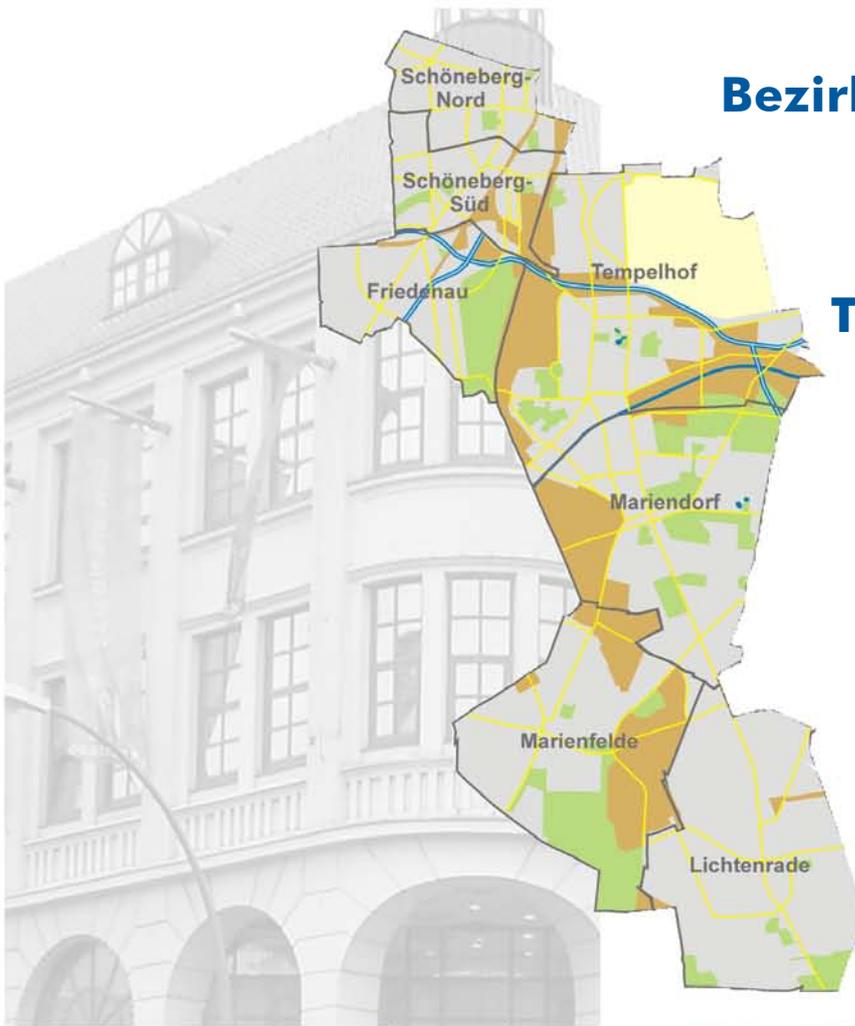


Bezirkliches Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg von Berlin

-Zusammenfassung-



Im Auftrag des Bezirksamtes
Tempelhof-Schöneberg von Berlin

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Telefon 02 31. 55 78 58-0 Fax 02 31. 55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Stand: 7. Oktober 2009

Anlage zu den Beschlüssen
des Bezirksamtes Tempelhof-Schöneberg von Berlin
vom 20. Oktober 2009 und der Bezirksverordnetenversammlung
Tempelhof-Schöneberg von Berlin vom 17. Februar 2010

Inhalt

1	Ausgangssituation und Ziel der Untersuchung	3
2	Gesamtbezirkliche Analyseergebnisse.....	4
3	Zukünftige ökonomische Rahmenbedingungen für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Tempelhof-Schöneberg	6
4	Strategische Bausteine im Rahmen des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts.....	8
4.1	Ziele und Leitlinien zur zukünftigen Entwicklung des Einzelhandels und der Zentren im Bezirk Tempelhof-Schöneberg	8
4.2	Zukünftiges räumliches Zentrenmodell	10
4.3	Berliner Sortimentsliste	14
4.4	Grundsätze zur zukünftigen Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels und der Zentren im Bezirk Tempelhof-Schöneberg	15
	Anhang	18

1 Ausgangssituation und Ziel der Untersuchung

In Berlin wurde mit dem am 22.03.2005 durch den Senat beschlossenen Stadtentwicklungsplan Zentren 2020 ein gesamtstädtisches Steuerungsinstrument für die Entwicklung der Berliner Zentren und insbesondere des dortigen Einzelhandels geschaffen. Da der Stadtentwicklungsplan mit seiner gesamtstädtischen Ausrichtung im wesentlichen übergeordnete Aussagen trifft und dadurch eine detaillierte auf die Bezirke heruntergebrochene Steuerung gar nicht möglich ist, wurden die Bezirke aufgefordert, bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzepte zu erstellen. In den Zentren- und Einzelhandelskonzepten legen die Bezirke in Abstimmung mit den betroffenen Senatsverwaltungen und auf Basis des STEP Zentren 2020 ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest. Ein (bezirkliches) Einzelhandels- und Zentrenkonzept bietet Vorteile und dabei nicht zuletzt Planungssicherheit für alle beteiligten Akteure (Politik, Verwaltung, Investoren), da es in Stadtentwicklungsprozessen eine wichtige Diskussions- und Entscheidungsgrundlage sowie Dokumentation des politischen Willens und Handelns darstellt.

Darüber hinaus sind bezirkliche Zentrenkonzepte als sonstige städtebauliche Planungen im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Bauleitplanung zu berücksichtigen. Sie können bei der Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche nach §§ 2 Abs. 2 und 34 Abs. 3 BauGB maßgeblich herangezogen werden.

Im Oktober 2006 wurde das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund mit der Erarbeitung der ersten beiden Phasen des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg beauftragt. Im Juli 2007 erfolgte der Auftrag für die im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erforderliche abschließende Konzeptphase 3, die zusammen mit den Phasen 1 und 2 das Grundlagengutachten für ein von der Politik zu beschließendes bezirkliches Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg darstellt.¹

Die wesentlichen gesamtbezirklichen Analyseergebnisse sowie konzeptionellen Aussagen werden in dieser Zusammenfassung des Endberichtes dargestellt.

¹ Phase 1: flächendeckende Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 500 m² (November 2006). Phase 2: Bestandsanalyse des bezirklichen Einzelhandels, Hierarchisierung der Zentrenstruktur, Abgrenzungsvorschläge der zentralen Versorgungsbereiche. Phase 3: Bewertung der untersuchungsrelevanten Nachfragesituation, Ermittlung der zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung, Darstellung der Ziele und Leitlinien zur zukünftigen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels und der Zentren, räumliches hierarchisch gegliedertes Zentrenmodell.

2 Gesamtbezirkliche Analyseergebnisse

Da im Rahmen der Einzelhandelserhebung lediglich Betriebe ab einer Verkaufsfläche von 500 m² erhoben worden sind, wurde die bezirkliche nach Branchen und Prognoseräumen differenzierte Gesamtverkaufsfläche für eine aussagekräftige Analyse der Angebots- und Nachfragesituation anhand einer modellartigen Hochrechnung² ermittelt.

