Bahnhofstraße Lichtenrade

Neue Perspektiven für alle

www.az-lichtenrade.de

Entwicklungsperspektiven für das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade im Berliner Bezirk Tempelhof-Schöneberg

Bearbeiter

Junker + Kruse
Stadtforschung
Planung

Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat

STÄDTEBAU-FÖRDERUNG
von Bund, Ländern und Gemeinden

aktive zentren Berlin

dieraumplaner

Tempelhof-Schöneberg

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen

be Berlin

Impressum

Auftraggeber:
Land Berlin
vertreten durch das
Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg von Berlin
Abteilung Stadtentwicklung und Bauen
Sozialraumorientierte Planungskoordination
John-F.-Kennedy-Platz
10825 Berlin

Kontakt:
Jens-Peter Eismann
Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg von Berlin
Sozialraumorientierte Planungskoordination
- SPK Ltg. -
John-F.-Kennedy-Platz, 10825 Berlin
Tel. 030-90277-6763 Fax. 030-90277-7852
E-Mail-Adresse: jens-peter.eismann@ba-ts.berlin.de

Aktives Zentrum Lichtenrade Bahnhofstraße
Prinzessinnenstraße 31, 12307 Berlin
Telefon: 030 – 89 40 35 90

Prozesssteuerung
Sabine Slapa, Inga Voswinkel, Jana Degenkolb, Thora Haubold
E-Mail: team@az-lichtenrade.de

Geschäftsstraßenmanagement
Sabine Slapa, Johanna Begrich, Lena Horst
E-Mail: gsm@az-lichtenrade.de

Beauftragtes Büro
slapa & die raumplaner gmbh
Kaiser-Friedrich-Straße 90, 10585 Berlin

Auftragnehmer:
Junker + Kruse Stadtforschung Planung
Stefan Kruse, Elisabeth Kopischke, Andreas Mayer, Dr. Holger Pump-Uhlmann
Markt 5, 44137 Dortmund
E-Mail: info@junker-kruse.de
Tel. 0231-557858-0 Fax 0231-557858-50
www.junker-kruse.de

Stand:
28. November 2018

Hinweise

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets weibliche und männliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Inhalt

Impressum 3

1 Anlass und Zielsetzung der Untersuchung 7

2 Methodik der Untersuchung 9
- 2.1 Angebotsanalyse 9
- 2.2 Nachfrageanalyse 12
- 2.3 Haushaltsbefragung 13
- 2.4 Städtebauliche Analyse 13
- 2.5 Umsatzberechnung 14
- 2.6 Gravitationsmodell 14

3 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten im Untersuchungsraum 16
- 3.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes 16
- 3.2 Kaufkraft im Untersuchungsraum 18
- 3.3 Angebotssituation im Untersuchungsraum 21

4 Einzelhandelsrelevante und städtebauliche Analyse des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße 30
- 4.1 Konzeptionelle Einordnung 31
- 4.2 Kenndaten des Prognoseraums Lichtenrade 31
  - 4.2.1 Lage des Stadtteilzentrums Lichtenrade 31
  - 4.2.2 Bevölkerung – Bestand, Entwicklung, Prognose 32
  - 4.2.3 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau 34
- 4.3 Einzelhandelsrelevantes Angebot 35
- 4.4 Einzelhandelsrelevante Kenndaten des Prognoseraums Lichtenrade 36
- 4.5 Einzelhandelsangebot im Stadtteilzentrum Lichtenrade 36
- 4.6 Städtebauliche Einschätzung 40
- 4.7 Nachfragesituation im Stadtteilzentrum Lichtenrade 41
- 4.8 Ergebnisse der Haushaltsbefragung 42
- 4.9 Stärken und Schwächen des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße 51

5 Quantitative und räumliche Entwicklungsspielräume (Potenzialanalyse) 52
- 5.1 Grundlegende Hinweise zu rechnerischen Verkaufsflächenpotenzialen 52
- 5.2 Rechnerische Entwicklungspotenziale 53
- 5.3 Flächenpotenziale im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße 55
- 5.4 Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße 56

6 Entwicklungsszenarien für das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße 59

7 Fazit und Empfehlung 65

8 Verzeichnisse 67

9 Anhang 69
- Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung 69

1 Anlass und Zielsetzung der Untersuchung

Die Sicherung und Stärkung der Bahnhofstraße in Lichtenrade als städtisches Zentrum ist ein wichtiges Ziel der Stadtentwicklung im Bezirk Tempelhof-Schöneberg. Planerische Rahmenbedingungen dazu bildet besonders die Einordnung der Bahnhofstraße als Stadtteilzentrum im Stadtentwicklungsplan (StEP) Zentren III der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen sowie im bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg von Berlin (2015). Im Jahr 2015 wurde darüber hinaus das Gebiet Lichtenrade Bahnhofstraße durch einen Senatsbeschluss in das Städtebauförderprogramm Aktive Zentren aufgenommen. Grundlage dafür stellte das integrierte städtebauliche Entwicklungskonzept (ISEK) dar.

Innerhalb des Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade bildet das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße eine prägende Potenzialfläche. Diese soll mit der alten Mälzerei und dem Landhaus Lichtenrade in ihrer Gesamtheit entwickelt werden. Neben Wohnraum sowie Einrichtungen für soziale Angebote auch Gastronomie und sollen insbesondere Einzelhandelsangebote realisiert werden. Dabei spielen gerade die Nutzungsbausteine Gastronomie und Einzelhandel bei Überlegungen und Verfahren zur Stadtentwicklung immer eine hervorzuhebende Rolle, da ihnen für die Funktion, Stabilität sowie Zukunftsfähigkeit von Zentren eine Schlüsselfunktion zukommt.

Vor diesem Hintergrund soll die aktuelle städtebauliche und einzelhandelsrelevante Situation des zentralen Versorgungsbereiches Bahnhofstraße Lichtenrade sowie mögliche Entwicklungserfordernisse und –perspektiven, vor allem auch unter Berücksichtigung seiner Einordnung als Stadtteilzentrum, dargestellt und bewertet werden. Ein Fokus muss dabei auch auf einer städtebaulich verträglichen Dimensionierung möglicher Einzelhandelsbausteine im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße liegen. In diesem Zusammenhang ist, bezogen auf potenzielle Verlagerungen bzw. Erweiterungen von bestehenden Betrieben, zu berücksichtigen, dass - zumindest ein Teil der Verkaufsfläche - seit vielen Jahren am Markt aktiv ist und sich somit deren mögliche Auswirkungen in der sozialen und städtebaulichen Wirklichkeit bereits niedergeschlagen haben. In einem solchen Fall muss sich die Bewertung auf die Verkaufsflächenveränderungen beziehen, wobei gleichzeitig, einem einschlägigen Urteil des BVerwG vom 29.11.2005 folgend, das gesamte Vorhaben in seiner geänderten Gestalt und unter Beachtung einer möglichen Attraktivitätssteigerung einer Bewertung zu unterziehen ist.

Bezogen auf die Quartiersentwicklung Bahnhofstraße / Steinstraße ist im Weiteren ein Bauleitplanverfahren erforderlich. Für den Einzelhandelsbereich soll - auf Grundlage der vorliegenden Untersuchung - ein städtebaulich verträglicher Verkaufsflächenrahmen abgesteckt werden. Im Rahmen gestalterischer und städtebaulicher Perspektivbetrachtungen soll neben den quantitativen Überlegungen zur Dimensionierung, nicht zuletzt unter Berücksichtigung der beabsichtigten Nutzung, auch eine sinnvolle Anordnung der im Quartier bzw. Stadtteilzentrum hinzutretenden Gebäudekörper hergeleitet werden.

Eine Definition des Rahmens für die Gesamtverkaufsfläche im Quartier dient besonders der Herstellung von Planungssicherheit sowohl auf der Seite des Bezirks Tempelhof-Schöneberg als auch auf der Seite von Eigentümer / Entwickler und künftigen Betreibern. Dazu wird in der vorliegenden Untersuchung, unter Berücksichtigung planerisch definierter Einzelhandelsflächen und bereits bestehender Einzelhandelsnutzungen, ein Gesamtverkaufsflächenrahmen – auch warengruppendifferenziert – hergeleitet und begründet, der insgesamt folgende Kriterien erfüllt:

- kein Widerspruch zu den Zielen und Grundsätzen des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Tempelhof-Schönberg
- kein Widerspruch zu den Zielen und Grundsätzen des übergeordneten StEP Zentren 3
- keine signifikanten Auswirkungen, weder auf die zentralen Versorgungsbereiche im Nahbereich (Auswirkungsbereiche) des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße noch ggf. auf nahversorgungsrelevante Standorte im Stadtteil (bzw. im definierten Untersuchungsraum)

Vor diesem Hintergrund umfasst die vorliegende Studie folgende Untersuchungsbausteine:

- Strukturanalyse des Stadtteilzentrums bzw. seines Einzugsgebietes
  In einem ersten Arbeitsschritt geht es um die Darstellung der derzeitigen quantitativen, qualitativen und räumlich-funktionalen Angebotssituation im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade sowie in dessen Einzugsgebiet. Dabei sind rahmengebende Bedingungen, wie die Einordnung des Stadtteilzentrums in das Berliner Zentrensystem oder das Bezirkliche Einzelhandelskonzept, aber auch die nachfrageseitigen Gegebenheiten (insbesondere Bevölkerungsentwicklung, einzelhandelsrelevante Kaufkraft) berücksichtigt. Wesentliche empirische Bausteine bilden bei der Analyse eine auf den Untersuchungsraum bzw. den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete Einzelhandelserhebung bzw. städtebauliche Analyse der Einzelhandelsstandorte, insbesondere des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade sowie eine Kundenherkunftsbefragung im Stadtteilzentrum und eine telefonische Haushaltsbefragung in Lichtenrade (Kapitel 3 und 4).
  Im Ergebnis der Strukturanalyse werden die Stärken und Schwächen des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade aufgezeigt.

- Potenzialanalyse für das Stadtteilzentrum unter besonderer Berücksichtigung städtebaulich verträglicher Einzelhandelsbausteine
  Auf Grundlage der Analyseergebnisse werden räumliche und quantitative Entwicklungsspielräume für das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade dargestellt.

- Entwicklungsszenarien für das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße
  Für das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße werden unter Berücksichtigung verschiedener Nutzungsbausteine Entwicklungsszenarien dargestellt und hinsichtlich ihrer einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Auswirkungen bewertet. Im Ergebnis werden, bezogen auf das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße im Besonderen bzw. auf das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade insgesamt, Handlungsempfehlungen für die künftige Entwicklung gegeben.

2 Methodik der Untersuchung

Die vorliegende Untersuchung stützt sich sowohl auf Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Untersuchung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung der Entwicklungsperspektiven des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade bzw. des Quartiers Bahnhofstraße / Steinstraße ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die flächendeckende Erhebung der untersuchungsrelevanten Einzelhandelsunternehmen im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade sowie im darüber hinausgehenden definierten Untersuchungsraum und die Erhebung der ergänzenden Nutzungen (insbesondere Dienstleistungsbetriebe, Gastronomie) im Stadtteilzentrum. Ergänzend wurde eine Kundenherkunftserhebung unter Mitwirken ausgewählter Einzelhändlerinnen und Einzelhändler im Stadtteilzentrum sowie eine telefonische Haushaltsbefragung in Lichtenrade durchgeführt.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für den Prognoseraum Lichtenrade gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i.S.v. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine wichtige qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation und den Entwicklungsperspektiven in Lichtenrade bzw. im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade ergibt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Dezember 2017 und Januar 2018 eine flächendeckende **Erhebung des Einzelhandelsbestandes** (Einzelhandel i.e.S. inkl. Apotheken und Lebensmittelhandwerk) im Untersuchungsraum durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung / Befahrung des gesamten Untersuchungsgebietes bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Erhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Die Methodik der Erhebung berücksichtigt die Vorgaben des Handbuchs Einzelhandelserhebungen Berlin[1].

Im Rahmen der Erhebung wurden die jeweils geführten Sortimente und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – sofern gestattet – erhoben.
Der Erhebung liegt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt

[1] Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, Berlin (Hrsg.): Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin, August 2013

(Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.

- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraumes (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06.02.2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06.02.2009, grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung unabdingbar. So müssen insbesondere auch relevante Randsortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten der Einzelhandelsbetriebe zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 21 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Erhebungssystematik gemäß Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin

	Warengruppe (Aggregierung z.B. zu Analysezwecken)		Sortimentsgruppe (diese wird erhoben)	WZ-Nr. (WZ 2003)	Sortimentsbezeichnung gem. WZ 2003 (Detail)
1. Einzelhandel im engeren Sinne					
1.1 Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente:					
1	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	1	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	52.11/52.2	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
2	Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	2	freiverkäufl. pharmazeutische Artikel (Apotheke)	52.31	Apotheken
		3	Medizinische und orthopädische Artikel (einschließlich Hörgeräte)	52.32	Medizinische und orthopädische Artikel
		4	Drogeriewaren, Kosmetik/ Parfümerie	52.33	Parfümeriewaren und Körperpflegeartikel
				aus 52.49.9	Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel
3	Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/ Zeitschriften	5	Bücher, Zeitungen/ Zeitschriften	52.47.2	Bücher und Fachzeitschriften
				52.47.3	Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen
		6	Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren	52.47.1	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
				aus 52.49.9	Organisationsmittel für Bürozwecke
1.2 Zentrenrelevante Sortimente:					
4	Zoo-/ Heimtierbedarf	7	Zoo-/ Heimtierbedarf	52.49.2	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere
5	Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	8	Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	aus 52.49.1	Blumen, Topfpflanzen, Blumentöpfe (in Verkaufsräumen)
6	Bekleidung	9	Bekleidung	52.42	Bekleidung
7	Schuhe/ Lederwaren	10	Schuhe/ Lederwaren	52.43	Schuhe und Lederwaren
8	Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	11	Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	52.44.3	Haushaltsgegenstände (ausgenommen Bedarfsartikel für den Garten, Möbel und Grillgeräte für den Garten)
				52.44.4	Keramische Erzeugnisse und Glaswaren
9	Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	12	Spielwaren	52.48.6	Spielwaren
		13	Musikinstrumente/ Musikalien	52.45.3	Musikinstrumente und Musikalien
10	Sportartikel, Fahrräder, Camping	14	Fahrräder und Zubehör	52.49.7	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
		15	Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote)	52.49.8	Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel), ausgenommen Sport- und Freizeitboote und Zubehör
		16	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	aus 52.49.9	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte
11	Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	17	Bettwaren	aus 52.41.1	Bettwaren
		18	Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	aus 52.41.1	Haus-/ Bett-/ Tischwäsche
				52.41.2	Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware Stoffe
				52.44.7	Heimtextilien (u.a. Gardinen und Dekostoffe)
12	Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	19	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren	52.44.6	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
		20	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen	52.48.2	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen
13	Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	21	Leuchten	52.44.2	Beleuchtungsartikel
		22	Elektrische Haushalts-Kleingeräte	aus 52.45.1	Elektrische Haushalts-Kleingeräte
		23	Elektrische Haushalts-Großgeräte	aus 52.45.1	Elektrische Haushalts-Großgeräte
14	Neue Medien, Unterhaltungselektronik	24	Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger	52.45.2	Unterhaltungselektronik und Zubehör
		25	Telekommunikations-endgeräte, PC und Zubehör, Software	52.49.5	Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software
				52.49.6	Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone
15	Foto, Optik	26	Augenoptik	52.49.3	Augenoptiker
		27	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)	52.49.4	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)
16	Uhren/ Schmuck	28	Uhren/ Edelmetallwaren/ Schmuck	52.48.5	Uhren/ Edelmetallwaren/ Schmuck

	Warengruppe (Aggregierung z.B. zu Analysezwecken)		Sortimentsgruppe (diese wird erhoben)	WZ-Nr. (WZ 2003)	Sortimentsbezeichnung gem. WZ 2003 (Detail)
1.3 Nicht zentrenrelevante Sortimente:					
17	Gartenbedarf	29	Gartenbedarf	aus 52.49.1	Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen)
				aus 52.44.3	Bedarfsartikel und Grillgeräte für den Garten
18	Baumarktsortiment i.e.S.	30	Baumarktsortiment i.e.S.	52.46.1	Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren a.n.g.
				52.46.2	Anstrichmittel
				52.46.3	Bau- und Heimwerkerbedarf, ausgenommen Campingartikel und Fahrradzubehör
				aus 52.45.1	a.n.g. elektrotechnische Erzeugnisse (u.a. Elektroinstallationsartikel)
				aus 52.49.9	Brennstoffe, darunter Kohle, Briketts, Brennholz (in Verkaufsräumen)
				aus 52.48.1	Tapeten und Bodenbeläge (ausgenommen Teppiche)
19	Teppiche	31	Teppiche	aus 52.48.1	Teppiche
20	Möbel	32	Möbel	52.44.1	Wohnmöbel
				aus 52.49.9	Büromöbel
				aus 52.44.3	Gartenmöbel
21	Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente	33	Sport- und Freizeitboote (ohne Motorsportboote und -yachten)	aus 52.49.8	Sport- und Freizeitboote, ausgenommen Motorsportboote und -yachten
		34	Auto-/ Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern)	50.30.3	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
				aus 50.40.3	Kraftradteile und -zubehör

Quelle: eigene Darstellung, Statistisches Bundesamt 2003

Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, Berlin (Hrsg.): Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin, August 2013, S. 43f

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen.

2.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Darstellung der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Lichtenrader Bevölkerung sowie im übrigen Untersuchungsraum und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen stützt sich auf sekundärstatistische Daten. Dabei wird der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert. Entsprechende Werte werden u.a. jährlich von den IFH Retail Consultants, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK), Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Die sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt ge-

kennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, weist die Kommune entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Kundenherkunftserhebung

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade und stellt somit eine ergänzende empirische Basis für die Abgrenzung des Untersuchungsraumes bzw. Einzugsgebietes dar. Dieses gibt zum einen Aufschluss über die Ausstrahlungskraft des Lichtenrader Einzelhandels und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden in einem einwöchigen Zeitraum (29.01. - 03.02.2018) bei Einzelhändlern im Stadtteilzentrum unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit und Größe Listen ausgelegt, in die der Wohnort der zahlenden Kunden eingetragen wurde. Die Kundenherkunft wurde, jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben für den Ortsteil Lichtenrade bzw. die übrigen Bereiche des Bezirks Tempelhof-Schöneberg, die benachbarten Berliner Bezirke sowie die Nachbarkommunen in Brandenburg aufgenommen. Insgesamt beteiligten sich letztendlich jedoch nur 19 Betriebe an der Erhebung im Stadtteilzentrum und somit lediglich rund 25 % der Gesamtzahl aller Betriebe im Stadtteilzentrum.

2.3 Haushaltsbefragung

Um einen weitgehend umfassenden Einblick in das Einkaufsverhalten der Bevölkerung in Lichtenrade und die daraus resultierenden Kaufkraftströme sowie auch Bewertungen von Stärken, Schwächen und Entwicklungserfordernissen des Stadtteilzentrums aus Sicht der in Lichtenrade lebenden Menschen zu erhalten, wurde außerdem eine telefonische Haushaltsbefragung durchgeführt. Dieser lag ein mit dem Auftraggeber abgestimmter Fragebogen zugrunde. Im Ergebnis lassen sich hieraus u.a. die für Lichtenrade spezifischen Kaufkraftbindungs- und –abflussquoten ermitteln, die eine Basis zur Einschätzung von Entwicklungspotenzialen des Lichtenrader Einzelhandelsangebots bilden. Neben diesen Kenngrößen liefert die Befragung aber auch Erkenntnisse über Gründe für den Nicht-Einkauf im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade, fehlende Angebote aus Kundensicht oder eine Einschätzung zu verschiedenen Attraktivitätsfaktoren des Stadtteilzentrums Lichtenrade.

Die Haushaltsbefragung wurde im Zeitraum März/April 2018 von dem Marktforschungsunternehmen Hopp Marktforschung, Berlin im Auftrag des Planungsbüros Junker +Kruse, Stadtforschung Planung, Dortmund durchgeführt. Insgesamt wurden 702 Personen in Lichtenrade interviewt.

Mit Hilfe der eingesetzten computergestützten Fragebogentechnik (Computer-Assisted-Personal-Interviewing, CAPI) wurde bereits während der Interviewdurchführung eine analoge Datensatzspeicherung vorgenommen (Eingabe während der Befragung in einer Datenbank). Um dabei sicherzustellen, dass keine Fehler unterlaufen, erfolgte während der Befragung eine regelmäßige Kontrolle der Ergebnisse. Die Haushalte bzw. Telefonnummern (Privathaushalte mit Telefonanschluss) wurden nach einem statistischen Zufallsprinzip nach dem Flächenstichprobenverfahren (sog. area sampling) ausgewählt. Die aus einer Datenbank stammenden Telefondaten unterliegen einer zusätzlichen Kontrolle durch Geocodierung, die eine Filterfunktion nach Kommunen und Postleitzahlen zulässt.

Um die Geduld der befragten Personen nicht zu stark zu strapazieren und die Verweigerungsquote möglichst zu reduzieren, wurde der Fragebogen bewusst kurz gehalten (maximale Befragungsdauer 15 Minuten).

2.4 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte im Untersuchungsraum im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den zentralen Versorgungsbereichen. Aufgrund ihrer zentralen Lage in den Siedlungsbereichen sind für die Prosperität der zentralen Versorgungsbereiche neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitige Beeinflussung der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte[2]
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

2.5 Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Einzelhandels im Untersuchungsraum werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

2.6 Gravitationsmodell

In der vorliegenden Untersuchung wurden die im Rahmen der Szenarien geplanten Einzelhandelsbausteine zusätzlich zur Potenzialanalyse im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse hinsichtlich zu erwartender städtebaulicher Auswirkungen im Untersuchungsraum überprüft. Dabei galt es, die sich durch eine mögliche Umlenkung der Kaufkraftströme und die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungen ergebenden absatzwirtschaftlichen bzw. städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im projektrelevanten Einzugsgebiet zu untersuchen. Es ist davon auszugehen, dass das Vorhaben in seiner geplanten Ausrichtung und Dimensionierung ein über die Grenzen des Ortsteils Lichtenrade hinausgehendes Einzugsgebiet erschließen wird. Daher sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auch in den benachbarten Ortsteilen im Bezirk Tempelhof-Schöneberg, den benachbarten Berliner Bezirken (teilweise) bzw. in den angrenzenden Gemeinden im Umland (teilweise) nicht von vornherein auszuschließen, sondern bedürfen einer weitergehenden Analyse.

Der Untersuchungsraum weist entsprechend eine regionale Ausdehnung auf. Die Untersuchung berücksichtigt hierbei sowohl die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i.S.v. § 11 (3) BauNVO, § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB als auch alle sonstigen relevanten Versorgungsstandorte.

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen hat sich in der Einzelhandelsforschung und –begutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das ursprünglich

[2] Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden

von Huff konzipierte Gravitationsmodell[3] kann nach Ansicht der Gutachter allerdings nur für eine erste Einschätzung dienen. Daher werden in dem hier angewendeten Gravitationsmodell vertiefend Kennwerte und Parameter sowohl zur sortimentsspezifischen als auch zur standortspezifischen Attraktivität, unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftabschöpfungen, rechnerisch eingestellt, was eine unabdingbare Voraussetzung für die Validität der Ergebnisse dieser Modellrechnung darstellt.

Unter Anwendung dieses differenzierten Gravitationsmodells, in das die für den Untersuchungsraum relevanten Kennwerte einfließen, wird die durch das Einzelhandelsvorhaben induzierte Umsatzumverteilung ermittelt. Im Ergebnis dieser absatzwirtschaftlichen Untersuchung kann dann eine Beurteilung und Folgenabschätzung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens erfolgen.

Zum Grundverständnis des **Gravitationsmodells** ist prinzipiell Folgendes anzumerken:

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Warengruppen ermittelt bzw. liegen vor (Verkaufsfläche, Umsatz, Zentralitätsfaktor und Standortqualitätsgewichtung im Sinne von Gesamtattraktivität). Des Weiteren werden die räumlichen Widerstände zwischen den jeweiligen Nachfrage- und Angebotsstandorten zugrunde gelegt[4].
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand verschiedener Varianten, die jeweils unterschiedliche Grundannahmen zum Gegenstand haben. Mit der daraus resultierenden Bestimmung von „Auswirkungskorridoren“ wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen.

Eingangswerte des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortimenten und Anbietern / Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / m²) nach Sortimenten und Anbietern / Standorten und der daraus resultierende sortimentsspezifische und summierte **Umsatz** der Anbieter / Standorte;
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimente und der Gesamtattraktivität der Anbieter / Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren;
- der zu erwartende **Umsatz des geplanten Vorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Einzugsgebiet für die projektrelevanten Sortimente.

Die für eine Wirkungsanalyse notwendigen konkreten einzelhandelsbezogenen Flächenangaben, Umsätze und Sortimentsstrukturen sind in allen Schritten detailliert unter Berücksichtigung einer realitätsnahen städtebaulichen Worst Case-Betrachtung in die Analyse eingestellt.

Grundsätzlich ist jedoch anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen (mögliches „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher in städtebaulich negative Auswirkungen) ist ein weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen des Vorhabens, wie in verschiedenen obergerichtlichen Urteilen bestätigt wurde[5].

