

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernau bei Berlin (Fortschreibung 2013)

erstellt im Auftrag der
Stadt Bernau bei Berlin
Marktplatz 2
16321 Bernau bei Berlin

erarbeitet von der
BBE Handelsberatung GmbH
Dr. Silvia Horn
Dr. Ulrich Kollatz
Leipzig, Februar 2014

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	1
2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Bernau bei Berlin	4
2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung.....	4
2.2. Diskussion des einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes	6
2.3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030.....	8
2.3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	8
2.3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2013	9
2.4. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030	12
3. Einzelhandelsstrukturen der Stadt Bernau bei Berlin	14
3.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung	14
3.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Bernau bei Berlin	15
3.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bernau bei Berlin	19
4. Einzelhandelsstandortkonzept Bernau bei Berlin	24
4.1. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung.....	24
4.2. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems	26
4.3. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept	32
4.4. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Bernau bei Berlin.....	36
4.4.1. A-Zentrum: Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum	36
4.4.2. B-Zentrum: EKZ „Bahnhofs-Passage“- Hauptgeschäftsbereich.....	39
4.4.3. C-Zentren: Nahversorgungszentren	41
4.4.4. Integrierte Nahversorgungsstandorte	46
4.4.5. Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel.....	48
4.5. Perspektiven der Innenstadt von Bernau unter Berücksichtigung der bipolaren Entwicklung mit dem EKZ "Bahnhofs-Passage"	52
4.5.1. Qualifizierung des Historischen Zentrums (A-Zentrums) unter Berücksichtigung aktueller Handels- und Nachfragetrends sowie standortspezifischer, wirtschaftlicher Tragfähigkeitsaspekte	52
4.5.2. Städtebauliche Verträglichkeit der Einbindung eines großflächigen Bekleidungsmarktes in das Einkaufszentrum "Bahnhofs-Passage"	55
5. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Bernau bei Berlin	60
5.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente	60

5.2.	Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Bernauer Sortimentsliste“	62
5.3.	Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Konzeptes der gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels	67
5.4.	Entscheidungsmatrix zur zukünftigen Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment.....	70
6.	Verzeichnis der Anlagen	73
7.	Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen.....	79

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Zentrale-Orte-System mit Mittelbereichen gemäß LEP B-B.....	4
Abb. 2:	Regionale Kaufkraftströme und Einzugsgebiet des Bernauer Einzelhandels	6
Abb. 3:	Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Bernauer Einzelhandelsstandorten	15
Abb. 4:	Standortkonzept der Stadt Bernau bei Berlin	28
Abb. 5:	Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Bernau bei Berlin	31
Abb. 6:	Begriff der qualifizierten Grundversorgung	32
Abb. 7:	Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung durch zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen	34
Abb. 8:	Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum	37
Abb. 9:	Ansichten zur Innenstadt von Bernau	38
Abb. 10:	Abgrenzung B-Zentrum EKZ „Bahnhofs-Passage“	40
Abb. 11:	Ansichten zum B-Zentrum EKZ „Bahnhofs-Passage“	40
Abb. 12:	Abgrenzung C-Zentrum Forum Bernau	42
Abb. 13:	Ansichten zum C-Zentrum Forum Bernau	42
Abb. 14:	Abgrenzung C-Zentrum Schwanebecker Chaussee	43
Abb. 15:	Ansichten zum C-Zentrum Schwanebecker Chaussee	44
Abb. 16:	Abgrenzung C-Zentrum Schönow	45
Abb. 17:	Ansichten zum C-Zentrum Schönow	45
Abb. 18:	Ergänzungsstandort großflächiger Einzelhandel – Rüdritzer Chaussee	49
Abb. 19:	Ergänzungsstandort großflächiger Einzelhandel – Rehberge	50
Abb. 20:	Trends der Handelsentwicklung und Konsequenzen für die Bernauer Innenstadt	53
Abb. 21:	kritische Prüfung der Unternehmenskonzeption	53
Abb. 22:	Marktstellung des EKZ „Bahnhofs-Passage“ bei Bekleidung	57
Abb. 23:	Grenzen der Umsatzherkunft durch zusätzliche regionale Nachfragebindung	57
Abb. 24:	Entscheidungsmatrix zur Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente	71

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Einwohnerentwicklung der Stadt Bernau	8
Tab. 2:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Bernau nach Warengruppen 2013	10
Tab. 3:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Mittelbereich Bernau nach Warengruppen 2013	11
Tab. 4:	Nachfrageentwicklung in der Stadt Bernau bis 2030.....	13
Tab. 5:	Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Bernauer Einzelhandels.....	16
Tab. 6:	Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Bernauer Einzelhandels.....	17
Tab. 7:	Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Bernau bei Berlin 2013	20
Tab. 8:	Kaufkraftbindung des Bernauer Einzelhandels im Mittelbereich 2013	21
Tab. 9:	Kaufkraftbindung des Bernauer Einzelhandels an ausgewählten Standorten 2013	22
Tab. 10:	Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Bernau 2013	33
Tab. 11:	Planvorhaben Bekleidungsfachmarkt im Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“	55
Tab. 12:	Modellrechnung für Szenario 1 – Bekleidungsfachmarkt mit 2.500 m ² Verkaufsfläche	58
Tab. 13:	Modellrechnungen für Szenario 2 – Bekleidungsfachmarkt mit 2.000 m ² Verkaufsfläche	59

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die Stadt Bernau bei Berlin hat mit Schreiben vom 28.05.2013 die BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Leipzig, mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes beauftragt. Das aktuelle Einzelhandels- und Zentrenkonzept wurde in den Jahren 2007 und 2008 von der BBE Unternehmensberatung GmbH¹ erarbeitet.

Die Notwendigkeit der Fortschreibung resultiert aus einer weiterhin dynamischen Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Bernau. Dazu gehört in erster Linie das Planvorhaben zur Erweiterung des Einkaufszentrums "Bahnhofs-Passage Bernau". Der Eigentümer hat einen Antrag auf die 4. Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplanes "Bahnhofspassage" gestellt. Ziel der Änderung soll eine bauliche Erweiterung des Einkaufszentrums und eine damit verbundene Verkaufsflächenenerweiterung sein. Die Verkaufsflächenobergrenze ist gegenwärtig auf 17.500 m² festgesetzt, beantragt wird eine Gesamtverkaufsfläche von 20.000 m². Darüber hinaus gibt es auch Anfragen zur Erweiterung bzw. Neuansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Bernau.

Diese Entwicklung geht jedoch mit einem forcierten Standortwettbewerb einher, welcher auch die zentralen Versorgungsbereiche, explizit das innerstädtische Zentrum berührt. Vor diesem Hintergrund erwächst die Notwendigkeit der Fortschreibung des konzeptionellen Handlungsrahmens zur gesamtstädtischen Einzelhandels- und Standortsteuerung.

Basis der Fortschreibung des Konzeptes ist eine aktualisierte Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation der Stadt Bernau. Darauf aufbauend gilt es, unter Berücksichtigung einzelhandelsrelevanter Strukturveränderungen und Trends, standortspezifische Zielkonzepte und die bisherige Zentrenstruktur zu überprüfen und gegebenenfalls fortzuschreiben.

Die Prüfung der städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens zur Weiterentwicklung der „Bahnhofs-Passage Bernau“ ist Bestandteil der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Die praxisnahe Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird durch einen Handlungsleitfaden gewährleistet, der das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für Bernau konkretisiert und die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen determiniert.

Die Leitlinien bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen. Im Kontext mit der ortsspezifischen Bernauer Liste, mit der die Festlegung zentrenrelevanter Sortimente erfolgt, wird eine rechtssichere Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen gewährleistet. Darin eingeschlossen sind auch konkrete Vorgaben (Verkaufsflächen) u.a. eines „Bernauer Nachbarschaftsladens“, mit Zulässigkeit im gesamten Stadtgebiet bzw. Begrenzungen bei Ansiedlungsvorhaben.

Ziel des Einzelhandelskonzeptes ist es, eine fachlich determinierte Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Bernau zu erarbeiten, welcher aktuelle Anforderungen berücksichtigt. Damit entsteht Transparenz sowie Sicherheit für Investoren aber auch Rechtssicherheit für die Kommune. Die Zielsetzung ist vor allem darauf gerichtet, dass zukunftsfähige, attraktive Einzelhandelsstrukturen gesichert bzw. herausgebildet werden, die ein attraktives Angebot für Einwohner und Besucher und damit die Zentralität und Kaufkraftbindung für Bernau als Mittelzentrum sichern.

¹ BBE Unternehmensberatung GmbH und BBE Handelsberatung GmbH haben 2010 fusioniert

Inhaltliche Schwerpunkte der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Bernau bilden:

- Bewertung aktueller Rahmendaten zur Angebots- und Nachfragesituation unter Berücksichtigung standortspezifischer Faktoren,
- Überprüfung und Weiterentwicklung der hierarchischen Zentrenstruktur entsprechend aktueller Rahmenbedingungen,
- Funktionsschwerpunkte und Entwicklungschancen insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgungsstrukturen,
- Erarbeitung der „Bernauer Sortimentsliste“ für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente und des Handlungsleitfadens zur planungsrechtlichen Umsetzung,
- Ausschöpfung innerstädtischer Entwicklungspotenziale unter Berücksichtigung der bipolaren Wechselspiels zwischen Altstadt und „Bahnhofs-Passage Bernau“.