Tabelle 1: Kennwerte des Einzelhandels im Bezirk Tempelhof-Schöneberg

	Schöne- berg- Nord	Schöne- berg- Süd	Friede- nau	Tem- pelhof	Marien- dorf	Marien- felde	Lichten- rade	Bezirk Gesamt
Verkaufsfläche in m ² (gerundet) 2006	120.000	42.600	66.500	137.300	41.900	52.200	24.900	485.000
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro / Jahr	235,1	229,9	222,1	275,4	251,3	151,5	269,6	1.634,9
Einzelhandelszentralität	2,45	0,70	0,68	1,46	0,50	0,97	0,38	1,02
Einzelhandelsrelevanter Umsatz in Mio. Euro	576,6	159,9	152,1	401,4	124,7	146,3	102,9	1.666,4
Verkaufsfläche in m ² / Einwohner*	2,48	0,89	1,53	2,42	0,85	1,72	0,50	1,49

Quelle: Eigene Berechnung. *Bundesdurchschnitt: 1,4 m²

Im Bezirk Tempelhof-Schöneberg

- existieren hochgerechnet **etwa 2.000 Einzelhandelsbetriebe**
- entfallen mit ca. 354.000 m² Verkaufsfläche rund 73 % der Verkaufsfläche alleine auf Einzelhandelsbetriebe ab 500 m², die lediglich einen Anteil von rd. 7 % an allen bezirklichen Einzelhandelsbetrieben aufweisen
- befinden sich mit rund 183.000 m² etwa **38 % der Verkaufsflächen innerhalb zentraler Versorgungsbereiche** (außerhalb der Zentren ca. 302.000 m² ; ~62 %)
- sind 53 (~38 %) der erhobenen 140 Einzelhandelsbetriebe ab 500 m² Verkaufsfläche innerhalb sowie 87 Einzelhandelsbetriebe (ca. 62 %) außerhalb der Zentren verortet
- liegt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial** im Jahr 2007 bei etwa **1,635 Mrd. Euro**, wovon auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 640 Mio. Euro bzw. 39,2 % der höchste Anteil entfällt
- ergab die Ermittlung der aktuellen **Umsätze des Einzelhandels** in ein Gesamtvolumen von rund **1,66 Mrd. Euro im Jahr 2007**
- wird bei einer Gegenüberstellung des ermittelten Umsatzes im Verhältnis zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial ein „**Zentralitätswert**“ von **1,02** über alle Hauptbranchen erreicht

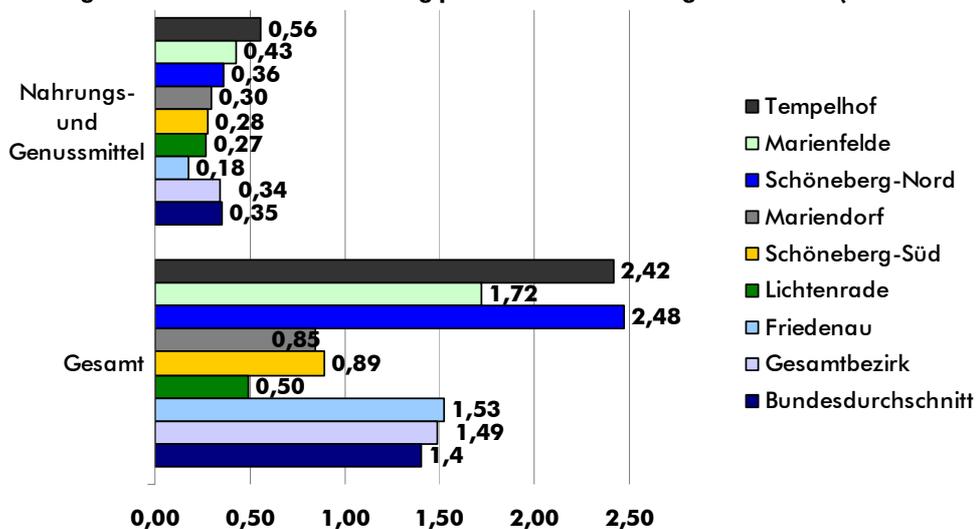
Betrachtet man die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner zeigen sich starke Unterschiede zwischen den Prognoseräumen³. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung des Ge-

² Berechnet wurden hierbei die Verkaufsflächen der Betriebsgrößen unterhalb einer Verkaufsfläche von 500 m² anhand von Vergleichsstädten und unter Hinzunahme der erhobenen Anzahl der Betriebe unter 500 m² in den abgegrenzten Versorgungsbereichen.

³ Ergebnisse auf Ebene der Prognoseräume s. Anhang

samtbezirkes liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (NuG) mit 0,34 m² je Ew. im Rahmen des Bundesdurchschnitts (0,3-0,4 m² je Ew.).

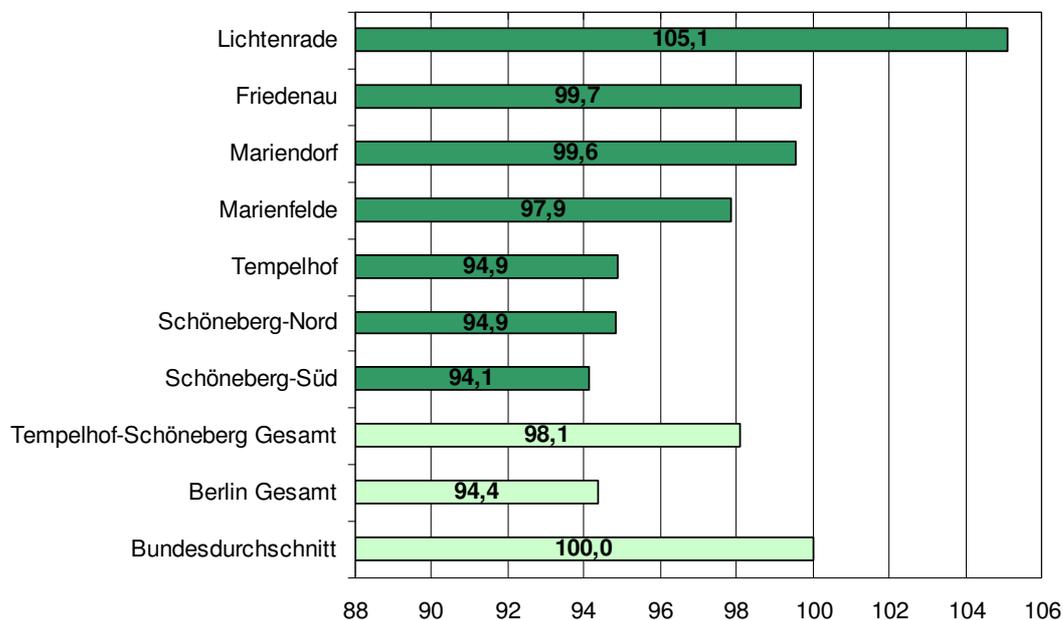
Abbildung 1: Verkaufsflächenausstattung je Einwohner nach Prognoserräumen (Hochrechnung)



Quelle: Eigene Berechnung

Wie schon bei der Verkaufsflächenausstattung existieren innerhalb des Bezirkes zwischen den sieben Prognoserräumen auch bei der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft große Unterschiede (94,1 bis 105,1 mit leichtem „Süd-Nord-Gefälle“). Dennoch liegt der Bezirk Tempelhof-Schöneberg mit 98,1 im gesamtstädtischen Vergleich über dem Durchschnitt von 94,4.

Abbildung 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2007 (hochgerechnet)



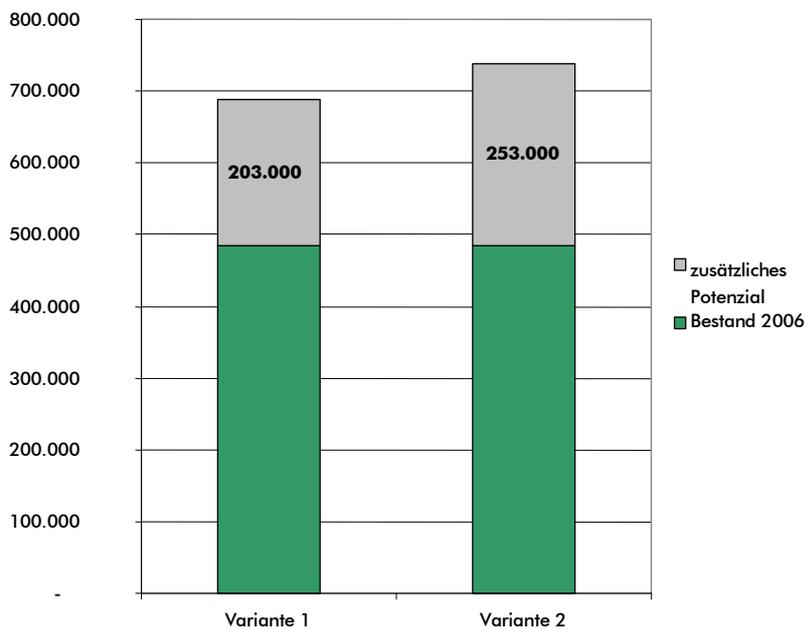
Quelle: Eigene Darstellung. Eigene Berechnung auf Grundlage der BBE

3 Zukünftige ökonomische Rahmenbedingungen für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Tempelhof-Schöneberg

Basierend auf den ermittelten Ausgangsdaten werden unter Berücksichtigung der zukünftigen Veränderungen entwicklungsbestimmender Faktoren (u.a. Kaufkraftverhalten und -volumen, Bevölkerungsentwicklung, Umsatzentwicklung) für den Prognosehorizont 2017 die zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen für den bezirklichen Einzelhandel dargestellt.