---

[3] vgl. Huff, David L.: Defining and estimating a trading area; Journal of Marketing; Vol. 28, 1964. Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Passau 1999. Kemming, H.: Raumwirtschaftstheoretische Gravitationsmodelle - Eine Untersuchung ihrer analytischen Grundlagen. Berlin, 1980. Löffler, G.: Konzeptionelle Grundlagen der chronologischen Betrachtungsweise in deterministischen Modellansätzen. Bremen, 1987.

[4] Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen (ArcGIS-gestützte Berechnung).

[5] vgl. u.a. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

3 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten im Untersuchungsraum

Ein wichtiger Ausgangspunkt für die vorliegende Untersuchung ist die Definition des Einzugsgebietes des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade und damit nicht zuletzt auch der geplanten Einzelhandelsvorhaben im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße. Es stellt eine Grundlage für die Definition des Untersuchungsraumes dar. Für diesen erfolgt eine Analyse der einzelhandelsrelevanten bzw. absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

3.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) nimmt jedoch die Bereitschaft der Kunden ab, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Wettbewerbsstandorte geringere Raum-Zeit-Distanzen bzw. eine höhere Attraktivität aufweisen. Einfacher ausgedrückt bedeutet dies, dass mit zunehmender Entfernung zum Angebotsstandort die Kundenbindung immer weiter nachlässt. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

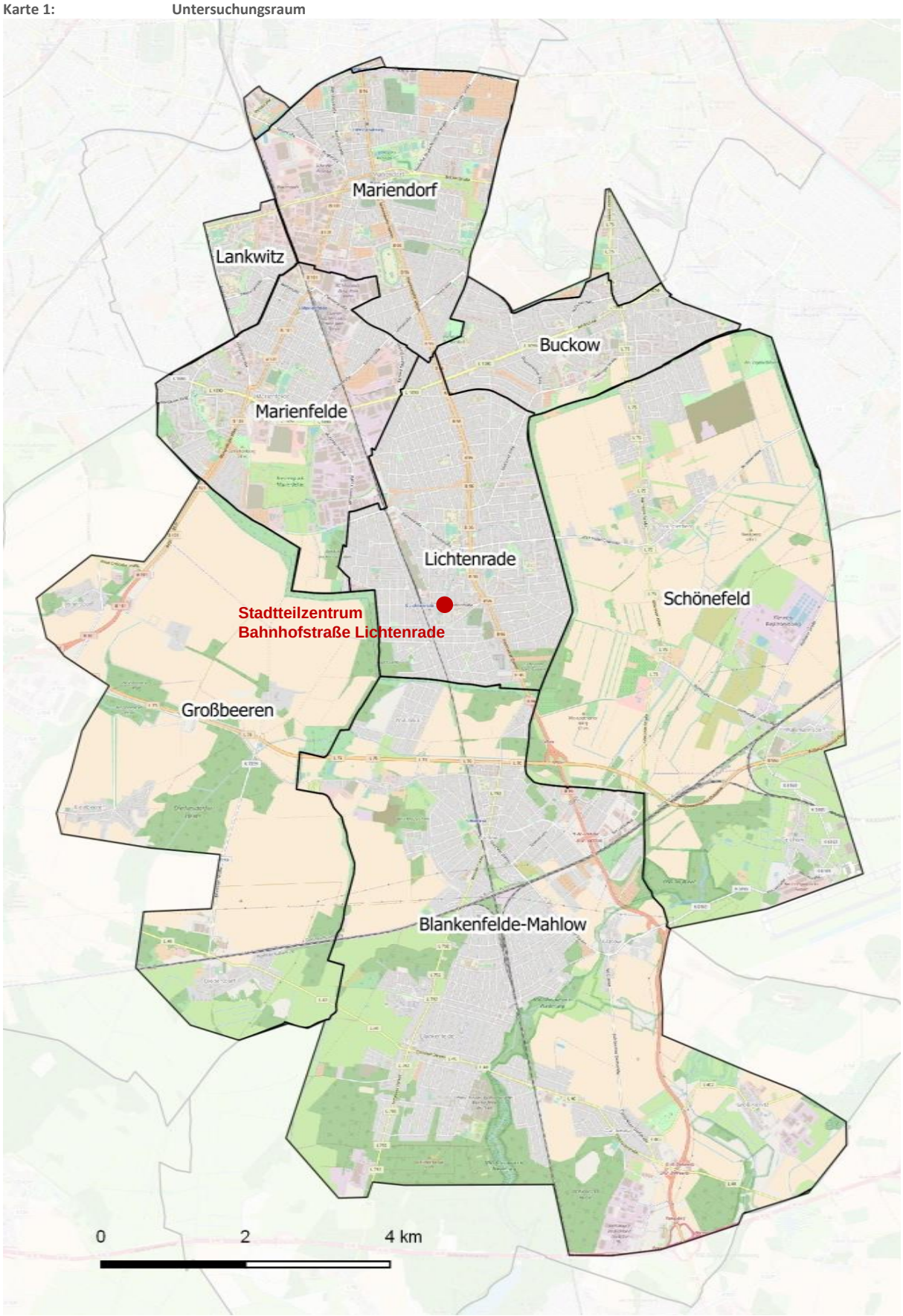
Das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade bzw. das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße liegen im Ortsteil bzw. Prognoseraum[6] Lichtenrade im Süden des Berliner Bezirks Tempelhof-Schöneberg. Im Bezirk Tempelhof-Schöneberg grenzen nördlich bzw. nordwestlich die Prognoseräume Mariendorf und Marienfelde an. Nordwestlich liegt der Bezirk Neukölln mit dem Prognoseraum Britz / Buckow. Südlich schließen sich die Landkreise Teltow-Fläming und Dahme-Spreewald (Brandenburg) an. Eine regionale Pkw-Erreichbarkeit ist vor allem über Land- und Bundesstraßen bzw. den ÖPNV (S-Bahn, Busse) gegeben. Durch seine Lage ist das Stadtteilzentrum vor allem für die südlich angrenzenden Nachbargemeinden günstig zu erreichen (vgl. Karte 1).

Im Folgenden wird die Ausdehnung des Untersuchungsraumes mit maximal rd. 15 Pkw-Minuten Fahrtzeit angenommen. Dabei fand ein Abgleich der Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung statt. Als Untersuchungsraum werden demnach im Bezirk Tempelhof-Schöneberg im Wesentlichen die Prognoseräume Lichtenrade (Kerneinzugsgebiet), Marienfelde und Mariendorf, im Bezirk Neukölln der Prognoseraum Buckow sowie der östliche Teil des Prognoseraums Lankwitz (Bezirk Steglitz-Zehlendorf) definiert. Außerdem sind dem Untersuchungsraum teilweise die südlich gelegenen Gemeinden Blankenfelde-Mahlow, Schönefeld sowie Großbeeren zuzurechnen.

Die gewählte Abgrenzung des Untersuchungsraumes in Kombination mit der Annahme einer nahezu vollständigen Umsatzumverteilung innerhalb dieses Raumes entspricht dem rechtlich geforderten Worst Case-Ansatz. Auf dieser Basis sind für die Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes dann Analogieschlüsse im Vergleich mit untersuchten Städten und Gemeinden möglich und belastbar. Anhand der durchgeführten Modellberechnung ist eine Abbildung der Kaufkraftflüsse innerhalb des Untersuchungsraumes bezogen auf die einzelnen Standortbereiche in detaillierter Form möglich.

6 Der sogenannte Prognoseraum stellt die untere Ebene der Lebensweltlich orientierten Räume (LOR) im Regionalen Bezugssystem Berlin (RBS) dar. Mit Senatsbeschluss vom 01.08.2006 hat der Senat die LOR als räumliche Grundlage für Fachplanungen sowie für die Prognose und Beobachtung demografischer und sozialer Entwicklungen festgelegt. Der Prognoseraum Lichtenrade entspricht in seiner Ausdehnung dem Ortsteil Lichtenrade im Bezirk Tempelhof-Schöneberg.

Karte 1: Untersuchungsraum



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Über den Untersuchungsraum hinaus sind nennenswerte Kundenbindungen aufgrund der Nähe zu anderen Standorten bzw. zentralen Versorgungsbereichen sowie erhöhter Raumwiderstände eher unwahrscheinlich. Zwar mögen gewisse Kundenanteile (des geplanten Vorhabens bzw. Stadtteilzentrums) auch von außerhalb dieses Einzugsbereiches stammen, die Bewohner mit Wohnsitz außerhalb des definierten Einzugsbereiches werden mit hoher Wahrscheinlichkeit jedoch eine deutlich stärkere Orientierung auf andere Einkaufsstandorte aufweisen. Es ist somit nicht anzunehmen, dass die untersuchten Einzelhandelsbausteine in der genannten Größenordnung außerhalb des definierten Untersuchungsraumes relevante Veränderungen der Kaufkraftströme auslösen wird.

3.2 Kaufkraft im Untersuchungsraum

Insgesamt leben im Untersuchungsraum rund **210.000 Einwohner** mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft** von rund **1.240,1 Mio. Euro**. Eine Übersicht über die Bevölkerung im Untersuchungsraum nach Bezirken bzw. Gemeinden (jeweils anteilig) und deren warengruppenspezifische, einzelhandelsrelevante Kaufkraft geben Tabelle 2 und Tabelle 3.

- Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** im Untersuchungsraum zeigt ein Spektrum der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern zwischen **96,3 (Mariendorf)** bis **105,4 (Lichtenrade)** im Untersuchungsraum auf. Tendenziell bewegt sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau oberhalb des Bundesdurchschnitts (Indexwert = 100).
- Auf das Kerneinzugsgebiet des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade, den **Prognoseraum Lichtenrade**, entfällt insgesamt ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von **319,8 Mio. Euro**. Der übrige Untersuchungsraum weist im Land Berlin (Teilbereiche: Mariendorf, Marienfelde, Buckow, Lankwitz) ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von 701,8 Mio. Euro und im Land Brandenburg (Teilbereiche Blankenfelde-Mahlow, Großbeeren, Schönefeld) von 219,0 Mio. Euro auf.
- Sortimentsspezifische Schwerpunkte befinden sich im Bereich der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel, Bekleidung und Neue Medien, Unterhaltungselektronik.

Tabelle 2: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum (Teilraum Berlin)

Berliner Bezirk	Tempelhof-Schöneberg			Neukölln	Steglitz-Zehlendorf
Prognoseraum	Lichtenrade	Marienfelde	Mariendorf	Buckow	Lankwitz
Einwohner	51.250	32.400	52.400	30.000 (anteilig)	8.500 (anteililg)
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	105,42	100,86	96,32	100,15	99,72
Warengruppe	**einzelhandelsrelevante Kaufkraft (in Mio. Euro)**				
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	127,8	77,5	119,9	71,3	20,1
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	22,8	13,8	21,3	12,7	3,6
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren, Bücher, Zeitungen /Zeitschriften	9,9	5,9	8,9	5,4	1,5
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	160,5	97,2	150,0	89,3	25,2
Zoo- / Heimtierbedarf	2,3	1,4	2,2	1,3	0,4
Blumen / Topfpflanzen (indoor)	3,8	2,3	3,6	2,1	0,6
Bekleidung	30,7	18,1	27,2	16,6	4,7
Schuhe / Lederwaren	8,2	4,9	7,4	4,5	1,3
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	4,0	2,4	3,5	2,2	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	7,7	4,6	6,9	4,2	1,2
Sportartikel, Fahrräder, Camping	6,4	3,8	5,7	3,5	1,0
Bettwaren, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	4,5	2,7	4,1	2,9	0,8
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	2,0	1,2	1,9	0,1	-
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	9,9	5,9	8,9	5,4	1,5
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	19,3	11,5	17,4	10,5	3,0
Foto, Optik	5,4	3,2	4,7	2,9	0,8
Uhren / Schmuck	4,4	2,6	3,8	2,3	0,7
übrige zentrenrelevante Sortimente	108,6	64,4	97,2	58,5	16,5
Gartenbedarf	4,6	2,8	4,4	2,6	0,7
Baumarktsortiment i.e.S.	25,8	16,1	25,5	14,8	4,2
Teppiche	0,7	0,4	0,6	0,9	0,3
Möbel	17,9	10,6	15,9	9,7	2,7
Sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	1,6	1,0	1,5	0,9	0,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente	50,7	30,9	47,9	28,9	8,2
Gesamtsumme	319,8	192,5	295,2	176,7	49,8

Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, Köln, 2017; Bevölkerung: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Stand 31.12.2017, gerundete Werte

Tabelle 3: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum (Teilraum Brandenburg)

Gemeinde	Blankenfelde-Mahlow	Großbeeren	Schönefeld
Einwohner	26.300 (anteilig)	2.100 (anteilig)	8.300 (anteilig)
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	100,87	104,59	100,81
Warengruppe	**einzelhandelsrelevante Kaufkraft (in Mio. Euro)**		
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	62,9	5,2	19,8
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	11,2	0,9	3,5
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren, Bücher, Zeitungen / Zeitschriften	4,8	0,4	1,5
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	78,9	6,5	24,9
Zoo- / Heimtierbedarf	1,2	0,1	0,4
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	1,9	0,2	0,6
Bekleidung	14,7	1,2	4,6
Schuhe / Lederwaren	4,0	0,3	1,2
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	1,9	0,2	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	3,7	0,3	1,2
Sportartikel, Fahrräder, Camping	3,1	0,3	1,0
Bettwaren, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	2,5	0,2	0,8
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	0,1	-	-
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	4,8	0,4	1,5
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	9,3	0,8	2,9
Foto, Optik	2,6	0,2	0,8
Uhren / Schmuck	2,1	0,2	0,7
übrige zentrenrelevante Sortimente	51,8	4,4	16,3
Gartenbedarf	2,3	0,2	0,7
Baumarktsortiment i.e.S.	13,0	1,1	4,1
Teppiche	0,8	0,1	0,3
Möbel	8,6	0,7	2,7
Sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	0,8	0,1	0,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente	25,5	2,1	8,1
Gesamtsumme	156,3	13,0	49,3

Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, Köln, 2017; Bevölkerung: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Stand 31.12.2017, gerundete Werte

3.3 Angebotssituation im Untersuchungsraum

Ein Bestandteil der vorliegenden Untersuchung ist auch die Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i.S.v. § 11 (3) BauNVO bzw. die Versorgungsstruktur im Untersuchungsraum durch geplante Einzelhandelsbausteine im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße. Besonders dazu wurden flächendeckend die Verkaufsflächen aller relevanten Angebotsstandorte erhoben und in die Analyse eingestellt.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzzahlen im Untersuchungsraum wurden nicht nur die ermittelten Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten (Euro / m²) der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen in Lichtenrade und im Umland.

Einen Überblick über das relevante Angebot in den untersuchten Warengruppen in den Berliner Prognoseräumen bzw. Brandenburger Gemeinden (jeweils anteilig bezogen auf den Untersuchungsraum) geben Tabelle 4 und Tabelle 5.

Tabelle 4: Verkaufsflächen im Untersuchungsraum relevanter nahversorgungs- und zentrenrelevanter Warengruppen (gerundete Angaben in m²)

Warengruppe	Lichtenrade	Marienfelde	Mariendorf	Buckow	Lankwitz	Blankenfelde-Mahlow	Großbeeren	Schönefeld	Summe
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	12.700	15.000	15.600	9.900	3.400	14.100	400	2.700	73.900
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2.600	2.100	2.700	1.300	400	2.600	-	200	11.900
Bekleidung	1.400	2.200	1.700	700	700	2.800	< 100	< 100	9.600
Schuhe / Lederwaren	300	1.300	900	< 100	< 100	200	-	-	2.700
Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	300	200	900	< 100	< 100	300	-	-	1.700
Sportartikel, Fahrräder, Camping	700	800	1.200	600	200	< 100	-	< 100	3.600
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	500	300	600	100	< 100	200	-	< 100-	1.600
Summe[1]	18.400	21.700	23.600	12.700	4.900	20.200	400	3.100	105.000

Quelle: eigene Erhebungen 2017/2018 und Berechnungen

Rundungsbedingt kann es zu Abweichungen in den Summen bzw. zu anderen Tabellen kommen.

Tabelle 5: Geschätzte Umsätze im Untersuchungsraum relevanter nahversorgungs- und zentrenrelevanter Warengruppen (gerundete Angaben in Mio. Euro)

Warengruppe	Lichtenrade	Marienfelde	Mariendorf	Buckow	Lankwitz	Blankenfelde-Mahlow	Großbeeren	Schönefeld	Summe
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	61,9	75,4	74,4	48,6	18,9	1,8	62,7	12,8	356,5
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	19,2	14,9	20,0	10,5	2,9	0,0	16,4	1,7	85,7
Bekleidung	4,1	5,3	4,7	1,6	1,6	0,1	6,4	0,2	24,0
Schuhe / Lederwaren	0,9	4,2	2,8	0,1	0,3	0,0	0,6	0,0	8,9
Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	0,7	0,6	2,3	0,2	0,1	0,0	0,7	0,0	4,5
Sportartikel, Fahrräder, Camping	1,7	2,6	3,2	1,5	0,4	0,0	0,2	0,3	9,8
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	3,6	1,8	4,2	0,8	0,2	0,0	1,2	0,2	12,0
Summe[1]	92,1	104,7	111,7	63,2	24,3	1,9	88,2	15,2	501,3

Quelle: eigene Erhebungen 2017/2018 und Berechnungen

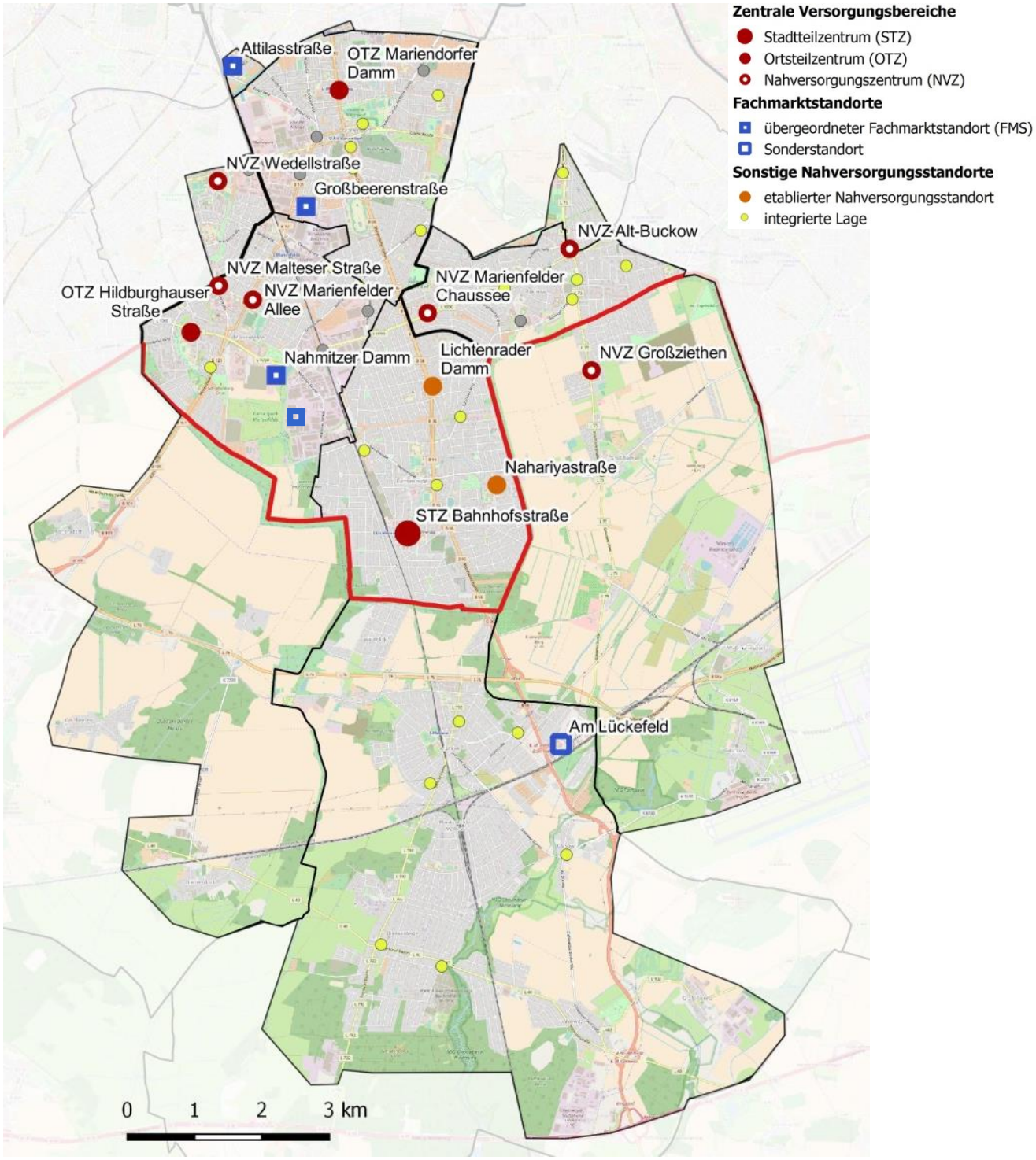
Rundungsbedingt kann es zu Abweichungen in den Summen bzw. zu anderen Tabellen kommen.

- Insgesamt wurden in den relevanten Warengruppen rund **105.000 m² Verkaufsfläche** erhoben, auf der ein Umsatz von **rund 501,3 Mio. Euro** erwirtschaftet wird. Ein Großteil hiervon entfällt mit rund **74.500 m² Verkaufsfläche** und rund **356,5 Mio. Euro Umsatzvolumen** auf die **Warengruppe Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren sowie die Warengruppe Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel** mit einer Verkaufsfläche von **rund 11.900 m²** sowie einem Umsatz von **rund 85,7 Mio. Euro.** Auf das zentrentypische Leitsortiment **Bekleidung** entfällt eine Verkaufsfläche von **rund 9.600 m²** sowie ein Umsatz von **rund 24,0 Mio. Euro**.

- Der Schwerpunkt des Angebotes im Untersuchungsraum befindet sich mit mehr als drei Vierteln des Verkaufsflächenangebotes bzw. des Umsatzes in den Berliner Prognoseräumen. Knapp ein Fünftel entfällt auf den Prognoseraum Lichtenrade. Das Gros des Angebotes bzw. Umsatzes im Brandenburger Teil des Untersuchungsraumes entfällt auf die Gemeinde Blankenfelde-Mahlow.

Einen Überblick über die untersuchten Standorte mit projektrelevantem Angebot im Untersuchungsraum gibt Karte 2. Es handelt sich neben dem Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade um folgende zentrale Versorgungsbereiche: die zwei Ortsteilzentren Hildburghauser Straße (Marienfelde) und Mariendorfer Damm (Mariendorf) sowie die Nahversorgungszentren Marienfelder Allee (Marienfelde), Marienfelder Chaussee (Buckow), Malteser Straße (Marienfelde), Wedellstraße (Lankwitz), Alt-Buckow (Buckow) und Großziethen. Daneben wurden auch die im Untersuchungsraum gelegenen Fachmarkt- bzw. Sonderstandorte (Attilastraße, Nahmitzer Damm, Großbeerenstraße und Am Lückefeld) sowie die Nahversorgungsstandorte berücksichtigt.

Karte 2: **Lage der zentralen Versorgungsbereiche und ergänzenden Standorte mit untersuchungsrelevantem Angebot im Untersuchungsraum**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Im Folgenden werden die angebotsseitigen Kenndaten (Verkaufsflächen und Umsätze) der untersuchten Standortbereiche für die relevanten Warengruppen dargestellt (vgl. Tabelle 6 und Tabelle 7).

Tabelle 6: Verkaufsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m²)

Standort	Nahrungsmittel, Getränke u. Tabakwaren	Drogerie / Parfümerie, Apotheken, med. u. orthopädische Artikel	Bekleidung	Schuhe / Lederwaren	Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	Sportartikel, Fahrräder, Camping	Neue Medien, Unterhaltungselektronik
Stadtteilzentrum							
Bahnhofstraße Lichtenrade, Tempelhof-Schöneberg	4.800	1.600	1.200	300	100	< 50	400
Ortsteilzentren							
Hildburghauser Straße, Tempelhof-Schöneberg	4.300	500	300	< 50	100	-	-
Mariendorfer Damm, Tempelhof-Schöneberg	3.700	1.300	300	< 50	100	200	300
Nahversorgungszentren							
Marienfelder Allee, Tempelhof-Schöneberg	1.300	200	< 50	< 50	< 50	100	-
Alt-Buckow, Neukölln	1.400	500	400	< 50	< 50	< 50	100
Marienfelder Chaussee, Neukölln	2.000	200	< 50	-	< 50	-	-
Malteser Straße, Steglitz-Zehlendorf	1.900	100	< 50	< 50	< 50	< 50	< 50
Wedellstraße, Steglitz-Zehlendorf	800	100	-	-	-	-	-
Großziethen, Großziethen	1.800	200	< 50	-	-	100	< 50
Sonstige integrierte Lagen							
Lichtenrade, Tempelhof-Schöneberg	7.900	1.000	200	< 50	100	600	100
Marienfelde, Tempelhof-Schöneberg	3.600	500	100	< 50	< 50	< 50	100
Mariendorf, Tempelhof-Schöneberg	5.500	900	300	< 50	700	300	200
Buckow, Neukölln	5.800	500	200	< 50	< 50	600	< 50
Lankwitz, Steglitz-Zehlendorf	100	100	-	-	-	100	-
Blankenfelde-Mahlow	9.700	1.600	1.000	100	100	< 50	100

Standort	Nahrungsmittel, Getränke u. Tabakwaren	Drogerie / Parfümerie, Apotheken, med. u. orthopädische Artikel	Bekleidung	Schuhe / Lederwaren	Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	Sportartikel, Fahrräder, Camping	Neue Medien, Unterhaltungselektronik
Großbeeren	< 50	-	< 50	-	-	-	-
Schönefeld	700	100	< 50	-	-	< 50	< 50
Fachmarktstandorte / Sonderstandorte							
Übergeordneter Fachmarktstandort Attilastraße, Tempelhof-Schöneberg	600	100	< 50	-	-	< 50	< 50
Übergeordneter Fachmarktstandort Großbeerenstraße, Tempelhof-Schöneberg	600	-	100	< 50	-	< 50	< 50
Übergeordneter Fachmarktstandort Nahmitzer Damm, Tempelhof-Schöneberg	< 50	-	< 50	< 50	-	< 50	< 50
Am Lückefeld, Blankenfelde-Mahlow	4.400	1.000	1.900	100	100	< 50	100
Sonstige nicht integrierte Lagen							
Marienfelde, Tempelhof-Schöneberg	5.800	900	1.700	1.300	100	700	100
Mariendorf, Tempelhof-Schöneberg	5.300	500	900	800	< 50	700	< 50
Buckow, Neukölln	800	100	< 50	-	-	< 50	< 50
Lankwitz, Steglitz-Zehlendorf	1.200	100	700	100	< 50	< 50	< 50
Blankenfelde-Mahlow	< 50	-	-	-	-	-	
Großbeeren	400	-	-	-	-	-	
Schönefeld	-	-	-	-	-	-	

Quelle: eigene Erhebungen 2017/2018 und Berechnungen; Rundungsbedingt kann es zu Abweichungen in den Summen bzw. anderen Tabellen kommen.

