbeitet am nachbarschaftlichen Zusammenhalt und der bedarfsorientierten Quartiersentwicklung. Vor-Ort Teams ermitteln Bedarfe an nutzbaren öffentlichen und dritten Räumen für Begegnungen und Beteiligungsformate in Gebieten mit großen Geflüchtetenunterkünften. Sie setzen gemeinsam mit den Bezirken auf die Aktivierung und Erhaltung von Zentren sowie deren vielfältige Nutzung durch die diverser werdenden Nachbarschaften.

Das Programm „Stärkung Berliner Großsiedlungen“ zielt auf die Stärkung des nachbarschaftlichen Zusammenhalts durch Unterstützung lokaler nachbarschaftlicher Strukturen und Angebote in Großsiedlungen außerhalb des S-Bahnringes ab.

Private lokale Kooperationen anregen und begleiten

Die zunehmende Institutionalisierung der Immobilienwirtschaft erschwert eine direkte Kommunikation und Abstimmung vor Ort: Immer mehr Eigentümerinnen und Eigentümer sind überregional aufgestellt, immer weniger lokal verankert. Das macht neue, strukturierte Formen der Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand, Immobilienwirtschaft und Stadtgesellschaft erforderlich, wie sie sich andernorts schon etabliert haben. Auch in Berlin gibt es Optionen dafür.

Eine Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) kann - auf Initiative privater Grundeigentümerinnen und -eigentümer - mit dem Ziel eingerichtet werden, den Standort attraktiver zu machen. Dabei werden in einem räumlich abgegrenzten Bereich Maßnahmen zur Verbesserung des Standorts geplant und durchgeführt, die darauf abzielen, die Situation von Einzelhandel, Dienstleistungs- und Gewerbebetrieben zu verbessern.

ISG können beim zuständigen Bezirksamt beantragt werden. Die Umsetzung erfolgt durch einen öffentlich-rechtlichen Vertrag. Finanziert wird eine ISG durch eine Abgabe aller in diesem Bereich ansässigen Grundeigentümerinnen und -eigentümer, deren Höhe sich nach der Grundstücksgröße und der Geschossanzahl bemisst. Die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe kann eine ISG durch eine Anschubfinanzierung unterstützen, die IHK berät an ISG interessierte Akteure. Sowohl mit dem Instrument der Wirtschaftsförderung „Wirtschaftsdienliche Maßnahmen“ (WDM) für die Vorbereitung als auch durch die (darlehensbasierten) Angebote der Investitionsbank Berlin (IBB) für die Einrichtung und Umsetzung kann eine Anschub- bzw. Zwischenfinanzierung als Unterstützung in den Prozessphasen der Errichtung einer ISG gesichert werden. Die Unterstützungsangebote können unabhängig voneinander in Anspruch genommen werden. Ein Anspruch auf die Anschub- bzw. Zwischenfinanzierung besteht hingegen nicht.

Das Wettbewerbsverfahren „Mittendrin Berlin! Projekte in Berliner Zentren“ zeichnet freiwillige Standortgemeinschaften aus, die mit lokalen Ideen und Konzepten ihre Standorte gemeinschaftlich entwickeln wollen.

Diese neuen Kooperationsformen eröffnen die Chance, stabile und langfristige Partnerschaften für die Zentrenentwicklung zu etablieren und dabei die unterschiedlichen Interessen von Immobilienwirtschaft, Stadtgesellschaft und öffentlicher Hand konstruktiv zusammenzuführen.

Zivilgesellschaft einbinden

Kulturschaffende, soziale Initiativen, Vereine und Zusammenschlüsse der Menschen vor Ort und lokale Netzwerke können der Transformation der Zentren wertvolle Impulse geben. Sie sollen daher früh und strukturiert in Entwicklungsprozesse eingebunden werden. Um dieses Potenzial zu nutzen, sollten systematische Partizipationsformate zur Anwendung kommen, die über eine punktuelle Beteiligung hinausgehen. Die integrierten Ansätze der Städtebauförderung und die Beiträge des Wettbewerbs „Mittendrin Berlin“ liefern hierfür Anregungen.

3.10 Toolbox

Die Toolbox stellt unterschiedliche Maßnahmen dar, die die Zentren-Sicherung und -Stärkung unterstützen. Aufbauend auf formulierten Handlungsempfehlungen bietet die Toolbox in den fünf Handlungsfeldern Einzelhandel, zentrenergänzende Nutzungen, Städtebau / Aufenthaltsqualität, Klima und Mobilität Inspirationen für innovative oder bewährte Ansätze in den Berliner Zentren und übrigen Stadtteilen. Den Akteurinnen und Akteuren der Zentrenentwicklung, darunter die öffentliche Hand wie zivilgesellschaftliche Initiativen und die privatwirtschaftliche Seite, kann die Toolbox beispielhaft und nicht abschließend verdeutlichen, welches Spektrum an Handlungsoptionen zur Verfügung steht. Die Beispiele vermitteln auch, wie breit die Verantwortung für die Zentren verteilt ist und dass die Sicherung bzw. Entwicklung von Zentren eine interdisziplinäre Aufgabe ist, an der viele mitwirken.

15 | Handlungsfelder und Maßnahmen in der Toolbox (Übersicht)



Handlungsfeld Einzelhandel



Handlungsfeld zentrenergänzende Nutzungen



Handlungsfeld Städtebau/Aufenthaltsqualität



Handlungsfeld Klima



Handlungsfeld Mobilität/Verkehr

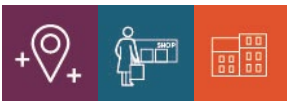




Umnutzung von Kaufhäusern

Turmstraße 29, Moabit (Mitte)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Projekt befindet sich in der Turmstraße 29 im Berliner Ortsteil Moabit, Bezirk Mitte. Die Turmstraße ist eine wichtige Geschäfts- und Einkaufsstraße und übernimmt eine zentrale Versorgungsfunktion für den Stadtteil.

Funktion

Das Gebäude ist ein ehemaliges Warenhaus. Es wurde zwischen 2012 und 2013 umfassend revitalisiert und in eine gemischte Nutzung überführt. Die genehmigte Flächenverteilung umfasst 5.700 m² Einzelhandel in den unteren drei Geschossen, 1.780 m² Gewerbe im zweiten Obergeschoss und 2.630 m² Wohnen in den beiden obersten Etagen.

Wirkung

Durch die Umnutzung eines ehemaligen Warenhauses wurde ein zentraler Einzelhandelsstandort in Moabit revitalisiert. Die Mischung aus Einzelhandel, Büroflächen und Wohnungen fördert die funktionale Durchmischung und trägt zur Belebung der Geschäftsstraße bei. Die direkte Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr erleichtert den Zugang für Anwohner und Besucher gleichermaßen.

Besonderheit

Die Sanierung des Bestandsgebäudes sichert und modernisiert die Einzelhandelsfunktion am Standort; sie schafft zugleich Platz für mehr Nutzungsmischung.

Umnutzung Warenhaus Anton-Saefkow-Platz (Lichtenberg)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Projekt befindet sich am Anton-Saefkow-Platz im Bezirk Lichtenberg, im Zentrum des Ortsteils Fennpfuhl. Dort wurde das ehemalige „Konsument“-Warenhaus, das zwischen 1983 und 1985 errichtet wurde, umgebaut. Das Gebäude liegt in einem dicht besiedelten Wohngebiet mit guter Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr.

Funktion

Nach der Schließung des Kaufhauses im Jahr 2007 wurde das Gebäude umfassend saniert und in ein Wohnhaus mit 84 Klein-Lofts umgewandelt. Die Wohnungen zeichnen sich durch eine Deckenhöhe von vier Metern aus und verfügen über Loggien, die anstelle der früheren Fensterreihen eingebaut wurden. Im Erdgeschoss wurden die Schaufenster erhalten, um den Charakter des Gebäudes zu bewahren. Hier ist weiterhin Platz für Einzelhandelsnutzungen.

Wirkung

Die Umnutzung des ehemaligen Kaufhauses trug zur Belebung des Stadtteils bei und schuf dringend benötigten Wohnraum in integrierter Lage. Das Projekt zeigt, wie durch die Umwandlung von nicht mehr genutzten Einzelhandelsflächen neuer Wohnraum geschaffen werden kann, ohne zusätzliche Flächen zu versiegeln. Zudem wurde durch den Erhalt und die Sanierung der bestehenden Gebäudestruktur ein erheblicher Anteil der im Bestand gebundenen grauen Energie bewahrt, was die ökologische Bilanz des Projekts verbessert.

Besonderheit

Das Projekt ist ein Beispiel für die erfolgreiche Transformation eines ehemaligen Warenhausstandortes in einer Großsiedlung. Es zeigt, wie durch kreative Planung und Umnutzung bestehender Gebäude sowohl der Bedarf an Wohnraum gedeckt als auch der städtebauliche Charakter eines Viertels erhalten werden kann.



Erhalt historischer Bausubstanz

Haus der Statistik (Berlin Mitte)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Haus der Statistik befindet sich in der Otto-Braun-Straße 70-72, nahe dem Zentrumsbereichskern Alexanderplatz.

Funktion

Einst diente das Gebäude als Sitz der Zentralverwaltung für Statistik der DDR – ab dem 1. Januar 1970 war dort das zentrale statistische Staatsorgan untergebracht. Nach der Wiedervereinigung wurde es als Außenstelle des Statistischen Bundesamtes und als Dienstsitz für die Bundesbeauftragte für die Stasi-Unterlagen genutzt, bevor es 2008 in den Leerstand übergang. Seitdem entwickelt ein gemeinwohlorientiertes Modellprojekt das Gebäude mit einer vielfältigen Nutzungsstruktur und dem Ziel, einen Baustein für ein lebendiges Quartier zu schaffen.

Wirkung

Das Haus der Statistik fungiert heute als Vorzeigeprojekt für kooperative und gemeinwohlorientierte Stadtentwicklung. Es wurde von der Initiative „Haus der Statistik“ maßgeblich mitgestaltet und 2017 vom Land Berlin erworben, um dort ein Quartier für kulturelle und soziale Angebote sowie öffentliche Verwaltung, Bildung und bezahlbares Wohnen zu etablieren. Die Entwicklung erfolgt in einem innovativen Bündnis („Koop 5“) aus Politik, Verwaltung und Stadtgesellschaft – bestehend aus Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, Bezirksamt Mitte, Wohnungsbaugesellschaft Berlin-Mitte (WBM), Berliner Immobilienmanagement (BIM) und der ZUSAMMENKUNFT Berlin eG. Über Workshops, Pioniernutzungen und Bürgerbeteiligung wird das Areal gemeinschaftlich gestärkt und aktiv mitgestaltet.