Die Werte der Verkaufsflächenpotenziale stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Einzelhandelsentwicklung, sondern **Orientierungsgrößen** bis zum Zeitraum 2017 in 2 Varianten dar.⁴

Abbildung 3: Rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial in Tempelhof-Schöneberg bis 2017



Quelle: Eigene Darstellung. Eigene Berechnung

- Variante 1 bis 2017 möglicher Entwicklungsspielraum von rd. 200.000 m², Variante 2 rechnerischer Entwicklungsspielraum von rd. 250.000 m²
- in vielen Prognoseräumen und Warengruppen **ist weitestgehend ein Erreichen des quantitativen Verkaufsflächenwachstums** zu konstatieren bzw. sind die quantitativen Grenzen bereits überschritten
- auf der anderen Seite zeigen sich **in einzelnen Warengruppen und Prognoseräumen** noch zusätzliche Verkaufsflächenspielräume, die im Vergleich zu den Überhängen sogar leicht darüber liegen. Für die einzelnen Warengruppen ergeben sich in einzelnen Prognoseräumen zusätzliche Verkaufsflächenspielräume von insgesamt ca.:

⁴ Berechnungsfaktoren u.a.: gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation, Bevölkerungsentwicklung, Haushaltseinkommen, Umsatzentwicklung, Kaufkraftentwicklung und einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, Zentralitäten (branchenspezifisch sowie auf Ebene der Prognoseräume und des Gesamtbezirkes), natürliche Verkaufsflächenentwicklung, Flächenproduktivitäten. Variante 1: gemäßigte an die heutige Situation angepasste Entwicklung. Variante 2: höhere Kaufkraftbindungsquote bzw. Zentralität insbesondere durch Kaufkraftzuflüsse von Bereichen außerhalb des Bezirkes.

Warengruppe	Flächenpotenziale bis 2017 bis zu ... m ²
Nahrungs- und Genussmittel	28.500
Blumen / Zoo	6.000
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	5.700
Schreibwaren / Papier / Bücher	6.200
<i>überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	46.100
Bekleidung / Wäsche	16.500–22.000
Schuhe / Lederwaren	4.500–6.000
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	700–1.300
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	7.700 – 9.800
Sportartikel / Fahrräder / Camping	2.500 – 4.000
<i>überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	31.900 – 43.100
Wohneinrichtungsbedarf	9.400 – 12.000
Möbel	35.000–44.000
Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	6.700 – 8.600
Unterhaltungselektronik / PC / Telekommunikation / Foto und Zubehör	6.600 – 8.500
medizinische und orthopädische Artikel	2.900 – 4.000
Uhren / Schmuck	–
Bau- und Gartenmarktsortimente	64.000 – 86.000
<i>überwiegend langfristiger Bedarf</i>	124.900 – 164.100
Summe	203.000 - 253.000

Dies bedeutet für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg, dass...

- in den Warengruppen des kurz- und mittelfristigen Bedarfs unter Berücksichtigung der Eröffnung des „Schloßstraßen-Centers“ (~12.500 m²) einer Realisierung „Rathaus-Galerie“ (~15.000 m²) und „Hafen Tempelhof“ (~19.500 m²) Potenziale weitestgehend „aufgebraucht“ sind,
- somit neue Angebote und Verkaufsflächen in den meisten Warengruppen weitgehend nur durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind,
- im Extremfall ruinöser Wettbewerb mit städtebaulich negativen Folgen durch Leerstände eintritt,
- weniger ein quantitativer Ausbau als vielmehr die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation in und zwischen den Prognoseräumen sowie eine klare Positionierung der Standorte der Schwerpunkt der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Tempelhof-Schöneberg sein muss,
- mit Blick auf das Potenzial im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine klare Steuerung dieser Potenziale auf die unter nahversorgungsrelevanten Gesichtspunkten sinnvollen Standorte – also in erster Linie auf die zentralen Versorgungsbereiche – angestrebt werden sollte.

Bei der räumlichen Verteilung der gesamtbezirklichen Entwicklungsspielräume ist bei zukünftigen Bebauungsplänen die Zielsetzung einer Funktionsstärkung der Zentren und der Verbesserung der Nahversorgung zu berücksichtigen. Entsprechend dieser Zielsetzung sollte mit den Instrumenten der Bauleitplanung an nicht integrierten Standorten künftig kein Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten mehr zugelassen werden, um die Sicherung und Entwicklung des Einzelhandels in den Zentren zu ermöglichen.⁵

⁵ (vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Ausführungsvorschriften zum Aufbau und Inhalt bezirklicher Einzelhandels- und Zentrenkonzepte (AV Zentrenkonzepte) vom 28. August 2009 (Punkt 3.2)).

4 Strategische Bausteine im Rahmen des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Voraussetzung für das Konzept zur zukünftigen räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung des Gesamtbezirkes, der zentralen Versorgungsgebiete sowie weiterer (solitärer) Nahversorgungs- und Sonderstandorte.

4.1 Ziele und Leitlinien zur zukünftigen Entwicklung des Einzelhandels und der Zentren im Bezirk Tempelhof-Schöneberg

Für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg lassen sich auf Basis des STEP Zentren 2020, des Orientierungsrahmens für bezirkliche Zentrenkonzepte, der bezirksspezifischen Analyseergebnisse (angebots- und nachfrageseitig) sowie der allgemeinen Entwicklungstrends folgende Ziele und Leitlinien formulieren.

Gemeinsame (bezirksübergreifende) Ziele zur Einzelhandelsentwicklung (Auswahl)⁶:

- Polyzentralität erhalten, vorhandene Zentren stärken
- Den Verkaufsflächenzuwachs an der hierarchisch gestuften Aufgabenteilung der Zentren orientieren
- Einzelhandelsentwicklungen an falschen Standorten vermeiden
- Fachmärkte vorrangig in zentralen Lagen ansiedeln
- Negative Auswirkungen von Fachmärkten an nicht integrierten Standorten auf benachbarte Zentren begrenzen
- Factory-Outlet-Center wie anderen großflächigen Einzelhandel beurteilen und maßstabgerecht in das Zentrengefüge einbinden
- Bei Waren des längerfristigen Bedarfs Ansiedlungsbegehren in zentralen Lagen bevorzugen
- Den Flächenzuwachs steuern
- Bestehende Zentren aufwerten
- Großflächigen Einzelhandel und Freizeitangebote integrieren
- Größe der Bau- und Gartenmärkte sowie Möbelhäuser begrenzen
- Umsetzung der Ziele koordinieren

Im Verlauf der vergangenen Jahre hat sich gezeigt, dass die Zielsetzungen für verschiedene Kommunen weitgehend identisch sind. Auch die gemeinsamen für alle bezirklichen Zentrenkonzepte geltenden Leitlinien des Orientierungsrahmens für bezirkliche Zentrenkonzepte formulieren diese fast allgemeingültigen Zielsetzungen als Oberziele, so dass sie dem planungsrechtlichen Konzept und den übrigen erarbeiteten Maßnahmenansätzen für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg zugrunde gelegt wurden:

⁶ vgl. STEP Zentren 2020, S. 18-20

Gemeinsame (bezirksübergreifende) Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung⁷:

- Sicherung (und Stärkung) einer flächendeckenden, verbrauchernahen Grund- und Nahversorgung für alle Bevölkerungsgruppen
- Erhaltung und Stärkung der städtischen Zentren
- Definition, Sicherung der Funktion sowie Ausbau zu attraktiven und multifunktionalen Zentrumsbereichen von Bezirkszentren (Haupt-, Stadtteil-, Ortsteil- und Nahversorgungszentren)
- Konzentration von Einzelhandels-Neuansiedlungen, kommunalen, kulturellen und gastronomischen Einrichtungen sowie Dienstleistungsanbietern auf bezirkliche Zentren
- Neuansiedlungen von Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern nur in Haupt-, Stadtteil- oder Ortsteilzentren
- Vorrangige Ansiedlung von Nahversorgungsangeboten innerhalb der abgegrenzten Zentrenbereiche (außerhalb nur, wenn Betrieb Sicherung der Nahversorgung dient [fußläufige Zuordnung 500 m-Radius Luftlinie] und keine schädlichen Auswirkungen auf benachbarte Zentren bestehen)
- Vermeidung von Neuansiedlungen von Nahversorgern an nicht-integrierten Standorten
- Einfügung neuer Einzelhandelsbetriebe in die städtebaulichen Strukturen des Umfeldes

Dennoch sollen/müssen die übergeordneten Leitlinien des Orientierungsrahmens durch lokale, auf die Problemlage in den einzelnen Berliner Bezirken bezogene Zielsetzungen ergänzt und präzisiert werden. Für Tempelhof-Schöneberg lassen sich ergänzend folgende Ziele formulieren:

bezirkliche Ziele zur Einzelhandelsentwicklung:

- Sicherung einer „nachhaltigen“ Bezirksentwicklung, d.h. langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen
- Definition und hierarchische Untergliederung von zentralen Versorgungsbereichen auf allen Ebenen (inkl. Nahversorgungszentren)
- Sicherung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte (inkl. Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels)
- Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe
- Konsequente Steuerung des zentren- bzw. nicht zentrenrelevanten Einzelhandels durch das bauleitplanerische Instrumentarium
- Aufgabenteilung / Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche durch vorhandene Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zentrenstruktur (zentrenverträgliche Sonderstandorte und Einzelbetriebe mit örtlicher Bedeutung)
- Verkürzung der Wege („Stadt der kurzen Wege“)

⁷ vgl. Leitlinien des Orientierungsrahmens für bezirkliche Zentrenkonzepte (4.2), S. 4

Es muss primär darum gehen, die gewachsenen Zentren (Zentrumsbereich, Haupt-, Stadtteil-, Ortsteil- und Nahversorgungszentren) in ihren Versorgungsfunktionen so zu stärken, dass sie nicht nur überleben, sondern ihrer gesamtstädtische, bezirklichen oder lokalen Bedeutung auch zukünftig uneingeschränkt gerecht werden können.

4.2 Zukünftiges räumliches Zentrenmodell

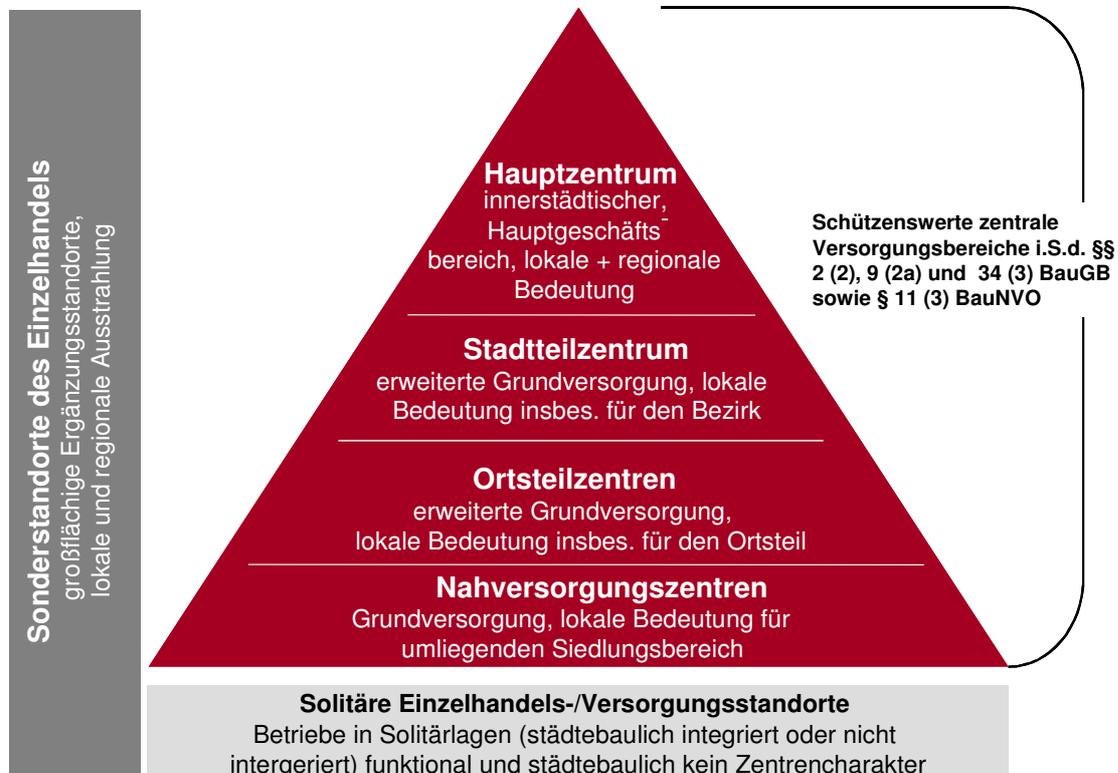
Die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels im Bezirk Tempelhof-Schöneberg sollte gewährleistet werden durch ein

- hierarchisch gestuftes Netz von
- funktionsfähigen Versorgungszentren mit
- Ergänzungsstandorten für zentrenverträgliche Betriebe örtlicher Bedeutung.

Ausgangspunkt für das zukünftige räumliche Zentrenmodell war das vorhandene und von der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung in der jüngeren Vergangenheit erarbeitete räumliche Zentrenkonzept im Rahmen des STEP Zentren 2020. Eine Einstufung der bestehenden Zentren nach Zentren Typen erfolgt in Anlehnung an den STEP Zentren 2020.⁸ Maßgeblich beeinflusst wird die Einstufung eines Zentrums danach durch

- quantitative Kriterien (z.B. Verkaufsflächenbestand bzw. Orientierungswerte zur Flächenausstattung, Branchenmix-Einzelhandel, Anzahl Dienstleister)
- qualitative Aspekte (z.B. Angebotsqualität, Einzelhandelsvertriebsformen, Ausstattung mit öffentlichen und kulturellen Einrichtungen, Dienstleistungs-, Freizeit- und Gastronomieangebot).