Tabelle 7: Geschätzte Umsätze in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro)

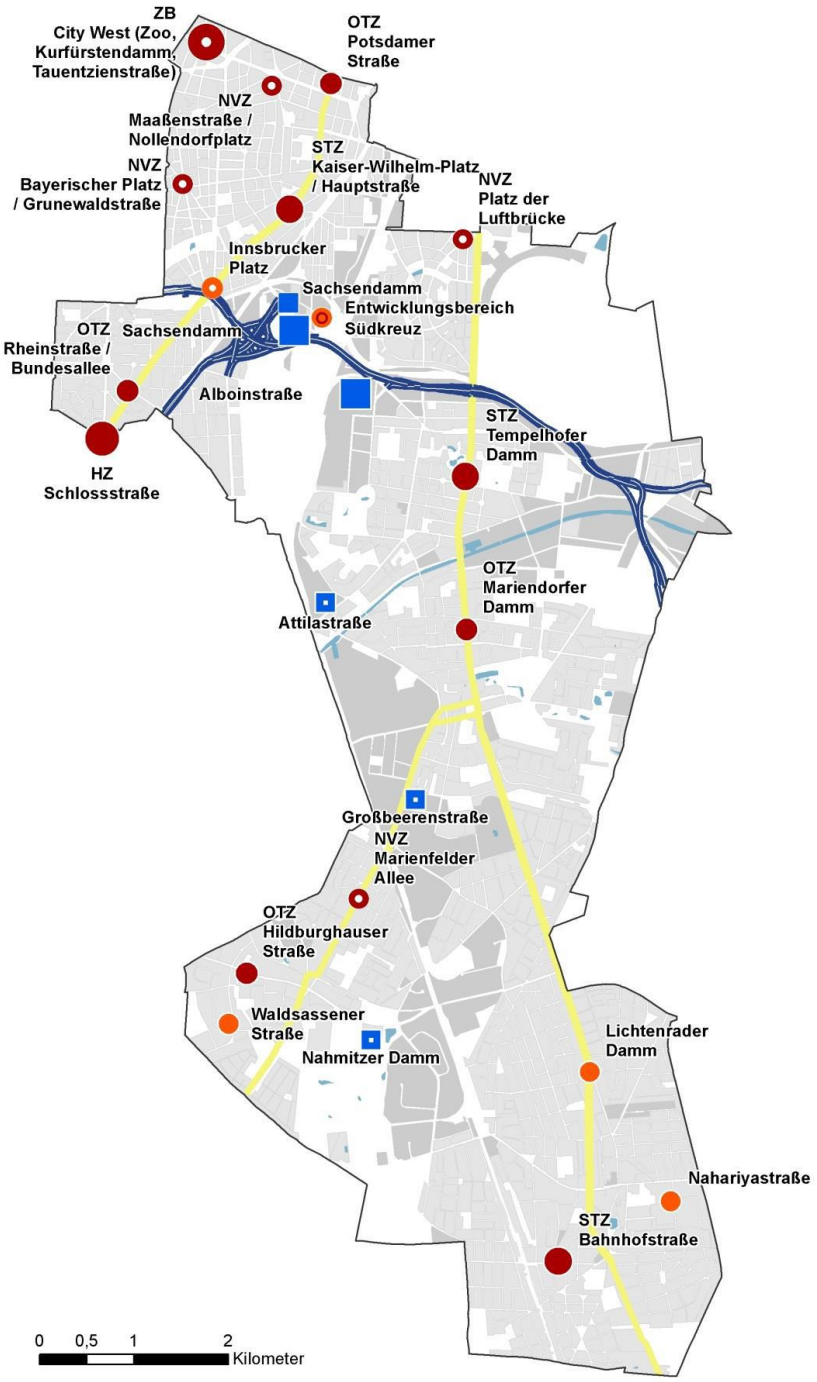
Standort	Nahrungsmittel, Getränke u. Tabakwaren	Drogerie / Parfümerie, Apotheken, med. u. orthopädische Artikel	Bekleidung	Schuhe / Lederwaren	Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	Sportartikel, Fahrräder, Camping	Neue Medien, Unterhaltungselektronik
Stadtteilzentrum							
Bahnhofstraße Lichtenrade, Tempelhof-Schöneberg	26,5	12,4	3,4	0,8	0,2	0,1	2,8
Ortsteilzentren							
Hildburghauser Straße, Tempelhof-Schöneberg	20,1	3,4	0,6	<0,1	0,3	-	-
Mariendorfer Damm, Tempelhof-Schöneberg	20,7	10,3	1,0	<0,1	0,3	0,8	2,5
Nahversorgungszentren							
Marienfelder Allee, Tempelhof-Schöneberg	7,9	1,3	0,1	<0,1	<0,1	0,2	-
Alt-Buckow, Neukölln	10,5	5,4	0,8	<0,1	<0,1	0,1	0,5
Marienfelder Chaussee, Neukölln	9,7	1,5	0,1	-	0,1	-	-
Malteser Straße, Steglitz-Zehlendorf	8,0	0,9	0,1	<0,1	<0,1	<0,1	0,1
Wedellstraße, Steglitz-Zehlendorf	3,9	0,6	-	-	-	-	-
Großziethen, Großziethen	9,6	1,2	0,1	-	-	0,2	0,1
Sonstige integrierte Lagen							
Lichtenrade, Tempelhof-Schöneberg	35,4	6,8	0,7	< 0,1	0,4	1,6	0,8
Marienfelde, Tempelhof-Schöneberg	20,1	3,6	0,4	< 0,1	0,1	0,1	0,8
Mariendorf, Tempelhof-Schöneberg	25,3	5,9	1,0	0,1	2,0	0,7	1,4
Buckow, Neukölln	23,1	2,9	0,7	< 0,1	< 0,1	1,4	0,2
Lankwitz, Steglitz-Zehlendorf	0,7	0,5	-	-	-	0,3	-
Blankenfelde-Mahlow	42,1	10,0	2,2	0,4	0,4	0,1	0,5

Standort	Nahrungsmittel, Getränke u. Tabakwaren	Drogerie / Parfümerie, Apotheken, med. u. orthopädische Artikel	Bekleidung	Schuhe / Lederwaren	Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	Sportartikel, Fahrräder, Camping	Neue Medien, Unterhaltungselektronik
Großbeeren	0,3	-	0,1	-	-	-	-
Schönefeld	0,1	-	-	-	-	-	-
Fachmarktstandorte / Sonderstandorte							
Übergeordneter Fachmarktstandort Attilastraße, Tempelhof-Schöneberg	2,3	0,3	< 0,1	-	-	< 0,1	0,1
Übergeordneter Fachmarktstandort Großbeerenstraße, Tempelhof-Schöneberg	3,5	-	0,4	0,1	-	< 0,1	0,1
Übergeordneter Fachmarktstandort Nahmitzer Damm, Tempelhof-Schöneberg	0,2	-	0,1	0,1	-	0,1	< 0,1
Am Lückefeld, Blankenfelde-Mahlow	20,3	6,4	4,2	0,2	0,3	0,1	0,7
Sonstige nicht integrierte Lagen							
Marienfelde, Tempelhof-Schöneberg	27,1	6,6	4,2	4,1	0,1	2,2	0,9
Mariendorf, Tempelhof-Schöneberg	22,6	3,4	2,4	2,6	< 0,1	1,7	0,2
Buckow, Neukölln	5,2	0,8	0,1	-	-	< 0,1	0,1
Lankwitz, Steglitz-Zehlendorf	6,2	1,0	1,5	0,3	0,1	< 0,1	0,2
Blankenfelde-Mahlow	0,2	-	-	-	-	-	-
Großbeeren	1,5	-	-	-	-	-	-
Schönefeld	3,2	0,5	< 0,1	-	-	< 0,1	0,1

Quelle: eigene Erhebungen 2017/2018 und Berechnungen; Rundungsbedingt kann es zu Abweichungen in den Summen bzw. anderen Tabellen kommen.

4 Einzelhandelsrelevante und städtebauliche Analyse des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße

Karte 3: **Standortstruktur im Bezirk Tempelhof-Schöneberg - Konzept**



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg von Berlin, 2015

4.1 Konzeptionelle Einordnung

Der Bezirk Tempelhof-Schöneberg von Berlin hat durch den Beschluss des Bezirksamts vom 21. Februar 2017 und den Beschluss der Bezirksverordnetenversammlung vom 13. Dezember 2017 (Drucksache Nr. 127/XX) die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg[7] von Berlin beschlossen. Dem Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade wird darin weiterhin die Funktion eines Stadtteilzentrums im Prognoseraum Lichtenrade zugeordnet. Mit der Zielsetzung der Sicherung und Stärkung der Bahnhofstraße als Stadtteilzentrum steht das Einzelhandels- und Zentrenkonzept im Einklang mit den Zielsetzungen des StEP Zentren 3 der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (2011)[8]. Im Jahr 2015 wurde das Gebiet Lichtenrade Bahnhofstraße durch einen Senatsbeschluss in das Städtebauförderprogramm Aktive Zentren aufgenommen. Grundlage dafür stellte das integrierte städtebauliche Entwicklungskonzept (ISEK, 2015)[9] dar.

4.2 Kenndaten des Prognoseraums Lichtenrade

Das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade ist der einzige zentrale Versorgungsbereich und damit ein wesentlicher Angebotsstandort im Prognoseraum Lichtenrade. Er bildet einen tragenden Baustein zur Versorgung der hier lebenden Bevölkerung. Nachfolgend werden die wesentlichen Rahmenbedingungen im Prognoseraum zur Einzelhandelsentwicklung des Zentrums dargestellt. Dazu gehören neben der Darstellung der Lage und Einwohnerentwicklung auch die angebots- und nachfrageseitigen Eckdaten.

4.2.1 Lage des Stadtteilzentrums Lichtenrade

Das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade befindet sich im südlichen Bereich des Prognoseraums Lichtenrade. Dieser liegt im südlichen Teil Berlins bzw. des Bezirks Tempelhof-Schöneberg. Im Bezirk Tempelhof-Schöneberg grenzen nördlich bzw. nordwestlich die Prognoseräume Mariendorf und Marienfelde an. Nordwestlich liegt der Bezirk Neukölln mit dem Prognoseraum Britz/Buckow. Südlich schließen sich die Landkreise Teltow-Fläming und Dahme-Spreewald (Brandenburg) an.

Eine überörtlich verkehrliche Anbindung des Prognoseraumes geschieht zum einen über die in nord-südlicher Richtung verlaufende B96 sowie zum anderen durch die S-Bahn mit einem Haltepunkt im Stadtteilzentrum Lichtenrade an der Bahnhofstraße.

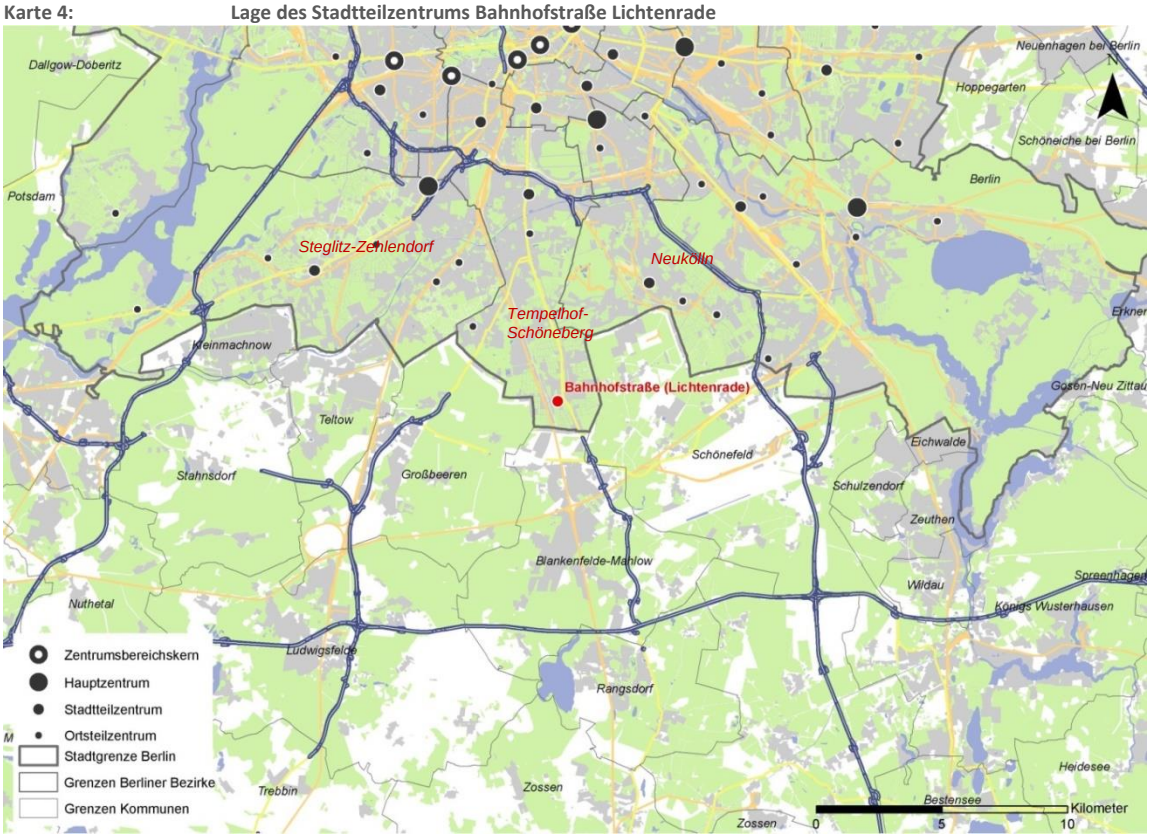
---

7 Junker+Kruse: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg von Berlin, 2015

8 Senatsverwaltung für Stadtentwicklung (Hrsg.): Stadtentwicklungsplan Zentren 3, Berlin 2011

9 Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg (Hrsg.), Bearbeitung: die raumplaner: Aktive Zentren Das integrierte städtebauliche Entwicklungskonzept Lichtenrade Bahnhofstraße, Berlin 2015

Karte 4: Lage des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade



Quelle: eigene Darstellung, © <http://www.openstreetmap.org/> OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

4.2.2 Bevölkerung – Bestand, Entwicklung, Prognose

Der Bevölkerungsbestand ist eine wesentliche Grundlage für die Bestimmung des lokalen Kaufkraftpotenzials im Untersuchungsraum. Darüber hinaus lassen sich aufgrund der Altersstruktur Anforderungen an die qualitative Ausstattung des Einzelhandelsangebotes ableiten.

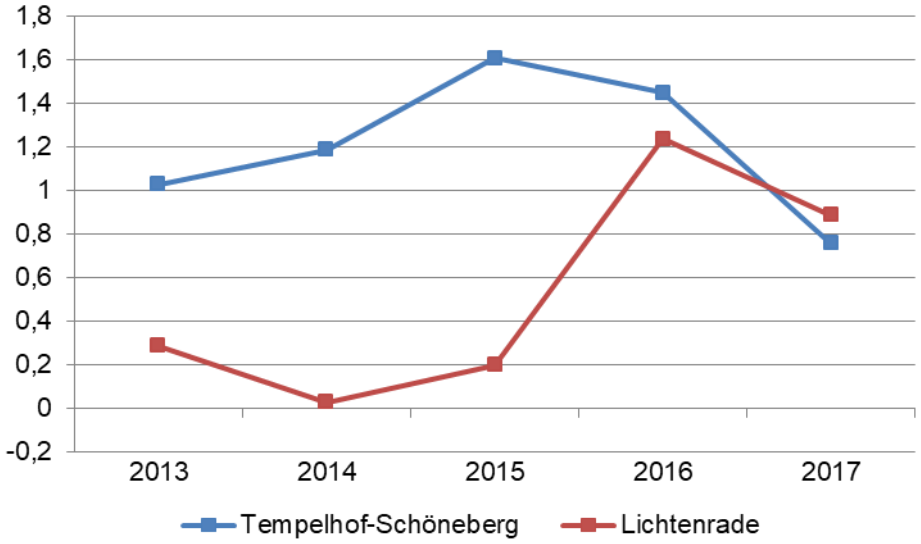
- Im Bezirk Tempelhof-Schöneberg lebten im Jahre 2017 rund 348.700 Einwohner. Rund 15 % davon (rund 49.500 Einwohner) wohnten im Prognoseraum Lichtenrade.

Tabelle 8: Bevölkerung im Bezirk Tempelhof-Schöneberg und im Prognoseraum Lichtenrade 2007-2017

Einwohner*	Bezirk Tempelhof-Schöneberg	Prognoseraum Lichtenrade
2007	325.951	49.568
2012	328.428	49.562
2013	331.822	49.707
2014	335.767	49.721
2015	341.161	50.177
2016	346.108	50.797
2017	348.739	51.250

Quelle: Einwohner nach www.statistik-berlin-brandenburg.de

Abbildung 1: Zu- und Abnahmen der Bevölkerung / Jahr in Prozent



Quelle: eigene Berechnung

- Im Bezirk Tempelhof-Schöneberg sind seit 2007 Bevölkerungszunahmen zu verzeichnen, welche in jüngster Zeit jedoch prozentual leicht abgeschwächt sind.
- Im Prognoseraum Lichtenrade sind jährlich ebenfalls stetige Bevölkerungszuwächse zu verzeichnen.

Die Bevölkerungsvorausberechnung für Berlin[10] geht – ausgehend vom Basisjahr 2015 – von einer weiteren Bevölkerungsentwicklung mit einem Zuwachs von 2,0 % bis zum Jahr 2020 bzw. 2,6 % bis zum Jahr 2030 für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg aus. Damit geht die Bevölkerungsprognose von einer, bezogen auf die Gesamtentwicklung in Berlin, unterdurchschnittlichen Bevölkerungsentwicklung in Tempelhof-Schöneberg bzw. in Lichtenrade aus. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass die tatsächliche Einwohnerzahl in Tempelhof-Schöneberg die Zielgröße der Prognose derzeit überschritten hat.

Bevölkerungsanteile nach Altersgruppen

In den folgenden Tabellen 3 und 4 wird die Entwicklung der Altersstruktur im Bezirk Tempelhof-Schöneberg sowie im Prognoseraum Lichtenrade dargestellt:

Tabelle 9: Entwicklung der Altersstruktur im Prognoseraum Lichtenrade

Jahr	2007	2012	2020
0 - unter 6	4,3	4,5	4,6
6 - unter 18	11,6	11,1	11,1
18 - unter 25	8,4	8,5	8,3
25 - unter 45	21,9	18,9	18,2
45 - unter 65	30,0	30,9	30,8
65 - unter 80	23,9	26,1	27,0
80 - und älter	4,3	4,5	4,6
gesamt	100,0	100,0	100,0

Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt Berlin, Bevölkerungsprognose, 2011

[10] vgl. dazu Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen Berlin (Grundlage Einwohnermelderegister): www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/bevoelkerungsprognose/download/2015-2030/Bericht_Bevprog2015-2030.pdf

Tabelle 10: Entwicklung der Altersstruktur im Bezirk Tempelhof-Schöneberg

Jahr	2007	2012	2020
0 - unter 6	5	5	4
6 - unter 18	10	9	9
18 - unter 25	7	7	7
25 - unter 45	30	27	27
45 - unter 65	29	31	30
65 - unter 80	15	16	16
80 - und älter	5	5	7
gesamt	100	100	100

Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt Berlin, Bevölkerungsprognose, 2011

Die Altersstruktur im Prognoseraum Lichtenrade ist durch einen hohen Anteil der über 45-jährigen bestimmt. Nicht zuletzt aufgrund des Anstiegs der hochbetagten Bevölkerung (80 und älter) ist von einer weiteren Zunahme der älteren Bevölkerungsschicht in der Zukunft auszugehen.

4.2.3 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandels-relevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandels-relevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an.

In Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die einzelnen Prognoseräume in Tempelhof-Schöneberg. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer[11] von 105,4 bewegt sich Lichtenrade sowohl über dem bezirklichen (99,3) als auch dem gesamtstädtischen (95,9) Durchschnitt des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus.

Auf der Basis eines einzelhandelsrelevanten, jährlichen Pro-Kopf-Verbrauches im Bundesdurchschnitt von rund 5.900 Euro / Kopf ergibt sich für Lichtenrade in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ein Kaufkraftpotenzial von rund 319,8 Mio. Euro (Stand 2017), welches im direkten kommunalen Umfeld einen herausragenden Stellenwert einnimmt.

In der folgenden Tabelle wird dargestellt, mit welchen Anteilen sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial auf die unterschiedlichen Warengruppen verteilt:

Tabelle 11: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Prognoseraum Lichtenrade

Warengruppe	in Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteile
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	2.494	127,8	40,0%
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	444	22,8	7,1%
Papier / Bürobedarf /Schreibwaren, Bücher, Zeitungen / Zeitschriften	193	9,9	3,1%
Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	3.131	160,5	50,2%
Zoo- / Heimtierbedarf	45	2,3	0,7%
Blumen / Topfpflanzen (indoor)	73	3,8	1,2%

[11] Quelle: IFH Retail Consultants Köln, 2017

Warengruppe	in Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteile
Bekleidung	598	30,7	9,6%
Schuhe / Lederwaren	160	8,2	2,6%
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	78	4,0	1,3%
Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	150	7,7	2,4%
Sportartikel, Fahrräder, Camping	125	6,4	2,0%
Bettwaren, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	87	4,5	1,4%
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	40	2,0	0,6%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	193	9,9	3,1%
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	377	19,3	6,0%
Foto, Optik	105	5,4	1,7%
Uhren / Schmuck	86	4,4	1,4%
Zentrenrelevante Sortimente	2.119	108,6	34,0%
Gartenbedarf	90	4,6	1,4%
Baumarktsortiment i.e.S.	504	25,8	8,1%
Teppiche	14	0,7	0,2%
Möbel	350	17,9	5,6%
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente	31	1,6	0,5%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	989	50,7	15,9%
Gesamtsumme	**6.239**	**319,8**	**100,0%**

Quelle: IFH Retail Consultants, Köln 2017; eigene Berechnung

Der Umfang der Verbrauchsausgaben in den einzelnen Warengruppen ist z.T. sehr unterschiedlich ausgeprägt, wobei die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 127,8 Mio. Euro am gesamten bezirklichen Potenzial den höchsten Anteil (rund 40,0 %) einnimmt. Erst mit deutlichem Abstand folgen Bekleidung, Baumarktsortimente, Neue Medien, Unterhaltungselektronik und Möbel.

4.3 Einzelhandelsrelevantes Angebot

Die Einzelhandelssituation im Prognoseraum Lichtenrade stellt sich zum Zeitpunkt der Erhebung (Dezember 2017 bis Januar 2018) wie folgt dar:

- Die Gesamtverkaufsfläche im Prognoseraum Lichtenrade umfasst rund 23.700 m².
- Der Angebotsschwerpunkt liegt in den Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe (Schwerpunkt Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, rund 12.700 m² Verkaufsfläche) und ist damit vor allem auf die Grundversorgung ausgerichtet.

Die Einzelhandelsstruktur in Lichtenrade wird im Wesentlichen durch das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade im Süden sowie Nahversorgungsstandorte (u.a. etablierte Nahversorgungsstandorte Lichtenrader Damm, Nahariyastraße) geprägt, die sich nördlich bzw. östlich des zentralen Versorgungsbereiches Bahnhofstraße befinden. Die Grundversorgungssituation ist mit einer Verkaufsfläche von 0,25 m² / Einwohner unterdurchschnittlich. Hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit von (strukturprägenden) Lebensmittelanbietern sind einzelne Teilbereiche defizitär ausgestattet, jedoch ist dabei festzuhalten, dass aufgrund der Siedlungsdichte und der in diesem Bereich lebenden Menschen das Potenzial zur Ansiedlung zusätzlicher größerer Lebensmittelmärkte nicht ausreicht.