Die Analyse baut im Einzelnen auf den nachfolgend dargestellten Erhebungen, Datenquellen und empirischen Untersuchungen auf:

Betriebsstättenerhebung

Die Datenbasis zum vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept bilden die Daten aus der Untersuchung zur Verkaufsflächenobergrenze des EKZ „Bahnhofs-Passage Bernau“ aus dem Jahr 2009 sowie die von der Stadt Bernau bei Berlin zur Verfügung gestellten Daten der Einzelhandelserfassung Land Brandenburg 2010 / 2011¹. Die vorliegenden Daten wurden durch eine Erhebung aller Einzelhandelsstandorte aktualisiert und bilden den Stand August 2013 ab.

Die Erhebung der Verkaufsflächen beinhaltet eine Differenzierung nach 19 Warengruppen, dies gilt auch für Mehrbranchenanbieter. Für alle Betriebe erfolgte unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern eine Umsatzeinschätzung. In zentralen Versorgungsbereichen wurden weitere Angebotsstrukturen (Dienstleister, Gastronomie, etc.) in die Erhebung einbezogen.

Nachfrageanalyse

Die im Rahmen der Analyse vorgenommenen statistischen Auswertungen berücksichtigen Unterlagen der Stadt Bernau bei Berlin und des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg. Die verwendeten Daten zur Kaufkraft und zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial der Stadt beruhen auf BBE!CIMA!MB! - Marktforschungsergebnissen.

¹ Einzelhandelserfassung Land Brandenburg 2010 / 2011, Stadt Bernau bei Berlin, Auftraggeber Gemeinsame Landesplanungsabteilung der Länder Berlin und Brandenburg, Referat GL 4, Lindenstr. 34a, 14467 Potsdam, Datenerhebung erfolgte durch Stadt +Handel
Infolge abweichender Erhebungsmethodik dieser Datenbasis (keine verkaufsflächenkonkrete Erhebung der Fachgeschäfte bis 300 m² Verkaufsfläche, keine Berücksichtigung des BHB-Schlüssels bei Bau- und Gartenmärkten, Einbindung von Gebrauchsgüterhandel, veränderte Warengruppenzuordnungen) ist ein Vergleich mit der aktuellen Erhebung des Zentrenkonzeptes nur begrenzt möglich.

Arbeitskreis

Die Konzeptentwicklung basiert auf einer dialogorientierten Vorgehensweise. Im Rahmen von zwei Arbeitskreisberatungen mit Verantwortlichen der Industrie- und Handelskammer Ostbrandenburg, des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg e.V. sowie Akteuren aus Politik, Verwaltung und Handel der Stadt Bernau wurden die Ergebnisse sowie Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und der planungsrechtlichen Absicherung umfassend diskutiert und Empfehlungen für die konzeptionelle Ausrichtung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur und der innerstädtischen Einzelhandelsentwicklung ausgesprochen.

Nachfolgend wird ein Überblick zu den Terminen und Themen der Arbeitskreise gegeben:

- 10. September 2013 – Analyse der Rahmenbedingungen und Versorgungsfunktionen, Bewertung der Nachfrage- und Angebotssituation, Kaufkraftbindung des Bernauer Einzelhandels nach Standorten, Ergebnisse der Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des EKZ „Bahnhofs-Passage“
- 15. Oktober 2013 – Diskussion zum Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept sowie Empfehlungen zur planungsrechtlichen Umsetzung und Absicherung

Weitere Grundlagen

Der Ausarbeitung liegen im Wesentlichen folgende Unterlagen zugrunde:

- Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bernau bei Berlin vom März 2008, Verfasser BBE Unternehmensberatung GmbH
- Antrag zur 4. Änderung des VEP „Bahnhofspassage Bernau“ durch Peter Fritz Immobilien GbR mbH in 12207 Berlin vom Januar 2013
- Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) rechtskräftig seit 15. Mai 2009
- Unterlagen zur städtebaulichen Zielen und Bauleitplanung der Stadt Bernau bei Berlin
- Statistische Sekundärdaten des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg

2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Bernau bei Berlin

2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung

Die Stadt Bernau bei Berlin liegt etwa 10 km nordöstlich der Bundeshauptstadt Berlin. Bernau ist eine amtsfreie Stadt, die dem Landkreis Barnim im Bundesland Brandenburg zugehörig ist. Zum 31.12.2012 verfügte die Stadt über 36.020 Einwohner¹.

Im aktuellen Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) vom März 2009 wird Bernau die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Der für Bernau gemäß LEP B-B zugewiesene Mittelbereich umfasst neben der Stadt selbst, die Gemeinden Ahrensfelde, Panketal, Wandlitz und die Stadt Werneuchen.

Abb. 1: Zentrale-Orte-System mit Mittelbereichen gemäß LEP B-B



Quelle: Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009, S. 30, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

¹ Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2013): Bevölkerung im Land Brandenburg am 31. Dezember 2012 nach Ämtern, amtsfreien Gemeinden und Altersgruppen (Schätzung) - Bevölkerungsforschung nach dem Zensus 9. Mai 2011

Mittelzentren sind gemäß Grundsatz 2.10.¹ für die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs mit regionaler Bedeutung verantwortlich.

Das Stadtgebiet gliedert sich in die Kernstadt mit mehreren Stadtteilen und den peripher liegenden Ortsteilen Börnicke, Ladeburg, Lobetal und Schönow

Bernau verfügt über eine sehr gute Verkehrsanbindung. Die Anschlussstellen Bernau-Nord und Bernau-Süd gewährleisten die Anbindung an die Bundesautobahn 11, die den Berliner Ring (A 10) über Prenzlau mit Stettin verbindet. Die Bundesstraße 2 aus Berlin kommend, durchquert Bernau und verläuft über Schwedt/Oder bis zur polnischen Staatsgrenze.

Im Regionalverkehr ist Bernau durch die Linie S 2 der Berliner S-Bahn im 20-Minuten-Takt mit der Hauptstadt verbunden. Darüber hinaus ist die Stadt über mehrere Linien an das Regional- und Fernbahnnetz angeschlossen. Bernau ist Haltepunkt für InterCity- und EuroCity-Züge der Deutschen Bahn AG, die die Stadt mit überregionalen Zielen in Deutschland und Europa verbinden.

Der ÖPNV wird durch die Barnimer Busgesellschaft mbH (BBG) mit einem Stadtbusverkehr realisiert. Mittels der Linien 868 und 869 werden verschiedene Stadtteile verbunden und die Anbindung an den Bahnhof und Busbahnhof Bernau hergestellt. 15 weitere Regionalbuslinien der BBG haben ihren Ausgangspunkt zu Fahrten in das Bernauer Umland in Bernau.

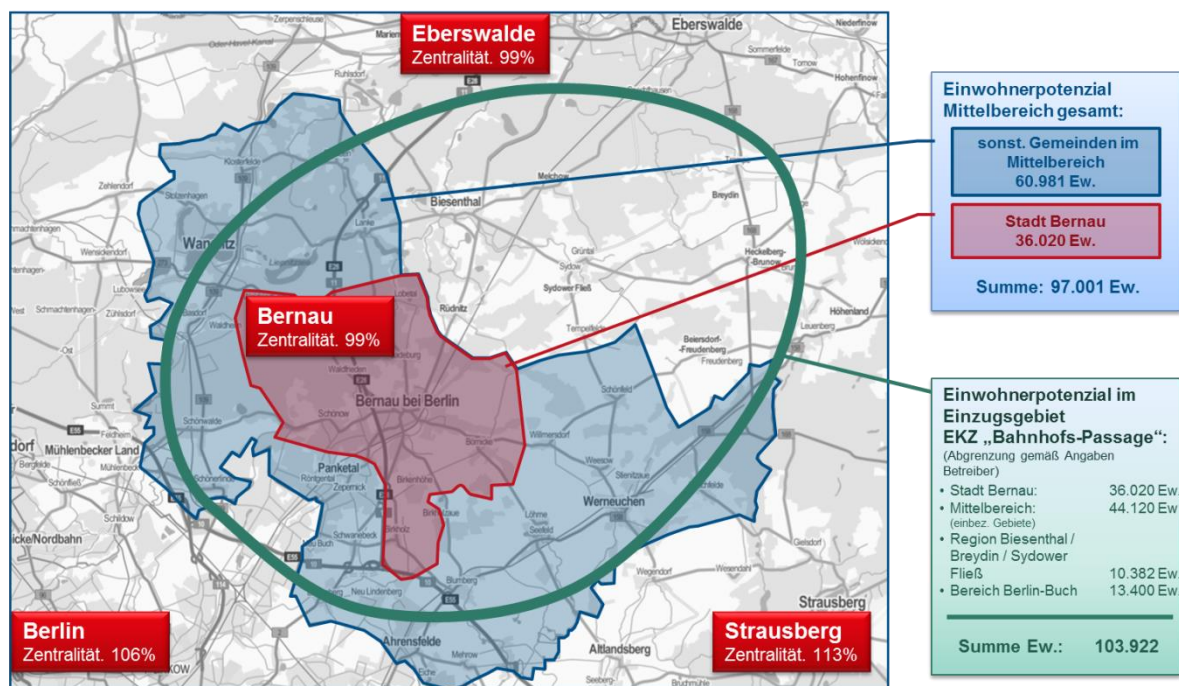
¹ Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg (2009): Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg, Berlin 2009, S. 16 f

2.2. Diskussion des einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes

Ausgangspunkt der Betrachtung bilden die raumordnerischen Versorgungsfunktionen als Mittelzentrum. Die tatsächlich resultierende Kundenbindung aus dem Umland hängt jedoch sehr stark vom Zeit-Wege-Aufwand (Entfernung, Verkehrsanbindung etc.) des Kunden in Relation zum beabsichtigten Ausgabevolumen und der Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes ab. Mit zunehmender Entfernung ergibt sich erfahrungsgemäß eine progressiv abnehmende Bindungsquote der Nachfrage. Dabei stellt die Ausstrahlung der Metropole Berlin sowie die Nachfragebindung in umliegenden Mittelzentren einen gewichtigen Einflussfaktor dar.