Besonderheit

Das Modellprojekt zeichnet sich durch seine gemeinwohlorientierte, inklusive Herangehensweise aus. Es verbindet Bestandssanierung mit Neubau, schafft Platz für experimentelle Nutzungen (z. B. Kunst, Kultur, Workshops, gemeinschaftliches Wohnen) und setzt auf partizipative Planung – etwa durch „kuratierte Erdgeschosse“ und sogenannte „Experimentierhäuser“. Außerdem ist dort das „Haus der Materialisierung“

entstanden, ein Zentrum für ressourcenschonende DIY-Initiativen wie Repair Cafés, Leihläden oder Up-cycling-Workshops – offen zugänglich für alle.



Netzwerkbildung und Aktivierung lokaler Akteure

Programm „Mittendrin Berlin! Projekte in Berliner Zentren“

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Mittendrin Berlin! ist ein berlinweiter Wettbewerb, initiiert von der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen sowie der IHK Berlin und wird von Partnern aus der privaten Wirtschaft unterstützt. Der Wettbewerb richtet sich an Standortinitiativen aus allen zwölf Berliner Bezirken. Teilnehmen können lokale Gruppen, Gewerbevereine, Bürgerinitiativen und weitere Akteure, die sich für die Stärkung ihrer Kieze und Geschäftsstraßen einsetzen.

Funktion

Mittendrin Berlin! unterstützt Projekte, die zur Belebung und Attraktivierung von Zentren und Geschäftsstraßen beitragen. Gefördert werden innovative Nutzungskonzepte, die Leerstände aktivieren, neue Treffpunkte schaffen und die Aufenthaltsqualität erhöhen. Im Fokus des Wettbewerbs 2025/2026 stehen „Dritte Orte“ – das sind Räume, die abseits von Wohn- und Arbeitsort Begegnung, Austausch und Teilhabe ermöglichen. Ziel ist es, durch kreative Ideen und Kooperationen die Weiterentwicklung von Berliner Zentren und Geschäftsstraßen zu fördern.

Wirkung

Seit seiner Gründung im Jahr 2005 hat der Wettbewerb zahlreiche Initiativen unterstützt, die positive Impulse für die Stadtentwicklung gesetzt haben. Dazu zählen neben diversen Straßenfesten auch Einkaufsführer und eine Einkaufs-App, Ansätze für mehr Nachhaltigkeit in Handel und Gastronomie, die Stärkung der Aufenthaltsqualität durch Maßnahmen zu Begrünung, die Entwicklung eines Parklets, der Aufbau eines Eigentümerstammtisches sowie zwei Wochenmärkte. Ein bekanntes Beispiel ist der Wochenmarkt an der Schillerpromenade in Neukölln. Dieser wurde 2009 mit Unterstützung von *Mittendrin Berlin!* revitalisiert und bietet seitdem ein vielfältiges Angebot aus Kunst, Kultur und regionalen Produkten.

Besonderheit

Der Wettbewerb zeichnet sich durch eine enge Zusammenarbeit zwischen öffentlichen Institutionen, der Wirtschaft und zivilgesellschaftlichen Akteuren aus. Seit 2005 bietet *Mittendrin Berlin!* nicht nur finanzielle Unterstützung, sondern auch fachliche Beratung und Unterstützung beim Netzwerkaufbau – ein Ansatz, der kreative und nachhaltige Lösungen für aktuelle Herausforderungen der Stadtentwicklung ermöglicht.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/mittendrin/>



Pop-Up Konzepte und temporäre Nutzungen

Wilhelm gibt keine Ruh e.V.

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Projekt spielt sich im Zentrum von Wilhelmsruh im Berliner Bezirk Pankow ab, rund um die Hauptstraße mit ihrer Mischung aus Wohnen und Gewerbe. Es umfasst mehrere Bausteine, die 2019 und 2022 im Rahmen des Wettbewerbs *Mittendrin Berlin! Projekte in Berliner Zentren* unterstützt wurden.

Funktion

Die Initiative „Wilhelm gibt keine Ruh e.V.“ gewann bereits zum zweiten Mal den Wettbewerb *Mittendrin Berlin!* und setzte sich das Ziel, entlang der Hauptstraße fehlende Nahversorgungsangebote zu ergänzen und die Hauptstraße als lebenswerten und attraktiven Teil des Kiezes zu stärken. Zentrales Element des prämierten Konzepts ist der Kiezladen in der Hauptstraße 24, der zunächst als Pop-Up-Laden aus Mitteln des Wettbewerbs finanziert wurde. Mit dem Laden sollte die Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln in Vorbereitung auf einen neuen Wochenmarkt erprobt werden. Der Kiezladen wurde so gut angenommen, dass er weitergeführt wurde und inzwischen von einer ehrenamtlichen Gruppe innerhalb des Vereins betrieben wird. Er bietet ausgewählte Produkte an und ist ein Treffpunkt für Nachbarinnen und Nachbarn.

Wirkung

Das Projekt zeigt wie Pop-Up-Nutzungen Leerstände aktivieren, den lokalen Einzelhandel ergänzen und neue Treffpunkte schaffen können. Zusammen mit weiteren Maßnahmen wie neuem Sitzmobiliar, Pflanzkästen, dem Wochenmarkt „Wilhelmsmarkt“, regelmäßigen kulturellen Aktionen, Improvisationstheater und einer Ehrenamtsbörse tragen die vielfältigen Aktivitäten der Initiative zu einer positiven Entwicklung der Hauptstraße bei – weg von Leerstand, hin zu mehr Vielfalt, Lebendigkeit und Aufenthaltsqualität.

Besonderheit

Das Projekt steht für eine gelungene Verbindung von Pop-Up-Konzepten, ehrenamtlichem Engagement und langfristiger Verstetigung. Durch den wiederholten Erfolg im Wettbewerb *Mittendrin Berlin!* konnte die Initiative nicht nur kurzfristige Impulse setzen, sondern auch dauerhafte Strukturen im Stadtteil etablieren – ein Modell, das gleichermaßen den Einzelhandel stärkt, soziale Infrastruktur schafft und das Quartiersbewusstsein festigt.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/mittendrin/die-gewinner/wilhelm-gibt-keine-ruh/>



Nachverdichtung

Publix Haus (Neukölln)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Publix befindet sich in der Hermannstraße 90 in Berlin-Neukölln. Flächen an der Hauptstraße, die vormals als Friedhof genutzt wurden, wurden baulich nachverdichtet und können nun zu einer zeitgemäßen Zentrenentwicklung beitragen. Die optimale Anbindung an S- und U-Bahn ermöglicht eine gute Erreichbarkeit aus der gesamten Stadt und stärkt den Standort als kulturellen und wirtschaftlichen Knotenpunkt.

Funktion

Initiiert wurde Publix von der Schöpflin Stiftung, die sich für den Schutz unabhängiger Medien einsetzt. Das Gebäude vereint verschiedene Nutzungen unter einem Dach: Co-Working-Spaces und Büros für Firmen und Institutionen mit dem Fokus auf Journalismus und Demokratie, Atelierräume für künstlerische Tätigkeiten, flexible Veranstaltungsräume für Workshops und kulturelle Events sowie Gastronomie

Wirkung

Das Projekt hat gemeinsam mit anderen Neubauten im Quartier - etwa dem angrenzenden Spore Kulturzentrum oder neuen Bürogebäuden auf der gegenüberliegenden Straßenseite - zu einer Erweiterung der Nutzungsvielfalt und zu einer neuen städtebaulichen Qualität an der Hermannstraße beigetragen. Es belebt das Zentrum, schafft Arbeitsplätze vor Ort und stärkt die lokale Gemeinschaft durch sein offenes Veranstaltungsprogramm.

Besonderheit

Das Publix wird als gemeinnützige GmbH mit Stiftungsmitteln betrieben, was eine gemeinwohlorientierte Ausrichtung sicherstellt. Diese Trägerstruktur ermöglicht es, soziale und kulturelle Ziele über rein kommerzielle Interessen zu stellen und langfristig bezahlbare Räume für kreative und gesellschaftlich relevante Arbeit anzubieten.



Integration von Arbeits-, Kultur-, Bildungs- und Freizeiteinrichtungen

Bezirkszentralbibliothek Pablo Neruda (Friedrichshain-Kreuzberg)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Die Bibliothek Pablo Neruda liegt im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg, direkt am Frankfurter Tor im Bezirksteil Friedrichshain.

Funktion

Die Pablo-Neruda-Bibliothek ist nicht nur eine klassische Ausleihbibliothek, sondern ein offenes, niedrigschwelliges Bildungs-, Kultur- und Begegnungszentrum. Sie bietet Lesesäle, Veranstaltungsflächen, digitale Arbeitsplätze und Orte für nachbarschaftliche Aktivitäten – auch für Kinder und Jugendliche.

Wirkung

Die Bibliothek hat sich zu einem sozialen und kulturellen Ankerpunkt im Stadtteil entwickelt. Sie stärkt die Aufenthaltsqualität im Zentrum, bietet Raum für Bildung und Teilhabe und trägt zur sozialen Integration im Kiez bei. In ihrer Offenheit und Zugänglichkeit wirkt sie als Dritter Ort in einem vielfältigen Umfeld. Ein ähnliches Projekt ist das Pilotprojekt „Engagiert in und um die Gertrud-Haß-Bibliothek“. Es stärkt freiwilliges Engagement rund um die Stadtteilbibliothek in Alt-Rudow, indem es auch tragfähige Strukturen für Ehrenamtsarbeit aufbaut.

Besonderheit

Die Pablo-Neruda-Bibliothek wurde 2010 nach dem Umbau eines leerstehenden Schulgebäudes aus den 1960er Jahren eröffnet. Ihre Offenheit, Transparenz und die flexible Nutzbarkeit der Räume machen sie zu einem wichtigen Vorzeigeprojekt für zeitgemäße öffentliche Infrastruktur in verdichteten Zentren.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/stadtbibliothek-friedrichshain-kreuzberg/bibliotheken/bezirkszentralbibliothek-pablo-neruda/>



Digitale Plattformen

Kulturkarte Lichtenberg (Lichtenberg)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Die digitale Kulturkarte Lichtenberg deckt das gesamte Gebiet des Bezirks Lichtenberg ab und verweist auf kulturelle Orte im Stadtraum.

Funktion

Die Kulturkarte ist ein digitales, öffentlich zugängliches Werkzeug zur Sichtbarmachung von kulturellen Einrichtungen, Projekten und künstlerischen Angeboten im Bezirk. Sie dient als Orientierungshilfe für Kultursuchende, schafft Sichtbarkeit für lokale Akteure, bietet eine Plattform für Zusammenarbeit und Austausch und dokumentiert die kulturelle Vielfalt im Stadtraum.

Wirkung

Die Karte stärkt die kulturelle Identität Lichtenbergs und fördert den Zugang zu oft übersehenen, dezentralen Kulturorten. Sie animiert Bewohnerinnen und Bewohner, ihre Umgebung kulturell zu entdecken, stärkt Netzwerke unter Kulturschaffenden und Initiativen und trägt so auch zur Belebung des öffentlichen Raums bei. Insbesondere in Randlagen werden Kulturangebote sichtbar gemacht.