4.4 Einzelhandelsrelevante Kenndaten des Prognoseraums Lichtenrade

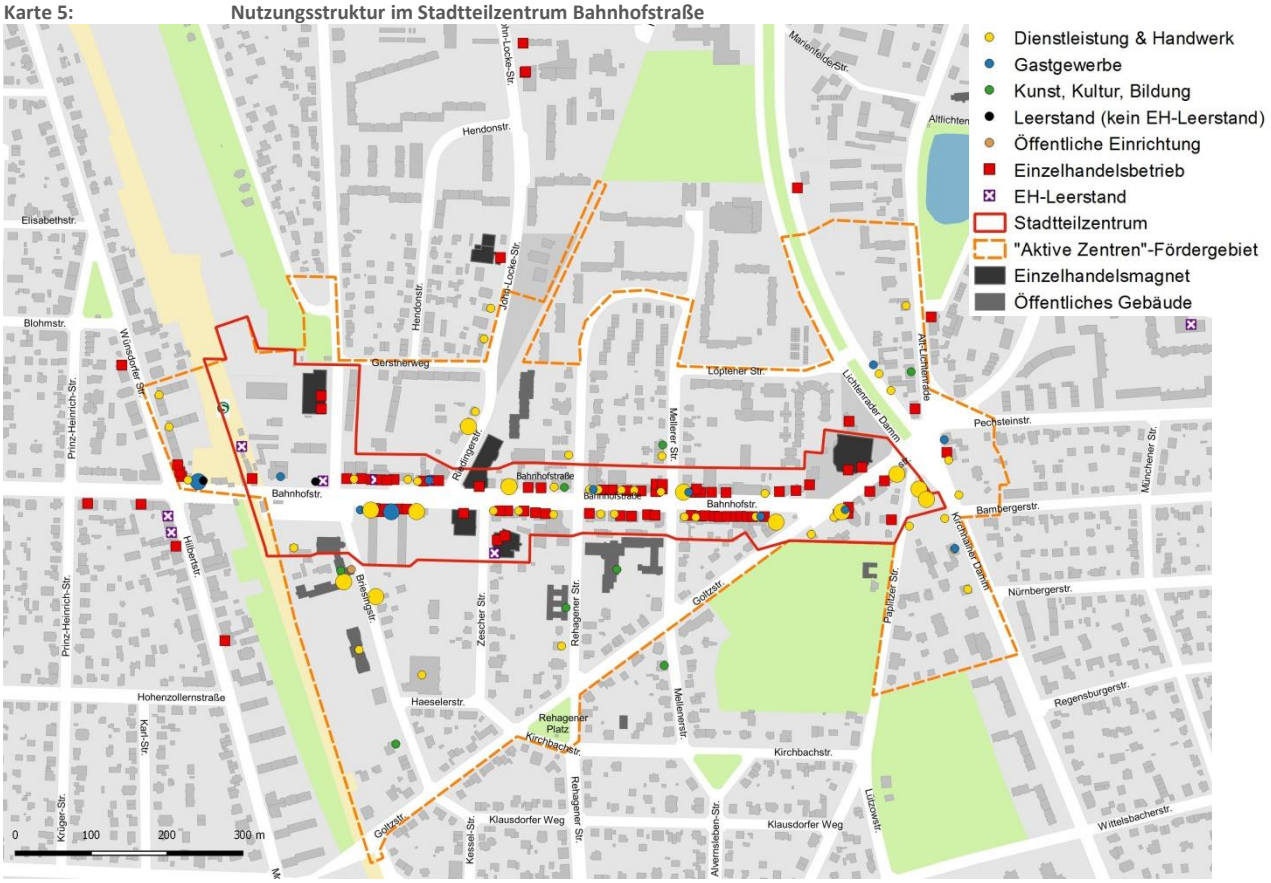
Folgende einzelhandelsrelevante Eckdaten kennzeichnen den Prognoseraum Lichtenrade:

- Einwohner .....rund 51.250
- Bevölkerungsentwicklung tendenziell leicht steigend,
  Zunahme des Anteils der 65-80-jährigen
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2017) 105,4
- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial (2017) .....rund 320 Mio. Euro
- Gesamtverkaufsfläche .....rund 23.700 m²
- Sortimentsschwerpunkt liegt im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung
- Versorgungsstruktur:
  Stadtteilzentrum (STZ) Bahnhofstraße Lichtenrade und Ergänzungsstandorte zur Nahversorgung
- Verkaufsflächenausstattung unterdurchschnittlich
  (Nahrungs- und Genussmittel: 0,25 m² / Einwohner, gesamt rund 0,46 m² / Einwohner)

4.5 Einzelhandelsangebot im Stadtteilzentrum Lichtenrade

Die Nutzungsstruktur im Stadtteilzentrum wird geprägt durch Einzelhandel, öffentliche und private Dienstleistungen und gastronomische Angebote. Sie wird in der folgenden Karte dargestellt:

Karte 5: Nutzungsstruktur im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße



Quelle: eigene Darstellung

Das Zentrum weist auf ca. 800 Metern eine weitgehend kompakte Struktur mit einem dichten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz auf. Es lassen sich drei unterschiedliche Einzelhandelslagen / Bausteine definieren:

1. Bahnhofstraße / Steinstraße mit S-Bahnhof und Supermarkt (Rewe)
2. Bahnhofstraße (zwischen Zescher Straße und Goltzstraße) mit dichtem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz sowie integrierten Magneten (Hauptlage)
3. Edeka-Markt an der Goltzstraße

Im Abschnitt der Bahnhofstaße zwischen Riedinger Straße und Goltzstraße ist eine „klassische" Knochenstruktur zwischen dem Lebensmittelvollsortimenter Edeka am Lichtenrader Damm und Woolworth, Netto und Aldi an der Bahnhofstraße ablesbar. Der Lebensmittelvollsortimenter Rewe an der Steinstraße ist etwas nach Norden abgesetzt. Die größte Einzelhandelsdichte lässt sich zwischen Lichtenrader Damm und Steinstraße / Briesingstraße ausmachen. Neben einem für zentrale Versorgungsbereiche eher typischen Standardangebot wird teilweise eine über die Nahversorgung hinausgehende Versorgungsfunktion durch einige hochwertige Anbieter gewährleistet.

Insgesamt ist das Zentrum mit 76 Einzelhandelsbetrieben und einer Gesamtverkaufsfläche von rund 10.900 m² durch einen abwechslungsreichen Anbietermix mit kleinstädtischem Ambiente gekennzeichnet. Von den 76 Einzelhandelsbetrieben sind lediglich vier Geschäfte größer als 400 m². Die straßenbegleitenden Stellplätze sind teilweise den Magneten zugeordnet. Im Bereich S-Bahnhof Lichtenrade und am Pfarrer-Lütkehaus-Platz ist ein ergänzender kleinteiliger Besatz mit einfacherem Anbieterniveau auszumachen. Zum Zeitpunkt der Erhebung waren fünf Leerstände zu verzeichnen, welche jeweils Verkaufsflächen von z.T. sehr deutlich unter 200 m² aufwiesen. Mit rund 3 % stellt sich die Leerstandsquote im Stadtteilzentrum gering dar und bewegt sich damit im Rahmen einer üblichen Fluktuation.
Neben dem Einzelhandel wird die Multifunktionalität des Stadtteilzentrums durch 91 Dienstleistungs- bzw. Gastronomiebetriebe gewährleistet. Dabei weist das gastronomische Angebot ein überwiegend einfaches Niveau auf. Im Bereich der Dienstleistungen liegt der Schwerpunkt vor allem im Bereich Gesundheit und Pflege (u.a. Ärzte). Größere Einrichtungen (z.T. angrenzend an das Stadtteilzentrum) prägen den Nutzungsmix in besonderem Maße und verdeutlichen die Stellung dieses Einzelhandelsstandortes für den Prognoseraum Lichtenrade. Bedeutende Einrichtungen sind: das Bürgerzentrum Christopherus, die Stadtteilbibliothek Lichtenrade, Schulen (Ulrich-von-Hutten-Oberschule, Käthe-Kollwitz-Grundschule), Seniorenwohnhäuer und ein Behindertenpflegewohnheim.

Die Verteilung der Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe im Stadtteilzentrum Lichtenrade werden in der nachfolgenden Tabelle sowie in Abbildung 2 dargestellt:

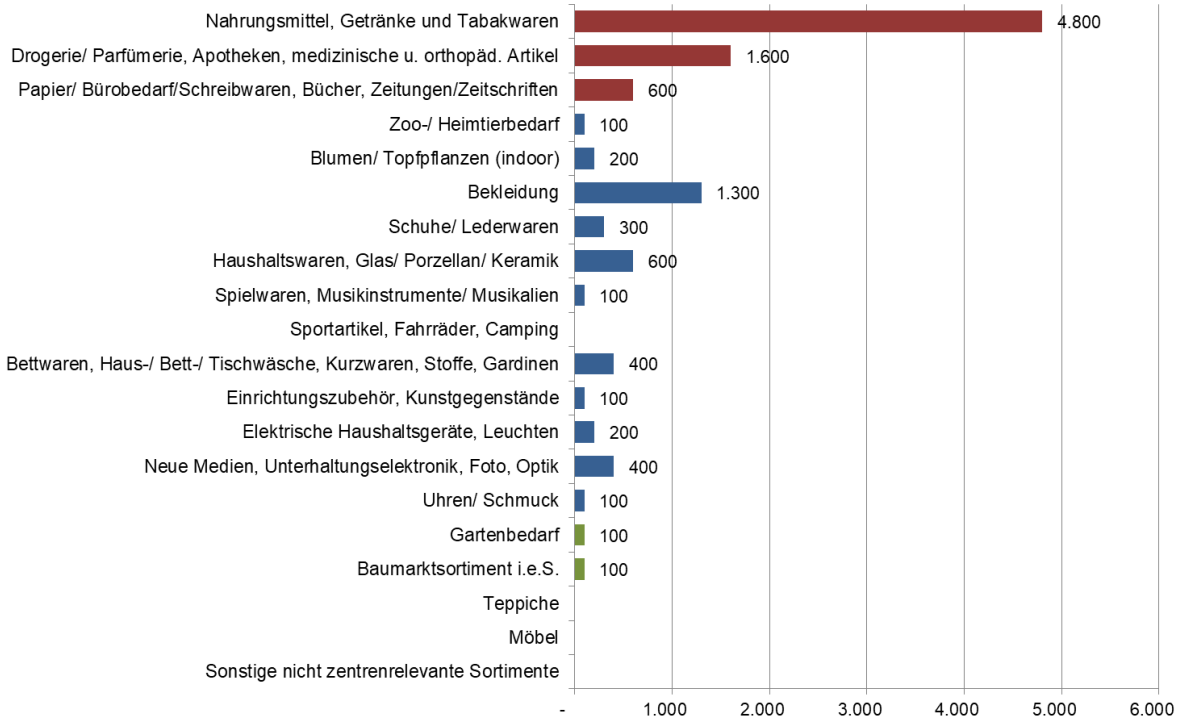
Tabelle 12: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Anzahl der Betriebe
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	4.800	21
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	1.600	19
Papier / Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	600	5
Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	7.000	45
Zoo- / Heimtierbedarf	100	
Blumen / Topfpflanzen (indoor)	200	4
Bekleidung	1.300	11
Schuhe / Lederwaren	300	2
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	600	2
Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	100	-
Sportartikel, Fahrräder, Camping	-	-
Bettwaren, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	400	2
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	100	
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	200	
Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Foto, Optik	400	5
Uhren / Schmuck	100	3

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Anzahl der Betriebe
Zentrenrelevante Sortimente	3.800	29
Gartenbedarf	100	1
Baumarktsortiment i.e.S.	100	1
Teppiche	-	-
Möbel	-	-
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente	-	-
Nicht zentrenrelevante Sortimente	200	2
Gesamtsumme	**10.900**	**76**

Quelle: eigene Erhebungen 2017/2018

Abbildung 2: Verkaufsflächen nach Warengruppen im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage eigene Erhebungen 2017/2018

- Der Schwerpunkt des Verkaufsflächenangebotes im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade liegt im Bereich der Warengruppen der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente mit rund 7.000 m². Hier entfällt erwartungsgemäß das Gros des Angebots auf die Warengruppen Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (4.800 m² Verkaufsfläche) sowie Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopädische. Artikel (1.600 m² Verkaufsfläche). Die größten Anbieter mit dem Kernsortiment Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren sind zwei Lebensmittelsupermärkte (Rewe, Edeka) sowie zwei Lebensmitteldiscounter (Netto und Aldi), in der Warengruppe Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopädische Artikel sind die beiden größten Anbieter ein Drogeriemarkt und eine Parfümerie. Kleinere Fachanbieter ergänzen das Angebot, dazu gehören Fachgeschäfte (Obst- und Gemüse-, Tee- und Kaffeefachgeschäfte, etc.) ebenso wie Lebensmittelhandwerksbetriebe (sowohl Bäckereien wie auch Metzgereien).
- Auf die zentrenrelevanten Sortimente entfallen rund 2.520 m² Verkaufsfläche. Der Angebotsschwerpunkt liegt mit 3.800 m² und 29 Anbietern mit entsprechendem Kernsortiment in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung. Größter Anbieter ist das Kaufhaus Woolworth, daneben ergänzen kleine – häufig auch inhabergeführte – Anbieter das Angebot. Allerdings weisen sie überwiegend Verkaufsflächen von weniger als 200 m² auf. Besonders die Warengruppe Sportartikel / Fahrräder / Campingartikel ist quantitativ unterre-

präsentiert. Das vorhandene Angebot wird lediglich als Randsortiment und nicht als Kernsortiment eines bestimmten Einzelhandelsbetriebes angeboten.

- Das Angebot in den Warengruppen der nicht zentrenrelevanten Sortimente umfasst lediglich rund 200 m². Dabei ist darauf hinzuweisen, dass Einzelhandelsbetriebe mit den nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten Möbel-, Bau- und Gartenmarktsortiment nicht zum typischen Angebot eines städtischen Zentrums gehören, was nicht zuletzt auf die i.d.R. großformatigen Baukörper und den damit verbundenen Platzbedarf zurück zu führen ist.

Bezogen auf das Einzelhandelsangebot im Prognoseraum Lichtenrade entfallen auf das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade rund 46 % der Verkaufsfläche.

Tabelle 13: Verkaufsflächen im Prognoseraum und im Stadtteilzentrum (STZ) Bahnhofstraße

Warengruppe	Prognoseraum Lichtenrade	STZ Bahnhofstraße	Anteile
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	12.800	4.800	37,6%
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	2.600	1.600	60,3%
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren, Bücher, Zeitungen / Zeitschriften	900	600	62,3%
Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	16.300	7.000	42,6%
Zoo- / Heimtierbedarf	300	100	32,7%
Blumen / Topfpflanzen (indoor)	1.800	200	12,7%
Bekleidung	1.300	1.300	93,6%
Schuhe / Lederwaren	300	300	94,7%
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	800	600	78,4%
Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	300	100	43,1%
Sportartikel, Fahrräder, Camping	700	-	6,0%
Bettwaren, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	400	400	100,0%
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	300	100	49,1%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	300	200	59,5%
Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Foto, Optik	500	400	77,7%
Uhren / Schmuck	100	100	100,0%
Zentrenrelevante Sortimente	7.000	3.800	
Gartenbedarf	200	100	42,1%
Baumarktsortiment i.e.S.	200	100	40,2%
Teppiche	-	-	-
Möbel	-	-	-
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente	-	-	-
Nicht zentrenrelevante Sortimente	400	200	41,2%
Gesamtsumme	**23.700**	**10.900**	**46,1%**

Quelle: eigene Erhebungen 2017/2018; STZ = Stadtteilzentrum

Es ist festzuhalten, dass die Gesamtverkaufsfläche, ebenso wie die Anzahl der Betriebe im Stadtteilzentrum, seit dem Jahr 2007 (Erhebung im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg) nur geringe Veränderungen erfahren hat.

4.6 Städtebauliche Einschätzung

Im Rahmen des Förderprogramms Aktives Zentrum Lichtenrade soll die Bahnhofstraße umfassend neugestaltet werden. Dabei soll der Baumbestand erhalten und ergänzt werden. Die Aufenthaltsqualität soll merklich steigen und das Stadtteilzentrum seiner Bedeutung entsprechend aufgewertet werden. Bereits umgesetzt wird im Rahmen des Förderprogramms ein Quartiersmanagement. Auch eine Gestaltungsfibel bildet in diesem Zusammenhang einen wichtigen Leitfaden für eine nachhaltige Aufwertung des Stadtteilzentrums.

Folgende Aspekte sind hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes, bezogen auf die drei Teilbereiche zur städtebaulichen Situation festzuhalten:

Das Stadtteilzentrum Lichtenrade bildet eine lineare Struktur ohne Entwicklungen in die Seitenstraßen. Eine Ausnahme bildet der Bereich der Steinstraße mit einem Lebensmittelvollsortimenter (Rewe), der sich von der Hauptlage (Lauflage Bahnhofstraße) abgesetzt darstellt. In diesem Bereich befindet sich außerdem das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße.

Hauptlage Bahnhofstraße (zwischen Zescher Straße und Goltzstraße)

Die Bahnhofstraße bildet die zentrale Einzelhandelslage. Wichtige Frequenzerzeuger sind das Kaufhaus Woolworth und die Lebensmitteldiscounter (Aldi, Netto) mit umgebenden Stellplatzanlagen. Der Lebensmitteldiscounter in der Zescher Straße befindet sich in einer beengten, ungeordnet wirkenden Lage. Das Gebäude stellt sich, auch mit den übrigen Nutzungen, nicht zeitgemäß dar. In der Hauptlage prägen dichte Einzelhandelsnutzungen das Straßenbild, durchsetzt mit gastronomischen Anbietern und Dienstleitern. Der Angebotsstandard ist allgemein eher niedrig, die Außendarstellung vielfach preis- und discountorientiert. Es dominieren inhabergeführte Betriebe, teilweise allerdings auch mit hochwertigen, spezialisierten Angebotsformen, die sich im Gesamteindruck jedoch nicht nachhaltig festsetzen können.

Freundlich wirkt der dichte Baumbestand. Darüber hinaus wird der öffentliche Raum durch einen einfachen Standard mit wechselnden Materialien und Ausstattungselementen geprägt. Nachteilig für den Einzelhandel wirken sich die höherliegenden Erdgeschosse vieler Ladenlokale aus, die Treppen erfordern. Um den Niveauunterschied für den Einzelhandel kompatibler zu gestalten, wurden teilweise Rampenanlagen vor den Ladenlokalen errichtet.

Mittel- bis langfristig ist die geplante Umbaumaßnahme der Geschäftsstraße von zentraler Bedeutung, da sie für die Aufwertung des Stadtteilzentrums einen entscheidenden Impuls zu geben vermag.

Bahnhofstraße / S-Bahnhof Lichtenrade mit Steinstraße

Der Bereich um den S-Bahnhof Lichtenrade bildet den westlichen Auftakt des Stadtteilzentrums. Zusammen mit der Konzentration des Busverkehrs stellt der S-Bahn-Halt Lichtenrade den zentralen ÖPNV-Haltepunkt im Stadtteil dar und weist entsprechende Frequenzen auf. Der Bereich wird in den nächsten Jahren durch die Baustelle für den neuen S-Bahnhof Lichtenrade dominiert werden. Die an der Hauptstraße liegenden Anbieter, in einfachen Pavillons untergebracht, wirken dementsprechend provisorisch. Der Lebensmittelvollsortimenter in der Steinstraße liegt abgesetzt und bildet einen Solitär, da sich zwischen Bahnhofstraße und Supermarkt bis heute keine Lauflage ausbilden konnte.
Die Deutsche Bahn wird den S-Bahnhof umfassend modernisieren und ein zweites Gleispaar (wieder) in Betrieb nehmen, um Fernverbindungen wieder herzustellen und die Anbindung des neuen Flughafens zu gewährleisten. Die Baumaßnahme wird die heutige, städtebauliche Situation grundlegend verändern. Schallschutzmauern werden die Gleiskörper begleiten. Die Bahnhofstraße wird als Unterführung die Gleise queren und mit den erforderlichen Rampen eine deutliche Zäsur im Stadtteil bilden. Umso wichtiger werden vor diesem Hintergrund die städtebaulichen Umbaumaßnahmen für die Bahnhofstraße als Geschäftsstraße und Quartierstreffpunkt.
Das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße mit der Alten Mälzerei ist mit stadtbildprägenden und denkmalgeschützten Gebäuden wichtig für die Identität Lichtenrades. Hierzu gehört neben der Alten Mälzerei und einigen Bahnhofsgebäuden auch die Wohnscheibe an der Bahnhofstraße, die hinter einem dichten Baumhain liegt. Zusammen mit dem denkmalgeschützten Landhaus Lichtenrade bildet sie ein prägnantes Ensemble und formt einen individuellen Eingangsbereich für das Stadtteilzentrum. Der gesamte Bereich ist derzeit von brach liegenden und untergenutzten Flächen sowie Leerständen geprägt. Er befindet sich im Besitz eines Investors, der die Flächen in den nächsten Jahren entwickeln will.

Goltzstraße

Der Einzelhandelspol Goltzstraße bildet den östlichen Auftakt des Stadtteilzentrums Lichtenrade und wird dominiert durch einen Lebensmittelvollsortimenter (Edeka). Der Ankerbetrieb wird ergänzt durch eine Tankstelle sowie kleinteiligere Anbieter auf der gegenüberliegenden Straßenseite und im Bereich Kirchhainer Damm. Insgesamt ist dieser Abschnitt des Zentrums stark verkehrsgeprägt.

4.7 Nachfragesituation im Stadtteilzentrum Lichtenrade

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH-Retail Consultants (Köln) zurückgegriffen. Diese werden bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet, hier Prognoseraum Lichtenrade, vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

Die Ausstrahlungskraft des Einzelhandels an einem Standort wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralität (Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis) abgebildet. Der entsprechende Kennwert wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.

Die Ausstrahlungskraft des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade bezogen auf den Prognoseraum wird in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 14: Einzelhandelsrelevante Zentralität des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße im Prognoseraum

Warengruppe	einzelhandelsrelevante/r			
	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	4.800	26,6	127,8	0,21
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	1.600	12,4	22,8	0,55
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren, Bücher, Zeitungen /Zeitschriften	600	2,5	9,9	0,25
Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	7.000	41,5	160,5	-
Zoo- / Heimtierbedarf	100	0,6	2,3	0,26
Blumen / Topfpflanzen (indoor)	200	0,3	3,8	0,09
Bekleidung	1.300	3,3	30,7	0,11
Schuhe / Lederwaren	300	0,8	8,2	0,10
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	600	1,2	4,0	0,30
Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	100	0,2	7,7	0,03
Sportartikel, Fahrräder, Camping	<100	0,1	6,4	0,02
Bettwaren, Haus- / Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	400	0,5	4,5	0,12
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	100	0,2	2	0,10
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	200	0,7	9,9	0,07
Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Foto, Optik	500	2,8	24,7	0,15
Uhren/ Schmuck	100	1,2	4,4	0,26

Warengruppe	einzelhandelsrelevante/r			
	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Zentrenrelevante Sortimente	3.800	12,0	108,6	-
Gartenbedarf	100	0,2	4,6	0,03
Baumarktsortiment i.e.S.	100	0,2	25,8	0,01
Teppiche	-	-	0,7	-
Möbel	-	-	17,9	-
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente	-	-	1,6	-
Nicht zentrenrelevante Sortimente	200	0,4	50,7	-
Gesamtsumme	10.900	53,9	319,8	0,17

Quelle: eigene Erhebungen 2017/2018; IFH Retail Consultants Köln, 2017; eigene Berechnungen

Insgesamt (über alle Warengruppen) aber vor allem auch in den typischen zentrentragenden Angeboten (insbesondere auch Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sportartikel, Fahrräder, Camping, Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Foto, Optik) kann der Einzelhandel im Stadtteilzentrum nur eine sehr geringe Ausstrahlungskraft entwickeln. Zum Teil fließen mehr als 80 % der lokalen Kaufkraft an Wettbewerbsstandorte ab. Die höchste Zentralität ist mit 0,55 in der Warengruppe Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel zu verzeichnen.

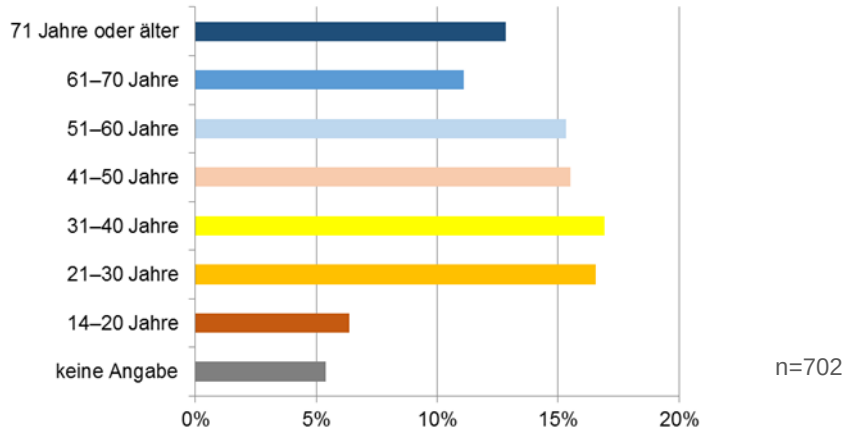
Die für ein Stadtteilzentrum niedrigen Zentralitäten sind sicherlich vor allem auch darauf zurückzuführen, dass der zentrale Versorgungsbereich im Rahmen der städtebaulichen Zielvorstellungen (siehe Einzelhandelskonzept 2007) von einem Ortsteilzentrum zum Stadtteilzentrum „hochgestuft“ wurde. Wesentliche Entwicklungen, insbesondere auch einzelhandelsrelevante, haben seitdem nicht stattgefunden. Daher besteht hinsichtlich der nun zugedachten Versorgungsfunktion weiterhin Entwicklungsbedarf!