Die nachfolgende Abbildung stellt den mittelzentralen Verflechtungsbereich von Bernau dem Einzugsgebiet des EKZ „Bahnhofs-Passage Bernau“ gegenüber. Zusätzlich eingebunden in der Abbildung sind die regionalen Kaufkraftströme. Festzustellen ist, dass die räumliche Abgrenzung des mittelzentralen Verflechtungsbereichs und des Einzugsgebietes der „Bahnhofs-Passage“ Unterschiede aufweist, die sich jedoch im Einwohnerpotenzial nivellieren. Das vom Eigentümer und Betreiber der „Bahnhofs-Passage“ definierte Einzugsgebiet weist eine Größenordnung von rd. 104.000 Einwohnern aus, mit einer starken nordöstlichen Ausprägung, über den mittelzentralen Verflechtungsbereich hinaus, letzterer wird jedoch nicht vollumfänglich erschlossen.

Abb. 2: Regionale Kaufkraftströme und Einzugsgebiet des Bernauer Einzelhandels



Die aufgrund der Siedlungsstrukturen vorhandene Weiträumigkeit sowie die direkte Nachbarschaft zu Berlin, bleiben nicht ohne Konsequenzen für das Einzugsgebiet des Bernauer Einzelhandels.

Für die Ausstrahlung des Einzelhandelsstandortes Bernau ist folglich die Abwägung zwischen Zeit-Distanz-Aspekten, der Attraktivität als Handelsstandort, bei gleichzeitiger Eigenbindung benachbarter Mittelzentren und der Ausstrahlung von Berlin von besonderer Bedeutung. Im Detail sind folgende Aspekte zu beachten:

- Die regionale Bedeutung der Stadt Bernau spiegelt sich zunächst in der Zentralitätskennziffer von 99%¹ wider. Für ein Mittelzentrum stellt die Kennziffer sicher keine Benchmark dar, ist aber unter Berücksichtigung der Standortfaktoren positiv zu werten. Insbesondere die „Bahnhofs-Passage“ und die großflächigen Einzelhandelsstandorte Rüdritzer Chaussee und Rehberge erzielen eine größere Ausstrahlung und damit Kundenbindung.
- Einen starken Einfluss auf die Bindungschancen des Bernauer Einzelhandels nimmt besonders die Metropole Berlin, intensiviert durch die ausgeprägten Pendlerbeziehungen. Der hohe Kaufkraftzufluss für Berlin resultiert natürlich aus der nationalen und internationalen Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes Berlin, untersetzt aber dessen hohe Leistungsfähigkeit.
- Darüber hinaus veranschaulicht Abbildung 2 die gute Eigenbindung des benachbarten Mittelzentrums Strausberg (Zentralität 113%) mit einem deutlichen Kaufkraftzufluss und auch das Mittelzentrum Eberswalde verfügt im Saldo von Kaufkraftzu- und -abfluss über eine fast ausgeglichene Bilanz (Zentralität 99%).
- Die gute regionale Erreichbarkeit von Bernau führt in Nord-Ost-Richtung zu einer entsprechenden Kundenorientierung auf den Bernauer Einzelhandel, während in westlicher und südlicher Richtung die Ausstrahlung von Berlin und der Einzelhandelsstandorte „Kaufpark Eiche“ und Strausberg zu einer Einzugsgebietsbegrenzung führen.
- Für die Tragfähigkeit von Versorgungsfunktionen stellen neben dem Einwohnerpotenzial die Ein- und Auspendler eine für den Einzelhandel bedeutende Größe dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, v.a. aber auf dem Nachhauseweg am Abend versorgen, kommt diese Kaufkraft z.T. auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt an einen Ort binden. Die Stadt Bernau weist täglich 6.293 Einpendler auf, demgegenüber stehen 9.752 Auspendler.² Damit steht vor dem Bernauer Einzelhandel die Herausforderung, die Möglichkeiten der Kundenbindung der Auspendler im umfassenden Maße zu erschließen.

Ausgehend von raumordnerischen Versorgungsfunktionen und tatsächlichen regionalen Kundenströmen wird gegenwärtig ein Potenzial von insgesamt rd. 97.000 Einwohnern angesprochen, wovon mehr als ein Drittel auf die Stadt Bernau und fast 61.000 Einwohner auf die weiteren Gemeinden im Mittelbereich entfallen³.

Entwicklungskonzepte und Standortfragen des Einzelhandels von Bernau müssen sich zunächst an den spezifischen örtlichen und mittelzentralen Versorgungsfunktionen ausrichten, wobei Rahmenbedingungen der regionalen demographischen Entwicklung (vgl. Abschnitt 2.3) und der Handelsentwicklung (vgl. Abschnitt 3) zu berücksichtigen sind.

¹ vgl. Aussagen zur Kaufkraftbindung im Abschnitt 3.3

² Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, Deutschland nach Kreisen und Gemeinden, Stichtag: 31. 12. 2010

³ Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2013): Bevölkerung im Land Brandenburg am 31. Dezember 2012 nach Ämtern, amtsfreien Gemeinden und Altersgruppen (Schätzung) - Bevölkerungsfortschreibung nach dem Zensus 9. Mai 2011

2.3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2030

2.3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Bezogen auf die Datengrundlage per 31.12.2012¹ leben im Stadtgebiet Bernau 36.020 Einwohner.

Die Stadt Bernau verzeichnet im 10-Jahresverlauf einen Bevölkerungsanstieg. Im Zeitraum von Dezember 2003 bis Dezember 2012 stieg die Einwohnerzahl in der Stadt Bernau um 4,8%, obwohl nach dem Zensus vom Mai 2011 ein leichter Rückgang zu konstatieren war. Die jährlichen Anstiege sind zwar vom Niveau unterschiedlich aber konstant, außer dem bereits erwähnten Jahr 2011. Nach dem Rückgang von 1,4%-Punkten in 2011 verzeichnet Bernau in 2012 wieder einen Anstieg von 0,5%.

Tab. 1: Einwohnerentwicklung der Stadt Bernau²

Stand	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index
Dez 2003	34.379		100,0%
Dez 2004	34.995	1,8%	101,8%
Dez 2005	35.235	0,7%	102,5%
Dez 2006	35.546	0,9%	103,4%
Dez 2007	35.859	0,9%	104,3%
Dez 2008	36.059	0,6%	104,9%
Dez 2009	36.154	0,3%	105,2%
Dez 2010	36.338	0,5%	105,7%
Dez 2011	35.843	-1,4%	104,3%
Dez 2012	36.020	0,5%	104,8%

Die positive Bevölkerungsentwicklung in Bernau hebt sich auch von der Entwicklung im Landkreis Barnim ab. Der Landkreis verzeichnet im Untersuchungszeitraum einen Bevölkerungsrückgang, der jedoch mit 0,4% marginal ausfällt. Demgegenüber weist das Land Brandenburg einen Bevölkerungsverlust von 4,9 % aus.

Die absehbare Bevölkerungsentwicklung und deren Konsequenzen für die örtliche Kaufkraftbindung bilden eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die Entwicklungsperspektiven des örtlichen Einzelhandels und letztlich für die Umsetzung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

¹ Quelle: am 31. Dezember 2012 nach Ämtern, amtsfreien Gemeinden und Altersgruppen (Schätzung) - Bevölkerungsfortschreibung nach dem Zensus 9. Mai 2011

² Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2013): Bevölkerung im Land Brandenburg jeweils zum 31. Dezember d.J.

2.3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2013

Die Berechnungen zum Nachfragepotenzial 2013 basieren auf den bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung für die einzelnen Warengruppen. Unter Berücksichtigung der Bestimmungsfaktoren:

- Einwohner im Einzugsgebiet,
- regionales, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau,
- Verbrauchsausgaben nach Warengruppen

errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Stadtgebiet von Bernau sowie für den gesamten Mittelbereich.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Stadt oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches explizit für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Nicht enthalten in dieser Einkommensberechnung sind private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte.

Für die Stadt Bernau errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 93,1, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit ca. 7%-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen 5.896 € pro Kopf der Bevölkerung. Infolge des geringeren Kaufkraftniveaus betragen die relevanten Verbrauchsausgaben im Stadtgebiet Bernau 5.417 €.

Dementsprechend errechnet sich ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial der Stadt Bernau bei Berlin von ca. 195,1 Mio. €. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

- | | |
|------------------------------|-------------------------|
| ■ den kurzfristigen Bedarf | 114,1 Mio. € (ca. 58%), |
| ■ den mittelfristigen Bedarf | 46,8 Mio. € (ca. 24%), |
| ■ den langfristigen Bedarf | 34,3 Mio. € (ca. 18%). |

Die nachfolgenden Tabellen geben einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Stadt Bernau und weiterführend für den mittelzentralen Verflechtungsbereich gemäß der Abgrenzung im Abschnitt 2.2, jeweils untergliedert nach Warengruppen.