Abbildung 4: Modell Zentrenhierarchie Tempelhof-Schöneberg



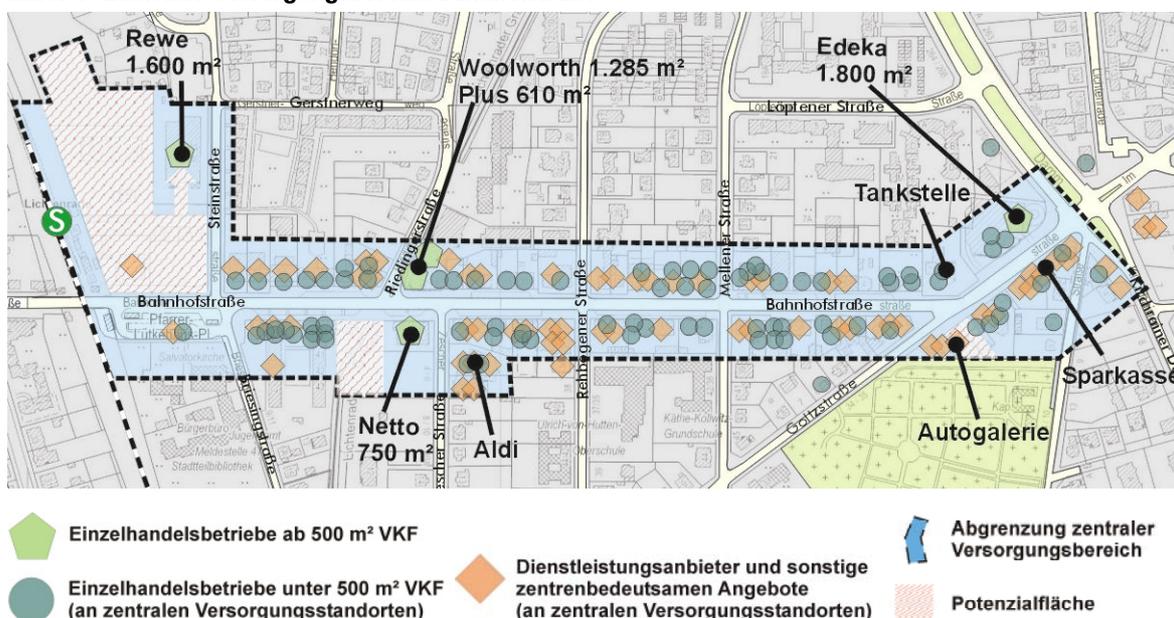
Quelle: Eigene Darstellung

⁸ vgl. Tabelle 5 im Anhang

Als Grundgerüst dient dabei die obige vierstufige Gliederung der Zentren, bei der die unterschiedlichen Zentrentypen (Haupt-, Stadtteil-, Ortsteil- und Nahversorgungszentrum) als **zentrale Versorgungsbereiche** eine wichtige Versorgungsfunktion im jeweiligen Prognoseraum, im Bezirk Tempelhof-Schöneberg und z.T. auch darüber hinaus in der Gesamtstadt Berlin übernehmen, so dass sie als **schützenswerte Bereiche**⁹ i.S.d. §§ 2 Abs. 2 und § 34 Abs. 3 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB (Novelle 2007) sowie § 11 Abs. 3 BauNVO einzustufen sind.

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiches erfolgte in enger Anlehnung an das STEP Zentren unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind dabei Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie), Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung -präsentation. Exemplarisch ist der zentrale Versorgungsbereich an der Bahnhofstraße in Lichtenrade dargestellt.

Karte 1: Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße



Quelle: Eigene Darstellung

⁹ keine schädlichen Auswirkungen von Vorhaben auf den zentralen Versorgungsbereich

Ausgehend von der in Abb. 4 dargestellten Zentrentypisierung ergibt sich für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg nachfolgende Zentrenhierarchie.

Tabelle 2: Zukünftige Zentrenhierarchie des Bezirks Tempelhof-Schöneberg

Zentrentyp	Zentren (zentrale Versorgungsbereiche)
Zentrumsbereich / Hauptzentrum	Zentrumsbereich City West (Tauentzienstraße) (Schöneberg-Nord) Hauptzentrum Schlossstrasse (Friedenau/Steglitz)
(besonderes) Stadtteilzentrum (SZ)	besonderes SZ Tempelhofer Damm (Tempelhof) SZ Kaiser-Wilhelm-Platz / Hauptstraße (Schöneberg-Süd) SZ Potsdamer Straße (Schöneberg-Nord/Mitte) Perspektivisches SZ Bahnhofstraße (Lichtenrade) > Hochstufung vom Ortsteilzentrum Bahnhof Südkreuz (Schöneberg-Süd) > perspektivisches Stadtteilzentrum
Ortsteilzentrum	Rheinstraße / Bundesallee (Friedenau) Mariendorfer Damm (Mariendorf) Hildburghäuser Straße (Marienfelde)
Nahversorgungszentrum	Platz der Luftbrücke (Tempelhof) Maaßenstraße / Nollendorfplatz (Schöneberg-Nord) Marienfelder Allee (Marienfelde) Bayerischer Platz / Grunewaldstraße (Schöneberg-Süd)

Quelle: Eigene Darstellung

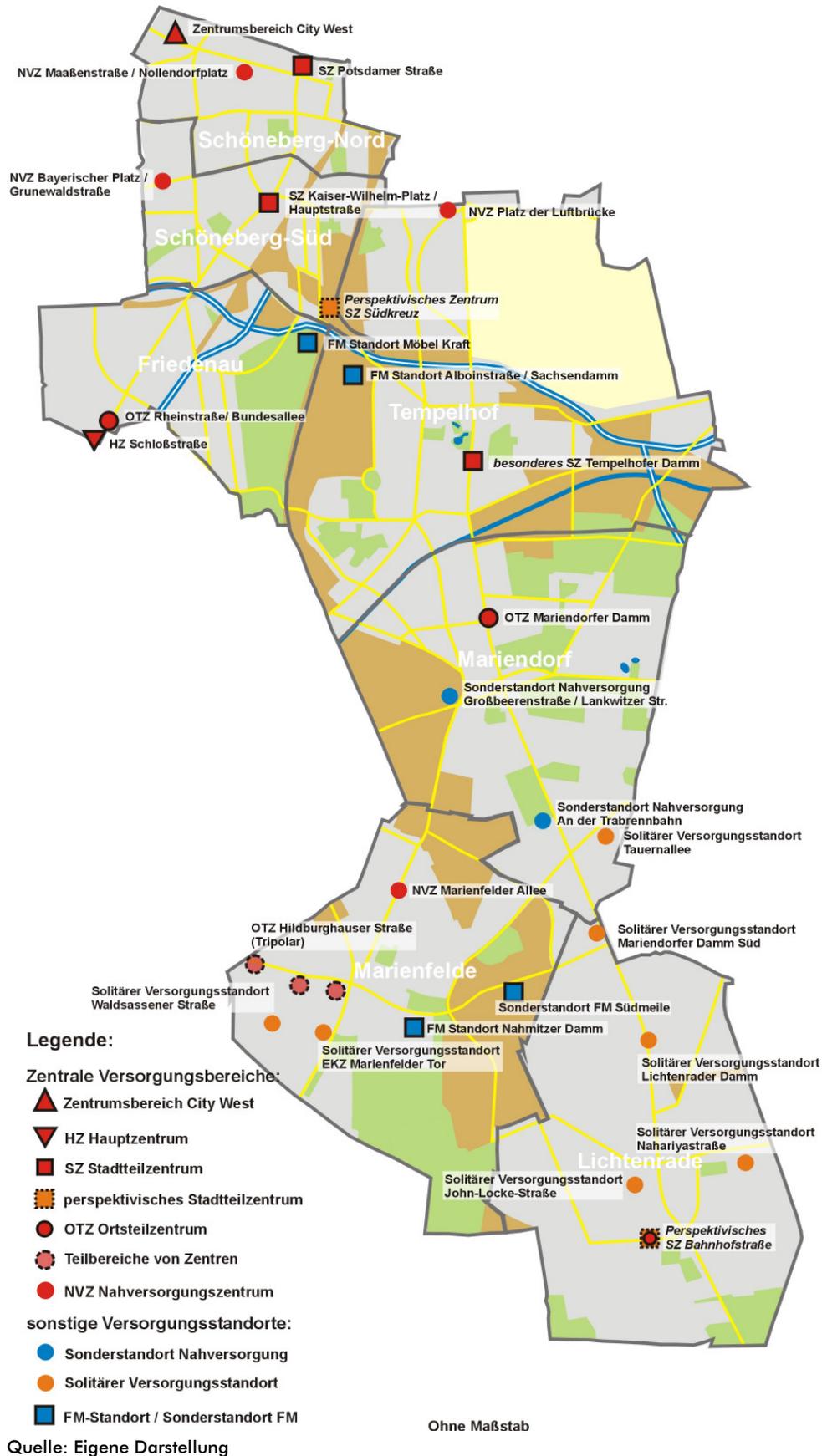
Als Mittelpunkt eines künftigen Stadtteils ist der Bereich rund um den **Bahnhof „Südkreuz“** im Rahmen der politischen und städtebaulichen Zielsetzung des Bezirkes Tempelhof-Schöneberg vorgesehen. Wichtiges Kriterium ist die städtebauliche Integration. Innerhalb des Entwicklungsbereiches (MK/MI-Gebiet) sind von den geplanten 385.000 m² Bruttogeschossfläche rd. 26.000 m² für Einzelhandel vorgesehen. Damit wäre der künftige Einzelhandels-Standort Südkreuz als (besonderes) Stadtteilzentrum einzustufen. Aufgrund der relativen Nähe zu den Stadtteilzentren Kaiser-Wilhelm-Platz / Hauptstraße (ca. 1,2 km Luftlinie) sowie Tempelhofer-Damm (ca. 1,8 km Luftlinie) sind durch eine Realisierung weiterer Einzelhandelsflächen in der geplanten Größenordnung negative Auswirkungen auf die beiden Zentren jedoch nicht von vornherein auszuschließen.