4.8 Ergebnisse der Haushaltsbefragung

Ein weiterer Baustein der Standortanalyse ist die Bewertung des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade aus Sicht von Kunden und Gewerbetreibenden in Lichtenrade. Die in diesem Zusammenhang durchgeführte Haushaltsbefragung zielt auf das Einkaufsverhalten der Kunden, die Wahrnehmung hinsichtlich der Darstellung und Entwicklung des Stadtteilzentrums sowie auf Wünsche und Perspektiven ab.

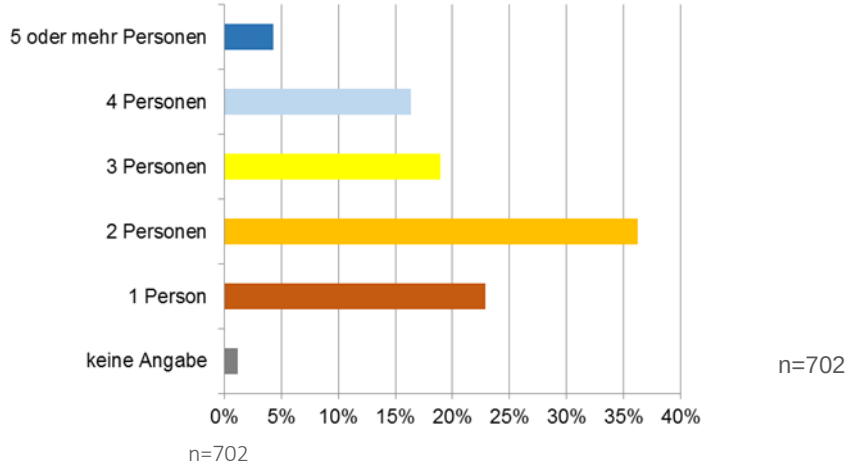
Im März und April 2018 wurden in Lichtenrade 702 telefonische Interviews mit Personen ab 14 Jahren durchgeführt. Mit 49 % männlichen und 51 % weiblichen Befragten besteht dabei ein annähernd ausgeglichenes geschlechtsspezifisches Verhältnis. Sowohl bei der Auswahl der Befragten nach Geschlecht als auch nach Alter fand ergänzend zur computergestützten Zufallsauswahl eine weiche Quotierung gemäß der tatsächlichen Verteilung in der Bevölkerung nach statistischem Landesamt Berlin statt, so wird eine entsprechende Repräsentativität gewährleistet. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 46,3 (siehe dazu Abbildung 3). Die durchschnittliche Haushaltsgröße in der die befragten Personen leben beläuft sich auf 2,4 (Abbildung 4).

Abbildung 3: Altersstruktur der befragten Personen



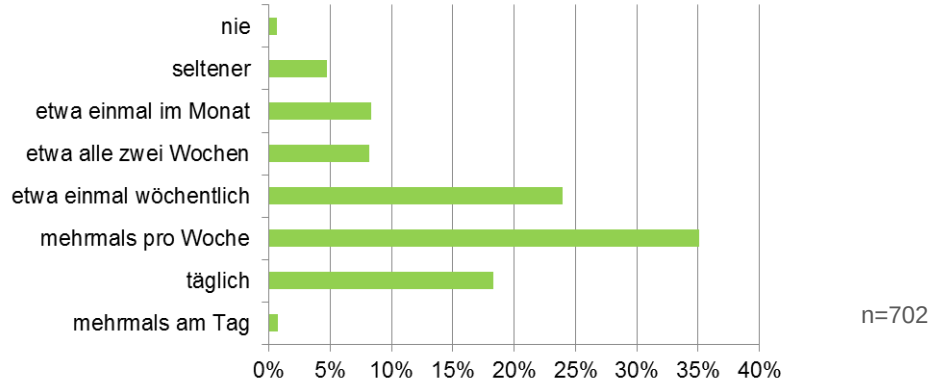
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

Abbildung 4: Haushaltsgrößen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

Abbildung 5: Wie häufig besuchen Sie die Bahnhofstraße?

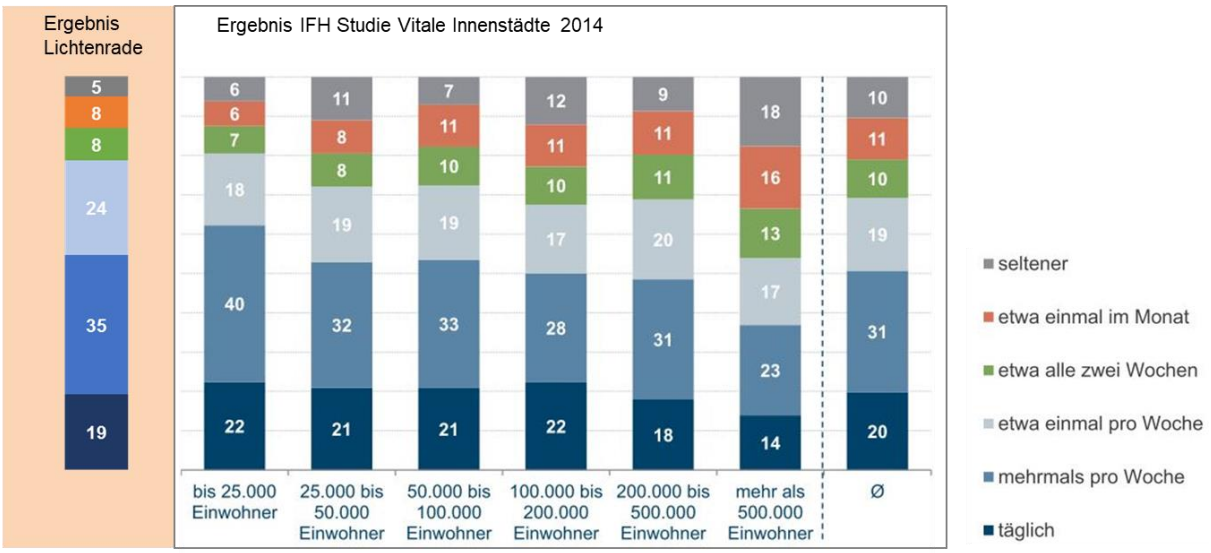


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

Schwerpunktmäßig wird das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade mehrmals wöchentlich bzw. einmal wöchentlich aufgesucht (Abbildung 5). Dies entspricht der vor allem auch auf die Grundversorgung ausgerichteten Versorgungsfunktion der einzelhandelsrelevanten Anbieter und ergänzenden Nutzungen im Stadtteilzentrum. Ein Vergleich mit den Ergebnissen einer bundesweiten Studie des IFH Köln: Vitale Innenstädte (IFH-Studie)

zeigt, dass es sich (auch mit Blick auf die Einwohnergrößenklasse von 50.000 bis 100.000 Einwohner; Lichtenrade: rd. 51.250) dabei um ein übliches Bild (vgl. Abbildung 6) handelt.

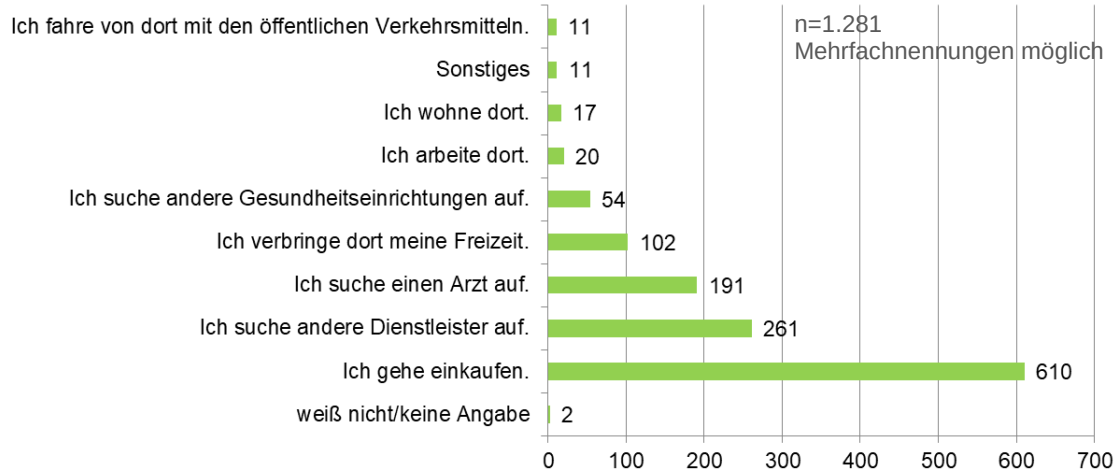
Abbildung 6: Besuchshäufigkeit des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade im Vergleich zu Ergebnissen der Studie Vitale Innenstädte



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018; IFH Köln: Vitale Innenstädte 2014, Köln 2015

Als Besuchsgrund für das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade tritt im Rahmen der Nennungen das Einkaufen besonders hervor. Danach werden auch andere typische zentrenrelevante Nutzungen angesprochen, wie das Aufsuchen von Dienstleistern oder Ärzten / Gesundheitseinrichtungen. Zur Ausübung von Freizeitaktivitäten im Stadtteilzentrum wird von vergleichsweise wenigen Befragten als Besuchsgrund angeführt.

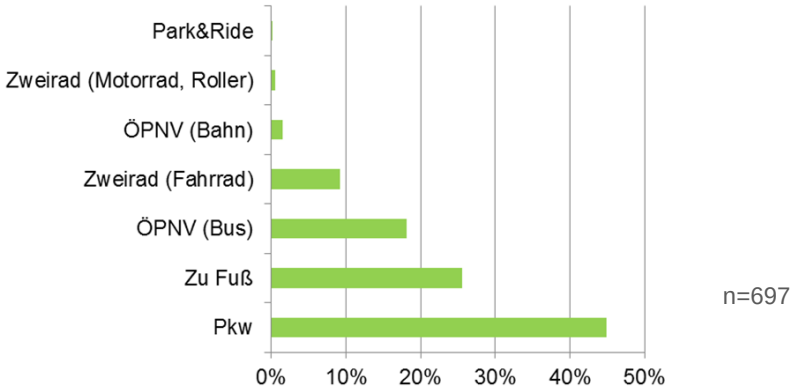
Abbildung 7: Aus welchem Grund suchen Sie die Bahnhofstraße auf?



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

Die meisten Befragten suchen das Stadtteilzentrum mit dem Pkw auf. Dies ist hinsichtlich der Lage des Zentrums und der siedlungsräumlichen Struktur des Ortsteils Lichtenrade ein zu erwartendes Ergebnis. Daneben wird die Bahnhofstraße aber auch zu Fuß oder mit dem Rad aufgesucht, was einen Bezug zu den umliegenden Wohngebieten unterstreicht. Hinsichtlich der Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs wird vor allem der Bus als Verkehrsmittel zum Aufsuchen des Stadtteilzentrums benannt, im Umkehrschluss ist davon auszugehen, dass die S-Bahn in ihrer Bedeutung für einen Besuch der Bahnhofstraße zurücktritt. (siehe dazu Abbildung 8)

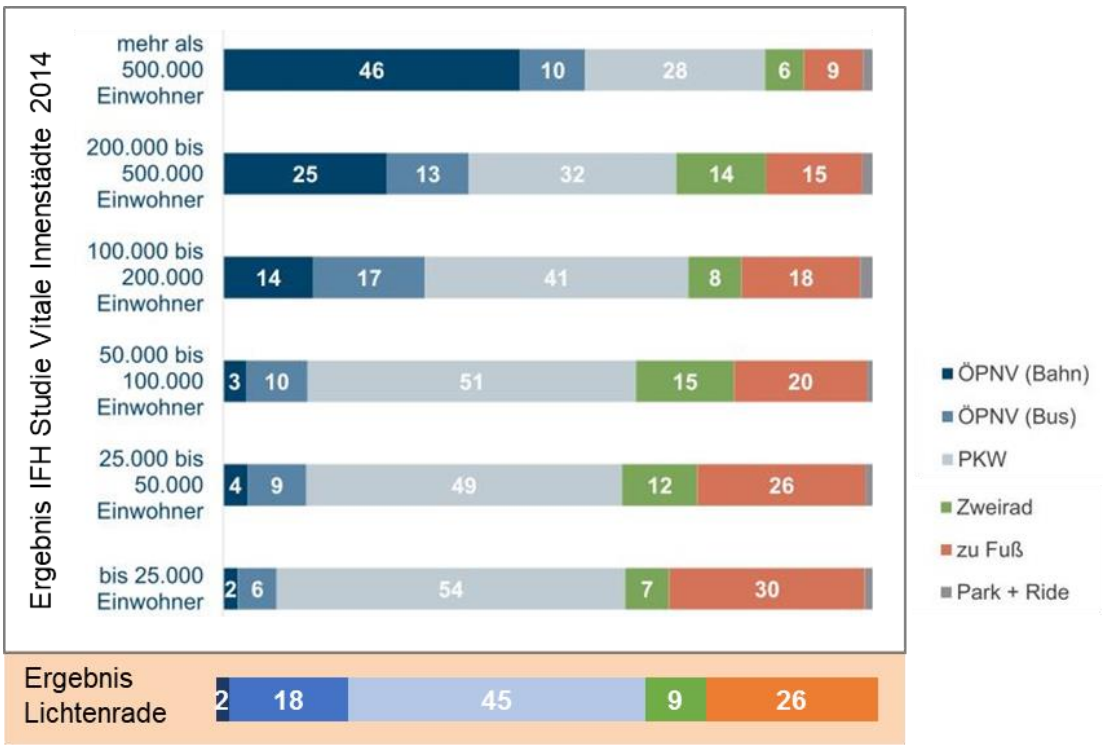
Abbildung 8: **Mit welchem Verkehrsmittel reisen Sie dazu in der Regel an?**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

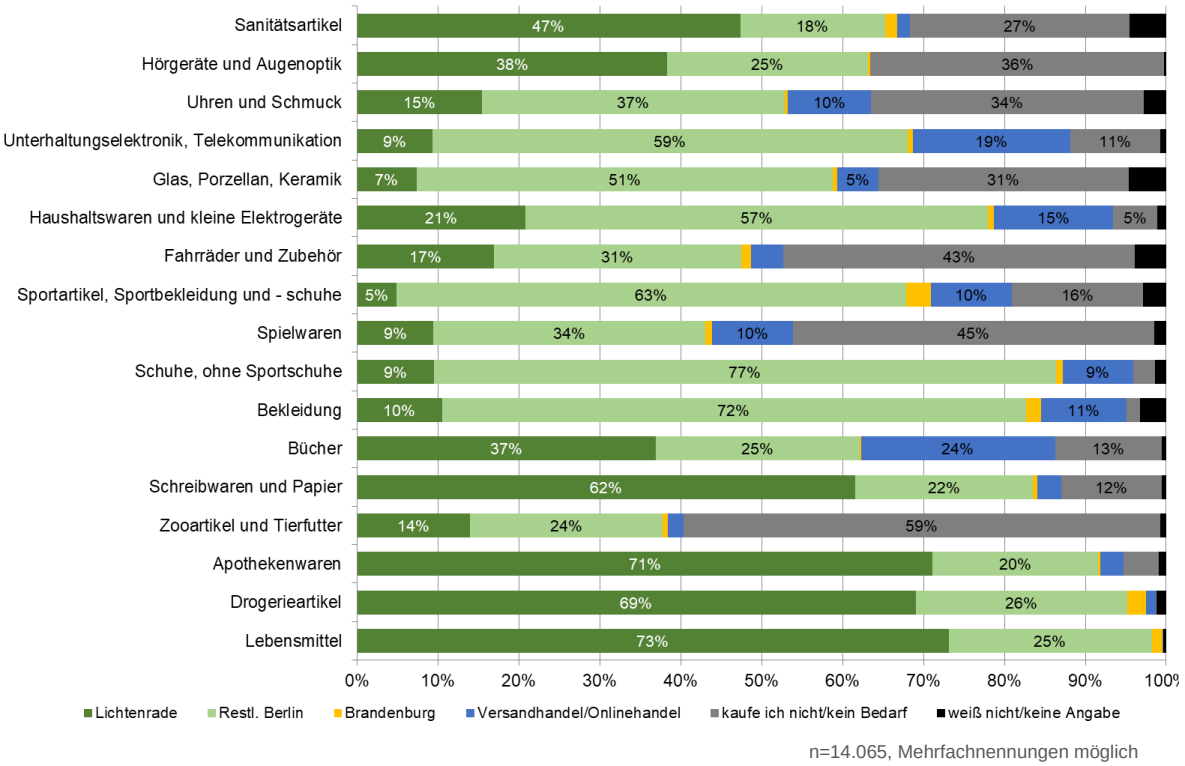
Abbildung 9 zeigt das Ergebnis der Befragung zur Verkehrsmittelwahl im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße im Vergleich zur IFH-Studie. Insbesondere auch mit Blick auf die Einwohnergrößenklasse von 50.000 bis 100.000 Einwohnern zeigen sich keine besonders hervorzuhebenden Ausreißer.

Abbildung 9: **Verkehrsmittelwahl beim Aufsuchen des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade im Vergleich zu Ergebnissen der Studie Vitale Innenstädte**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018; IFH Köln: Vitale Innenstädte 2014, Köln 2015

Abbildung 10: **Für zukünftige Planungen interessiert uns besonders, wo Sie verschiedene Artikel hauptsächlich besorgen**



n=14.065, Mehrfachnennungen möglich

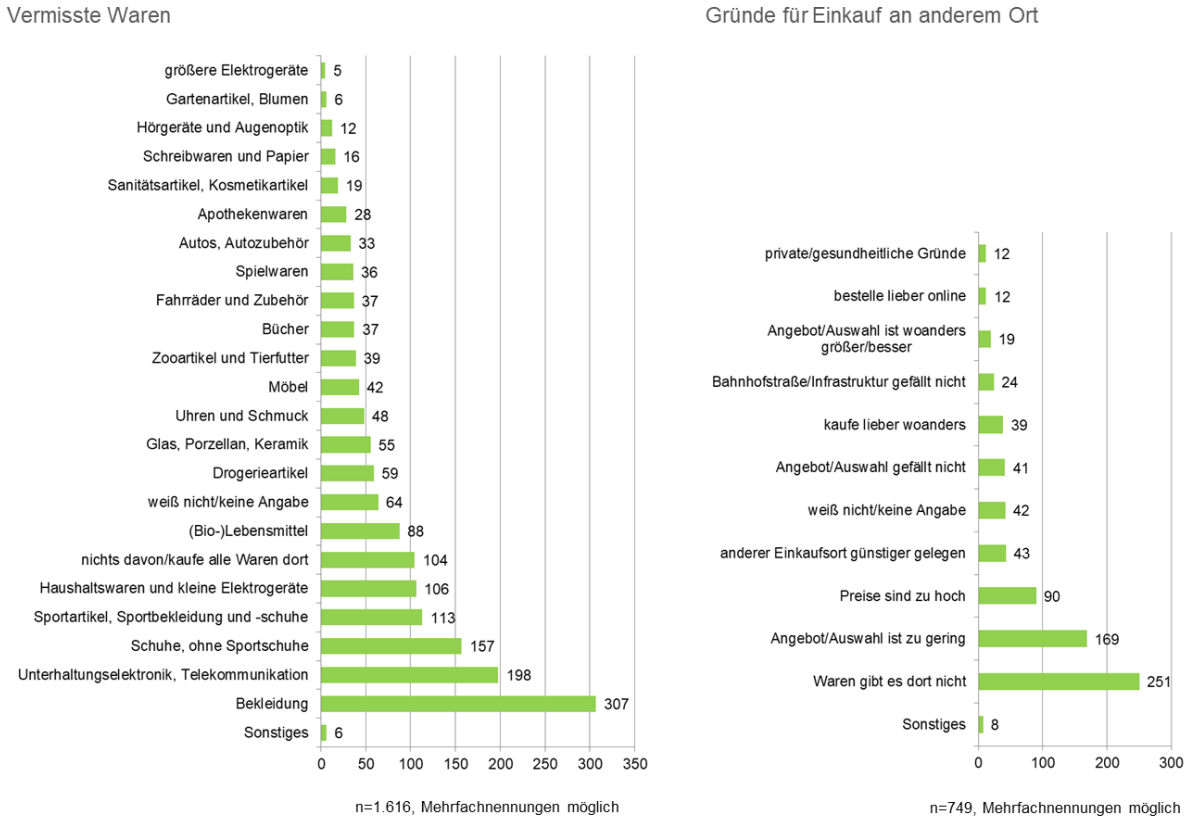
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

Von besonderem Interesse im Rahmen der telefonischen Haushaltsbefragung war die Frage danach, wo (an welchen Standorten) bestimmte Sortimente bzw. Artikel gekauft werden. Bezogen auf Waren der typischen kurzfristigen Bedarfsdeckung (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) wurde vor allem der Ortsteil Lichtenrade genannt. Die Bindungsquote liegt hier bei 69 bzw. 73 %. Darüber hinaus werden diese Sortimente vor allem an den übrigen Standorten in Berlin nachgefragt.

Relativ hohe Kaufkraftbindung - bezogen auf das Gesamtergebnis dieser Frage – zeigen sich daneben für Artikel aus den Bereichen Schreibwaren und Papier, Bücher, medizinische und orthopädische Artikel (Sanitätsartikel, Hörgeräte, Augenoptik). Alternative Standorte des Einkaufs liegen auch hier vor allem auf Berliner Stadtgebiet, dabei kann es sich insbesondere auch um höherrangige Zentren in Tempelhof-Schöneberg oder den übrigen Bezirken handeln. Beim Sortiment Bücher fällt zusätzlich ein hoher Anteil des Online-Handels auf.

Die Bindungsquoten in den typischen zentrenrelevanten Sortimenten, dazu gehören vor allem auch Bekleidung, Schuhe, Sportartikel oder auch Unterhaltungselektronik weisen sehr niedrige Bindungsquoten auf, was mit den Ergebnissen der Analyse zur Verkaufsflächenausstattung und Zentralität in diesen Sortimenten korrespondiert. Auch hier ist davon auszugehen, dass diese Waren besonders auch in höherrangigen Zentren in Berlin oder im Internet gekauft werden.

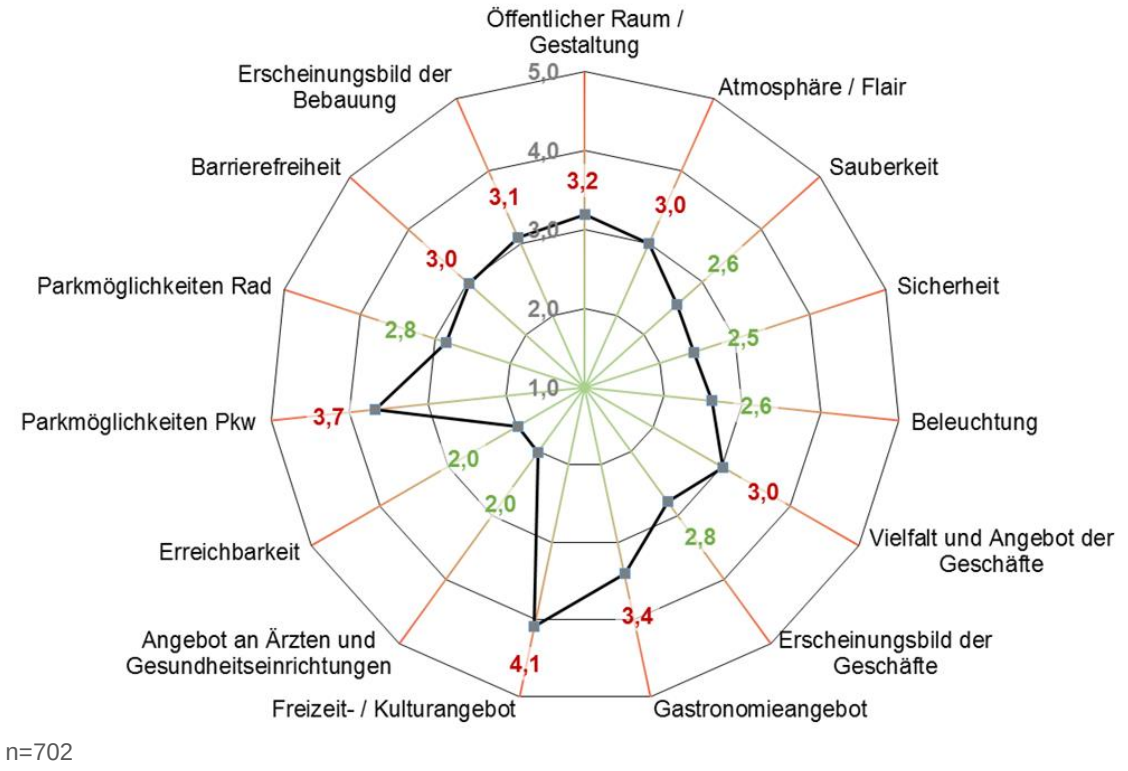
Abbildung 11: **Gibt es Waren, die Sie nicht in der Bahnhofstraße einkaufen? Wenn ja, welche sind das und aus welchen Gründen kaufen Sie diese nicht in der Bahnhofstraße?**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

Zwischen den niedrigen Bindungsquoten insbesondere in den zentrenrelevanten Sortimenten und den Angaben zu Waren, die nicht in der Bahnhofstraße eingekauft werden, besteht erwartungsgemäß ein Zusammenhang. Am häufigsten genannt wurden hier von den Befragten die Artikel Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren und kleine Elektroartikel sowie Sportartikel. Als Grund für den Nicht-Kauf wird vor allem ein nicht vorhandenes oder zu geringes Angebot oder auch ein zu hohes Preisniveau in der Bahnhofstraße genannt (siehe dazu Abbildung 11). Aufgrund der Nennungen lässt sich ein Handlungsbedarf zur Qualifizierung des nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Angebotes, wie beispielsweise Bio-Lebensmittel, Drogeriewaren, Bekleidung oder Sportartikel in der Bahnhofstraße ableiten. Diese sind vor allem vor dem Hintergrund absatzwirtschaftlich und städtebaulich verträglicher Verkaufsflächenpotenziale bzw. unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums wie auch betreiberseitigen Anforderungen zu betrachten.