Tab. 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Bernau nach Warengruppen 2013

Sortimentgruppe	Kaufkraftkennziffer	Verbrauchsausgaben pro Kopf (€)	Stadt Bernau (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel /Bäcker / Metzger	95,4	2.064	74.360
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	93,4	257	9.253
Heimtier	95,4	42	1.511
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	91,7	546	19.680
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	91,9	203	7.319
Blumen / Zimmerpflanzen	82,9	56	2.001
überwiegend kurzfristiger Bedarf	94,1	3.168	114.125
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	87,2	437	15.732
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	89,4	105	3.769
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / etc.)	100,4	459	16.533
Gartenbedarf / Grün Outdoor	82,9	104	3.734
GPK**/Haushaltsgegenstände	92,6	56	2.001
Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstrumente	87,9	44	1.583
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	85,0	94	3.399
überwiegend mittelfristiger Bedarf	91,3	1.298	46.750
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	95,8	130	4.692
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel)	96,6	278	10.017
Elektrogroß- und -kleingeräte	93,0	142	5.126
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	90,3	259	9.332
Foto/Optik	88,4	100	3.598
Uhren/Schmuck	80,0	42	1.499
Überwiegend langfristiger Bedarf	92,4	951	34.264
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	93,1	5.417	195.138
*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik			
Einwohner			36.020

Quelle: BBE-Berechnungen

Tab. 3: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Mittelbereich Bernau nach Warengruppen 2013

Sortimentgruppe	Stadt Bernau (T€)	weitere Gemeinden im Mittelbereich (T€)	Mittelbereich Bernau gesamt (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel /Bäcker / Metzger	74.360	134.220	208.581
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	9.253	16.431	25.684
Heimtier	1.511	2.728	4.239
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	19.680	35.041	54.720
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7.319	13.208	20.527
Blumen / Zimmerpflanzen	2.001	3.863	5.864
überwiegend kurzfristiger Bedarf	114.125	205.490	319.615
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	15.732	29.464	45.196
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	3.769	6.996	10.765
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / etc.)	16.533	32.657	49.190
Gartenbedarf / Grün Outdoor	3.734	7.207	10.941
GPK**/Haushaltsgegenstände	2.001	3.850	5.850
Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstrumente	1.583	2.868	4.451
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	3.399	6.814	10.212
überwiegend mittelfristiger Bedarf	46.750	89.856	136.606
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	4.692	8.959	13.651
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel)	10.017	19.406	29.423
Elektrogroß- und -kleingeräte	5.126	9.328	14.454
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	9.332	17.053	26.385
Foto/Optik	3.598	6.545	10.142
Uhren/Schmuck	1.499	2.912	4.411
Überwiegend langfristiger Bedarf	34.264	64.203	98.466
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	195.138	359.549	554.687
*PBS = Papier, Bürobbedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik			
Einwohner	36.020	60.981	97.001

Quelle: BBE-Berechnungen

Der Mittelbereich umfasst ein Marktpotenzial von fast 555 Mio. €, der Anteil der Stadt Bernau beträgt rd. 35 %.

2.4. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030

Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bernau bis 2030:

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungsvorgabe an. Die positive Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bernau in den vergangenen Jahren wird sich im Zeitraum bis 2030 nicht verstetigen. Grundlage dieser Aussage die Bevölkerungsvorausschätzung 2011 – 2030 für Berlin-Brandenburg, die für die Stadt Bernau eine Bevölkerungszahl von 35.014 Einwohnern ausweist.¹ Folglich wird in der Prognose ein leichter Rückgang, ausgehend vom aktuellen Einwohnerstand, von 2,8% erwartet.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben bis 2030:

Generell ist in Deutschland langfristig mit einer weiteren Verringerung des Anteils einzelhandelsrelevanter Ausgaben an den Gesamtausgaben pro Kopf der Bevölkerung zu rechnen.

Seit Jahren sinkt der Einzelhandelsanteil zugunsten notwendiger Ausgaben zur Alterssicherung, für Mobilität/Verkehr, Dienstleistungen, Wohnen (Mieten/Nebenkosten) oder Freizeit. Diese Ausgabensteigerungen in den anderen Bereichen können gegebenenfalls durch eine positive Einkommensentwicklung aufgefangen werden, so dass zumindest die absoluten Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel konstant bleiben oder eventuell sogar geringfügig steigen.

Zukünftig wird diese Entwicklung zusätzlich durch ein sinkendes Rentenniveau (sinkende Rentenbezüge bei Neurentnern durch Lebensphasen mit Arbeitslosigkeit oder Niedriglohnsektor / geringfügige Beschäftigung) beeinflusst. Bei moderater Einkommensentwicklung wird auch mittelfristig der Einzelhandel nur geringfügig partizipieren, die Pro-Kopf-Ausgaben werden bestenfalls marginal steigen.

Die weiteren Planungsrechnungen gehen deshalb in der pessimistischen Prognose durchschnittlich nur von einer Stagnation der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben aus und selbst in der optimistischen Prognose nur von einem mittleren Anstieg um 0,5% pro Jahr.

¹ Quelle: Bevölkerungsvorausschätzung 2011 - 2030; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Landesamt für Bauen und Verkehr des Landes Brandenburg

Nachfrageentwicklung in der Stadt Bernau bis 2030:

Die nachfolgenden Berechnungen zur Nachfrageentwicklung bauen auf der Berechnung zur Bevölkerungsprognose auf, binden die Prognosen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung ein und bilden somit die Nachfrageentwicklung für Bernau im Zeitraum bis 2030 ab. Die resultierenden Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle 4 zusammengefasst.

Die Bevölkerungsprognose führt in der Modellrechnung zu einer Nachfrageentwicklung in Bernau bis 2030 in einer Spannweite zwischen einem Zuwachs von 6,1% bis zu einem Rückgang von 2,8%.

Tab. 4: Nachfrageentwicklung in der Stadt Bernau bis 2030

Sortimentgruppe	2013	2030 (opt.)	2030 (pess.)
	Nachfragevol. in Mio. €	Nachfragevol. in Mio. €	Nachfragevol. in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel /Bäcker / Metzger	74,4	78,9	72,3
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	9,3	9,8	9,0
Heimtier	1,5	1,6	1,5
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	19,7	20,9	19,1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7,3	7,8	7,1
Blumen / Zimmerpflanzen	2,0	2,1	1,9
überwiegend kurzfristiger Bedarf	114,1	121,1	110,9
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	15,7	16,7	15,3
Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	3,8	4,0	3,7
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / etc.)	16,5	17,5	16,1
Gartenbedarf / Grün Outdoor	3,7	4,0	3,6
GPK**/Haushaltsgegenstände	2,0	2,1	1,9
Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstrumente	1,6	1,7	1,5
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	3,4	3,6	3,3
überwiegend mittelfristiger Bedarf	46,7	49,6	45,4
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	4,7	5,0	4,6
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel)	10,0	10,6	9,7
Elektrogroß- und -kleingeräte	5,1	5,4	5,0
Unterhaltungselektronik / Musik /Video / PC / Drucker / Kommunikation	9,3	9,9	9,1
Foto/Optik	3,6	3,8	3,5
Uhren/Schmuck	1,5	1,6	1,5
Überwiegend langfristiger Bedarf	34,3	36,3	33,3
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	195,1	207,0	189,7
Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials		6,1%	-2,8%

*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Einwohnerentwicklung	36.020	35.014	35.014
Kaufkraftentwicklung	93,1	101,6	93,1

Quelle: Bevölkerungsvorausschätzung 2011- 2030; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Landesamt für Bauen und Verkehr des Landes Brandenburg

Quelle: BBE-Berechnungen

Die Spielräume der Einzelhandelsentwicklung in Bernau sind folglich gering ausgeprägt. Dies verdeutlicht die Notwendigkeit einer städtebaulich geordneten Standortentwicklung, die den Fokus auf die Innenstadt und die Sicherung der Nahversorgung richtet.

3. Einzelhandelsstrukturen der Stadt Bernau bei Berlin

3.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

Zur Analyse der aktuellen Angebotsstrukturen wurden im Stadtgebiet Bernau alle Einzelhandelsstandorte mit einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche, Branchenzuordnung, Standortlage sowie einer Umsatzeinschätzung nach branchenspezifischen Kennzahlen erfasst und bewertet. Berücksichtigung findet der gesamte Einzelhandel im engeren Sinne, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraft-/Brennstoffen, Versandhandel und ambulanter Handel (z.B. Wochenmärkte). Weitere Nutzungen wie Gastronomie oder Dienstleister werden zur Charakterisierung der zentralen Versorgungsbereiche herangezogen.

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz geht zunächst von der Angebotssituation und -verteilung in der Gesamtstadt Bernau bei Berlin aus, konzentriert sich weiterführend aber auf die Standortstrukturen und Standortentwicklungen zur Ableitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Die Stadt Bernau bei Berlin verfügt mit Stand August 2013 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 215 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von 65.406 m², die einen Umsatz von ca. 181 Mio. € tätigen.

Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 1,82 m² je Einwohner weist Bernau bereits einen quantitativ hohen Flächenbesatz auf, insbesondere auch unter Beachtung der Nachbarschaftslage zu Berlin, eines über weiten Teilen dünn besiedelten Mittelbereiches und eines Standortwettbewerbes mit den nächstgelegenen Mittelzentren Eberswalde und Strausberg. (vgl. Abschnitt 2.2).