Der **Sonderstandort FM Südmeile** stellt sich als autokundenorientierter, nicht integrierter Standort dar und ist **nicht** als zentraler Versorgungsbereich einzustufen. Als Standort innerhalb eines Gewerbegebietes ohne ein vorhandenes Wohnumfeld besitzt dieser Bereich nur eine eingeschränkte Nahversorgungsfunktion. Nach den Qualitätskriterien des STEP Zentren und unter räumlich funktionalen Gesichtspunkten fehlen dem Standort zur Einstufung als hierarchisch niedrigste Zentrenkategorie „Nahversorgungszentrum“ zudem neben einem notwendigen zentrenbildenden Dienstleistungsangebot eine nahversorgungsorientierte Angebotsausstattung. Da der Standort nicht die erforderlichen städtebaulichen Qualitäten aufweist, sind keine Entwicklungsvoraussetzungen für eine Einstufung als Zentrum vorhanden.

Derzeit wird die Südmeile im Rahmen des Bestandsschutzes modernisiert. Der Umbau im Bestand mit verbesserter Erschließung wird dabei ohne Verkaufsflächenzuwachs heutigen Anforderungen an Verkaufsstätten gerecht und erhält somit den Status quo.

Die weiteren Standorte ohne zentrale Funktion sind im Anhang (Tabelle 6) dargestellt.

Karte 2: Zentrenhierarchie – Zielkonzeption



4.3 Berliner Sortimentsliste

Eine Sortimentsliste muss die jeweiligen örtlichen Besonderheiten im Hinblick auf den Bestand in den Zentren und auch im Hinblick auf die städtebauliche Entwicklungskonzeption berücksichtigen. Diese **ortsspezifische Sortimentsliste** (sog. Berliner Sortimentsliste) zur Feinsteuerung des Einzelhandels in der Hauptstadt Berlin ist nach aktueller Rechtsprechung **zwingend erforderlich** und damit wichtiger Bestandteil der bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte. In den **Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen für das Land Berlin** (AV Einzelhandel vom 29. September 2007) liegt eine Liste der zentrenrelevanten und nicht- zentrenrelevanten Sortimente vor. Diese ist **für die Berliner Bezirke bindend** und im Rahmen der Bauleitplanung zu beachten/anzuwenden.

Tabelle 3: Liste der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung

- Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
- Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel
- Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf

Übrige zentrenrelevante Sortimente

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Krafträder, Kraftradteile und -zubehör ■ Textilien ■ Bekleidung ■ Schuhe und Lederwaren ■ Beleuchtungsartikel ■ Haushaltsgegenstände ■ Keramische Erzeugnisse und Glaswaren ■ Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren ■ Heimtextilien ■ Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik und Musikinstrumente ■ Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel ■ Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck | <ul style="list-style-type: none"> ■ Spielwaren ■ Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde ■ Zoologischer Bedarf und lebende Tiere ■ Augenoptiker ■ Foto- und optische Erzeugnisse (o. Augenoptiker) ■ Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software ■ Telekommunikationsendgeräte u. Mobiltelefone ■ Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör ■ Sport- und Campingartikel (o. Campingmöbel), ausgen. Sport- u. Freizeitboote u. Zubehör ■ Sonstiger Facheinzelhandel, ausgenommen Büromöbel und Brennstoffe ■ Antiquitäten und Gebrauchtwaren |
|--|--|

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Kraftwagen ■ Kraftwagenteile und Zubehör ■ Aus dieser Unterklasse: Garagen, Gewächshäuser, Gerätehäuschen und Baubuden ■ Aus dieser Unterklasse: Sanitärkeramik ■ Wohnmöbel ■ Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren ■ Anstrichmittel ■ Bau- und Heimwerkerbedarf | <ul style="list-style-type: none"> ■ Tapeten und Bodenbeläge ■ Aus der Unterklasse Blumen, Pflanzen und Saatgut: Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde ■ Aus der Unterklasse Sport- und Campingartikel: Sport- und Freizeitboote und Zubehör ■ Aus der Unterklasse Sonstiger Facheinzelhandel: Büromöbel und Brennstoffe ■ Mineralölerzeugnisse |
|---|--|

Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Ausführungsvorschriften über großflächige Einzelhandelseinrichtungen für das Land Berlin (AV Einzelhandel) vom 29. September 2007

4.4 Grundsätze zur zukünftigen Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels und der Zentren im Bezirk Tempelhof-Schöneberg

Im Hinblick auf eine den aufgeführten Zielen und Leitlinien entsprechende Entwicklung der Zentren und Nahversorgung im Bezirk Tempelhof-Schöneberg sollten für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden, die sowohl interne Signale (im Rahmen der bezirklichen Selbstbindung bei zukünftigen Bauleitplanverfahren) als auch externe Signale (für die vorhandenen Gewerbetreibenden und für zukünftige Investoren) setzen. Das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept für Tempelhof-Schöneberg verfolgt als Ziel die Funktionsstärkung der Zentren und die Verbesserung der Nahversorgung. Als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB ist es vom Bezirksamt und der Bezirksverordnetenversammlung zu beschließen. Mit den Instrumenten der Bauleitplanung kann es dann gelingen, in zukünftigen Bebauungsplänen allen Beteiligten Planungs-, Investitions- und Rechtsicherheit zu gewährleisten. Es werden folgende Grundsätze zur Umsetzung empfohlen:

Grundsatz 1:

Kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten (als Kernsortimente) nur noch im Zentrumsbereich, Stadtteil-, Ortsteil- und Nahversorgungszentrum

Zentrenrelevante Sortimente sollen als Kernsortimente von kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben (< 800 m² Verkaufsfläche / 1.200 m² Geschossfläche) ausschließlich in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen des Bezirkes Tempelhof-Schöneberg zulässig sein.

Außerhalb dieser Standortbereiche sind Betriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment nur dann zulässig, sofern von ihnen keine Negativauswirkungen auf diese zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Mit Blick insbesondere auf die Betriebsgrößenstruktur in den zentralen Versorgungsbereichen dürften nur dann keine negativen Auswirkungen anzunehmen sein, wenn solche Einzelhandelsbetriebe eine Verkaufsfläche von 400 m² nicht überschreiten.¹⁰

Grundsatz 2:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten (als Kernsortimente) – außer nahversorgungsrelevante Sortimente - nur noch im Zentrumsbereich, Stadtteil- und Ortsteilzentrum

Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab 800 m² / 1.200 m² Geschossfläche) mit zentrenrelevanten Sortimenten sollen zukünftig nur noch im Haupt-, Stadtteil- und Ortsteilzentrum angesiedelt werden.