Abbildung 12: **Über die Angebote in der Bahnhofstraße gibt es ja verschiedene Meinungen. Wie schätzen Sie diese nach Schulnoten 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) ein?**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

Neben dem Einzelhandelsangebot wurde auch eine Einschätzung der Befragten zu unterschiedlichen nutzungsspezifischen, gestalterischen und verkehrlichen Aspekte nachgefragt. Die Befragten sollten zu verschiedenen Aspekten Schulnoten von Schulnoten 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) vergeben. Das Ergebnis wird in Abbildung 12 dargestellt.

Die Durchschnittsnote für die Bahnhofstraße liegt bei 2,9, also befriedigend.

Während Aspekte wie Erreichbarkeit, Ausstattung mit Ärzten / Gesundheitseinrichtungen, Sicherheit, Sauberkeit sowie Beleuchtung über dem Durchschnitt liegende Bewertungen erzielen, werden vor allem Aspekte, die das Kultur- und Freizeitangebot, das Gastronomieangebot oder die Parkmöglichkeiten (Pkw) als nicht befriedigend eingestuft. Insbesondere die zuletzt genannten Schwächen im Angebot in der Bahnhofstraße sind auch mit Blick auf die IFH-Studie (Abbildung 13) besonders hervorzuheben und unterstreichen einen Handlungsbedarf zur Stärkung des Zentrums, durch die Schaffung von Freizeitangeboten (z.B. Veranstaltungssaal, Fitness-Studio oder Kino).

Abbildung 13: **Benotung Attraktivitätsfaktoren des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade im Vergleich zu Ergebnissen der Studie Vitale Innenstädte**

Ergebnis IFH Studie Vitale Innenstädte 2014

Durchschnittsnote: 2,7

	< 25.000 EW	25.000-50.000 EW	50.000-100.000 EW	100.000-200.000 EW	200.000-500.000 EW	> 500.000 EW	Ø	Ergebnis Lichtenrade (Durchschnittsnote: 2,9)
Erreichbarkeit	2,4	2,2	2,1	2,0	1,9	1,8	2,1	2,0
Gastronomieangebot	2,8	2,6	2,6	2,2	2,2	2,3	2,5	3,4
Gestaltung der Innenstadt	2,7	2,6	2,6	2,7	2,5	2,5	2,6	3,2
Regionale Verbundenheit	2,8	2,5	2,5	2,5	2,4	2,5	2,6	---
Sauberkeit	2,5	2,6	2,5	2,7	2,7	2,9	2,6	2,6
Sicherheit	2,6	2,6	2,6	2,6	2,6	2,7	2,6	2,5
Ambiente/Atmosphäre/Flair	3,0	2,7	2,7	2,6	2,5	2,6	2,7	3,0
Vielfalt und Angebot der Geschäfte	3,2	2,9	2,7	2,5	2,2	2,1	2,7	3,0
Besucherzahl/-frequenz	3,4	2,9	2,7	2,4	2,4	2,1	2,8	---
Barrierefreiheit	2,9	2,8	2,8	2,8	2,8	3,0	2,9	3,0
Parkmöglichkeiten	2,7	2,9	3,0	3,3	3,2	3,6	3,0	3,7 (PKW; 2,8 Rad)
Freizeitangebot	3,7	3,3	3,1	2,4	2,4	2,5	3,1	4,1
Erlebnischarakter	3,6	3,4	3,2	2,9	2,8	2,7	3,2	3,1 -3,2 (Erscheinungsbild Bebauung, öffentlicher Raum)

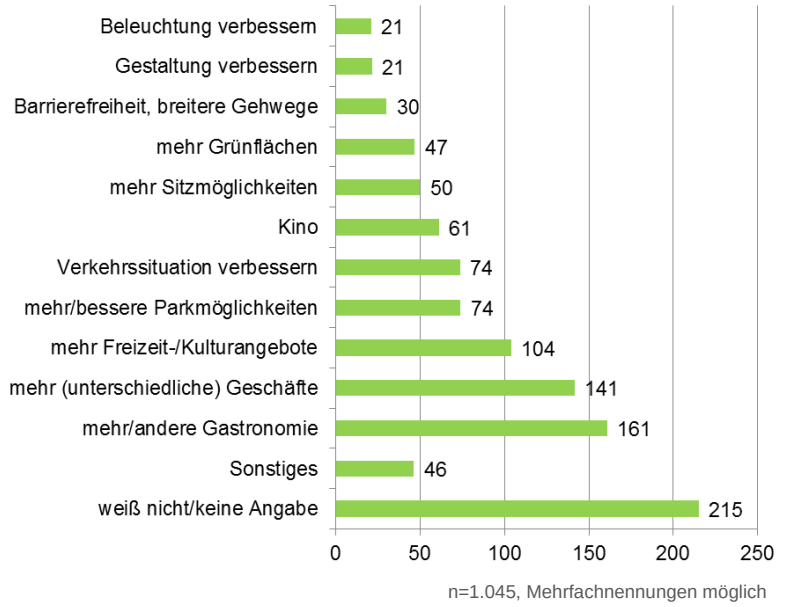
*Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6

Dieses Einzelkriterium wurde im Vergleich zum Durchschnitt in der entsprechenden Ortsgröße besser bewertet

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018; IFH Köln: Vitale Innenstädte 2014, Köln 2015

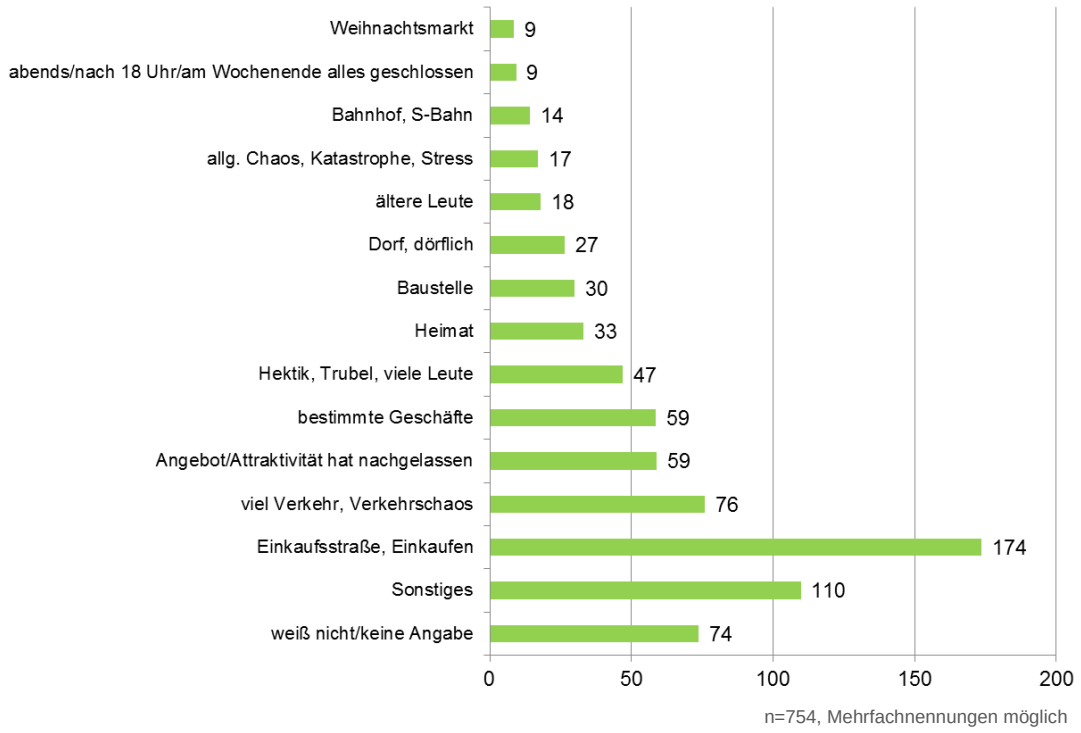
Auf die Frage, wie die Bahnhofstraße attraktiver werden kann, werden vor allem Verbesserungen der zentrenrelevanten Nutzungsstruktur genannt. Diese beziehen sich auf der einen Seite auf den Einzelhandel „mehr und vielfältige Geschäfte“ und auf der anderen Seite auf das ergänzende Angebot „mehr/andere Gastronomie“ sowie Kultur- und Freizeitangebote (siehe dazu nachfolgende Abbildung 14).

Abbildung 14: **Wodurch könnte die Bahnhofstraße für Sie und Ihre Familie attraktiver werden?**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

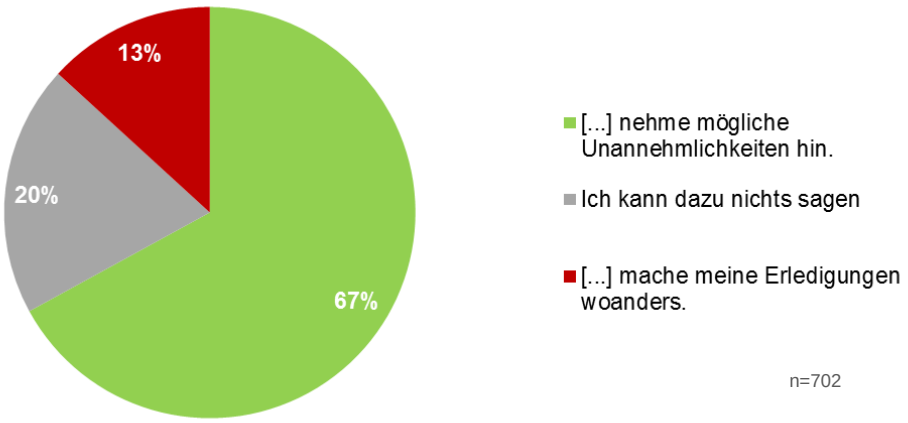
Abbildung 15: **Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an die Bahnhofstraße denken?**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

Auf die Frage, welche Assoziationen die Befragten spontan mit der Bahnhofstraße haben, wurden vor allem der Aspekt Einkaufen (Einkaufsstraße, bestimmte Geschäfte) genannt. Daneben waren es aber vor allem auch negative oder kritische Aspekte die spontan genannt wurden, wie Verkehrschaos, allgemeines Chaos, Lärm, Hektik, Trubel oder Stress. Einige verbinden mit der Bahnhofstraße den Begriff Heimat und andere meinen, dass die Attraktivität in der Bahnhofstraße nachgelassen hat.

Abbildung 16: **In der Bahnhofstraße stehen große Umbaumaßnahmen an. Geben Sie uns bitte eine kurze Einschätzung, wie Sie dazu stehen?**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der telefonischen Haushaltsbefragung in Lichtenrade, März/April 2018

Abschließend wurde eine kurze Einschätzung zur Einordnung der bevorstehenden Umbaumaßen erbeten. Zur Auswahl standen die Antworten: Ich nehme die Unannehmlichkeiten hin oder ich mache meine Erledigungen woanders sowie ich kann dazu nichts sagen. Rund zwei Drittel der Befragten sagten, sie werden die Unannehm-

lichkeiten hinnehmen und dennoch die Bahnhofstraße aufsuchen. Lediglich 13 % wollen in diesem Zusammenhang ihre Erledigungen an anderen Orten machen (Abbildung 16).

4.9 Stärken und Schwächen des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße

Zusammenfassend lassen sich als Stärken des Stadtteilzentrums insbesondere nennen:

- Das besonders auf die Nahversorgung ausgerichtete Einzelhandelsangebot mit ergänzenden zentrenrelevanten Sortimenten.
- Magnetbetriebe sind in bestehende Strukturen weitgehend integriert.
- Multifunktionalität.
- Die freundliche Atmosphäre.
- Die Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen, u.a. Seniorenwohnungen.
- Die gute Erreichbarkeit (insbesondere Bus, S-Bahn, Pkw, zu Fuß und mit dem Rad).

Hervorzuheben ist die geplante Aufwertung im Rahmen des Städtebauförderprogramms Aktive Zentren, die die Geschäftsstraße mittel- und langfristig deutlich aufwerten wird.

Als Schwächen sind demgegenüber zu nennen:

- Der zentrale Versorgungsbereich wird mit seiner Ausstattung seiner Versorgungsaufgabe als Stadtteilzentrum nicht gerecht.
- Für ein Stadtteilzentrum in Berlin hat es eine geringe Verkaufsfläche mit entsprechenden Defiziten eines breiteren und vielfältigen Angebotes in zentrenrelevanten Sortimenten.
- Trotz vorhandener Potenziale (z.B. Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße) besteht z.T. eine schwache Ausstrahlung (Zentralität).
- Ungeordnete, unattraktive Eingangsbereiche (Goltzstraße und Bahnübergang / Steinstraße).
- Mindergenutzte Flächen.
- Einzelne Betriebe, insbesondere auch einzelne Magnetbetriebe bedürfen einer Revitalisierung bzw. Anpassung an moderne Markterfordernisse.
- Der sehr einfach gestaltete öffentliche Raum.
- Fehlende oder unzureichende Freizeit- und Kulturangebote, z.B. Kleinkunstbühne, Veranstaltungsräume.
- Überwiegend einfacher Angebotsstandard der Gastronomie (fehlendes Angebot und Qualifizierung).

5 Quantitative und räumliche Entwicklungsspielräume (Potenzialanalyse)

Basierend auf den ermittelten Ausgangsdaten werden unter Berücksichtigung der zukünftigen Veränderungen entwicklungsbestimmender Faktoren (u.a. Kaufkraft-, Umsatz- und Bevölkerungsentwicklung) quantitative Entwicklungsspielräume des Einzelhandels für den Prognoseraum Lichtenrade bzw. das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade ermittelt. Diese stellen einen Orientierungsrahmen für die quantitative Entwicklung in Lichtenrade dar. In einem weiteren Schritt ist es hinsichtlich der Stärkung des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße unabdingbar, eine räumliche Beziehung herzustellen. Dazu werden potenzielle Entwicklungsflächen im Zentrum aufgezeigt und im Weiteren schließlich das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße vor dem Hintergrund bestehender Planungen besonders in den Fokus genommen.

5.1 Grundlegende Hinweise zu rechnerischen Verkaufsflächenpotenzialen

Das Ziel künftiger Einzelhandelsentwicklungen im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße ist die Reduzierung bestehender Kaufkraftabflüsse und die Steigerung der Attraktivität des Zentrums bzw. eine positive Gesamtentwicklung in Lichtenrade. In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, dass zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Warengruppen mobilisiert werden kann. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Auswirkungen im Einzugsgebiet kommen; dazu zählen beispielsweise Funktionsverluste von zentralen Versorgungsbereichen bzw. Nahversorgungsstandorten.

Die nachfolgend ermittelten Entwicklungsspielräume haben somit zunächst einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Bezirk und innerhalb der Zentrenstruktur) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt dessen Abschätzung hinsichtlich der absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit.

Für das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße wurde daher zusätzlich überprüft, ob aufgrund der avisierten Verkaufsflächen ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten ist.

5.2 Rechnerische Entwicklungspotenziale

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse im Untersuchungsraum angestellt (vgl. dazu Kapitel 3). Insbesondere der warengruppenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung der zukünftigen Entwicklungsspielräume für das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität[12] wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, sind für die zukünftige Entwicklung in Lichtenrade von einer konstanten Flächenproduktivität auszugehen.

Bevölkerungsentwicklung in Lichtenrade bis 2025

Die Bevölkerungsvorausberechnung für Berlin[13] geht – ausgehend vom Basisjahr 2015 – von einer leichten Bevölkerungsentwicklung mit einem Zuwachs von 2,3 % bis zum Jahr 2025 für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg aus. Die tatsächliche Bevölkerungsentwicklung weicht von den Prognosewerten ab und steht dieser Berechnung entgegen. In den Prognosebetrachtungen wird eine Fortsetzung der positiven Einwohnerentwicklung angenommen.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage bis 2025 ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Folgende Entwicklungen sind bis 2025 zu berücksichtigen:

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 10 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.[14]
- Deutlich zugenommen haben die Anteile an den Konsumausgaben u.a. für Wohnen und Energiekosten, während der Anteil der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben seit 1991 zurückgegangen ist. So sank der Anteil für Nahrungs- und Genussmittel von 17,6 % (1991) auf 13,8 % (2017) sowie für Bekleidung und Schuhe von 7,8 % (1991) auf 3,8 % (2017).[15]
- Tendenziell zeigen sich für den gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz jährliche Wachstumsraten von durchschnittlich +2 %[16].
- Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass mit einer leichten Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden Kaufkraft zu

---

12 Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

13 vgl. dazu Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt Berlin: www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/bevoelkerungsprognose/de/ergebnisse_2011_2030.shtml

14 Statistisches Bundesamt: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Inlandsproduktsberechnung, Lange Reihen ab 1970, Veröffentlichung 2018

15 ebenda

16 ebenda

rechnen ist, jedoch müssen spezifische Entwicklungen in den einzelnen Warengruppen und insbesondere auch die weiter zunehmende Bedeutung des Online-Handels berücksichtigt werden, d.h. es muss eine Prognose erfolgen, die verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt.

Zielzentralitäten für das Jahr 2025

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in einer Region unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion sowie der Wettbewerbssituation. In der nachfolgenden Modellrechnung werden der Ermittlung künftiger quantitativer Entwicklungspotenziale für das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade zwei unterschiedliche Berechnungsvarianten zugrunde gelegt:

Variante 1

In der Modellrechnung Variante 1 wird davon ausgegangen, dass das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße eine prägende Rolle im Prognoseraum Lichtenrade einnimmt. Unter Berücksichtigung der Versorgungsbedeutung der übrigen zentralen Versorgungsbereiche sowie auch ergänzender Standorte (insbesondere Nahversorgungsstandorte) wird als Zielzentralität für das Stadtteilzentrum für nahversorgungsrelevante und zentrenrelevante Sortimente eine Abschöpfung von einem Drittel der Kaufkraft im Prognoseraum als Ziel gesetzt (Zielzentralität 0,33).

Variante 2

In der Modellrechnung Variante 2 wird über eine Zielzentralität für den gesamten Prognoseraum Lichtenrade das quantitative Entwicklungspotenzial für das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße abgeleitet. Für den Prognoseraum Lichtenrade wird für nahversorgungsrelevante Sortimente eine Zielzentralität von 0,8 und für zentrenrelevante Sortimente von 0,5 angenommen.

(Hinweis: Vor dem Hintergrund des Untersuchungsgegenstandes (Entwicklungsperspektiven für das Stadtteilzentrum Lichtenrade) wurden die typischen nicht-zentrenrelevanten Warengruppen Bau-, Garten- und Möbelsortimente nicht in die Verkaufsflächenpotenzialberechnung einbezogen, da sie nicht zum eigentlichen Branchenprofil eines städtischen Zentrums gehören und entsprechende großflächige Angebot im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes an entsprechende Fachmarktstandorte gelenkt werden sollen. Das schließt aber grundsätzlich eine entsprechende Ansiedlung im Zentrum nicht von vornherein aus.)

Die **rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale für den Prognoseraum Lichtenrade** werden in Tabelle 15 für die Varianten 1 und 2 dargestellt.

Tabelle 15: Rechnerische Verkaufsflächenpotenziale für das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade

Warengruppe	Bestand STZ Bahnhofstraße	zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale für STZ	
		Variante 1	Variante 2
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	4.800	2.900	5.800
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	1.600	-	700
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren, Bücher, Zeitungen / Zeitschriften	600	200	1.100
Zentren- und nahversorgungsrel. Sortimente	7.000	3.100	7.600
Zoo- / Heimtierbedarf	100	300	300
Blumen / Topfpflanzen (indoor)	200	400	-
Bekleidung	1.300	2.100	3.800
Schuhe / Lederwaren	300	500	1.000
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan / Keramik	600	100	200
Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	100	900	1.200
Sportartikel, Fahrräder, Camping	<100	700	400
Bettwaren, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	400	600	1.100

Warengruppe	Bestand STZ Bahnhof-straße	zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale für STZ	
		Variante 1	Variante 2
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	100	200	100
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	200	700	1.000
Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Foto, Optik	482	600	1.000
Uhren / Schmuck	100		100
Zentrenrelevante Sortimente	3.800	7.100	10.200

Quelle: eigene Berechnung

Es ergeben sich in allen Warengruppen z.T. sehr deutliche Verkaufsflächenpotenziale, die zur Stärkung des Einzelhandelsangebotes im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße dienen können.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass i.S.d. Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg (2015) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (wie Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Sportartikel und Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel) in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden sollen. Im Prognoseraum Lichtenrade ist dies allein das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße. Die errechneten Potenziale sind daher geeignet Einzelhandelsansiedlungen in den entsprechenden Sortimenten umzusetzen, teilweise auch in der Größenordnung von Fachmärkten (> 400 m² Verkaufsfläche) mit Angeboten aus den Warengruppen Bekleidung oder Sportartikel. Vor dem Hintergrund der Zentrenentwicklung ist dabei allerdings nicht nur eine rein quantitative Betrachtung anzustellen, sondern auch die räumliche Situation und damit die Einbindung in bzw. die Verknüpfung mit bestehenden, gewachsenen Strukturen aus städtebaulicher Sicht zu gewährleisten (vgl. dazu Kapitel 5.3).

Auch in den Warengruppen der nahversorgungsrelevanten Sortimente (wie Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel) sind nennenswerte Potenziale vorhanden. Die quantitative Ausstattung des Stadtteilzentrums beispielsweise in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist durchaus gut. Allerdings könnten innerhalb des Zentrums die Potenziale zur Anpassung von Betriebsgrößen aber auch zur Ergänzung des Angebotes durch spezialisierte Anbieter, wie beispielsweise für ein Reformhaus oder einen Bioladen, genutzt werden. Die rechnerischen Potenziale im Bereich Drogeriewaren können zur marktgerechten Anpassung bestehender Anbieter genutzt werden oder auch zur Ansiedlung eines zusätzlichen Fachmarktes. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich durch einen zusätzlichen, modernen Anbieter die Wettbewerbssituation innerhalb des Stadtteilzentrums verschärfen kann.

5.3 Flächenpotenziale im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße

Für eine Stärkung des Stadtteilzentrums kommen innerhalb des Stadtteilzentrums verschiedene Flächen in Betracht, die aus der heutigen Sicht geeignet scheinen, die Ausstrahlung als Einkaufsstandort zu verbessern. Neben dem **Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße** (1) (siehe Kapitel 5.4) sind insbesondere zu nennen:

(2) Bahnhofstraße 21 / Riedingerstraße

Die rund 3.600 m² große Fläche wird aktuell durch das Warenhaus Woolworth über zwei Geschosse genutzt. Sie umfasst darüber hinaus einen Parkplatz und Grünflächen. Die Flächen sind z.T. mindergenutzt und wirken aufwertungsbedürftig. Insgesamt existieren Arrondierungsspielräume und es besteht der Bedarf für eine Aufwertung der Einzelhandelsnutzung.

(3) Bahnhofstraße 45 / Zescher Straße 2-8

Die rund 4.000 m²große Fläche wird durch den Lebensmitteldiscounter Netto genutzt. Die eingeschossige Bauweise mit einem ebenerdigen Parkplatz ist für ein Stadtteilzentrum nicht angemessen und sollte langfristig verdichtet und mit weiteren zentrenrelevanten Nutzungen ausgestattet werden.