Besonderheit

Das Projekt zeichnet sich durch seine offene, wachsende Struktur aus - neue Orte können kontinuierlich ergänzt werden. Es ist niedrigschwellig, mobil nutzbar und wird vom Bezirksamt mitgestaltet, aber nicht zentral kuratiert. Dadurch entsteht ein dynamisches, zivilgesellschaftlich mitgetragenes Kulturverzeichnis, das sowohl analoges Erleben als auch digitale Erreichbarkeit verbindet.

Link zum Projekt: <https://kultur-in-lichtenberg.de/>

Fairer Stadtplan Berlin (berlinweit)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Der Faire Stadtplan Berlin ist ein digitales Angebot der Initiative fairerhandel.berlin. Er zeigt Orte wie Weltläden, faire Cafés, Bildungsprojekte oder Tauschbörsen in Berlin. Die Karte richtet sich an Menschen, die sich für fairen Handel und nachhaltigen Konsum interessieren.

Funktion

Der Stadtplan dient als einfaches Recherche-Tool mit Filterfunktionen nach Themen und Standort. Nutzer*innen finden schnell faire Angebote in ihrer Nähe. Gleichzeitig können Initiativen ihre Projekte sichtbar machen und sich vernetzen.

Wirkung

Der Stadtplan schafft Orientierung und stärkt das Bewusstsein für globale Zusammenhänge im Alltag. Er fördert konkretes Engagement vor Ort und macht nachhaltige Alternativen leichter zugänglich.

Besonderheit

Nutzerinnen und Nutzer können aktiv zur Karte beitragen, indem sie neue Orte vorschlagen oder Änderungen melden. Die Karte wird redaktionell betreut und kontinuierlich aktualisiert. Als digitales Bildungs- und Vernetzungsinstrument ist sie eng mit der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit in Berlin verknüpft und Teil des kommunalen Engagements für faire Beschaffung und globale Verantwortung.

Link zum Projekt: <https://www.fairerhandel.berlin/fairer-stadtplan-berlin>



Transformation von Fachmarktstandorten

Möbelhaus-Planungsstudio Schloßstraße, Berlin Steglitz-Zehlendorf

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Die Planungsstudios eines großen Einrichtungshauses befinden sich unter anderem an der Schloßstraße in Berlin-Steglitz, der Breiten Straße in Pankow und der Berliner Straße in Tegel. Die Studios ersetzen kein großflächiges Möbelhaus, sondern ergänzen das bestehende Angebot durch eine kleinteilige Präsenz in einem dichten urbanen Kontext.

Funktion

Die Studios sind ein Beispiel für die Anpassung klassischer Fachmarktangebote an urbane Lagen. Statt der großflächigen Verkaufs- und Lagerlogistik liegt der Fokus hier auf Beratung, Planung und digital gestützter Bestellung. Kunden können z.B. individuelle Wohnraumlösungen entwickeln lassen, insbesondere für Küchen, Schlafzimmer und Wohnbereiche. Die Produkte werden anschließend nach Hause oder an andere Orte geliefert – ein Konzept, das keinen Kfz-orientierten Anliefer- oder Abholverkehr vor Ort erfordert.

Wirkung

Mit dem Planungsstudio verfolgt der Anbieter eine Strategie der Dezentralisierung und Verdichtung: Es entsteht ein wohnortnahes, niedrighwelliges Angebot in einem bestehenden Zentrum, das neue Frequenzen generiert und auf den Fußgänger- und ÖPNV-orientierten Stadtverkehr ausgerichtet ist. Für die Entwicklung innerstädtischer Zentren stellt dieses Format einen wichtigen Referenzpunkt dar: Es zeigt, wie ehemals autozentrierte Fachmärkte neue Angebotsformen entwickeln können, die mit kompakter Nutzung, Beratungskompetenz und digitaler Logistik punkten.

Besonderheit

Das Konzept der Planungsstudios macht deutlich, dass großflächige Fachmarktconzepte durch modulare, stadtverträgliche Formate ersetzt oder ergänzt werden können. Gleichzeitig unterstützt das Konzept die Weiterentwicklung bestehender Zentrenfunktionen, indem es wohnortnahe Versorgung, Erlebnisqualität und hybride Handelsstrukturen miteinander kombiniert.

Transformation Fachmarkttagglomeration Genthiner Straße (Mitte)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Die Genthiner Straße in Berlin war über Jahrzehnte hinweg eine bedeutende Fachmarkttagglomeration mit Schwerpunkt auf Möbelhandel. Bis in die frühen 2010er Jahre prägten mehrere große Möbelhäuser das Bild des Standorts. Seither hat sich die Nutzung gewandelt: Heute ist lediglich ein einziges Möbelhaus verblieben. Anstelle des Möbelschwerpunkts sind neue Nutzungen getreten – insbesondere ein Supermarkt und ein Getränkemarkt sowie ergänzende kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen. Hinzu kommt eine Überbauung mit Wohnungen.

Funktion

Die Genthiner Straße dient heute als lokaler Versorgungsstandort mit einem breiten Angebot für den täglichen Bedarf. Der verbleibende Fachmarkt wird durch frequenzstarke Einzelhandelsnutzungen ergänzt. Die Transformation zeigt, wie ehemals monostrukturelle Fachmarkttagglomerationen zunehmend durch unterschiedliche Handelsformen und Angebotssegmente neu programmiert werden.

Wirkung

Die Umstrukturierung trägt zur Stärkung der Nahversorgung im Quartier bei, reduziert Leerstände, macht den Standort resilienter gegenüber Veränderungen im Einzelhandelssektor und transformiert die Genthiner Straße zu einem multifunktionalen Versorgungsstandort. Gleichzeitig wird die Integration in das städtische Gefüge verbessert, da vielfältigere Angebote unterschiedliche Nutzergruppen ansprechen. Die teilweise hochspezialisierten Fachmarktangebote sind hier jedoch verloren gegangen.

Besonderheit

Die Entwicklung an der Genthiner Straße steht exemplarisch für eine stadtverträgliche Weiterentwicklung von Fachmarktstandorten. Statt einer monofunktionalen Nutzung wurde eine kleinteiligere, auf Versorgung ausgerichtete Nutzung etabliert – ein Muster, das auch für andere Umstrukturierungsprozesse im urbanen Kontext relevant ist.



Revitalisierung von Shoppingcentern

Forum Steglitz (Steglitz-Zehlendorf)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Shoppingcenter befindet sich in der Schloßstraße 1 in Berlin-Steglitz. Es liegt in einem Hauptzentrum und damit in einer der wichtigsten Einkaufsstraßen Berlins.

Funktion

Das Forum Steglitz wurde von einem klassischen Einkaufszentrum in ein modernes Mixed-Use-Center umgewandelt. Unter einem Dach vereint es Nahversorgung, Büroflächen, Gastronomie, Freizeitangebote und Dienstleistungen. Ziel ist es, die Bedürfnisse von Anwohnerinnen und Anwohnern sowie Berufstätigen gleichermaßen zu bedienen und das Center als multifunktionalen Treffpunkt im Stadtteil zu etablieren.

Wirkung

Durch die Neuausrichtung stärkt das Forum Steglitz die lokale Nahversorgung, schafft neue Arbeits- und Begegnungsräume und erhöht die Aufenthaltsqualität im Zentrum. Die Kombination aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Büros belebt die Schloßstraße, fördert kurze Alltagswege und macht das Zentrum attraktiver für unterschiedliche Nutzergruppen.

Besonderheit

Zwischen 2019 und 2022 wurde das Center bei laufendem Betrieb umfassend modernisiert. Dabei wurden 11.200 m² Einzelhandelsfläche in moderne Büroflächen umgewandelt. Ergänzt wird das Angebot durch einen Flagship-Supermarkt mit gastronomischem Angebot, einen Baumarkt – ein Angebot aus dem nicht zentrenrelevanten Einzelhandel – und ein 24-Stunden-Fitnessstudio. Die Umgestaltung legt zudem großen Wert auf Nachhaltigkeit und ökologische Verantwortung.

Umbau Ring-Center, Friedrichshain

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Ring-Center liegt an der Frankfurter Allee in Berlin, an der Grenze zwischen Friedrichshain und Lichtenberg. Durch die direkte Anbindung an S- und U-Bahn sowie Bus- und Straßenbahnlinien ist der Standort stark frequentiert und städtisch gut vernetzt. Es besteht aus unabhängig voneinander betriebenen Immobilien: das Ring-Center I liegt westlich der Ringbahn, während das Ring-Center II östlich liegt.

Funktion

Aus dem Einkaufszentrum Ring-Center I an der Frankfurter Allee entwickelt sich aktuell ein multifunktionaler Stadtbaustein. Der Einzelhandel erstreckt sich nach dem Umbau statt über fünf nur noch über drei Etagen, während die oberen Stockwerke Büros und Arztpraxen aufnehmen. Das Ring-Center II erfuhr bereits 2019 eine stärkere Nutzungsmischung, indem ein ungenutztes Parkdeck mit einem Hotel bebaut wurde. Dieses Konzept zeigt, wie überdimensionierte Parkplatzflächen innerstädtischer Center sinnvoll aktiviert werden können.

Wirkung

Die architektonische Veränderung des Centers soll das Gebäude heller, durchlässiger und einladender machen. Das Ring-Center I wird so stärker zu einem integrierten Teil des Stadtraums. Durch die Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Büros und – beim Ring-Center II – Hotelnutzung entstehen neue Frequenzen, die zur Belebung des Zentrums beitragen.

Besonderheit

Der Umbau zeigt exemplarisch, wie bestehende Shoppingcenter wirksam revitalisiert werden können – ohne Abriss, aber mit neuer Mischnutzung. Das Projekt steht für eine nachhaltigere Entwicklung innerstädtischer Zentren, die soziale, wirtschaftliche und städtebauliche Funktionen miteinander verbinden.



Kooperation Gewerbetreibende & Eigentümer

Business Development District (BID) Ku'Damm Tauentzien, (Charlottenburg-Wilmersdorf)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Business Improvement District (BID) Ku'damm-Tauentzien erstreckte sich über den Kurfürstendamm und die Tauentzienstraße in Berlin, zwischen Wittenbergplatz und Uhlandstraße. Es umfasste Teile der Bezirke Charlottenburg-Wilmersdorf und Tempelhof-Schöneberg.

Funktion

Das BID wurde auf Initiative der Arbeitsgemeinschaft City e.V. gegründet, um die Standortqualität der City West zu verbessern. Ziel war es, durch privat finanzierte Maßnahmen die Aufenthaltsqualität zu steigern, das Stadtbild aufzuwerten und die Wettbewerbsfähigkeit des Einzelhandels zu stärken. Zu den Maßnahmen gehörten die Umgestaltung des Mittelstreifens der Tauentzienstraße mit saisonaler Bepflanzung, die Einrichtung von Pavillons, der Einsatz von mehrsprachigen City Guides zur Besucherinformation sowie die Bereitstellung von kostenlosem WLAN entlang des Boulevards. Darüber hinaus wurde die Marke „BLVD Ku'damm“ entwickelt, um das Gebiet international als attraktives Shopping- und Freizeitquartier besser zu positionieren.