Um die Kompatibilität der einzelnen zentralen Versorgungsbereiche mit ihrer funktionalen Zu-

¹⁰ Nur in wenigen Ausnahmefällen überschreiten Einzelhandelsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen diese Größenordnung von 400 m² Verkaufsfläche. Der weitaus überwiegende Anteil der der Wohngebietsversorgung dienenden Ladenlokale hat als Fach- oder Spezialgeschäft eine Größenordnung von unter 200 m² bzw. sogar 100 m² Verkaufsfläche. Auch erreichen die branchenspezifischen Verkaufsflächenanteile Größenordnungen, die nur selten einen Wert von 400 m² je Sortiment übersteigen. Somit könnte eine Ansiedlung mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs mit einer Größenordnung von mehr als 400 m² Verkaufsfläche ein (absatzwirtschaftliches) Gewicht erlangen, das größer ist als das Angebot innerhalb des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs. Schädliche Auswirkungen auf den Bestand wären ebenso wahrscheinlich wie die Vermeidung zukünftiger zentrenorientierter Entwicklungsperspektiven. Im Rahmen der Einzelhandelserhebungen im Bezirk Neukölln durch Junker und Kruse 2008 überschritten gängige Betriebsformen (KiK, Deichmann, Takko) mit Gesamtverkaufsflächen von 440 bis 500 m² stets diese 400 m²-Schwelle.

ordnung ((Haupt-)Zentrum, Stadtteilzentrum und Ortsteilzentrum) zu gewährleisten und das Zentrengefüge innerhalb des Bezirkes Tempelhof-Schöneberg attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, sind folgende **maximale Obergrenzen (für Einzelbetriebe) in Abhängigkeit der Zentrenkategorie** sinnvoll und zielführend

- **Zentrumsbereich:** ohne Flächenbegrenzung
- **Stadtteilzentrum:** bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 3.000 m²
- **Ortsteilzentrum:** bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 1.000 m²

Grundsatz 3:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (als Kernsortimente) nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen

Um die „hierarchische Ordnung“ auch im Hinblick auf die **Nahversorgung zu gewährleisten** bzw. herzustellen und die Nahversorgung möglichst kleinmaschig wohnortnah und damit auch für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, sind folgende **maximale Obergrenzen (für Einzelbetriebe) in Abhängigkeit der Zentrenkategorie sinnvoll und zielführend:**

- **Zentrumsbereich und Stadtteilzentrum:** ohne Flächenbegrenzung
- **Ortsteilzentrum:** bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 2.000 m²
- **Nahversorgungszentrum:** bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 1.500 m²¹¹

Ausnahme (sog. „35%-Regel“):

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können auch an solitären Standorten **außerhalb der räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiche** ermöglicht werden und sinnvoll sein, wenn sie der reinen Nahversorgung, d.h. ausschließlich der Versorgung der im fußläufigen Einzugsbereich wohnenden Bevölkerung dienen.

Grundsatz 4:

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vorrangig im Zentrumsbereich und Stadtteilzentrum sowie an den Fachmarktstandorten

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis 800 m² Verkaufsfläche / 1.200 m² Geschossfläche) kann zwar grundsätzlich im gesamten Stadt-/Bezirksgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung der Ziele und Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg sollten jedoch auch Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden. Dafür bieten sich neben dem städtebaulich-funktionalen Zentrumsbereich und den Stadtteilzentren insbesondere bestehende Agglomerationen (Fachmarktstandorte) nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote an.

Mit den bestehenden Fachmarktstandorten „Alboinstraße / Sachsendamm“, „Nahmitzer Damm“, „Hornbach Großbeerenstraße“ und „Möbel Kraft“ verfügt der Bezirk Tempelhof-Schöneberg bereits heute über vier Fachmarktstandorte mit z.T. weiterem Flächenpotenzial

¹¹ Da im nahversorgungsrelevanten Bereich bei einer Verkaufsfläche von 1.500 m² die Betriebsform „Verbrauchermarkt“ erreicht wird, sollten Betriebe ab dieser Größenordnung nur in den hierarchisch höheren Zentrenkategorien ab Ortsteilzentrum möglich sein (vgl. STEP Zentren 2020. S. 25; 2005)

(insbes. am Nahmitzer Damm im Bereich des IBM-Geländes und westlich der Großbeerenstraße). Es besteht daher absehbar nicht die Notwendigkeit, neue Sonderstandorte zu entwickeln bzw. planungsrechtlich vorzubereiten / auszuweisen.

Ausnahme: Randsortimente an den Fachmarktstandorten

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. Lebensmittel im Baumarkt nicht zulässig), zulässig sein: maximal 10 % der gesamten Verkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Bruttogeschossfläche.¹²

Grundsatz 5:

Entwicklungsperspektiven für bestehende Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte

Bestehende Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, die ihren Standort außerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte haben, können im Rahmen der betrieblichen Standortsicherung ihre Verkaufsfläche erweitern, wenn dies der langfristigen Sicherung ihres Standorts dient und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte¹³ bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt.

Dies ist in der Regel dann anzunehmen, wenn die Verkaufsflächenerweiterung ausschließlich durch nicht-zentrenrelevante Sortimente erfolgt, die Erweiterungsfläche einen Anteil von maximal 10 % der vorhandenen Gesamtverkaufsfläche nicht überschreitet und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirken.

Grundsatz 6: „Handwerkerprivileg“

Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten

Verkaufsstätten von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben in GE- und / oder GI-Gebieten können (im Rahmen einer Ausnahmeregelung) zugelassen¹⁴ werden, wenn die

- Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist
- Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich **untergeordnet** sind

¹² (vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Ausführungsvorschriften zum Aufbau und Inhalt bezirklicher Einzelhandels- und Zentrenkonzepte (AV Zentrenkonzepte) vom 28. August 2009 (Punkt 3.2.4)).

¹³ Aufgrund der dann steigenden Wettbewerbssituation kann eine ökonomische Entwicklungsspirale entstehen, die über einen Verdrängungswettbewerb zu vermehrten Leerständen an den Sonderstandorten führt, was wiederum regelmäßig einen Umnutzungsdruck in höherwertige Nutzungen, d.h. fast immer zentrenrelevanten Einzelhandel, verursacht. Hierdurch kann sich das Umsatzvolumen des Gesamtstandortes und dementsprechend auch die möglichen negativen städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche und die städtische Versorgungsstruktur verschärfen.

¹⁴ Formulierung ist nicht gleichzusetzen mit bauplanungsrechtlicher Festsetzung. Hier sind ggf. differenzierte Vorgaben erforderlich.

Anhang

Tabelle 4: Branchenspezifische Umsätze, Kaufkraftpotenziale und Zentralitäten nach Prognoserräumen

Hauptbranche	Schöneberg-Nord			Schöneberg-Süd			Friedenau			Tempelhof			
	Um- satz	KKP	Z	Um- satz	KKP	Z	Um- satz	KKP	Z	Um- satz	KKP	Z	
	in Mio. Euro			in Mio. Euro			in Mio. Euro			in Mio. Euro			
kurzfristig	Nahrungs- und Genussmittel	111,5	92,5	1,21	63,6	90,6	0,70	39,5	86,7	0,46	155,5	108,4	1,43
	Blumen / Zoologischer Bedarf	0,7	2,9	0,25	1,3	2,8	0,47	0,7	2,7	0,28	1,9	3,4	0,57
	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	23,0	12,8	1,80	12,4	12,5	0,99	5,6	12,1	0,46	21,0	15,0	1,41
	Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen	16,6	9,0	1,83	7,1	8,8	0,80	2,4	8,7	0,28	11,4	10,6	1,07
mittelfristig	Bekleidung / Wäsche	185,0	20,9	8,85	20,4	20,4	1,00	5,6	20,1	0,28	33,0	24,5	1,35
	Schuhe / Lederwaren	29,2	4,9	5,92	7,9	4,8	1,63	1,3	4,7	0,27	4,1	5,8	0,71
	GPK / Hausrat / Geschenkartikel	26,1	3,5	7,50	7,0	3,4	2,06	12,0	3,4	3,58	16,0	4,1	3,94
	Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	12,7	6,2	2,03	2,4	6,1	0,40	0,8	6,0	0,13	5,3	7,3	0,72
	Sportartikel / Fahrräder / Camping	3,8	3,8	0,99	3,8	3,7	1,03	1,3	3,7	0,35	6,8	4,5	1,52
langfristig	Wohneinrichtungsbedarf	8,4	5,5	1,51	1,9	5,4	0,35	8,0	5,3	1,52	12,8	6,5	1,96
	Möbel	5,3	14,3	0,37	6,7	13,9	0,48	58,6	13,7	4,27	51,9	16,7	3,11
	Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	7,0	5,8	1,21	1,6	5,7	0,29	6,0	5,6	1,08	11,4	6,8	1,68
	Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT/ Telekommunikation / Fotoartikel	49,4	17,1	2,88	10,4	16,7	0,62	3,8	16,4	0,23	27,7	20,1	1,38
	Medizinische und orthopädische Artikel	3,3	6,0	0,55	6,8	5,9	1,16	3,6	5,5	0,66	3,8	7,0	0,54
	Uhren / Schmuck	9,0	2,3	3,87	4,8	2,2	2,14	1,8	2,3	0,81	1,9	2,7	0,70
	Bau- und Gartenmarktsortimente	7,5	27,5	0,27	1,6	27,0	0,06	0,8	25,2	0,03	36,7	32,2	1,14
	Summe	499,8	235,1	2,13	159,9	229,9	0,70	152,1	222,1	0,68	401,4	275,4	1,46