Die Verkaufsflächenausstattung zeigt eine stärkere Ausprägung bei Lebensmittelmärkten / Verbrauchermärkten (0,48 m² je Einwohner) sowie bei Möbelhäusern / Baumärkten (0,71 m² je Einwohner), auf welche zusammen etwa zwei Drittel der Verkaufsflächenausstattung entfallen.

Auf Lebensmittelmärkte entfällt ein Verkaufsflächenanteil von ca. 27,1%, insgesamt sind 16 Standorte von Lebensmittelmärkten zu verzeichnen, darunter 1 Verbrauchermarkt (Edeka im Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“), 4 Supermärkte und 11 Discounter. Insgesamt steht in diesen Lebensmittel-Betriebsformen eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 17.300 m² zur Verfügung, dies entspricht gemessen am Bernauer Bevölkerungspotenzial einem Besatz von 134 % des Bundesdurchschnittes. (vgl. Abschnitt 4.3)

Die Gesamtverkaufsfläche von insgesamt 10 Anbietern im Branchenspektrum Möbelhaus/Baumarkt beträgt sogar ca. 25.700 m². Allein auf die 4 flächengrößten Anbieter (OBI, toom, Wohnorama und SB-Möbel Boss) entfällt ein Anteil von ca. 21.000 m², dies entspricht ca. 32% der Bernauer Einzelhandelsfläche.

Demgegenüber entfällt auf Fachhandel im Bereich der persönlichen Ausstattung (Bekleidung/Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Uhren/ Schmuck) nur ein Verkaufsflächenanteil von 8.824 m² bzw. 0,24 m² je Einwohner.

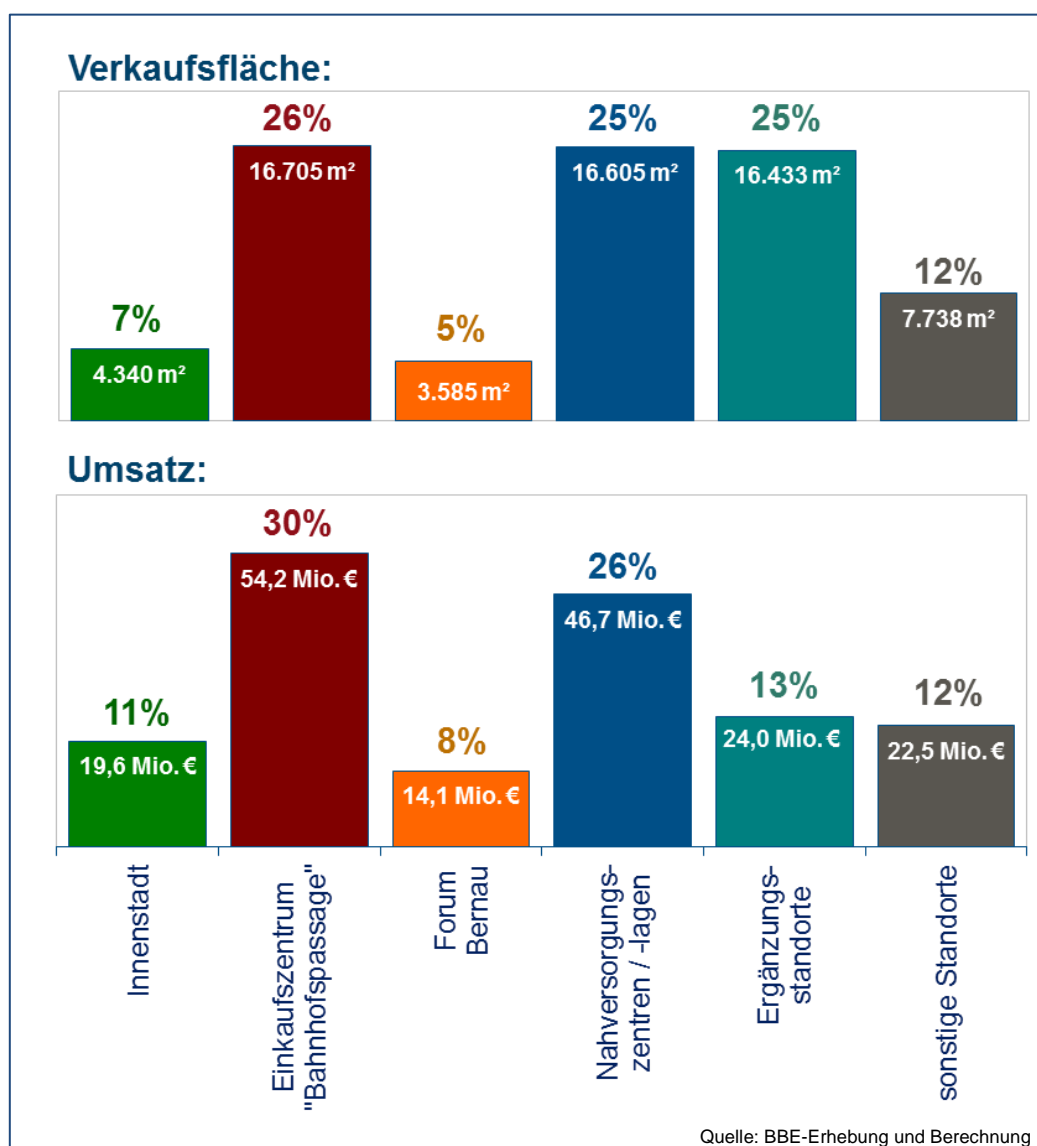
Bei sinkender Nachfrage (vgl. Prognose der Nachfrageentwicklung im Abschnitt 2.4) ist zukünftig ein weiter stark zunehmender Standortwettbewerb zu erwarten, welcher ein wesentliches Argument für die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche innerhalb einer bereits guten Verkaufsflächenausstattung darstellt.

3.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Bernau bei Berlin

Die nachfolgende Abbildung 3 sowie die Tabellen 6 und 7 differenzieren den Einzelhandelsbesatz nach maßgeblichen Zentren- und Standortstrukturen innerhalb des Bernauer Stadtgebietes.

Als dominanter und prägender Einzelhandelsstandort der Stadt Bernau ist das Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ einzustufen. Mit einem Verkaufsflächenanteil von 26% verfügt es über eine Flächenausstattung in der Größenordnung vergleichbar den gesamten Nahversorgungsstrukturen oder der Summe der dezentralen, großflächigen Ergänzungsstandorte.

Abb. 3: Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Bernauer Einzelhandelsstandorten



Die historische Innenstadt verfügt über einen Flächenanteil von lediglich 7%, weitere 5% der Einzelhandelsflächen sind dem Einkaufszentrum „Forum Bernau“ zuzurechnen. Schließlich entfallen 12% der Einzelhandelsflächen auf Streulagen und sonstige Standorte.

Tab. 5: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Bernauer Einzelhandels

	Innenstadt		Einkaufszentrum "Bahnhofspassage"		Forum Bernau		Nahversorgungs- zentren / -lagen		Ergänzungs- standorte		sonstige Standorte		Stadt Bernau gesamt	
	(m ²)	(%)	(m ²)	(%)	(m ²)	(%)	(m ²)	(%)	(m ²)	(%)	(m ²)	(%)	(m ²)	(%)
Nahrungs- & Genussmittel (incl. Bäcker/Meizger)	910	5%	3.778	22%	2.380	14%	7.555	44%	645	4%	1.955	11%	17.223	100%
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	440	17%	852	32%	190	7%	685	26%	40	2%	430	16%	2.637	100%
Blumen/Heimtierbedarf	95	6%	595	37%	75	5%	620	38%	15	1%	230	13%	1.630	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	285	21%	560	41%	145	11%	220	16%	30	2%	130	9%	1.370	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	1.070	17%	4.411	68%	35	1%	135	2%	10		775	12%	6.436	100%
Schuhe/Lederwaren	270	13%	1.356	65%	360	18%	35	2%			35	2%	2.056	100%
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	30		25		15		5.085	39%	6.943	53%	1.100	8%	13.198	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	130	8%	585	34%	60	4%	470	28%	275	16%	160	10%	1.680	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	115	10%	895	79%	55	5%	50	4%			25	2%	1.140	100%
Sportartikel/Fahrräder	165	19%	110	12%	130	15%	130	15%	160	18%	185	21%	880	100%
Haustextilien/Heimtextilien	100	4%	825	35%	10	1%	835	36%	525	22%	40	2%	2.335	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	35		270	3%			125	1%	7.470	72%	2.538	24%	10.438	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	135	9%	455	31%	35	2%	535	36%	290	20%	25	2%	1.475	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	210	11%	1.546	80%	20	1%	85	4%	30	2%	35	2%	1.926	100%
Foto/Optik/Akustik	230	35%	260	40%	50	8%	40	6%			70	11%	650	100%
Uhren/Schmuck	120	36%	182	54%	25	8%					5	2%	332	100%
Einzelhandel gesamt	4.340	7%	16.705	26%	3.585	5%	16.605	25%	16.433	25%	7.738	12%	65.406	100%

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

Tab. 6: Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Bernauer Einzelhandels