Wirkung

Durch die Maßnahmen des BIDs wurde die City West als lebendiges und attraktives Stadtquartier gestärkt. Die Aufenthaltsqualität wurde verbessert und die Identifikation der Anwohner und Anwohnerinnen sowie Gewerbetreibenden mit dem Standort gefördert. Das Projekt trug dazu bei, den Kurfürstendamm und die Tauentzienstraße als bedeutende Einkaufsstraßen im internationalen Vergleich zu profilieren.

Besonderheit

Das BID Ku'damm-Tauentzien diente als Pilotprojekt für die Umsetzung von Business Improvement Districts in der Stadt. Es wurde durch die BID Ku'damm-Tauentzien GmbH, eine Tochtergesellschaft der City-Dienst GmbH, umgesetzt. Nach dem Auslaufen des offiziellen BIDs am 8. Juni 2023 wird die Arbeit im Rahmen eines „BID Light“ fortgeführt, bei dem die erreichten Qualitätsstandards durch freiwilliges Engagement der Beteiligten aufrechterhalten werden sollen.

Link zum Berliner Gesetz zur Einführung von Immobilien- und Standortgemeinschaften (BIG): www.berlin.de/sen/stadtentwicklung/planung/isg/



Verweilmöglichkeiten ohne Konsumzwang

Prinzessinnengärten (Neukölln)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Die *Prinzessinnengärten* befinden sich seit 2020 im Neuen St. Jacobi Friedhof in Berlin-Neukölln, nachdem sie zuvor am Moritzplatz in Kreuzberg verortet waren. Die Anlage liegt im dicht besiedelten und sehr vielfältigen Schillerkiez.

Funktion

Der Garten ist ein experimentelles Modellprojekt für urbane Landwirtschaft, kollektive Flächennutzung und ökologisches Stadtleben. Er umfasst mobile Beete, Kompostanlagen, Bienenstöcke und Lernorte. Trägerin ist die gemeinnützige Nachbarschaftsakademie.

Wirkung

Der Garten nutzt grüne Inseln inmitten versiegelter Stadtlandschaft und dient als Ort ökologischer Bildung, nachbarschaftlicher Begegnung und kultureller Produktion. Gleichzeitig wird gezeigt, wie Zwi-schennutzung stad ökologische Impulse setzen kann.

Besonderheit

Die Prinzessinnengärten gelten als Pionierprojekt des Urban Gardening in Deutschland. Sie verbinden Klimaresilienz, Partizipation und eine neue Form städtischer Gemeingüter. Das Projekt arbeitet bewusst nicht-kommerziell, in offener Struktur.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/special/sharing/urban-gardening/gemeinschaftsgaerten/9227217-9229173-prinzessinnengarten.html>



Stärkung des Umweltverbundes

Geschützte Radfahrstreifen

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Geschützte Radfahrstreifen wurden in den vergangenen Jahren in vielen Straßen Berlins, darunter mehrere in Zentren, eingerichtet. Zum Beispiel auf dem Kottbusser Damm, in der Schönhauser Allee und auf dem Mehringdamm.

Funktion

Zentrales Ziel geschützter Radfahrstreifen ist es, durch die Installation von Protektionselementen die Sicherheit des Verkehrsmittels Fahrrad und damit auch seine Attraktivität zu erhöhen. Damit sich Radfahrerinnen und Radfahrer sicher überholen können, sind die geschützten Radfahrstreifen mindestens zwei Meter breit. Für mehr Sicherheit ist es vielfach notwendig, Radverkehrsanlagen gegen die missbräuchliche Nutzung durch den Autoverkehr zu schützen. Bei geschützten Radfahrstreifen wird dies zum Beispiel durch Sperrpfosten, Baken oder Schwellen zwischen dem Radfahrstreifen und dem Fahr- oder Parkstreifen sichergestellt.

Wirkung

An geschützte Radfahrstreifen wird die Erwartung gerichtet, dass sie aufgrund ihrer Attraktivität zu einer Verlagerung von Verkehr zugunsten des Fahrrads führen und damit dazu beitragen den MIV und die Umweltbelastung zu reduzieren. Beispielsweise kam eine Studie im Auftrag der Deutschen Umwelthilfe e.V. zu dem Ergebnis, dass sich durch den Bau des geschützten Radfahrstreifen auf dem Kottbusser Damm der Radverkehr deutlich erhöht hat (+40 %), gleichzeitig gingen die Kfz-Menge und die Luftbelastung zurück.

Besonderheit

Berlin hat mit dem Bau von geschützten Radverkehrsanlagen bundesweit Neuland betreten. Anfangs wurden sie als Verkehrsversuche gemäß §45 Abs. 1 Nr. 6 StVO eingerichtet. Nach der Aufnahme der geschützten Radfahrstreifen als neues Element der Radverkehrsinfrastruktur durch das Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) ist in Berlin laut Oberster Straßenverkehrsbehörde seit 2020 die Durchführung als Verkehrsversuch nicht mehr notwendig.



City-Logistik-Konzepte

Leitfaden Lieferflächen für Berlin (berlinweit)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Der Leitfaden wurde für das gesamte Berliner Stadtgebiet entwickelt. Er berücksichtigt sowohl Hauptverkehrs- als auch Nebenstraßen und ist von allen Bezirken zu nutzen.

Funktion

Der 2025 von der Senatsverwaltung für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt veröffentlichte Leitfaden soll helfen, Lieferflächen im öffentlichen Raum einheitlich zu planen, zu gestalten und zu überwachen. Ziel ist es, den Wirtschaftsverkehr sicherer, effizienter und verlässlicher zu gestalten. Der Leitfaden enthält konkrete Empfehlungen zur Bedarfsanalyse, Anordnung und Markierung von Lieferflächen. Auch rechtliche Grundlagen, Regelpläne, Gestaltungsvorgaben sowie Hinweise zum Umgang mit Lastenrädern sind enthalten. Ein neues Verkehrszeichen „Ladebereich“ wurde eingeführt, um die Sichtbarkeit von Lieferflächen zu verbessern.

Wirkung

Mit dem Leitfaden wird angestrebt, das Angebot an Lieferflächen im Stadtgebiet auszuweiten und dadurch Konflikte zwischen Lieferverkehr und anderen Verkehrsteilnehmern zu verringern. Klare Lieferflächen sollen Falschparken verhindern, die Verkehrssicherheit erhöhen und den Verkehrsfluss verbessern. Davon profitieren Fußgängerinnen und Fußgänger, Radfahrerinnen und Radfahrer sowie Lieferdienste gleichermaßen.

Besonderheit

Der Leitfaden ist das erste Dokument dieser Art für Berlin und bietet einen praxisnahen, standardisierten Ansatz zur Einrichtung von Lieferflächen. Er wurde in Kooperation mit Bezirksämtern, Logistikdienstleistern, Wirtschaftsvertretern und Verbänden entwickelt.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/sen/uvk/mobilitaet-und-verkehr/verkehrsplanung/vorgaben-zur-planung/>



Attraktiver & barrierearmer öffentlicher Raum

Modellprojekt Bergmannkiez, Friedrichshain-Kreuzberg

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Die Bergmannstraße liegt im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg, im dicht bewohnten und gemischt genutzten Bergmannkiez. Sie ist zentrale Geschäftsstraße und wichtiger öffentlicher Raum mit hoher Aufenthalts- und Verkehrsfrequenz.

Funktion

Seit 2020 wird die Bergmannstraße schrittweise zur verkehrsberuhigten Zone mit klimaresilienter Gestaltung weiterentwickelt. Ziel ist eine neue Balance zwischen Mobilität, Aufenthaltsqualität und Klimaanpassung – durch Reduktion des Autoverkehrs, sicheren Wegen für den Fuß- und Radverkehr sowie Begrünung.

Wirkung

Durchfahrtbeschränkungen, neue Einbahnstraßen und abschnittsweise Tempo-10-Zonen reduzieren den Durchgangsverkehr spürbar. Lieferzonen sorgen dafür, dass die gewerbliche Versorgung weiterhin möglich bleibt. Parallel wurde eine Parkraumbewirtschaftung eingeführt, um den ruhenden Verkehr zu regulieren und Flächen für den Aufenthalt freizumachen.

Besonderheit

Das Projekt kombiniert verkehrliche, gestalterische und klimatische Ziele mit einem langjährigen Beteiligungsprozess. Die geplante Sperrung der Zossener Straße sowie der Bergmannstraße zwischen Zossener Straße und Nostitzstraße sowie ein freiraumplanerischer Wettbewerb sollen die dauerhafte Umgestaltung sichern. Die Bergmannstraße wird so zum Modell für die sozial gerechte, klimafreundliche und schrittweise realisierte Transformation innerstädtischer Straßenräume.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/ba-friedrichshain-kreuzberg/politik-und-verwaltung/aemter/strassen-und-gruenflaechenamt/strassen/artikel.1475680.php>



Stadtmöblierung, Beleuchtung & Kunst im öffentlichen Raum

Lebendige Zentren und Quartiere (berlinweit)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Programm „Lebendige Zentren und Quartiere“ wird berlinweit in ausgewählten Stadtteilen umgesetzt - vor allem dort, wo Zentren funktional, baulich oder sozial gestärkt werden müssen.

Funktion

Das Programm ist Teil der Städtebauförderung und zielt darauf ab, zentrale Stadtbereiche als identitätsstiftende, funktional gemischte, gut erreichbare und sozial integrative Räume weiterzuentwickeln. Gefördert werden unter anderem die Aufwertung des öffentlichen Raums, der Erhalt des städtebaulichen Erbes, die Verbesserung sozialer Infrastruktur sowie die Stärkung lokaler Ökonomie und Nahversorgung. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der aktiven Beteiligung der Bewohnerinnen und Bewohner an Planungsprozessen.

Wirkung

Durch gezielte Investitionen entstehen lebendige Stadtzentren mit hoher Aufenthaltsqualität, in denen Wohnen, Handel, Kultur und Grünflächen in Einklang gebracht werden. Das Programm stärkt die Resilienz gewachsener Zentren gegenüber sozialen und ökonomischen Veränderungen und fördert das Quartiersbewusstsein. Zu den Maßnahmen zählen die Umgestaltung von Plätzen und Fußgängerzonen, die Sanierung von Bildungs- und Kultureinrichtungen, die Entwicklung neuer Nutzungskonzepte für Leerstände, der Aufbau von Stadtteilmanagements sowie die Anpassung an den Klimawandel.