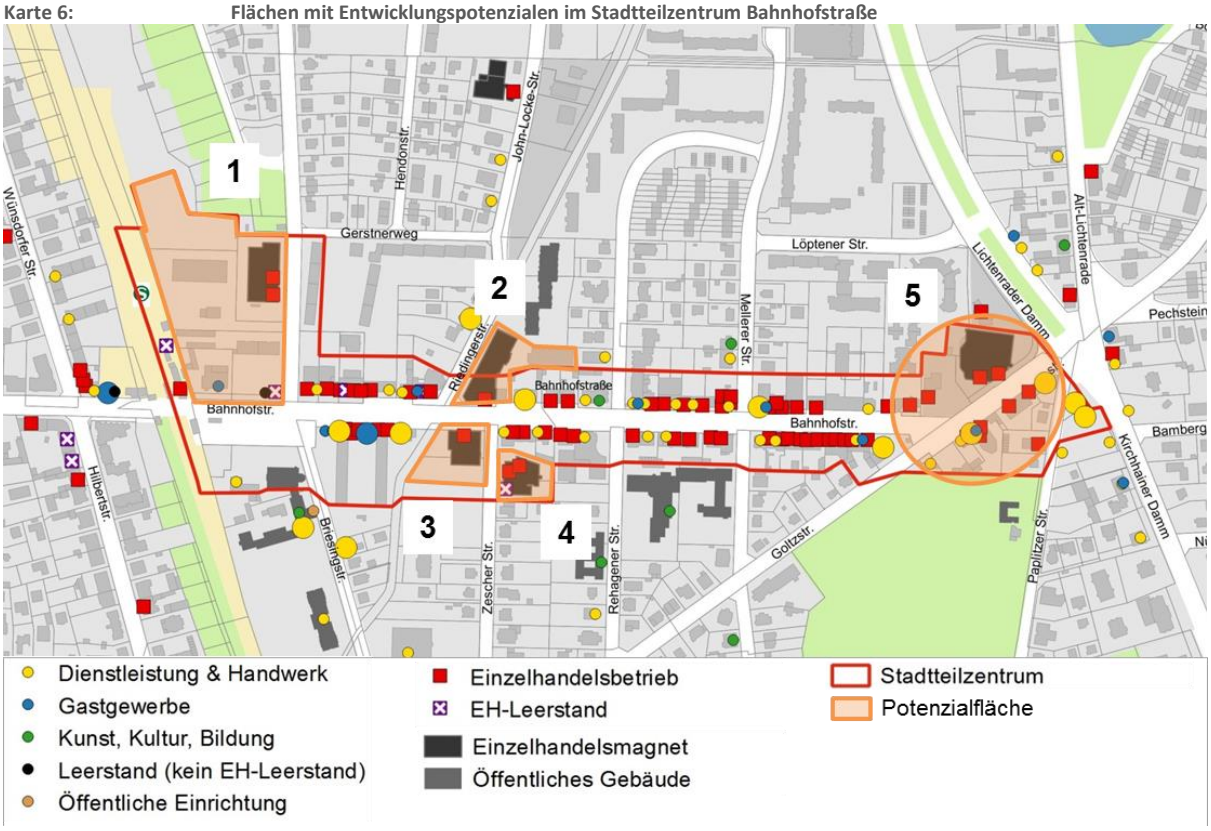
(4) Bereich Zescher Straße 3-5

Die lediglich rund 2.500 m² große Fläche umfasst den Lebensmitteldiscounter Aldi und weitere kleinteilige Anbieter. Insgesamt bestehen Arrondierungsspielräume. Allerdings ist eine Neuordnung mit zentrenrelevanten Nutzungen, insbesondere eine Aufwertung der Einzelhandelsnutzungen und der städtebaulichen Situation dringend erforderlich.

(5) Bereich Goltzstraße zwischen Bahnhofstraße und Lichtenrader bzw. Kirchhainer Damm

Der Bereich ist mit teils zentrenrelevanten, teils nicht zentrentypischen Nutzungen belegt. Einzelne Nutzungen haben provisorischen Charakter. Insgesamt wäre eine städtebauliche Neuordnung wünschenswert, ist aber vor dem Hintergrund der bestehenden Rahmenbedingungen eher unwahrscheinlich.

Karte 6: Flächen mit Entwicklungspotenzialen im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße



Quelle: eigene Darstellung

5.4 Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße

Das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße umfasst die Gebäude der Alten Mälzerei, das Landhaus Lichtenrade, eine Wohnscheibe aus den 1960er Jahren, einen Lebensmittelvollsortimenter (Rewe) und einige kleinere Gebäude. Die Alte Mälzerei wurde von Familie Bestgen gekauft. Die übrigen Flächen wurden von der UTB Projektmanagement und Verwaltungsgesellschaft mbH erworben. Insgesamt soll das Quartier in den nächsten Jahren einer attraktiven Nutzung zugeführt werden.

Karte 7: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße - Bestandssituation

Quelle: eigene Darstellung

Das Quartier (= Untersuchungsbereich) wird geprägt von der denkmalgeschützten Alten Mälzerei, einem mehrgeschossigen Industriebau aus dem Ende des 19. Jahrhunderts, der heute leer steht. Die Büros Urbos und Kubenek Architekten haben im Jahr 2017 ein Nutzungskonzept[17] erarbeitet. Darin wird in Varianten ein Nutzungsmix aus privaten und öffentlichen Angeboten u.a. mit Büros, Dienstleistungen, Gastronomie, Stadtteilbibliothek, Musikschule oder Veranstaltungen vorgeschlagen. Das Nutzungskonzept bildet eine wichtige Grundlage für die weiteren Planungsüberlegungen des Eigentümers.

Landhaus Lichtenrade

Das Landhaus Lichtenrade ist ein denkmalgeschützter Bau. Der schlechte Erhaltungszustand des Gebäudes veranlasste den Besitzer dazu, in Absprache mit der Denkmalbehörde die eingeschossigen Bauteile abzureißen, so dass mittlerweile nur noch der Kernbau erhalten ist. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchungen wurden auch Analysen zum Landhaus Lichtenrade erstellt. Die daraus resultierenden Empfehlungen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Ein Erhalt des zweigeschossigen Baukörpers des Landhauses und des vorgelagerten Freiraums mit den Linden ist aus Gründen der Identitätsbildung wünschenswert.
- Eine gastronomische Nutzung, evtl. ergänzt durch Gästezimmer in den beiden Obergeschossen, erscheint sinnvoll, wenngleich auch eine Büronutzung oder eine gewerbliche Nutzung (z.B. im künstlerischen Sektor wie Galerie, Fotoatelier, Antiquitätenhandel, etc.) durchaus denkbar ist.
- Eine funktionale Verbindung zwischen verbliebenem Landhaus und umgebendem Freiraum würde die Attraktivität des Ortes steigern. Dies würde am ehesten durch eine gastronomische Nutzung gewährleistet.

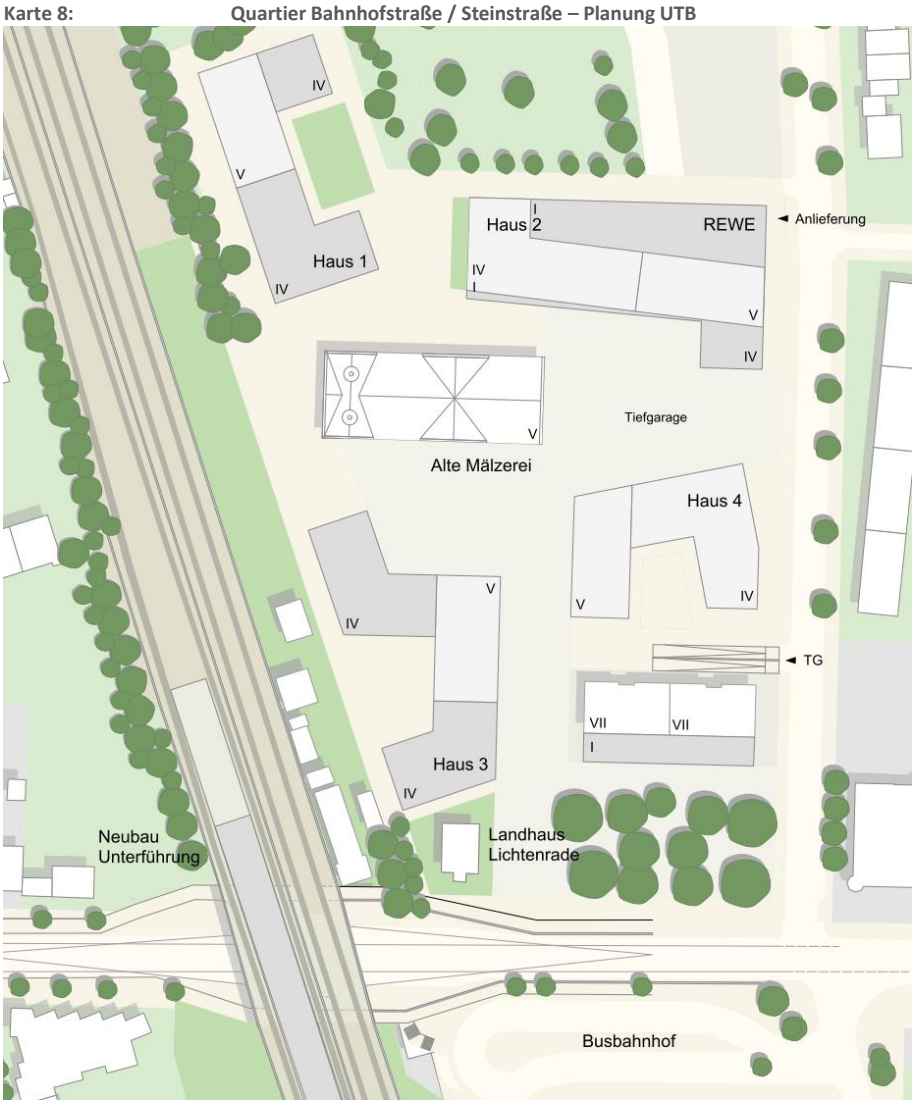
[17] urbos, Kubeneck Architekten: Nutzungskonzept Alte Mälzerei Lichtenrade, Präsentation des Konzeptvorschlages am 14. März 2017

- Eine bauliche Erweiterung, die je nach Nutzungskonzept erforderlich sein kann, sollte sich nur westlich des Landhauses erstrecken. Der Anbau sollte möglichst filigran gehalten sein.

Das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Untersuchung in Varianten

Die Umnutzungskonzepte der UTB Projektmanagement und Verwaltungsgesellschaft mbH sehen eine vollständige Neuordnung des Bereichs vor. Die Gebäude Alte Mälzerei, die Wohnscheibe und das Landhaus Lichtenrade bleiben erhalten und werden durch neue Bauvolumina zu einem neuen Stadtquartier zusammengefügt. Der öffentliche Raum ist als Fußgängerzone gestaltet, der ruhende Verkehr in einer Tiefgarage organisiert. Die Mälzerei wird zum prägenden Gebäude an einem Marktplatz, der über eine Fußgängerachse mit dem neuen Stadtplatz an der Bahnhofstraße verbunden ist. Prägende Nutzung in den Obergeschossen ist Wohnen, im Erdgeschoss werden gewerbliche Nutzungen angesiedelt, bzw. sind dort als Option möglich. Auf der Grundlage des UTB-Konzepts wird zurzeit ein Bebauungsplan erstellt.

Karte 8: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Planung UTB



Quelle: eigene Darstellung

Auf der Grundlage des UTB-Entwurfs wurden verschiedene Szenarien durchgespielt, um zu prüfen ob sich der Bereich eignet, das bestehende Defizit an Verkaufsfläche des Stadtteilzentrums auszugleichen. Der Entwurf beinhaltet die folgenden Rahmenbedingungen:

- Alte Mälzerei als sozio-kulturelles Zentrum.
- Sanierung der Wohnscheibe mit Biomarkt im Erdgeschoss (optional).

- Haus 1 – Wohnen
- Haus 2 – Neuer Lebensmittelsupermarkt im Erdgeschoss (ggf. Verlagerung Bestandsmarkt), Obergeschosse Wohnen. Der vorhandene Supermarkt wird in allen Varianten abgerissen.
- Haus 3 – überwiegend Wohnen, teils Gewerbe im Erdgeschoss (optional).
- Haus 4 – überwiegend Wohnen, teils Gewerbe im Erdgeschoss (optional).

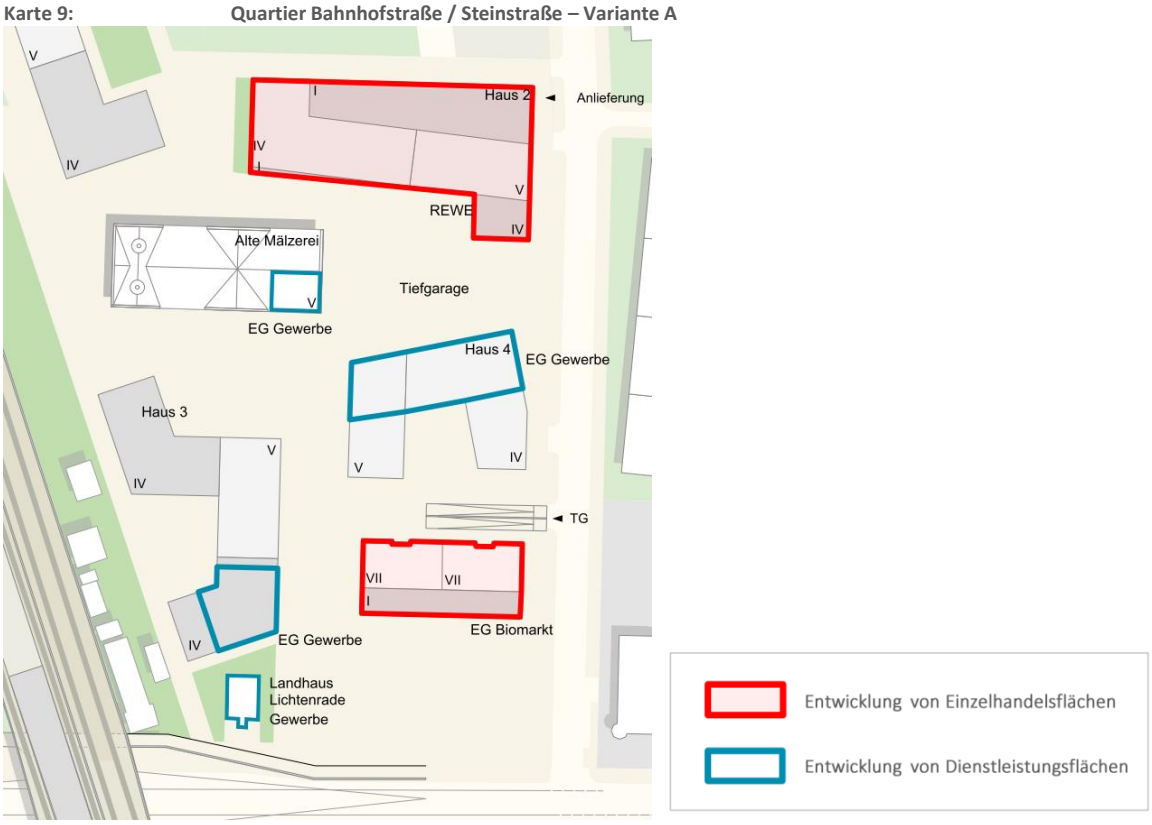
6 Entwicklungsszenarien für das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße

Darauf aufbauend wurden vier Varianten mit unterschiedlichen Konzentrationen von Einzelhandelsnutzungen entwickelt und wie folgt ausgewertet. Die im Rahmen der Bewertung aus Einzelhandelssicht dargestellten Umsatzumverteilungen beruhen auf einer Gravitationsrechnung zu potenziellen Umlenkungen von Kaufkraftströmen, die sich aufgrund von Neuansiedlungen im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße im Untersuchungsraum ergeben können (vgl. dazu auch Kapitel 3).

Variante A

- mögliche Gesamtverkaufsfläche im Quartier: ca. 2.600 m² in zwei Betrieben
- Verkaufsflächenzuwachs gegenüber Bestand im Quartier bzw. Stadtteilzentrum: ca. 1.350 m²
- Rewe Neubau (1.800 m² Verkaufsfläche, Erdgeschoss) als großflächiger Anker
- Biomarkt Neubau (Verkaufsfläche 800 m², Erdgeschoss) als zusätzlicher Quartiersnahversorger zur Bahnhofstraße orientiert
- ergänzende, optionale gewerbliche Angebote (Büro, Dienstleister, ggf. kleiner Einzelhandelsbetrieb in der Alten Mälzerei in Verbindung mit dort geplanten Nutzungen – Kunst / Bücher / Café)

Karte 9: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Variante A



Quelle: eigene Darstellung

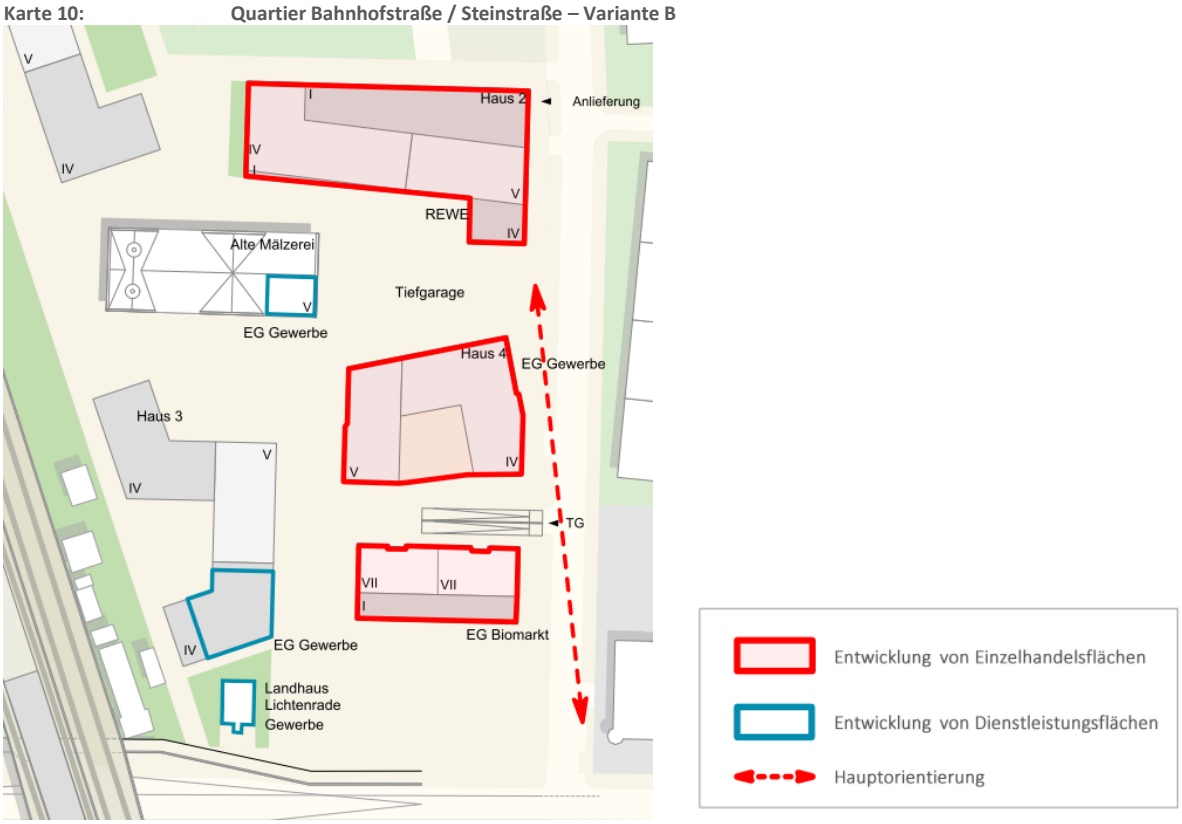
Wertung aus Einzelhandelssicht:

- Für die Standorte im Untersuchungsraum (vgl. dazu Kapitel 3) ergeben sich geringe rechnerische Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in einer Größenordnung < 3 % bzw. < 0,3 Mio. Euro. Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist voraussichtlich nicht zu erwarten.
- Die Anbindung des Lebensmittelsupermarktes ist aus funktionaler Sicht nicht optimal; vielmehr wird die bereits heute bestehende Solitärlage trotz Umgestaltung / Neubau beibehalten.
- Der Biomarkt als Funktionsunterlagerung im Haus 3 lässt eine gute Anbindung an die Bahnhofstraße zu. Hier können entsprechende Sichtbeziehungen unterstützend wirken.
- Die übrigen gewerblichen Einheiten können vornehmlich durch ergänzende Nutzungen (z.B. Büro oder wenig publikumsintensive Dienstleistungen) genutzt werden, Tendenziell sind diese nicht für Einzelhandel geeignet.
- Diese Variante bietet angesichts der umfangreichen, bestehenden Potenziale im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße nur einen **geringen, für das Stadtteilzentrum unzureichenden Impuls.**

Variante B

- mögliche Gesamtverkaufsfläche im Quartier: ca. 3.600 m² in drei / vier Betrieben
- Verkaufsflächenzuwachs gegenüber Bestand im Quartier bzw. Stadtteilzentrum: ca. 2.350 m²
- Rewe Neubau (1.800 m² Verkaufsfläche, Erdgeschoss) als großflächiger Anker
- Biomarkt Neubau (Verkaufsfläche 800 m², Erdgeschoss) als zusätzlicher Quartiersnahversorger zur Bahnhofstraße orientiert
- weiterer Handelsbesatz, z.B. Drogeriemarkt (Neuansiedlung oder Verlagerung / Erweiterung) / zentrenrelevantes Angebot als Unterlagerung Haus 4 (Erdgeschoss).

Karte 10: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Variante B



*Quelle: **eigene** Darstellung*

Wertung aus Einzelhandelssicht:

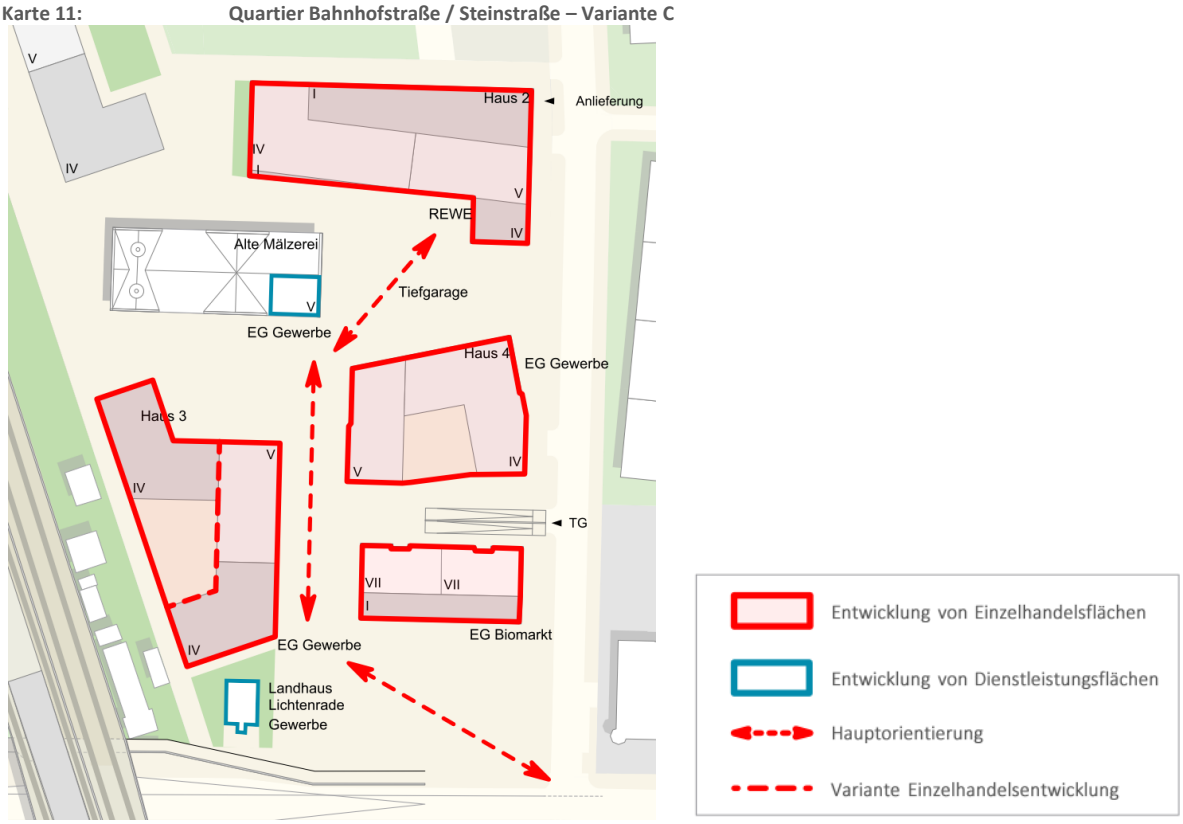
- Für die Standorte im Untersuchungsraum (vgl. dazu Kapitel 3) ergeben sich geringe rechnerische Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in einer Größenordnung < 3 % bzw. < 0,3 Mio. Euro. Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist voraussichtlich nicht zu erwarten.
- Hinsichtlich der Ansiedlung eines Drogeriemarktes im Quartier ist festzuhalten, dass dadurch ein Markt in einer modernen und zeitgemäßen Größenordnung entstehen könnte. Bei einer Neuansiedlung (zusätzliche Ansiedlung zum Bestand) ist voraussichtlich eine Wettbewerbsverschärfung innerhalb des Stadtteilzentrums zu erwarten, welche sich auf die eigentliche Funktion des zentralen Versorgungsbereiches nicht negativ auswirken wird.
- Aufgrund einer zusätzlichen Einzelhandelsnutzung in Haus 4 kann auch eine bessere Anbindung des Lebensmittelsupermarktes gelingen (Haus 4 als Einzelhandels-Trittstein).
- Der Biomarkt als Funktionsunterlagerung im Haus 3 lässt eine gute Anbindung an die Bahnhofstraße zu. Hier können entsprechende Sichtbeziehungen unterstützend wirken.
- Diese Variante bietet angesichts der umfangreichen, bestehenden Potenziale im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße einen **für ein Stadtteilzentrum nur mäßigen Impuls.**

Variante C

Entscheidend hierfür ist die erforderliche Dichte im Einzelhandelbesatz, die ein funktionierender, guter Einzelhandelslauf benötigt. Nur bei dieser Variante wäre eine funktionale Verbindung über Einzelhandel im Bereich der neuen Fußgängerzone möglich.