	Innenstadt		Einkaufszentrum "Bahnhofspassage"		Forum Bernau		Nahversorgungs- zentren / -lagen		Ergänzungs- standorte		sonstige Standorte		Stadt Bernau gesamt	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungs- & Genußmittel (incl. Bäcker/Meizger)	5.730	8%	15.690	22%	9.500	13%	29.290	42%	2.835	4%	8.145	11%	71.190	100%
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	4.630	26%	3.660	20%	1.360	8%	2.940	16%	160	1%	5.370	29%	18.120	100%
Blumen/Heimterbedarf	390	8%	1.590	32%	340	7%	1.540	31%	60	1%	1.060	21%	4.980	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	1.160	22%	1.830	36%	610	12%	780	15%	180	3%	630	12%	5.190	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	2.350	15%	11.270	74%	110	1%	300	2%	30		1.290	8%	15.350	100%
Schuhe/Lederwaren	680	14%	3.160	64%	860	18%	100	2%			90	2%	4.890	100%
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	50	0%	70	0%	40	0%	7.910	37%	11.190	53%	1.950	9%	21.210	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	340	10%	1.310	40%	165	5%	880	26%	345	10%	310	9%	3.350	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	360	13%	2.040	75%	150	6%	110	4%			65	2%	2.725	100%
Sportartikel/Fahrräder	390	19%	230	11%	360	17%	325	16%	260	12%	525	25%	2.090	100%
Haustextilien/Heimtextilien	220	6%	1.410	40%	30	1%	1.030	30%	690	20%	95	3%	3.475	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	40	0%	380	4%			200	2%	7.720	71%	2.450	23%	10.790	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	480	11%	2.430	54%	125	3%	945	21%	460	10%	60	1%	4.500	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	1.010	11%	7.460	83%	50	1%	230	3%	60	1%	60	1%	8.870	100%
Foto/Optik/Akustik	1.010	36%	1.010	36%	280	10%	120	4%			420	14%	2.840	100%
Uhren/Schmuck	770	50%	610	39%	150	10%					10	1%	1.540	100%
Einzelhandel gesamt	19.610	11%	54.150	30%	14.130	8%	46.700	26%	23.990	13%	22.530	12%	181.110	100%

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

Die Bernauer Innenstadt ist geprägt durch die Wechselbeziehung zwischen historischem Zentrum und benachbartem Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“. Aus Sicht des Verkaufsflächenbesatzes stellt das EKZ „Bahnhofs-Passage“ den Haupteinkaufsbereich dar. Insgesamt 57 Einzelhandelsanbieter umfassen eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 16.700 m² und erzielen einen Einzelhandelsumsatz von über 54 Mio. €, letzterer entspricht einem Anteil von 30% der Bernauer Einzelhandelsumsätze.

Das historische Zentrum schließt mit 71 Einzelhandelsbetrieben die größte Anbieteranzahl innerhalb der Bernauer Standortstrukturen ein, zusammen verfügen diese jedoch nur über eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 4.300 m² und erzielen einen Gesamtumsatz von knapp 20 Mio. € bzw. 11% der Bernauer Einzelhandelsumsätze. Dieser Datenvergleich macht deutlich, dass das historische Zentrum von Bernau mehrheitlich über sehr kleinteilige Verkaufsflächenstrukturen verfügt. Die durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt nur 61 m². Lediglich 11 Anbieter verfügen über Verkaufsflächen von mehr als 100 m², darunter sind als flächengrößte Anbieter der Nahversorger Nahkauf in der Brüderstraße sowie in der Bürgermeisterstraße der Bekleidungsanbieter NKD und mit Edeka ein weiterer, kleinerer Nahversorger zu nennen. Dagegen weisen 37 Anbieter nur Verkaufsflächen bis maximal 50 m² auf, oftmals deutlich kleiner.

Beide Standorte, historisches Zentrum und EKZ „Bahnhofs-Passage“ konzentrieren weitestgehend die Angebotsstrukturen innerstädtischer Leitbranchen auf sich. Zuzurechnen sind folgende Verkaufsflächenanteile: 85% bei Bekleidung (darunter 68% im EKZ „Bahnhofs-Passage“), 78% bei Schuhe/Lederwaren (darunter 65% im EKZ „Bahnhofs-Passage“), 89% bei Spielwaren etc. (darunter 79% im EKZ „Bahnhofs-Passage“), 90% bei Uhren/Schmuck (darunter 54% im EKZ „Bahnhofs-Passage“) sowie 91% bei Consumer electronics (darunter 80% im EKZ „Bahnhofs-Passage“).

Das kleinere Einkaufszentrum „Forum Bernau“ (incl. des unmittelbar benachbarten Lebensmittel-Discounters Norma) umfasst im Schwerpunkt Angebote des kurzfristigen Bedarfs, allein ca. 2.400 m² der insgesamt knapp 3.600 m² Verkaufsfläche entfallen auf Lebensmittel. Darüber hinaus ist auf einen Schuhmarkt (Reno) sowie einen Fahrradhandel (Zweirad Profi) als größere Fachgeschäfte im mittelfristigen Bedarfsbereich zu verweisen.

Die Standortkategorie Nahversorgungslagen / -zentren fasst die Nahversorgungsstrukturen gemäß dem Zentren- und Standortkonzept im Abschnitt 4.4 zusammen. Dementsprechend zielt diese Standortkategorie vorrangig auf den kurzfristigen Bedarfsbereich, welchem ca. 55% der Verkaufsflächenausstattung zuzurechnen ist. Als Besonderheiten hervorzuheben sind die Einbindung eines Baumarktstandortes (toom) im Nahversorgungszentrum Schwanebecker Chaussee sowie eines Restpostenmarktes im Nahversorgungszentrum Schönnow, die zu zusätzlichen Branchenschwerpunkten bei den baumarktrelevanten Sortimenten und bei Haus- und Heimtextilien führen.

Als Ergänzungsstandorte fungieren die Agglomeration an der Rüdritzer Chaussee mit den Möbelhäusern „Wohnorama“ und „SB-Möbel Boss“ sowie dem Lebensmitteldiscounter Netto, außerdem der Baumarktstandort (OBI) im Stadtteil Rehberge. Etwa 88% der Gesamtverkaufsfläche von 16.400 m² an diesen Standorten entfallen folglich auf die beiden Warengruppen baumarktrelevante Sortimente und Möbel.

Schließlich befinden sich insgesamt 39 Anbieter in Streulagen innerhalb des Stadtgebietes, die nicht den bisher genannten Standortkategorien zuzurechnen sind. Diese verkörpern sowohl einen Verkaufsflächen- als auch Umsatzanteil von jeweils 12%. Als flächengrößere Anbieter dieser Standortkategorie sind beispielhaft das Holzzentrum Theile in der Schwanebecker Chaussee, Discounterstandorte in der Potsdamer Straße und Krokusstraße oder Möbel Wolf in der Wandlitzer Chaussee zu nennen.

3.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bernau bei Berlin

Die Gegenüberstellung der örtlichen Umsatzstruktur mit den Marktvolumina im Stadtgebiet Bernau führt zu Bindungsquoten der örtlichen Nachfrage. Diese stellt den entscheidenden Bewertungsmaßstab für die Zentralität und Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels dar. Die gegenwärtig bereits erzielten Bindungsquoten in den einzelnen Warengruppen sind auch ein Indikator für die Beurteilung der Marktchancen bzw. potenziellen, wettbewerblichen Auswirkungen zusätzlicher Anbieter sowie für die Entwicklungschancen von Standortbereichen.

Die Ergebnisse verdeutlichen ein Spannungsfeld zwischen guter Eigenbindung vor Ort, regionaler Ausstrahlung insbesondere durch das Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ und den großflächigen Anbietern im Branchenbereich Bauen & Wohnen, bei gleichzeitig starken Kaufkraftabflüssen insbesondere in Richtung Berlin.

Gegenüber dem Marktpotenzial des Stadtgebietes Bernau errechnet sich über alle Warengruppen eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 93%, dies entspricht einer Zentralitätskennziffer von 99% bzw. einer annähernden, saldierten Nachfragedeckung. Vereinfacht lässt sich diese Einzelhandelssituation wie folgt umschreiben: Im selben Umfang, wie der Bernauer Einzelhandel eine regionale Kundenbindung erzielt, fließt letztlich auch Bernauer Nachfrage ab. Dies kann branchenspezifisch auf eine generell zu geringe Ausstattung zurückzuführen sein, mehrheitlich ist aber davon auszugehen, dass nur bestimmte Zielgruppen und Nachfragesegmente bedient werden.

Der Mittelbereich der Stadt Bernau mit kleineren Gemeinden ohne eigenständige Versorgungsstrukturen insbesondere im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereiche eröffnet grundsätzlich gute Bindungschancen für den örtlichen Einzelhandel, die notwendige Kundenbindung ist jedoch in einem starken Standortwettbewerb mit Berlin und den beiden, konkurrierenden Mittelzentren Eberswalde und Strausberg zu „erarbeiten“.