Besonderheit

Das Programm verbindet bauliche Investitionen mit sozialraumorientierten Prozessen und setzt auf intensive Beteiligung der lokalen Bevölkerung. In Berlin zeichnet es sich besonders durch die enge Verknüpfung mit Denkmalpflege, Klimaanpassung und Inklusion im öffentlichen Raum aus - etwa durch barrierearme Gestaltung, den Einsatz nachhaltiger Materialien und integrierte Freiraumkonzepte.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/sen/stadtentwicklung/quartiersentwicklung/staedtebaufoerderung/lebendige-zentren-und-quartiere/>

Gestaltungshandbuch Gropiusstadt (Neukölln)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Das Handbuch bezieht sich auf die Gropiusstadt im Bezirk Neukölln, die durch die seit den 1960er Jahren entstandene Großsiedlung geprägt ist.

Funktion

Das Gestaltungshandbuch dient als zentrales Planungsinstrument zur Qualifizierung des öffentlichen Raums in der Gropiusstadt. Es definiert Gestaltungsrichtlinien für zukünftige Maßnahmen in den Grün- und Freiflächen und unterstützt damit Planungsprozesse. Gefördert werden sollen Wiedererkennung und Identifikation der spezifischen öffentlichen Räume in der Gropiusstadt, der Aufenthalt der Menschen im öffentlichen Raum sowie der Abbau von Barrieren und Gefahrenstellen.

Wirkung

Durch die Anwendung des Gestaltungshandbuchs werden die öffentlichen Räume der Gropiusstadt aufgewertet. Es trägt dazu bei, die Aufenthaltsqualität zu verbessern, Barrieren zu reduzieren und die Orientierung im Stadtteil zu erleichtern. Zudem fördert es die Identifikation der Bewohnerinnen und Bewohner mit ihrem Wohnumfeld und unterstützt eine nachhaltige Stadtentwicklung.

Besonderheit

Das Gestaltungshandbuch ist nicht nur als gedruckte Version, sondern auch als digitales Planungsinstrument verfügbar. Dies ermöglicht eine kontinuierliche Aktualisierung und Ergänzung der Inhalte. Es wird in der Bauberatung eingesetzt, um sowohl den Fachämtern als auch den die Bauberatung aufsuchenden Personen eine aus dem Gebiet heraus erarbeitete Handlungsempfehlung mit an die Hand geben zu können.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/gropiusstadt-bewegt/projekte/andere-projekte/>

Berliner Plätzeprogramm: Umgestaltung Bahnhofsvorplatz Friedrichshagen, Treptow-Köpenick

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Der Bahnhofsvorplatz Friedrichshagen liegt an der Kreuzung von Fürstenwalder Damm und Dahlwitzer Landstraße in Berlin-Treptow-Köpenick. Er verbindet den S-Bahnhof mit dem Kurpark und dem Ortsteilzentrum Bölschestraße – ein Übergang zwischen Mobilität und Kiezleben.

Funktion

Ziel der Umgestaltung war ein barrierefreier, funktionaler und repräsentativer Platz. Fahrradstellplätze, klare Wegeführungen und der Anschluss an den Kurpark standen im Mittelpunkt. Der südliche Zugang wurde im Zuge des Bahnausbaus ergänzt und integriert das Stadtquartier stärker in das ÖPNV-Netz.

Wirkung

Die Neugestaltung schafft Ordnung, Sicherheit und Aufenthaltsqualität. Beide Vorplätze – nördlich (2010) und südlich (2018) – fungieren heute als saubere, nutzerfreundliche Schnittstellen zwischen Stadt und Bahn. Sie erhöhen die Zugänglichkeit, stärken das Umfeld und werten das Bahnhofsumfeld sichtbar auf.

Besonderheit

Mit nur 480.000 € aus dem Berliner Plätzeprogramm wurden zwei moderne, robuste und gut gestaltete Plätze geschaffen. Die Maßnahme zeigt, wie auch kleinere Eingriffe große Wirkung entfalten – funktional, stadträumlich und sozial. Ein Beispiel für gelungene Stadtpflege mit klarer Handschrift.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/sen/bauen/baukultur/berliner-plaetzeprogramm/bahnhofsvorplaetze-friedrichshagen-1569512.php>



Verbesserung des Mikroklimas (Begrünung und Beschattung)

Himmelbeet (Mitte)

Von Maßnahme berührte Handlungsfelder



Ort

Der Gemeinschaftsgarten *Himmelbeet* liegt in der Gartenstr. 77 im Stadtteil Wedding, einem urbanen, sozial gemischten Quartier mit begrenztem Zugang zu Grünflächen.

Funktion

Himmelbeet ist ein interkultureller Gemeinschaftsgarten, in dem Nachbarn gemeinsam gärtnern, lernen und sich austauschen. Die Initiative versteht sich als Ort für Umweltbildung, Integration und nachhaltige Stadtgestaltung. Neben Hochbeeten bietet der Ort Workshops, Bildungsangebote und Beteiligungsmöglichkeiten.

Wirkung

Der Garten fördert Umweltbewusstsein, Biodiversität und soziale Teilhabe. Gerade in einem Stadtteil wie Wedding, in dem öffentliches Grün knapp ist, bietet Himmelbeet eine aneignungsfähige informelle grüne Infrastruktur. Zudem trägt der Garten durch Begrünung und Verdunstung zur Klimaanpassung bei.

Besonderheit

Himmelbeet kombiniert urbane Landwirtschaft mit sozialer Stadtteilarbeit. Das Projekt ist bewusst niedrigschwellig, integrativ und wird gemeinschaftlich getragen. Es wurde mehrfach ausgezeichnet, u. a. für Bildung für nachhaltige Entwicklung.

Link zum Projekt: <https://www.berlin.de/special/sharing/urban-gardening/gemeinschaftsgaerten/9229032-9229173-himmelbeet.html>

4. Grundlagen und Analysen

4.1 Besonderheiten der städtischen Zentren

Die polyzentrale Struktur Berlins ist charakteristisch für die Stadt. Mit ihren umfangreichen Potenzialen für Nutzungsmischung, Verdichtung und Qualifizierung eignen sich die bestehenden Zentren bestens, um den Versorgungsbedarf der weiter wachsenden und sich wandelnden Stadt zu decken. Gleichzeitig steht Berlin wie alle vergleichbaren Städte vor Herausforderungen, die alle Zentrumstypen betreffen. Zu den Aufgaben, die in den kommenden Jahren die Transformation der Zentren zu vielfältigen, mischgenutzten Stadträumen des Miteinanders prägen, zählen unter anderem der Rückgang an Verkaufsflächen und die Anpassung an den Klimawandel.

Die städtischen Zentren Berlins liegen in der Regel inmitten dicht besiedelter Stadtteile. Die polyzentrale Struktur der Stadt kann dadurch besser gestützt werden als andernorts, und die Zentren können ihre Funktion für eine gute wohnortnahe Versorgung erfüllen. Viele der Zentren sind linear und erstrecken sich entlang von Hauptverkehrsstraßen. In einigen Fällen (wie in den Zentren Tempelhofer Damm und Mariendorfer Damm führt das dazu, dass einige Abschnitte eine geringe, andere eine höhere Einzelhandelsdichte aufweisen. Erfahrungen zeigen, dass die bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepte wichtige Anstöße für räumlich-funktionale Anpassungsprozesse liefern können, indem sie Lageunterschiede innerhalb von Zentren identifizieren und teilräumlich angepasste Entwicklungsempfehlungen formulieren.

Dass viele Berliner Zentren an Hauptverkehrs- oder Ausfallstraßen liegen, bringt für den Handel Vorteile mit sich. Dazu gehören gute Sichtbarkeit, hohe Kundschaftsfrequenz und eine meist sehr gute ÖPNV-Anbindung. Allerdings erschweren die breiten Straßenquerschnitte und der dichte Verkehr in manchen Zentren das Überqueren der Straße und beeinträchtigen die Aufenthalts- und Umweltqualität. Die Erreichbarkeit der Zentren mit dem Fahrrad hat an Bedeutung gewonnen: Seit 2008 ist der Anteil der mit dem Fahrrad zurückgelegten Einkaufs- und Versorgungswege von etwa elf auf 14 Prozent und damit um rund ein Drittel gestiegen.

In vielen Zentren waren Kauf- und Warenhäuser einst wichtige Magnetbetriebe. Mit dem Strukturwandel dieser Handelstypen wurden viele Standorte aufgegeben, was anfänglich zu nennenswerten Funktionsverlusten führte. Die letzten Jahre haben jedoch gezeigt, dass ehemalige Kauf- und Warenhausstandorte mit neuem Leben gefüllt werden können. Beispielhaft veranschaulichen das die ehemaligen Hertie-Häuser in der Hauptstraße in Schöneberg und in der Karl-Marx-Straße in Neukölln. Umbau und Nachnutzung eröffnen gewachsenen Zentren sogar die Chance, ihre Nutzungsmischung zu

erhöhen, wenn die umgebauten Häuser neben Handel auch Gastronomie, Freizeit- und Dienstleistungsangebote beherbergen.

In den östlichen Quartieren der Stadt übernehmen historisch bedingt häufig Einkaufszentren die Funktion der gewachsenen Einkaufsbereiche. Vielfach stellen sie den lokalen Angebotsschwerpunkt dar: Der Einzelhandel außerhalb dieser Center ist quantitativ und qualitativ oft gering entwickelt. Eine Herausforderung für solche Handelslagen bleibt das kontinuierlich erforderliche Engagement der Einkaufszentren für ein zeitgemäßes und vielfältiges Angebot und Erscheinungsbild. Der Strukturwandel im Handel macht sich in einigen Einkaufszentren durch erhöhte Leerstandszahlen bemerkbar. Revitalisierungsprojekte bieten die Chance, baulich-strukturelle Nachteile zu mindern oder gar abzubauen, die manche Center seit ihrer Eröffnung belasten. Unter anderem können die Umbaumaßnahmen dazu genutzt werden, die introvertiert gestalteten Großimmobilien stärker nach außen zu öffnen, die städtebauliche Vernetzung mit umliegenden Geschäftslagen zu verbessern und die Nutzungsmischung zu erhöhen.

Weitere Besonderheiten Berlins sind multikulturell geprägte Zentren und Zentren in touristisch attraktiven urbanen Quartieren. Dort finden sich in der Regel kleinteilige Geschäftseinheiten und vielfältige Dienstleistungsangebote. Viele dieser Viertel zeichnen sich zudem durch eine vielfältige Gastronomie von hoher Anziehungskraft aus.

Die Berliner Zentren sind zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV meist gut erreichbar. 46 Prozent der Berliner Haushalte kommen ohne eigenes Auto aus. 78 Prozent aller Wege und 77 Prozent der Einkaufs- und Versorgungswege legen die Menschen in Berlin zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurück. Diese Mobilitätsmuster sind eine solide Grundlage, um die Zentren zu attraktiven Standorten weiterzuentwickeln, die fest in ihrem Nahbereich verankert und in der Regel auch aus größerer Entfernung gut ohne Pkw erreichbar sind. Da der Einkauf zu den wichtigsten Wegezwecken zählt, liegt in ihm auch ein Schlüssel für eine nachhaltige Verkehrsstruktur mit weniger überlasteten Straßen und geringeren Emissionen.