- mögliche Gesamtverkaufsfläche im Quartier bis zu maximal ca. 5.200 m² (mit Vollunterlagerung Haus 3).
- Verkaufsflächenzuwachs gegenüber Bestand im Quartier bzw. Stadtteilzentrum: ca. 3.950 m²
- Rewe Neubau (1.800 m² Verkaufsfläche, Erdgeschoss) als großflächiger Anker
- Biomarkt Neubau (Verkaufsfläche 800 m², Erdgeschoss) als zusätzlicher Quartiersnahversorger zur Bahnhofstraße orientiert
- weiterer Magnet, z.B. Drogeriemarkt (Neuansiedlung oder Verlagerung/Erweiterung) / zentrenrelevantes Angebot als Unterlagerung Haus 4 (Erdgeschoss)
- weiterer Einzelhandelsbetrieb als Unterlagerung Haus 3 (Erdgeschoss), auch als Teilunterlagerung realisierbar

Karte 11: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Variante C



Quelle: eigene Darstellung

Wertung aus Einzelhandelssicht:

- Für die Standorte im Untersuchungsraum (vgl. dazu Kapitel 3) ergeben sich geringe rechnerische Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in einer Größenordnung < 3 % bzw. < 0,3 Mio. Euro. Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist voraussichtlich nicht zu erwarten.
- Hinsichtlich der Ansiedlung eines Drogeriemarktes im Quartier ist festzuhalten, dass dadurch ein Markt in einer modernen und zeitgemäßen Größenordnung entstehen könnte. Bei einer Neuansiedlung (zusätzliche Ansiedlung zum Bestand) ist voraussichtlich eine Wettbewerbsverschärfung innerhalb des Stadtteilzentrums zu erwarten, welche sich auf die eigentliche Funktion des zentralen Versorgungsbereiches nicht negativ auswirken wird.

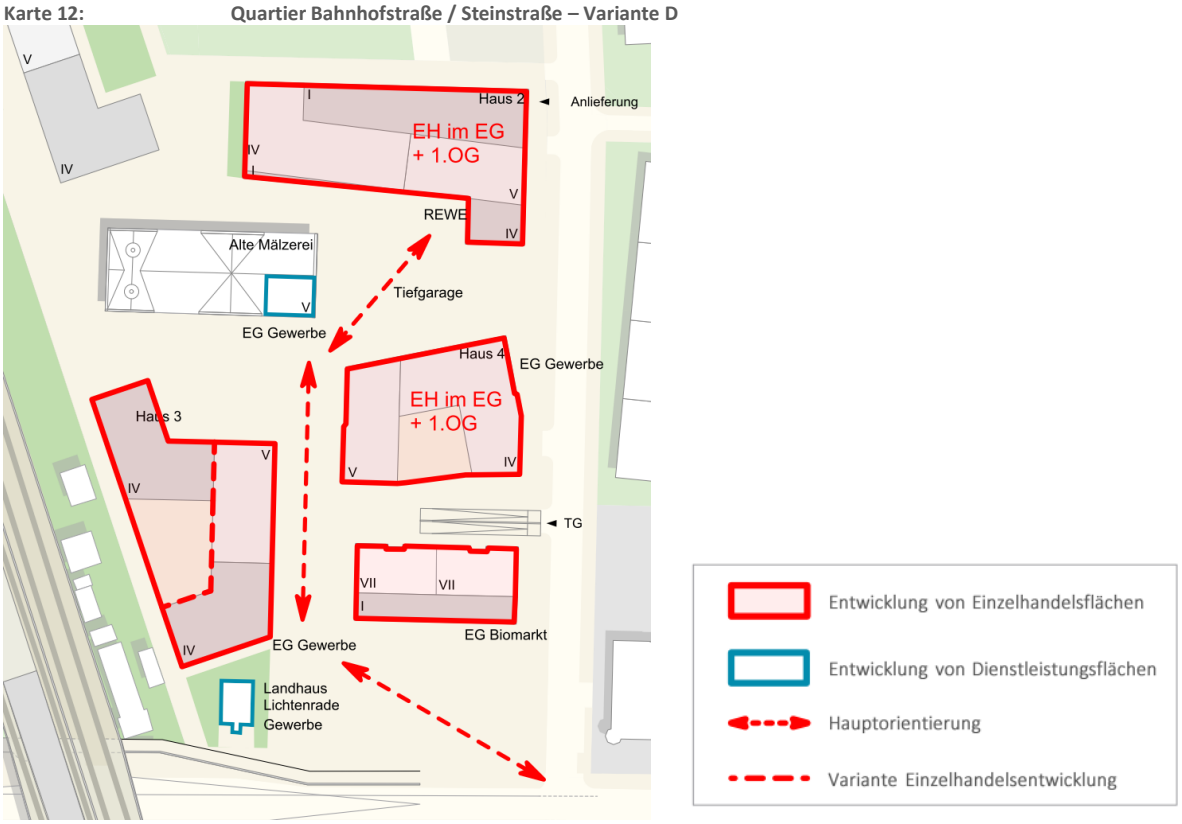
- Die geplanten Entwicklungen im Quartier gemäß dieser Variante lassen - aus Einzelhandelssicht – eine bessere Funktionalität und Anbindung an das übrige Stadtteilzentrum erwarten.
- Die Handelsnutzung im rückwärtigen Bereich des Hauses 3 ist erschwert (Andienung, Wahrnehmbarkeit). Eine Orientierung zur Fußgängerzone ist erforderlich!
- Die Nutzungen bieten über eine neue Fußgängerzone, ggf. mit einem kleinen städtischen Platz, eine bessere funktionale Verbindung im Vergleich zu den Varianten A und B.
- Diese Variante bietet unter Nutzung der umfangreichen, bestehenden Potenziale im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße einen **deutlichen und angemessenen Impuls für das Stadtteilzentrum.**

Variante D

Zur Erweiterung des Einzelhandelsangebots werden in dieser Variante zusätzliche Verkaufsflächen in den Obergeschossen angeboten.

- mögliche Gesamtverkaufsfläche im Quartier bis zu maximal ca. 7.100 m² (mit Vollunterlagerung Haus 3)
- Verkaufsflächenzuwachs gegenüber Bestand im Quartier bzw. Stadtteilzentrum: ca. 5.850 m².
- Rewe Neubau (1.800 m² Verkaufsfläche, Erdgeschoss) als großflächiger Anker
- Biomarkt Neubau (Verkaufsfläche 800 m², Erdgeschoss) als zusätzlicher Quartiersnahversorger zur Bahnhofstraße orientiert
- weiterer Magnet, z.B. Drogeriemarkt (Neuansiedlung oder Verlagerung/Erweiterung) / zentrenrelevantes Angebot als Unterlagerung Haus 4 (Erdgeschoss)
- weiterer Einzelhandel als Unterlagerung Haus 3, auch als Teilunterlagerung realisierbar sowie im OG (Haus 2+4)

Karte 12: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Variante D



Quelle: eigene Darstellung

Wertung aus Einzelhandelssicht:

- Für die Standorte im Untersuchungsraum (vgl. dazu Kapitel 3) ergeben sich geringe rechnerische Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in einer Größenordnung < 3 % bzw. < 0,3 Mio. Euro. Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist voraussichtlich nicht zu erwarten.
- Hinsichtlich der Ansiedlung eines Drogeriemarktes im Quartier ist festzuhalten, dass dadurch ein Markt in einer modernen und zeitgemäßen Größenordnung entstehen könnte. Bei einer Neuansiedlung (zusätzliche Ansiedlung zum Bestand) ist voraussichtlich eine Wettbewerbsverschärfung innerhalb Stadtteilzentrum zu erwarten, welche sich auf die eigentliche Funktion des zentralen Versorgungsbereiches nicht negativ auswirken wird.
- Diese Variante dient der Schaffung eines Zentrenbausteins mit hohen Einzelhandelsdichten und großflächigen Anbietern.
- Die zentrenrelevanten Nutzungen, insbesondere auch der Einzelhandel weisen - im Vergleich zu Variante A und B - über die neue Fußgängerzone eine bessere innere Verbindung wie auch Anbindung an die Bahnhofstraße auf.
- Die Handelsnutzung im rückwärtigen Bereich des Hauses 3 ist erschwert (Andienung, Wahrnehmbarkeit). Eine Orientierung zur Fußgängerzone ist erforderlich!
- Einzelhandelsnutzung im Obergeschoss ist im Hinblick auf eine künftige Vermietbarkeit sowie Akzeptanz durch Kunden kritisch zu sehen. Tendenziell ist daher eher eine Nutzung durch Dienstleister (z.B. Büros, soziale Einrichtungen) in den Obergeschossen zu empfehlen. Dieser Aspekt schränkt die maximal zu erwartenden Gesamtverkaufsfläche im Quartier ein.
- Diese Variante bietet unter Nutzung der umfangreichen, bestehenden Potenziale im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße einen **starker Impuls für das Stadtteilzentrum, jedoch ist eine umfassende Umsetzung und Funktionalität risikobehaftet.**

7 Fazit und Empfehlung

Ziel der künftigen Entwicklungen im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße ist es, das Stadtteilzentrum in seiner Funktion zu sichern und zu stärken, es qualitativ aufzuwerten und zu einem attraktiven Treffpunkt für die Lichtenrader Bevölkerung zu entwickeln. In diesem Sinne soll das Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße sowohl zur Ansiedlung von zusätzlichem Einzelhandel dienen, als auch zur Unterbringung ergänzender Nutzungen (insbesondere aus den Bereichen Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit, Kultur).

Hinsichtlich der Entwicklungsvarianten für das Quartier Bahnhofstraße sind bezüglich einzelhandelsrelevanter Entwicklungen die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Eckdaten festzuhalten. Dabei ist für den Lebensmittelsupermarkt eine Verkaufsfläche von 1.800 m² und für den Biomarkt eine Verkaufsfläche von 800 m² zugrunde gelegt worden. Der Verkaufsflächenzuwachs bezieht sich auf die Differenz zwischen Neuansiedlungspotenzialen abzüglich des Bestandes (im Quartier bzw. Stadtteilzentrum). Die zentrenrelevanten Sortimente können sich aus den Bausteinen des Flächenpools (Tabelle 17) zusammensetzen. Aufgrund des Verkaufsflächenzuwachses in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (1.350 m²) ergeben sich für alle untersuchte Standorten (vgl. dazu Kapitel 3) Umsatzumverteilungen < 3 % bzw. < 0,3 Mio. Euro. Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist damit nicht zu erwarten. Auch sind für die übrigen zentrenrelevanten Verkaufsflächen gemäß Flächenpool keine negativen städtebaulichen Auswirkungen im Untersuchungsraum zu erwarten. Dies liegt nicht zuletzt auch darin begründet, dass die umgebenden Versorgungsstrukturen vor allem auf die Grundversorgung ausgerichtet sind, so dass zentrenrelevante Sortimente teilweise in sehr geringem Maße oder auch nur als Randsortimente angeboten werden und damit keine funktionstragende Rolle spielen.

Tabelle 16: Einzelhandelsspezifische Eckdaten der Varianten

Warengruppe	Variante A	Variante B	Variante C	Variante D
Gesamtverkaufsfläche in m²	2.600	3.600	5.200	7.100
Verkaufsflächenzuwachs in m²	1.350	2.350	3.950	5.850
Anteil Zuwachs an Verkaufsfläche im Stadtteilzentrum	12 %	22 %	36 %	54 %
Einzelhandelsbausteine	Supermarkt, Biomarkt	Supermarkt, Biomarkt, 1.000 m² zentrenrel. Sortimente	Supermarkt, Biomarkt, 2.600 m² zentrenrel. Sortimente	Supermarkt, Biomarkt, 4.500 m² zentrenrel. Sortimente

Quelle: eigene Darstellung

Tabelle 17: **Rechnerische Verkaufsflächenpotenziale (Variante 1) für das Stadtteilzentrum Lichtenrade und möglicher Flächenpool für Verkaufsflächenzuwachs im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße auf Basis Variante D**

Warengruppe	Bestand STZ Bahnhofstraße	zusätzliche Verkaufsflächen-potenziale Variante 1	Flächenpool Quartier Bahnhofstr./ Steinstr.
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	4.800	2.900	1.350
Drogerie / Parfümerie, Apotheken, medizinische u. orthopäd. Artikel	1.600	-	700
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	600	200	1.100
Zentren- und nahversorgungsrel. Sortimente	7.000	3.100	
Zoo- / Heimtierbedarf	100	300	300
Blumen / Topfpflanzen (indoor)	200	400	400
Bekleidung	1.300	2.100	2.100
Schuhe / Lederwaren	300	500	500
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	600	100	100
Spielwaren, Musikinstrumente / Musikalien	100	900	900
Sportartikel, Fahrräder, Camping	<100	700	700
Bettwaren, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	400	600	600
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	100	200	200
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	200	700	700
Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Foto, Optik	482	600	600
Zentrenrelevante Sortimente	3.800	7.100	

Quelle: eigene Berechnung

Abschließend ist zu betonen, dass zur Stärkung der zugedachten Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums aus Einzelhandelssicht eine deutliche Verkaufsflächenentwicklung sinnvoll und notwendig ist. Hinsichtlich der Entwicklungsvarianten ist festzuhalten:

- Variante A bietet nur unzureichende Impulse.
- Variante D weist zwar die höchste Verkaufsfläche bzw. den höchsten Zuwachs auf, dabei wurden jedoch auch Obergeschosse hinsichtlich einer Einzelhandelsnutzung einbezogen. Eine Vermarktbarkeit dieser Flächen bzw. Annahme von Kundenseite ist umsetzungsorientiert sehr kritisch zu sehen.
- Varianten B+C bieten quantitative Potenziale zur Entwicklung des Stadtteilzentrums und sind daher aus Einzelhandelssicht grundsätzlich zu empfehlen, wobei Variante C aufgrund quantitativer wie auch städtebaulicher Merkmale zu bevorzugen ist. Während das Potenzial in Variante B vergleichsweise mäßig ausfällt, ist es in Variante C der Versorgungsaufgabe eines Stadtteilzentrums eher angemessen. Unterschiede dieser Varianten zeigen sich neben der quantitativen Ausprägung der Verkaufsflächen vor allem in der Anlage der Lauflage im Quartier. Aus städtebaulicher Sicht ist Variante C, mit der Schaffung einer neuen Fußgängerzone (Lauflage) als Verknüpfung des Quartiers bzw. der Alten Mälzerei mit der Bahnhofstraße zu bevorzugen.

8 Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1: Zu- und Abnahmen der Bevölkerung / Jahr in Prozent 33

Abbildung 2: Verkaufsflächen nach Warengruppen im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße 38

Abbildung 3: Altersstruktur der befragten Personen 43

Abbildung 4: Haushaltsgrößen 43

Abbildung 5: Wie häufig besuchen Sie die Bahnhofstraße? 43

Abbildung 6: Besuchshäufigkeit des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade im Vergleich zu Ergebnissen der Studie Vitale Innenstädte 44

Abbildung 7: Aus welchem Grund suchen Sie die Bahnhofstraße auf? 44

Abbildung 8: Mit welchem Verkehrsmittel reisen Sie dazu in der Regel an? 45

Abbildung 9: Verkehrsmittelwahl beim Aufsuchen des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade im Vergleich zu Ergebnissen der Studie Vitale Innenstädte 45

Abbildung 10: Für zukünftige Planungen interessiert uns besonders, wo Sie verschiedene Artikel hauptsächlich besorgen 46

Abbildung 11: Gibt es Waren, die Sie nicht in der Bahnhofstraße einkaufen? Wenn ja, welche sind das und aus welchen Gründen kaufen Sie diese nicht in der Bahnhofstraße? 47

Abbildung 12: Über die Angebote in der Bahnhofstraße gibt es ja verschiedene Meinungen. Wie schätzen Sie diese nach Schulnoten 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) ein? 48

Abbildung 13: Benotung Attraktivitätsfaktoren des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade im Vergleich zu Ergebnissen der Studie Vitale Innenstädte 49

Abbildung 14: Wodurch könnte die Bahnhofstraße für Sie und Ihre Familie attraktiver werden? 49

Abbildung 15: Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an die Bahnhofstraße denken? 50

Abbildung 16: In der Bahnhofstraße stehen große Umbaumaßnahmen an. Geben Sie uns bitte eine kurze Einschätzung, wie Sie dazu stehen? 50

Karten

Karte 1: Untersuchungsraum 17

Karte 2: Lage der zentralen Versorgungsbereiche und ergänzenden Standorte mit untersuchungsrelevantem Angebot im Untersuchungsraum 25

Karte 3: Standortstruktur im Bezirk Tempelhof-Schöneberg - Konzept 30

Karte 4: Lage des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße Lichtenrade 32

Karte 5: Nutzungsstruktur im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße 36

Karte 6: Flächen mit Entwicklungspotenzialen im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße 56

Karte 7: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße - Bestandssituation 57

Karte 8: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Planung Variante 10 Beschluss Bezirk 58

Karte 9: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Variante A 60

Karte 10: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Variante B 61

Karte 11: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Variante C 62

Karte 12: Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße – Variante D 63

Tabellen

Tabelle 1: Erhebungssystematik gemäß Handbuch Einzelhandelserhebung Berlin 11

Tabelle 2: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum (Teilraum Berlin) 19

Tabelle 3: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum (Teilraum Brandenburg) 20

Tabelle 4: Verkaufsflächen im Untersuchungsraum relevanter nahversorgungs- und zentrenrelevanter Warengruppen (gerundete Angaben in m²) 22

Tabelle 5: Geschätzte Umsätze im Untersuchungsraum relevanter nahversorgungs- und zentrenrelevanter Warengruppen (gerundete Angaben in Mio. Euro) 23

Tabelle 6: Verkaufsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m²) 26

Tabelle 7: Geschätzte Umsätze in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro) 28

Tabelle 8: Bevölkerung im Bezirk Tempelhof-Schöneberg und im Prognoseraum Lichtenrade 2007-2017 32

Tabelle 9: Entwicklung der Altersstruktur im Prognoseraum Lichtenrade 33

Tabelle 10: Entwicklung der Altersstruktur im Bezirk Tempelhof-Schöneberg 34

Tabelle 11: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Prognoseraum Lichtenrade 34

Tabelle 12: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe im Stadtteilzentrum Bahnhofstraße 37

Tabelle 13: Verkaufsflächen im Prognoseraum und im Stadtteilzentrum (STZ) Bahnhofstraße 39

Tabelle 14: Einzelhandelsrelevante Zentralität des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße im Prognoseraum 41

Tabelle 15: Rechnerische Verkaufsflächenpotenziale für das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße Lichtenrade 54

Tabelle 16: Einzelhandelsspezifische Eckdaten der Varianten 65

Tabelle 16: Rechnerische Verkaufsflächenpotenziale (Variante 1) für das Stadtteilzentrum Lichtenrade und möglicher Flächenpool für Verkaufsflächenzuwachs im Quartier Bahnhofstraße / Steinstraße auf Basis Variante D 66

9 Anhang

Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung

Bereits in einer Vielzahl von gutachterlichen Stellungnahmen und gerichtlichen Urteilen zu Einzelhandelsansiedlungsvorhaben basierte die Einordnung und Bewertung des zumutbaren Kaufkraftabzuges auf der sog. „10 %-Marke“[18]. Dabei wird vermutet, dass eine von Einzelhandelsgroßvorhaben in den benachbarten Gemeinden bzw. Standorten erzeugte Umsatzumverteilung von nicht mehr als 10 % zu Lasten des zentrenorientierten Einzelhandels keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO erwirkt; folglich sind die Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs lediglich absatzwirtschaftlicher, nicht jedoch städtebaulicher Art.

So begrüßenswert der Rückgriff auf eine derart quantitative und augenscheinlich auch operationalisierbare Messgröße sein mag, so kritisch ist

- die fachwissenschaftliche Herleitung der 10 %-Marke und
- die per se erfolgte Anwendung der 10 %-Marke, ohne angemessen die raumordnerischen und städtebaulichen Gegebenheiten und Spezifika zu berücksichtigen und in die Bewertung einzustellen.

Zur fachwissenschaftlichen Herleitung der „10 %-Marke“:

- Der Grenzwert von 10 % basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie[19]: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m² Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 m² Verkaufsfläche auf ihre raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen untersucht worden. Aus den gesammelten Ergebnissen wurde eine Querschnittsauswertung vorgenommen, als deren Resultat ein „Wirkungsgefüge bei der Ansiedlung eines dezentralen Einzelhandelsbetriebes“ und eine Übersicht zu „Grenzwerten der Umsatzumverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben in der jeweiligen Standortgemeinde“ erstellt wurde[20].
- Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10 % und 20 % Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfung zu verifizieren, also nicht ohne weiteres pauschal zu übertragen sind.
- Fachwissenschaftlich ist die 10 %-Marke oder auch Erheblichkeitsgrenze, ab derer erhebliche städtebauliche Auswirkungen wahrscheinlich werden, somit nicht pauschal anwendbar.
- Vielmehr ist für die von Einzelhandelsgroßvorhaben potenziell ausgehenden Implikationen nach den „Worst-Case-Fällen“ zu urteilen, so dass auch bei **nicht-Erreichen von 10 % Umsatzumverteilung** zu Lasten einer Innenstadt / eines Stadtkerns negative städtebauliche Auswirkungen erfolgen können.[21]
- Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass **Umsatzumverteilungen von über 10 %** – wenn aus den wettbewerblichen Auswirkungen im entsprechenden Einzelfall (zentraler Versorgungsbereich) keine gravierenden Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen resultieren – städtebaulich verträglich sein können. In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage des „Umschlagens“ von Umsatzumverteilungen (wett-

[18] vgl. z.B.: Schmitz, Holger / Federwisch, Christof, Einzelhandel und Planungsrecht, Berlin 2005, Rz. 361-365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger; Factory Outlet Center in der Rechtsprechung - Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S. 1100-1113; OVG Münster (zu CentrO Oberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

[19] vgl. GMA; Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg 1997, S. 41

[20] vgl. GMA; A.a.O., Ludwigsburg 1997, S. 34 und 36

[21] vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

bewerbliche Auswirkungen) in städtebaulich negative (strukturelle) Auswirkungen mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Die Bandbreite der Werte reicht von 10 %[22], über 10 % bis 20 %[23] bis hin zu etwa 30 %[24].

- Auch vor dem Hintergrund der seit mehr als einem Jahrzehnt andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im Einzelhandel ist die 10 %-Schwelle kritisch zu sehen. So können angesichts der nur geringen Gewinnmargen in vielen Warengruppen auch schon deutlich geringere Umsatzumverteilungen gravierende Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen besitzen.[25]

Somit ist die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Planvorhaben immer auch aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener zentraler Versorgungsbereiche und der wirtschaftlichen Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter abzuleiten. Diese müssen ebenfalls Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung sein. Diese Pflicht geht nicht zuletzt auf die – vom Bundesverwaltungsgericht in ihrem Inhalt bestätigten – CentrO-Urteile des OVG Münster[26] zurück. Nach den CentrO-Urteilen ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass

- der *gewichtige Schwellenwert* bei 10 % Umsatzverlust liegt (Regelfall), jedoch
- die Beurteilung offen bleibt, ob ein Schwellenwert von 10 % für alle Fallkonstellationen gelten kann und mit welcher Maßgabe bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinde zu berücksichtigen ist.

Der gewichtige Schwellenwert ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der Nachbarkommunen ermittelt werden kann, somit nicht identisch mit der Zumutbarkeitsschwelle. Das Erreichen des gewichtigen Schwellenwertes ist Anlass, den Kaufkraftabfluss in die Abwägung bei der Planung als Belang einzustellen und zu bewerten, denn „Überschritten ist die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlag von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht".[27]

Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist demnach bei der abschließenden Beurteilung städtebaulich und versorgungsstrukturell negativer Implikationen allein nicht ausreichend. Auch ist die 10 %-Marke der Umsatzumverteilung in diesem Zusammenhang nicht als „Demarkationslinie" zu sehen, sondern es sind die konkreten Angebotsstrukturen und Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.

Eine fachlich fundierte und auch rechtssichere Bewertung ist erst möglich, wenn man neben dieser rein quantitativen Betrachtung die konkreten städtebaulichen Gegebenheiten und Ausgangsbedingungen ebenso mit in die gutachterlichen Bewertungen einstellt wie die ggf. planerisch und / oder politisch motivierten bzw. beschlossenen Entwicklungsperspektiven der von dem Vorhaben perspektivisch betroffenen Standorte / Standortbereiche / zentralen Versorgungsbereiche.

Eine **städtebaulich relevante Umsatzumverteilung** liegt z.B. dann vor, wenn durch Geschäftsaufgaben die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist[28] bzw. Ladenleerstände zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zu Niveauabsenkung und damit zu einer **Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit** des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt.[29]

---

22 vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

23 vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62

24 vgl. OVG Weimar, Urt. V 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

25 Vgl. z. B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29 ff

26 Vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „CentrO-Urteil"

27 ebenda

28 vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

29 vgl. u.a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

Ein einschlägiges Urteil des Bundesverwaltungsgerichts interpretiert den in diesem Zusammenhang verwendeten Begriff der „**Funktionsstörung**“ eines zentralen Versorgungsbereiches als Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substanzieller Weise wahrnehmen kann.[30] Hierbei ist zu berücksichtigen, dass nach aktueller obergerichtlicher Rechtsprechung auch des OVG NRW schädliche / negative Auswirkungen – ausgelöst durch ein Vorhaben, welches selbst innerhalb des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs liegt (sog. „Selbstschädigung“) – nicht stattfinden kann und somit auch nicht relevant ist.

[30] BverwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007