Wie bereits angesprochen, zeichnen für die regionale Nachfragebindung des Bernauer Einzelhandels insbesondere das Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ aber auch die Möbelhäuser und Baumärkte verantwortlich. Aus Sicht einer Einzelhandels- und Zentrengliederung sind somit erzielte Bindungsquoten und zukünftige Bindungschancen in den einzelnen Branchen stets in Verbindung mit der Standortverteilung der Anbieter zu bewerten.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich ist von einer Nachfragebindung abgestimmt auf den örtlichen Bedarf (Kaufkraft-Umsatz-Relation: 96%) auszugehen. Die Bernauer Standortstrukturen bei Lebensmittelmärkten konzentrieren sich mehrheitlich auf die nahversorgungsrelevanten Betriebsformen Supermarkt und Discounter, die ebenfalls mit gutem Besatz auch in den Nachbargemeinden des Mittelbereiches vertreten sind. Eine deutlich herausragende Großflächen-Betriebsform mit entsprechender regionaler Magnetwirkung (z.B. SB-Warenhaus) ist in Bernau nicht vertreten. Deutlich unterdurchschnittlich liegt die Bindungsquote mit 63% für Drogerie / Parfümerie / Apothekenbedarf, wobei ursächlich die begrenzte Ausstattung im Drogerie-Fachhandel anzuführen ist. Die Stadt Bernau verfügt lediglich über einen Drogeriemarkt (Rossmann) und eine Parfümerie (Parfümerie Köhler) innerhalb des EKZ „Bahnhofs-Passage“, mit der Insolvenz der ehemaligen Drogeriekette Schlecker sind andere Standorte verloren gegangen. In diesem Branchenbereich bestehen zweifellos Entwicklungspotenziale.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich zeigen sich branchenspezifisch z.T. deutliche Kaufkraftzuflüsse aber auch –abflüsse. Das bereits mehrfach diskutierte Spannungsfeld zeigt sich auch im Branchenumfeld Bauen & Wohnen. Baumärkte und Möbelhäuser tragen entscheidend zur Verkaufsflächenausstattung der Stadt Bernau bei, dennoch liegen die Bindungsquoten nur bei 105% (baumarktrelevante Sortimente) bzw. 108% (Möbel). Die saldierten Zuflüsse bleiben begrenzt, die Bernauer Anbieter stehen ebenfalls in einem starken regionalem Wettbewerb, konkurrierende Baumarktstandorte sind bereits in Blumberg und Lindenberg zu finden, bei Möbeln sind die überregional ausstrahlenden Einrichtungshäuser aus dem Raum Berlin zu berücksichtigen.

Tab. 7: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Bernau bei Berlin 2013

	Marktpotenzial Stadt Bernau (T€)	EH-Umsatz Stadt Bernau (T€)	Kaufkraft- bindung (%)	Saldo Zu- u. Abfluß (T€)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	74.360	71.190	96%	-3.170
Blumen/Heimtierbedarf	3.512	4.980	142%	1.468
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	28.933	18.120	63%	-10.813
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7.319	5.190	71%	-2.129
überwiegend kurzfristiger Bedarf	114.125	99.480	87%	-14.645
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	15.732	15.350	98%	-382
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3.769	4.890	130%	1.121
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	20.266	21.210	105%	944
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	2.001	3.350	167%	1.349
Spielwaren / Hobby/Basteln / Musikinstrumente	1.583	2.725	172%	1.142
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	3.399	2.090	61%	-1.309
überwiegend mittelfristiger Bedarf	46.750	49.615	106%	2.865
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	4.692	3.475	74%	-1.217
Möbel (inkl. Bad-/ Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	10.017	10.790	108%	773
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	5.126	4.500	88%	-626
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	9.332	8.870	95%	-462
Foto / Optik	3.598	2.840	79%	-758
Uhren / Schmuck	1.499	1.540	103%	41
überwiegend langfristiger Bedarf	34.264	32.015	93%	-2.249
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	195.138	181.110	93%	-14.028
entspricht einer Zentralitätskennziffer von:			99%	

Quelle: BBE-Berechnung

Tab. 8: Kaufkraftbindung des Bernauer Einzelhandels im Mittelbereich 2013

	Marktpotenzial Mittelbereich Bernau (T€)	EH-Umsatz Stadt Bernau (T€)	Kaufkraft- bindung (%)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	208.581	71.190	34%
Blumen/Heimtierbedarf	10.103	4.980	49%
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	80.404	18.120	23%
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	20.527	5.190	25%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	319.615	99.480	31%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	45.196	15.350	34%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	10.765	4.890	45%
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	60.131	21.210	35%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	5.850	3.350	57%
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	4.451	2.725	61%
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	10.212	2.090	20%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	136.606	49.615	36%
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	13.651	3.475	25%
Möbel (inkl. Bad-/ Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	29.423	10.790	37%
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	14.454	4.500	31%
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	26.385	8.870	34%
Foto / Optik	10.142	2.840	28%
Uhren / Schmuck	4.411	1.540	35%
überwiegend langfristiger Bedarf	98.466	32.015	33%
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	554.687	181.110	33%

Quelle: BBE-Berechnung

Tab. 9: Kaufkraftbindung des Bernauer Einzelhandels an ausgewählten Standorten 2013

	Marktpotenzial Stadt Bernau		Innenstadt		EKZ "Bahnhofspassagen"	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	74.360	8%	5.730	8%	15.690	21%
Blumen/Heimtierbedarf	3.512	11%	390	11%	1.590	45%
Drogerie/Parfümerie/Apothekenbedarf	28.933	16%	4.630	16%	3.660	13%
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7.319	16%	1.160	16%	1.830	25%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	114.125	10%	11.910	10%	22.770	20%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	15.732	15%	2.350	15%	11.270	72%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3.769	18%	680	18%	3.160	84%
Heimwerker/Autobehör / Gartenbedarf	20.266	0%	50	0%	70	0%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	2.001	17%	340	17%	1.310	65%
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.583	23%	360	23%	2.040	129%
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	3.399	11%	390	11%	230	7%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	46.750	9%	4.170	9%	18.080	39%
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	4.692	5%	220	5%	1.410	30%
Möbel (inkl. Bad-/ Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	10.017	0%	40	0%	380	4%
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	5.126	9%	480	9%	2.430	47%
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	9.332	11%	1.010	11%	7.460	80%
Foto / Optik	3.598	28%	1.010	28%	1.010	28%
Uhren / Schmuck	1.499	51%	770	51%	610	41%
überwiegend langfristiger Bedarf	34.264	10%	3.530	10%	13.300	39%
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	195.138	10%	19.610	10%	54.150	28%

Quelle: BBE-Berechnung

Hervorzuheben sind auch die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung / Wäsche mit einer Bindungsquote von 98% und Schuhe / Lederwaren mit 130%. Bekleidung gehört zu jenen Warengruppen, für die der Verbraucher eher bereit ist, größere Zeit-Wege-Aufwendungen zu akzeptieren, die Nachbarschaftslage zu Berlin somit eine branchenspezifisch stärkere Tendenz zu Kaufkraftabflüssen bewirkt, besonders wenn das örtliche Angebot keine umfassende Zielgruppenansprache ermöglicht.

Starke Kaufkraftabflüsse sind auch in der Warengruppe Sportartikel / Fahrräder zu konstatieren, die Nachfragebindung wird dabei stärker vom Fahrradhandel, kleineren Spezialisten (z.B. Angelbedarf) und branchenfremden Anbietern mit relevanten Randsortimenten bestimmt. Im EKZ „Bahnhofs-Passage“ ist ein größeres Sport-Fachgeschäft (ca. 400 m²) ansässig, welches die Potenziale jedoch allein nicht erschließen kann.

Eine generelle Steigerung von Bindungsquoten ist sicherlich im regionalen Standortwettbewerb nur bedingt möglich. Zu orientieren ist vielmehr auf branchenspezifische Entwicklungsperspektiven, die über leistungsfähige Angebotskonzepte vor Ort zu erschließen sind, aus der Rückgewinnung bisheriger Abflüsse, einer stärkeren regionalen Orientierung auf Bernau aber auch im Wettbewerb mit dem zunehmenden Onlinehandel.

Entwicklungspotenziale der Bernauer Einzelhandelsstrukturen bestehen eher warengruppenspezifisch (z.B. die angesprochenen, bisher unterdurchschnittlichen Kaufkraft-Umsatz-Relationen), im qualitativen Bereich (z.B. Innenstadtentwicklung mit Magnetwirkung, ergänzende Angebotsstrukturen im gehobenen Bedarfsspektrum) und in der weiteren Konzentration auf zentrale Versorgungsbereiche zu Lasten von Solitär- und Streulagen im Stadtgebiet. Tabelle 9 veranschaulicht in diesem Zusammenhang die Kaufkraftbindung durch die beiden innenstadtrelevanten Standorte, dem historischen Zentrum und dem EKZ „Bahnhofs-Passagen“. Sie zeigt in vielen Branchen die bereits starke Orientierung auf das Einkaufszentrum, von der Bindungsquote des gesamten Bernauer Einzelhandels für Bekleidung (98%) entfallen 72% auf das EKZ „Bahnhofs-Passagen“ und lediglich 15% auf das historische Stadtzentrum.

Umsatzerwartungen zusätzlicher Anbieter in Bernau werden branchenabhängig auch verstärkt aus Umverteilungsprozessen resultieren, die folglich einer gezielten Standort- und Zentrenentwicklung bedürfen.

Der Bezug der Bernauer Einzelhandelsumsätze auf das Marktpotenzial im Mittelbereich (vgl. Tabelle 8) repräsentiert in deutlicher Form die aktuelle Zentralität und die regionalen Entwicklungsperspektiven insbesondere im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich.

Als Durchschnittswert über alle untersuchten Einzelhandelsbranchen errechnet sich eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 33%. Die Einzelwerte viele Warengruppen liegen nur leicht über oder leicht unter diesem Durchschnittswert.