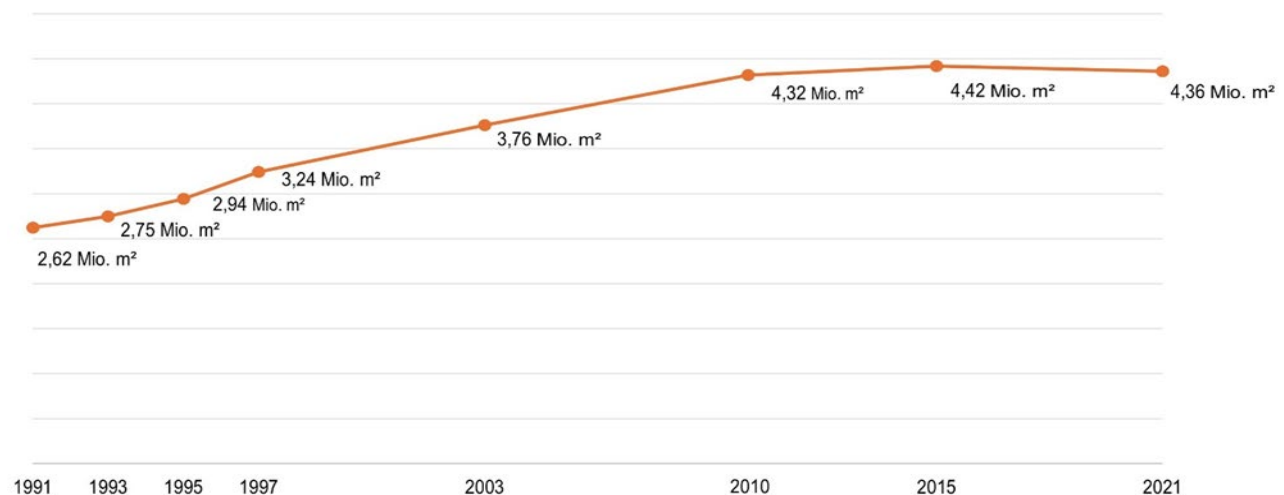
4.2 Einzelhandelsstruktur und Verkaufsflächen

Das Berliner Stadtgebiet wies zum Erhebungszeitraum 2021 rund 4,36 Millionen Quadratmeter **► Verkaufsfläche** im Einzelhandel auf. Davon entfielen rund 1,8 Millionen Quadratmeter (40 Prozent) auf ausgewiesene städtische Zentren (ohne Nahversorgungszentren) und rund 0,6 Millionen Quadratmeter (14 Prozent) auf Fachmarkttagglomerationen. Die übrigen rund 1,99 Millionen Quadratmeter (45 Prozent) verteilten sich auf integrierte und nicht integrierte Streulagen einschließlich der Nahversorgungszentren.

Die Angaben zur Verkaufsfläche des Einzelhandels im engeren Sinne basieren auf einer im gesamten Stadtgebiet durchgeführten Bestandserfassung. Methodisch folgten diese Erhebungen den Vorgaben im Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin von 2013. Dadurch sind die erfassten Daten mit den Ergebnissen früherer und künftiger Erhebungen vergleichbar. Das Land Brandenburg hat ebenfalls methodische Vorgaben für Einzelhandelserhebungen veröffentlicht. Da sie inhaltlich den Berliner Kriterien entsprechen, sind auch die Daten beider Bundesländer kompatibel.

Von 2015 bis 2021 ist der Verkaufsflächenbestand in Berlin erstmals gesunken: um rund 60.000 Quadratmeter oder 1,3 Prozent. In den Jahren zuvor war noch ein leichtes Verkaufsflächenwachstum zu verzeichnen. Dabei nahm der Zuwachs - einem bundesweiten Trend folgend - jedes Jahr weiter ab, sodass schon ab 2010 von einer zunehmenden quantitativen Marktsättigung auszugehen war. Auf Basis der jüngsten Daten beträgt die Einzelhandelsausstattung in Berlin rund 1,2 Quadratmeter Verkaufsfläche pro Kopf.

16 | Entwicklung der Verkaufsfläche in Berlin



Quellen: IHK Berlin, SenStadt Berlin

Auch die Verkaufsflächenausstattung der städtischen Zentren hat in Berlin abgenommen: Ihre Verkaufsfläche sank von 2015 bis 2021 um rund 133.000 Quadratmeter oder sieben Prozent. Ihr Anteil an der Gesamtverkaufsfläche Berlins verringerte sich von 42,9 auf 40,4 Prozent (siehe Tabelle 17). Der Strukturwandel im Handel und die veränderte Nachfrage setzen städtische Zentren in ganz Deutschland erheblich unter Druck. Das gilt auch in Berlin. Ein Verkaufsflächenanteil von 40,4 Prozent ist jedoch im bundesweiten Vergleich nach wie vor ein sehr positiver Wert, an dem die große Marktbedeutung der Berliner Zentren ablesbar ist.

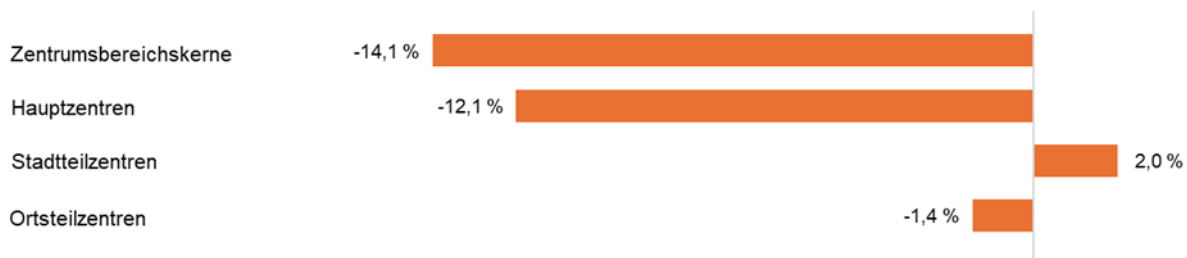
17 | Verkaufsfläche in städtischen Zentren Berlins

	2015	2021
Verkaufsfläche der städtischen Zentren (in der Zentrenkulisse des StEP Zentren 2030)	1,90 Mio. m ²	1,76 Mio. m ²
Anteil an der Gesamtverkaufsfläche Berlins	42,9 %	40,4 %

Quelle: Einzelhandelsbestandsdaten (ohne Leerstand) SenStadt Berlin

Die etwas rückläufige Marktposition der Zentren ist vor allem auf den Verkaufsflächenrückgang in den Zentrumsbereichskernen und Hauptzentren zurückzuführen (siehe Abbildung 18). Auch einzelne Stadtteilzentren und Ortsteilzentren hatten Verkaufsflächenverluste zu verzeichnen. In der Summe sind die Ausstattungswerte der Ortsteilzentren dagegen aufgrund ihrer Nahversorgungsfunktion weitgehend stabil geblieben und nur leicht zurückgegangen (um 1,4 Prozent). Die Stadtteilzentren konnten sogar um zwei Prozent zulegen. Angesichts der Unterschiede zwischen einzelnen Zentren empfiehlt es sich jedoch auch hier, in den bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepten analytisch und konzeptionell für jedes Zentrum ins Detail zu gehen.

18 | Verkaufsflächenentwicklung der städtischen Zentren 2015 bis 2021 (in der Zentrenkulisse des StEP Zentren 2030)



Quelle: Einzelhandelsbestandsdaten (ohne Leerstand) SenStadt Berlin

4.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Berlin ist von 2016 bis 2024 leicht gestiegen – eine Folge der insgesamt verbesserten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Laut Daten der IFH Köln lag die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** für Berlin 2024 bei 97,7 und damit noch leicht unter dem bundesweiten Durchschnitt von 100. Auch 35 Jahre nach Mauerfall liegt der Berliner Wert damit deutlich unter dem Niveau anderer Großstädte wie München (114,8) oder Hamburg (103,4). Auch im benachbarten Potsdam (101,5) ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft höher als in der Hauptstadt. Dagegen übertrifft Berlin die Werte anderer ostdeutscher Großstädte wie Dresden (97,3), Erfurt (96,8) oder Leipzig (94,8).

Unterschiede bestehen auch innerhalb Berlins. Während die Kaufkraftkennziffer in Mitte, Friedrichshain-Kreuzberg, Neukölln, Lichtenberg und Marzahn-Hellersdorf zwischen 91,8 und 97,6 und damit unter dem

Berliner Durchschnitt liegt, weisen Charlottenburg-Wilmersdorf, Pankow, Steglitz-Zehlendorf, Tempelhof-Schöneberg, Reinickendorf und Treptow-Köpenick mit Kennziffern von 100 bis 104 höhere Werte auf.

4.4 Umsatzfaktor Tourismus: zusätzliches Standbein für den Einzelhandel

Der Tourismus ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für Berlin, der maßgeblich zu Umsatz, Wertschöpfung und Beschäftigung beiträgt. Die Branche war vor der Covid-19-Pandemie durch ein robustes Wachstum geprägt. Nach einem drastischen Einbruch während der Pandemie stiegen die Zahlen der Besucherinnen und Besucher und der Übernachtungen wieder an und reichen heute wieder an das Vorkrisenniveau heran. Das belegen Zahlen des Amts für Statistik Berlin-Brandenburg:

■ Vorkrisenwachstum (2016 bis 2019)

Die Zahl der Übernachtungen stieg in den Jahren vor der Pandemie von mehr als 31 Millionen auf einen Höchststand von über 34 Millionen im Jahr 2019. Die Zahl der Besucherinnen und Besucher erhöhte sich in dieser Zeit von 12,7 auf fast 14 Millionen.

■ Auswirkungen der Pandemie (2020 bis 2021)

Mit Ausbruch der Pandemie brachen die Tourismuszahlen dramatisch ein. 2020 sank die Zahl der Gäste um 64,6 Prozent auf 4,9 Millionen, und die Zahl der Übernachtungen ging um 64,0 Prozent auf 12,3 Millionen zurück. Obwohl sich die Zahlen 2021 geringfügig erholten, blieben sie weiter unter dem Vorkrisenniveau.

■ Erholungsphase (2022 bis 2024)

2022 setzte eine deutliche Erholung ein. Die Gäste- und Übernachtungszahlen verdoppelten sich nahezu. 2023 setzte sich das Wachstum fort. Berlin verzeichnete mehr als 12,1 Millionen Besucherinnen und Besucher und knapp 30 Millionen Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben. Der Anteil der internationalen Gäste betrug rund 40 Prozent. 2024 wurden 12,7 Millionen Gäste und 30,6 Millionen Übernachtungen registriert.

Das Tourismusjahr 2025 ist angesichts geopolitischer sowie wirtschaftlicher Unsicherheiten und damit verbundener anhaltender Konsumzurückhaltung bisher von Stagnation geprägt.