Hauptbranche		Mariendorf			Marienfelde			Lichtenrade			Bezirk Gesamt		
		Um- satz	KKP	Z	Um- satz	KKP	Z	Um- satz	KKP	Z	Um- satz	KKP	Z
		in Mio. Euro			in Mio. Euro			in Mio. Euro			in Mio. Euro		
kurzfristig	Nahrungs- und Genussmittel	71,6	98,2	0,73	68,7	59,3	1,16	63,0	104,5	0,60	573,4	640,2	0,90
	Blumen / Zoologischer Bedarf	5,2	3,0	1,72	6,3	1,8	3,46	0,9	3,2	0,30	17,2	19,8	0,87
	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	6,4	13,7	0,47	5,9	8,3	0,72	7,8	14,8	0,53	82,3	89,1	0,92
	Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen	2,1	9,8	0,21	1,8	5,9	0,31	3,1	10,7	0,29	44,4	63,6	0,70
mittelfristig	Bekleidung / Wäsche	4,7	22,8	0,20	6,1	13,6	0,45	8,6	24,9	0,34	263,5	147,2	1,79
	Schuhe / Lederwaren	1,0	5,4	0,18	0,7	3,2	0,22	1,7	5,8	0,28	45,8	34,7	1,32
	GPK / Hausrat / Geschenkartikel	2,4	3,8	0,63	2,2	2,3	0,96	3,2	4,2	0,76	68,8	24,5	2,81
	Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	0,5	6,8	0,07	0,5	4,1	0,11	1,4	7,4	0,19	23,5	43,8	0,54
	Sportartikel / Fahrräder / Camping	3,3	4,1	0,81	0,7	2,5	0,30	1,2	4,5	0,27	20,9	26,8	0,78
langfristig	Wohnenrichtungsbedarf	0,8	6,0	0,13	3,8	3,6	1,06	0,7	6,4	0,10	36,3	38,7	0,94
	Möbel	1,0	15,5	0,07	3,1	9,3	0,33	0,6	17,0	0,04	127,3	100,4	1,27
	Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	0,8	6,3	0,12	0,3	3,8	0,08	0,6	6,9	0,09	27,8	40,8	0,68
	Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT/ Telekommunikation / Fotoartikel	3,1	18,6	0,17	15,6	11,1	1,40	4,3	20,2	0,21	114,3	120,2	0,95
	Medizinische und orthopädische Artikel	2,2	6,3	0,35	1,8	3,8	0,47	3,3	6,6	0,50	24,8	41,1	0,60
	Uhren / Schmuck	1,1	2,6	0,43	0,9	1,5	0,59	1,7	2,9	0,58	21,2	16,5	1,28
	Bau- und Gartenmarktsortimente	18,5	28,5	0,65	27,7	17,4	1,60	0,8	29,7	0,03	93,5	187,4	0,50
Summe	124,7	251,3	0,5	146,3	151,5	0,97	102,9	269,6	0,38	1.587,2	1.634,9	0,97	

KKP=Kaufkraftpotenzial Z=Zentralität

Quelle: Eigene Darstellung. Eigene Berechnung

Tabelle 5: Zentrenhierarchie

Zentrentyp	Orientierungswerte zur Flächenausstattung	Branchenmix Einzelhandel	Dienstleistungsangebot	Lage / Versorgungsfunktion
Zentrumsbereich	> ca. 100.000 m ² VKF	Vollständiger Branchenmix NUG < 15% Bekleidung > 40%	Repräsentative Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Bankhäusern, Arztpraxen, Anwaltskanzleien, etc.	Zentraler Bereich mit überbezirklicher Versorgungsfunktion
Hauptzentrum	> ca. 50.000 m ² VKF	Vollständiger Branchenmix NUG < 20% Bekleidung 30-40%	Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Bankhäusern, Arztpraxen, Anwaltskanzleien, etc.	
Besonderes Stadtteilzentrum	ca. 20.000 - 50.000 m ² VKF	Unvollständiges Einzelhandelsangebot NUG 20-30% Bekleidung 20-30%	Mehrere Banken, Arztpraxen, Anwaltskanzleien, etc.	Zentraler Bereich mit bezirklicher Versorgungsfunktion
Stadtteilzentrum	ca. 10.000 - 20.000 m ² VKF			
Ortsteilzentrum	ca. 5.000 - 10.000 m ² VKF	Überwiegend Nahversorgung NUG 30-60% Bekleidung < 30%	Post, maximal 2 Banken, Ärzte	Zentraler Bereich mit Versorgungsfunktion für den Ortsteil
Nahversorgungszentrum	< ca. 5.000 m ² VKF	Rein nahversorgungsorientiert NUG 60-90% Bekleidung < 20%	Kreditinstitute, Post	integrierter Bereich mit Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsbereiche
Standorttyp	Orientierungswerte zur Flächenausstattung	Branchenmix Einzelhandel	Dienstleistungsangebot	Lage / Versorgungsfunktion
Sonderstandort Nahversorgung	ca. 2.000 - 3.000 m ² VKF	Rein nahversorgungsorientiert. NUG 60-90% mindestens 2 nahversorgungsrelevante Betriebe	---	integrierter/nicht-integrierter Standort mit Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsbereiche
Solitärer Versorgungsstandort	< 2.000 m ² VKF	Rein nahversorgungsorientiert. NUG 60-90%.	---	
Fachmarkt-Standort / Sonderstandort FM	---	Überwiegend langfristige Bedarfsstufe (Möbel, Bau- und Gartenmarktssortimente)	---	nicht-integrierter Standort mit Versorgungsfunktion für den Bezirk

VKF = Verkaufsfläche **NUG** = Nahrungs- und Genussmittel **FM** = Fachmarkt

Quelle: STEP Zentren 2020. S. 25; 2005; eigene Ergänzungen

Tabelle 6: Sonstige Standorte des Bezirks Tempelhof-Schöneberg

Standorttyp	Standort
Sonderstandort Nahversorgung	Großbeerenstraße / Lankwitzer Straße (Mariendorf), An der Trabrennbahn (Mariendorf)
Solitärer Versorgungsstandort	Lichtenrader Damm (Lichtenrade), Nahariyastraße (Lichtenrade), EKZ Marienfelder Tor (Marienfelde), Tauernallee (Mariendorf), Waldsassener Straße (Marienfelde), John-Locke-Straße (Lichtenrade), Mariendorfer Damm Süd (Lichtenrade)
Sonderstandort FM	EKZ Südmeile (Marienfelde)
FM-Standort	FM Standort Alboinstraße / Sachsendamm (Tempelhof), FM Standort Nahmitzer Damm (Marienfelde), FM Standort Hornbach Großbeerenstraße (Mariendorf), FM Standort Möbel Kraft (Friedenau)

Quelle: Eigene Darstellung