Der Berliner Einzelhandel profitiert in nicht unerheblichem Umfang von diesen Besuchszahlen, allerdings nicht über alle Branchen hinweg: Möbel- und Baumärkte etwa werden dadurch kaum mehr Umsätze verzeichnen, während andere Segmente wie der Bekleidungsbereich vor allem in den touristisch geprägten Zentren deutliche Vorteile daraus ziehen dürften. Räumlich wird der überwiegende Anteil der touristischen Ausgaben auf die beiden Zentrumsbereiche Historische Mitte und City-West entfallen.

Für den StEP Zentren 2040 war von besonderem Interesse, wie hoch das Umsatzpotenzial ist, das diese zusätzliche Kaufkraft generiert. Als zusätzliches Umsatzpotenzial wurde die Kaufkraft der folgenden Besuchersgruppen betrachtet:

- Übernachtungsgäste in Beherbergungsbetrieben
- Tagesgäste
- Tagungs- und Kongressteilnehmerinnen und -teilnehmer
- Besuche von Verwandten und Bekannten

Innerstädtische Bewegungen von Berlinerinnen und Berlinern (Binnentourismus) wurden nicht einbezogen. Die Betrachtung griff auf die Studie Tourismus-Satellitenkonto („Tourism Satellite Account“, TSA) zurück, die regelmäßig fortgeschrieben wird. Die TSA-Analyse ist eine international anerkannte Erhebung, die einen Vergleich mit anderen Städten, Ländern und Branchen ermöglicht und den Nachfragemix der vier Besuchersgruppen abbildet.






























Der touristische Gesamtkonsum in Berlin, zu dem unter anderem Ausgaben der Beherbergung und in der Gastronomie zählen, belief sich 2023 auf 11,1 Milliarden Euro (ohne Binnentourismus). Davon war der wichtigste Ausgabenpunkt mit 2,3 Milliarden Euro (ohne Binnentourismus) das Shopping, das für etwa ein Zehntel des geschätzten Jahresumsatzes von 22,5 Milliarden Euro im Berliner Einzelhandel verantwortlich war. Anders gesagt: Der Tourismus generierte für den Einzelhandel in Berlin ein zusätzliches Umsatzpotenzial von gut elf Prozent.




































Das Tourismuskonzept 2018+ für Berlin sieht es als wichtige Aufgabe, den Tourismus räumlich zu differenzieren. Damit sollen bisherige Besuchsschwerpunkte entlastet, dezentrale touristische Ziele stadtvträglich entwickelt und weitere positive Effekte durch den Tourismus erzielt werden. Damit auch die Zentren in den Bezirken daran teilhaben, müssen deren touristische Potenziale zielgruppengenau herausgearbeitet werden (regionale, nationale, internationale Besuchende und Besuchende aus anderen Teilen Berlins (Binnentourismus)). Das bezieht sich sowohl auf touristische Angebote als auch auf die touristische Infrastruktur. Unabhängig davon gilt es, die städtebauliche Qualität der Zentren als Basiskompetenz zu erhalten und zu verbessern.


Wenn sich der Tourismus räumlich differenziert fortentwickelt, wird sich das in den Zentren der Bezirke nicht nur im Einzelhandel bemerkbar machen. Gerade Hotellerie und Gastronomie können bei entsprechender Positionierung einen Mehrwert erzielen, der sich dann auch im lokalen Einzelhandel niederschlagen kann.

5. Listen und Übersichten

5.1 Zentrumstypen und Fachmarkttagglomerationen nach Bezirk

Mitte	 Alexanderplatz
	 Friedrichstraße
	 Potsdamer Platz / Leipziger Platz
	 Müllerstraße
	 Badstraße
	 Turmstraße
	 Potsdamer Straße
	 Pankstraße
Friedrichshain-Kreuzberg	 Frankfurter Allee
	 Karl-Marx-Straße / Hermannplatz / Kottbusser Damm
	 Kottbusser Tor
	 Mehringdamm
	 Ostbahnhof
Pankow	 Pankow
	 Berliner Allee
	 Greifswalder Straße Nord
	 Schönhauser Allee
	 Buch
	 Französisch Buchholz
	 Karow
	 Prenzlauer Allee
	 Eldenaer Straße / Storkower Straße
	 Rangierbahnhof Pankow
	 City-West (Zoo, Kurfürstendamm, Tauentzienstraße)
Charlottenburg-Wilmersdorf	 Wilmersdorfer Straße
	 Westlicher Kurfürstendamm
	 Berliner Straße / Uhlandstraße
	 Breite Straße / Berkaer Straße
	 Theodor-Heuss-Platz / Reichsstraße

Spandau		Altstadt Spandau
		Heerstraße West (Obstallee)
		Kladow
		Siemensstadt
		Wasserstadt Oberhavel (Maselake)
		Wilhelmstadt Spandau
		Gewerbehof
		Paulsternstraße
Steglitz-Zehlendorf		Schloßstraße
		Zehlendorf Mitte
		Breisgauer Straße
		Drakestraße (Lichterfelde West)
		Kranoldplatz (Lichterfelde Ost)
		Leonorenstraße (Lankwitz)
		Wannsee
		Goerzallee
Tempelhof-Schöneberg		City-West (Zoo, Kurfürstendamm, Tauentzienstraße)
		Bahnhofstraße (Lichtenrade)
		Hauptstraße Schöneberg
		Tempelhofer Damm
		Mariendorfer Damm
		Rheinstraße / Bundesallee (Teil des Hauptzentrums Schloßstraße)
		Potsdamer Straße
		Alboinstraße
		Sachsendamm
Neukölln		Karl-Marx-Straße / Hermannplatz / Kottbusser Damm
		Johannisthaler Chaussee
		Alt-Rudow
		Hermannstraße
		Wutzkyallee
Treptow-Köpenick		Bahnhofstraße (Köpenick)
		Zentrum Schöneweide
		Altstadt Köpenick
		Alt-Treptow
		Baumschulenweg
		Dörpfeldstraße

Treptow-Köpenick	●	Friedrichshagen
	●	Siriusstraße
	●	Wilhelminenhofstraße
	■	Friedrichshagener Straße
	■	Glienicker Weg / Adlergestell
Marzahn-Hellersdorf	●	Elsterwerdaer Platz
	●	Helle Mitte
	●	Marzahner Promenade
	●	Havemannstraße
	●	Helene-Weigel-Platz
	●	Hellersdorf Süd
	●	Mahlsdorf (Hönower Straße)
	●	Mehrower Allee
	■	Märkische Spitze
	■	Pilgramer Straße
	Lichtenberg	⊙
●		Prerower Platz
●		Landsberger Allee / Genslerstraße
●		Alt Hohenschönhausen / Hauptstraße
●		Am Tierpark
●		Anton-Saefkow-Platz
●		Karlshorst
●		Weitlingstraße (Bhf. Lichtenberg)
■		Dong Xuan Center (Sonderzentrum)
■		Landsberger Allee
Reinickendorf		⊙
	●	Kurt-Schumacher-Platz
	●	Märkisches Zentrum
	●	Frohnau
	●	Hermsdorf
	●	Residenzstraße / Markstraße
		

5.2 Glossar

► Agglomeration

Ballung von klein- und/oder ► großflächigen Einzelhandelsbetrieben an einem Standort oder in einem engeren räumlichen Zusammenhang, ohne dass – wie bei einem ► Einkaufszentrum – ein funktionaler Bezug und ein gemeinsames Erscheinungsbild wahrnehmbar sein müssen

► Annexhandel

der Handel mit Artikeln, die mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden oder in einer Beziehung zur gewerblichen Produktion stehen (Fabrikverkauf); Verkaufs- und Ausstellungsflächen für diesen Handel sind dabei denen des Handwerks oder des produzierenden Betriebs untergeordnet.

► Ausführungsvorschriften (AV)

Regelwerke, die in Berlin die Umsetzung von Vorgaben im Verwaltungshandeln konkretisieren; AV werden von den Senatsverwaltungen erlassen und definieren einheitliche Begrifflichkeiten, Verfahren und Prozesse. Für den StEP Zentren sind vor allem zwei AV relevant:

- Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin
- Ausführungsvorschriften zum Darstellungsumfang, zum Entwicklungsrahmen sowie zu Änderungen des Flächennutzungsplans Berlin (AV FNP)

► Bio(super)markt

Einzelhandelsgeschäft, das sich auf den Verkauf von Produkten aus ökologischer Landwirtschaft und umweltfreundlicher Verarbeitung spezialisiert hat; darunter fallen ökologisch erzeugte Lebensmittel und Bedarfsgüter (wie Körperpflege- und Reinigungsmittel, Bekleidung). Die Verkaufsfläche liegt in der Regel über 300 Quadratmeter.

► Einkaufszentrum

aufgrund einheitlicher zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinrichtungen, die den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken; charakterisiert durch (a) räumliche Konzentration von rechtlich selbständigen Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Größe, (b) eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten und frequenzstarken Angeboten (Warenhaus, Kaufhaus, ► SB-Warenhaus, Lebensmittelmarkt, Drogeriemarkt), (c) ein großzügig bemessenes Angebot an Pkw-Stellplätzen, (d) zentrales Management beziehungsweise Verwaltung und (e) die gemeinsame Wahrnehmung bestimmter Funktionen (wie Werbung) durch alle Mieter und Mieterinnen; außer den Ladengeschäftsflächen verfügt ein Einkaufszentrum über weitere an gewerbliche Nutzer und

Nutzerinnen vermietete Flächen (nach: EHI Retail Institute: Handel aktuell 2009/10, Seite 382/383 in Verbindung mit EHI Shopping-Center Report, www.shopping-center-report.de/definitionen/)

► **Einzelhandel im engeren Sinne**

Absatz von Waren an Endverbraucher; ohne Kfz-Handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel und rezeptpflichtige Apothekenwaren

► **Einzelhandelsbetrieb**

Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher und -verbraucherinnen verkauft; unter anderem Kauf- und Warenhäuser, ► **SB-Warenhäuser**, ► **Fachmärkte**, aber auch Direktverkauf an Endverbraucher am Standort der Fertigung oder in einem ► **Factory-Outlet-Center**.

► **einzelhandelsrelevante Kaufkraft**

Anteil an privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt; wird von verschiedenen Instituten in regelmäßigen Abständen auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen ermittelt; dabei werden für jedes Gebiet die durch Stichproben ermittelten Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge von der allgemeinen Kaufkraft im Gebiet abgezogen.

► **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**

beschreibt die ► **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** pro Kopf in einem Gebiet im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100).

► **einzelhandelsrelevante Zentralität**

Kriterium für die Leistungsstärke und Attraktivität des Einzelhandels in einer Stadt oder Region; Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, die lokale Kaufkraft zu binden und zusätzlich Kundschaft aus dem Umland anzuziehen; wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer gemessen, die sich aus dem Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft vor Ort ergibt. Eine Zentralitätskennziffer von mehr als 100 bedeutet, dass ein Gebiet mehr Kaufkraft aus dem Umland anzieht, als es selbst an das Umland abgibt. Eine Kennziffer unter 100 deutet auf einen Abfluss der Kaufkraft hin.

► **Entwicklungskonzept für den produktionsgeprägten Bereich (EpB)**

Bestandteil des StEP Wirtschaft 2040; dient der Sicherung und Entwicklung großer zusammenhängender Gewerbestandorte, die herausgehobene Bedeutung für die gewerblich-industrielle Entwicklung Berlins haben, für produktionsgeprägte Nutzungen von produzierendem Gewerbe und Handwerk über ergänzende Dienstleistungen bis hin zu modernen Formen der Produktion wie Kunstproduktion; das Konzept trägt dazu bei, ein angemessenes Bodenpreisniveau zu sichern.

► **Fachmarkt**

Einzelhandelsbetrieb, dessen Sortimente sich auf eine oder mehrere Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs konzentrieren (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel); Selbstbedienungsprinzip; meist außerhalb zentraler Einkaufsbereiche an gut mit dem Pkw erreichbaren Standorten gelegen, vor allem in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten; im StEP Zentren 2030 definiert als Einzelhandelsbetrieb mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (zum Beispiel Garten-, Bau- oder Möbelmarkt)

► **Fachmarkttagglomeration (FMA)**

Komplementärstandort zu den Zentren; dient der dezentralen Konzentration von Fachmärkten mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten; für ganz Berlin im StEP Zentren ausgewiesen

► **Factory-Outlet-Center (FOC)**

Betriebs- und Vertriebsform des Einzelhandels, bei der mehrere Herstellungsbetriebe ihre (Marken-)Artikel an einer gemeinsamen Verkaufsstätte verbilligt anbieten; deshalb auch: Fabrikverkaufszentrum; wird zentral von einer Betreibergesellschaft geplant, realisiert und verwaltet; Factory-Outlet-Center umfassen meist mehrere Tausend Quadratmeter Verkaufsfläche und 60 bis 100 Läden. Sie zählen deshalb zum ► **großflächigen Einzelhandel**.

► **Flagship-Store**

repräsentatives Geschäft eines Handelsunternehmens, das durch Produkte, Design und Service die hinter der Marke stehende Philosophie vermitteln soll

► **großflächiger Einzelhandel**

Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 Quadratmetern; diese unterliegen dem Sonderregime von § 11 Abs. 3 BauNVO, da von ihnen negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können; zu diesen Betrieben zählen unter anderem ► **Einkaufszentren, Warenhäuser, ► SB-Warenhäuser, Kaufhäuser** und ► **Fachmärkte**.

► **Hauptsortiment/Randsortiment**

Ein Randsortiment ergänzt ein spezifisches Hauptsortiment (auch: Kernsortiment) um Warengruppen, die in Beziehung oder Verwandtschaft zu denen des Hauptsortiments stehen. Es muss in Umfang und Gewichtung dem Hauptsortiment deutlich untergeordnet sein (in der Regel maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche).

► **Kaufkraftabfluss**

einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die Angebote am Ort nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- und Onlinehandel abfließt; Kaufkraftabflüsse zeigen, wie sich die ansässige Bevölkerung beim Einkauf räumlich orientiert.

► **Kaufkraftbindung**

Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Bevölkerung, der von den Anbietenden am Ort gebunden und in Umsatz umgewandelt werden kann

► **Kumulation**

allgemein: Anhäufung oder Addition von Werten; hier: saldierte Wirkung mehrerer, räumlich getrennter Einzelhandelsvorhaben, die zusammengenommen wesentliche Auswirkungen zulasten eines Standortes oder eines ► **zentralen Versorgungsbereichs** haben können.

► **Lebensmitteldiscounter**

Betriebsform des Lebensmitteleinzelhandels, deutlich (tief)preisorientiert und ausschließlich Selbstbedienung; auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot, Verkaufsfläche in der Regel 600 bis 1.200 Quadratmeter; wechselnde Aktionsangebote mit zentrenrelevanten Waren

► **Mono-Label-Store**

Einzelhandelsgeschäft, das nur Waren einer Marke oder eines Herstellungsbetriebs anbietet

► **Multi-Channel-Handel**

Vertriebsstrategie des Handels, bei der ein Unternehmen Kundinnen und Kunden auf mehreren Kanälen und Vertriebswegen parallel - stationär und/oder online - anspricht (Ladengeschäft, Katalog, eigene Website, soziale Medien, Teleshopping, Apps und andere); Ziel ist die Loslösung der Kaufentscheidung von zeitlichen und räumlichen Grenzen.

► **nahversorgungsrelevantes Sortiment**

Warengruppen, die den täglichen Bedarf decken (insbesondere Lebensmittel, Getränke, Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden; nahversorgungsrelevante Sortimente sind zugleich ► **zentrenrelevante Sortimente**; in Berlin festgelegt in Anhang I der AV Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin (► **Ausführungsvorschriften**)

► **Nahversorgungsstandort**

solitärer Handelsstandort eines Lebensmittelmarkts; aus städtebaulicher Sicht nicht in eine funktionale Einheit eingebunden und somit kein städtisches Zentrum oder ► **zentraler Versorgungsbereich**

► Nicht zentrenrelevantes Sortiment

Warengruppen, die sich durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und eingeschränkte Transportfähigkeit auszeichnen. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und von zentrenrelevanten Sortimenten. Aufgrund ihres Platzbedarfs finden sich Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (wie Bau-, Garten- oder Möbelmärkte) häufig außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Ein Gefährdungspotenzial für gewachsene Zentren kann sich durch den Anteil zentrenrelevanter Randsortimente (etwa Haushaltswaren in Möbelhäusern) ergeben.

► Pop-up-Store

temporäre Einzelhandelseinrichtung; oft werden dabei Produkte auf überraschende Weise inszeniert, um Aufmerksamkeit zu erregen.

► SB-Warenhaus

nach dem Discountprinzip arbeitender Einzelhandelsgroßbetrieb mit Selbstbedienung, 3.000 bis 10.000 Quadratmeter Verkaufsfläche und umfassendem Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel; häufig in Stadtrandlage und mit großem Parkplatz

► Supermarkt

Einzelhandelsgeschäft (vorwiegend Selbstbedienung) mit 400 bis 2.500 Quadratmeter Verkaufsfläche, das ein Lebensmittelvollsortiment und gewisse Non-Food-Artikel führt; ein großer Supermarkt hat 2.500 bis 5.000 Quadratmeter Verkaufsfläche, führt ein Lebensmittelvollsortiment und Non-Food-Artikel (nach: EHI Retail Institute: Handelsdaten aktuell 2017/18, Seite 365)

► Verkaufsfläche

die Kundinnen und Kunden zugängliche Fläche einer Einzelhandelseinrichtung; dazu zählen auch: Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Freiverkaufsflächen, die nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden (gemäß BVerwG-Urteil 4 C 10.04 vom 24. November 2005). Auch Käse-, Fleisch-, Wursttheken und andere Bereiche, die Kundinnen und Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten dürfen, in denen aber Ware für sie sichtbar ausliegt, oder in denen Personal Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt, Windfang und Kassenvorraum einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials und der zugänglichen Flächen für die Pfandrücknahme gehören zur Verkaufsfläche. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Sortier- und Lagerräume für Pfandgut, andere reine Lagerflächen und Flächen, auf denen für die Kundschaft nicht sichtbar Waren handwerklich und auf andere Art vorbereitet (also zum Beispiel portioniert) werden.

► zentraler Versorgungsbereich

schützenswerter, räumlich abgrenzbarer Bereich im Sinne von § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB, § 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO), der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzepten und tatsächlichen örtlichen Verhältnissen ergibt und dem aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (siehe BVerwG-Urteil 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007); in Berlin: Zentrumsbereichskerne, Hauptzentren, Stadtteilzentren, Ortsteilzentren und Nahversorgungszentren

► zentrenrelevante Sortimente

für Berlin verbindlich festgelegt in Anhang I der AV Zentren und Einzelhandel (► **Ausführungsvorschriften**) und im gemeinsamen Landesraumordnungsplan; zeichnen sich - anders als nicht zentrenrelevante Sortimente - dadurch aus, dass sie eine hohe Besuchsfrequenz erzeugen, integrationsfähig und kopplungsaffin sind (also oft mit anderen Warengruppen gemeinsam angeboten werden). Diese Sortimente lassen sich zudem leicht transportieren (Handtaschensortimente) und prägen in ihrer Vielfalt zentrale Versorgungsbereiche. Bieten Betriebe an dezentralen und/oder städtebaulich nicht integrierten Standorten zentrenrelevante Sortimente an, kann das zu einem Bedeutungsverlust der Zentren beitragen, weil diese Betriebe von Standortvorteilen durch günstigere Miet- und Grundstückspreise, geringe Betriebs- und Personalkosten, bessere Erreichbarkeit mit dem Pkw oder kostenfreies Parken profitieren.

5.3 Abbildungen

01 Der StEP Zentren 2040 im Berliner Planungssystem	20
02 StEP Zentren 2040 und verbindliche Bauleitplanung der Bezirke.....	21
03 Ziele der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung	25
04 Zentrumstypen.....	39
05 Zentrenhierarchie	43
06 Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorte	48
07 Neue Strategien für Fachmarktlagen	52
08 Stadtstrukturtyp - Urbane Zentren und Kerne“ (StEP Klima 2.0).....	60
09 Netzabdeckung - 600 m-Isodistanzen strukturprägender Lebensmittelmärkte	63
10 Beispiele für Nahversorgungsstrukturen für neue Wohnungsbaustandorte	68
11 Anforderungen an die städtebauliche Integration von Lebensmittel- und Fachmärkten	75
12 Prüfung der Vereinbarkeit eines Ansiedlungsbegehrens mit den Zielen der Stadtentwicklung.....	80
13 Anforderungen Bezirkliche Zentren- und Einzelhandelskonzepte.....	82
14 Städtebauförderung Berlin.....	85
15 Maßnahmen in der Toolbox (Übersicht).....	88
16 Entwicklung der Verkaufsfläche in Berlin.....	114
17 Verkaufsfläche in städtischen Zentren Berlins	115
18 Verkaufsflächenentwicklung der städtischen Zentren 2015 bis 2021 (in der Zentrenkulisse des StEP Zentren 2030)	115

Impressum

Herausgeber

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen
Kommunikation
Württembergische Straße 6
10707 Berlin
www.stadtentwicklung.berlin.de

Inhalte und Bearbeitung

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen
Abteilung Stadtplanung
Referat Stadtentwicklungsplanung
Thorsten Keller
Jens Nyhues
Philipp Perick
Elke Plate
Thorsten Tonndorf
Heiko Pieles (kartografische Bearbeitung)

In Zusammenarbeit mit

forward Planung und Forschung, Berlin
Dr. Cordelia Polinna
Philip Schläger
Louis Speer
Junker + Kruse Stadtforschung Planung, Dortmund
Elisabeth Kopischke
Stefan Kruse

Lektorat

Louis Back
www.louisback.com

Fotos

Till Budde

Layout

NN

Druck

NN

Berlin, 17.12.2025

Verlag