Diese Bindungsquote von 33% liegt sogar deutlich unter dem Bevölkerungsanteil der Stadt Bernau im Mittelbereich (37%). Die anderen, kleineren Gemeinden des Mittelbereiches verfügen jedoch nur über partielle Versorgungsstrukturen im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich, d.h. Versorgungsfunktionen in diesem Branchenspektrum werden von den nächstgelegenen Mittelzentren oder von der Metropole Berlin wahrgenommen. Der Bernauer Einzelhandel kann sich in diesem Wettbewerb noch stärker profilieren und seine regionale Marktposition ausbauen. Es gilt, stärker als nahegelegene Alternative zu Berlin wahrgenommen zu werden. Diese Perspektiven sind jedoch in allen zentrenrelevanten Warengruppen auch an die entsprechenden innerstädtischen Standorte zu koppeln, eine Forderung, welche die Fortschreibung des Zentrenkonzeptes untersetzt.

4. Einzelhandelsstandortkonzept Bernau bei Berlin

4.1. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung

Die Sicherung und Entwicklung der mittelzentralen Funktion des Einzelhandelsstandortes Bernau ist eine übergeordnete Zielstellung der Stadtentwicklung. Diese impliziert das Bernau seine Standortpotenziale im nördlichen Umland von Berlin nutzt, um seine Funktionen insbesondere auch als Handels- und Dienstleistungsstandort, zu sichern und zu entwickeln.

Die Stadt Bernau bei Berlin unterliegt den bereits mehrfach erläuterten regionalen Verflechtungsbeziehungen mit der Metropole Berlin, eine regionale Ausstrahlung wird zudem durch die benachbarten Mittelzentren Eberswalde und Strausberg begrenzt.

In Wahrnehmung der eigenen Funktion als Mittelzentrum muss die Stadt Bernau sowohl für die Wohnbevölkerung vor Ort als auch für die zum Mittelbereich gehörenden Nachbargemeinden über ein entsprechendes Angebot an Handelseinrichtungen verfügen, die sowohl die Nachfrage nach qualifizierten Grundbedarf abdecken, als auch bestehende Kaufkraftabflüsse in einem breiten Spektrum des gehobenen Bedarfs partiell zurückgewinnen.

Die Marktentwicklung im Einzelhandel soll mit der vorliegenden Fortschreibung des Zentrenkonzeptes auch weiterhin in geordnete Bahnen gelenkt werden. Ziel ist ausdrücklich nicht der Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, im Mittelpunkt steht vielmehr eine Städtebau verträgliche Standortentwicklung, die den Einzelhandel in übergeordnete Ziele der Stadtentwicklung einbindet.

Ausstrahlungskraft in die Region und Kaufkraftbindung bilden ein komplexes Wechselspiel. Grundlegende Herausforderung ist umso mehr, die Attraktivität und Qualität als Einzelhandelsstandort zu erhalten und weiter auszubauen. Zu den wesentlichen Zielsetzungen für die Weiterentwicklung der Standortstrukturen im Bernauer Einzelhandel zählt folglich die Weiterentwicklung eines komplexeren Systems von Einzelhandelsstandorten, welches zur Vernetzung und Abstimmung des Branchenmixes führt. Bestehende Standortstrukturen bilden hierfür eine geeignete Basis, der eingeschlagene Weg bedarf jedoch einer konsequenten Fortführung.

Dabei steht die Bernauer Innenstadt im besonderen Fokus, die Funktionsteilung zwischen historischem Zentrum und benachbartem Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ soll stärker zu einer gemeinsamen, innerstädtischen Funktion und Ausstrahlung zusammengeführt werden.

Gleichzeitig ist eine leistungsfähige aber bevorzugt städtebaulich integrierte Nahversorgung zu gewährleisten, die sich an den Besiedlungsstrukturen und der Erreichbarkeit in den einzelnen Stadt- und Ortsteilen orientiert. Gegenwärtig verfügt Bernau bereits über eine qualifizierte Grundversorgung, die das Angebotsspektrum diverser Lebensmittelmärkte, ergänzt durch Fachgeschäfte, einschließt.

Die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ist auf die nachfolgend dargelegte Zentren- und Standortstruktur mit ihren jeweils standortspezifischen Versorgungsfunktionen zu konzentrieren. Gegenwärtig befinden sich ca. 12% der Einzelhandelsflächen in Streulagen außerhalb dieser Zentren- und Standortstruktur. Eine weitergehende Zergliederung des Einzelhandelsbesatzes schädigt nicht nur die Einzelhandelsstrukturen und städtebaulichen Strukturen innerhalb der Stadt Bernau, sondern schwächt insgesamt die Funktion als Mittelzentrum im regionalen Standortwettbewerb.

Mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept werden nachfolgende Ziele verfolgt, die Zielvorstellungen der Stadtentwicklungsplanung aufgreifen und diese speziell für die Einzelhandelsentwicklung konkretisieren und untersetzen:

- Stärkung der mittelzentralen Funktion und der Zentralität der Stadt Bernau durch Weiterentwicklung eines qualitativ und quantitativ attraktiven Einzelhandelsangebotes,
- Orientierung an der Zielsetzung einer nachhaltigen Stadtentwicklung – Erhalt und funktionale Weiterentwicklung der Bernauer Innenstadt und Konzentration von Versorgungsfunktionen auf zentrale Versorgungsbereiche im Stadtgebiet, Erhalt der Identifikationswirkung der Versorgungszentren,
- Erhöhung der Kaufkraftbindung und Weiterentwicklung der Einzelhandelszentralität, insbesondere durch eine gezielte Stärkung der bipolaren Angebotsstruktur von Innenstadt und EKZ Bahnhofs-Passage,
- Kompaktheit gewachsener Stadtstrukturen – Verknüpfung der Daseinsfunktionen Leben – Wohnen – Arbeiten zielt auf eine Zuordnung bestimmter Versorgungsfunktionen, d.h. Zentren sind u.a. Bestandteil der sie umgebenden Wohnbebauung,
- Urbanisierung statt Devastierung – keine weitere Zergliederung von Einzelhandelsstrukturen, vielmehr Angebotsverdichtung und -ergänzung in den zentralen Versorgungsbereichen,
- Sicherung eines hierarchischen Zentrengefüges mit einer Funktionsabstimmung der historischen Innenstadt von Bernau mit dem angrenzenden Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“, einer abgestuften Grundversorgung in den weiteren Stadtgebieten und einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung der zentralen Versorgungsbereiche im Wechselspiel mit Ergänzungstandorten,
- Erhalt und Verbesserung der wohnungsnahen oder zumindest wohnortnahen Grundversorgung für den täglichen Bedarf,
- Erhalt und Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit.

Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels soll die bipolare Innenstadtentwicklung forciert werden und die Ansiedlung wichtiger zentrenrelevanter Angebote prioritär in den innerstädtischen Zentren erfolgen. Die Geschäftslagen der Innenstadt (vgl. Abschnitt 4.4.1) werden mit weiteren Funktionsbereichen wie Verwaltung, Freizeit, Gastronomie, Dienstleistung oder touristischen Schwerpunkten zu funktionalen, sich wechselseitig ergänzenden Einheiten zusammengeführt, um die Ausstrahlungskraft als Zentrum mit Stadtidentität weiter zu entfalten.

Eine Konzentration auf funktionale Schwerpunktbereiche sowie standortspezifische Versorgungsaufgaben, unter Berücksichtigung der regionalen Wettbewerbsstellung sowie Maßnahmen einer übergeordneten Stadtentwicklung, führt insgesamt zu einer sehr straffen Zentren- und Standortgliederung in überschaubare aber auch wirtschaftlich tragfähige Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereiche (funktional und räumlich). Sie wirkt einer Zergliederung der Einzelhandelsstrukturen entgegen und trägt zur kleinräumigen Stadtentwicklung ebenso bei, wie zur Gesamtausstrahlung der Stadt Bernau bei Berlin als Einzelhandelsstandort.

4.2. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems

Das nachfolgend empfohlene Zentren- und Standortkonzept baut auf den bisherigen Einzelhandelsstrukturen der Stadt Bernau auf, ist ausgerichtet an der Leitfunktion des Einzelhandels in multifunktional gestalteten Angebotsstrukturen und strukturiert zwischen gesamtstädtischen bis regionalen Versorgungsfunktionen sowie Nahversorgungsfunktionen in differenzierter Ausprägung.

Grundsätzlich zu unterscheiden ist zwischen städtebaulich integrierten Versorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche), wohnortintegrierten Nahversorgungsstandorten und nicht integrierten Ergänzungsstandorten bzw. Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels.

Zentrale Versorgungsbereiche:

- "Zentrale Versorgungsbereiche" sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken.¹
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.
- Grundsätzlich gliedert sich ein hierarchisches Zentrensystem in Stufen unterschiedlicher Versorgungsfunktionen, i.d.R. dargestellt als A- bis C-Zentren.
- Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche der Stadt Bernau bei Berlin unterscheidet grundsätzlich zwischen zentralen Versorgungsbereichen der Innenstadt (A- und B-Zentrum) und weiteren Nahversorgungszentren in den Stadtteilen (C-Zentren). Die Gliederung der Innenstadt in das historische, städtebauliche Zentrum (A-Zentrum) und dem benachbarten Einkaufszentrum als Hauptgeschäftsbereich (B-Zentrum) zielt auf eine differenzierte Wahrnehmung von Versorgungsfunktionen.

Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger:

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich, erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen.
- Nahversorgungslagen sind gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), i.d.R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Metzger).

¹ Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07)

- Entscheidendes Kriterium sind ergänzende Nahversorgungsfunktionen zu den zentralen Versorgungsbereichen (A- bis C-Zentren). Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Stadtteiles beitragen.
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Kleinteilige Nahversorger auf Fachgeschäftsebene unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Ortsteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

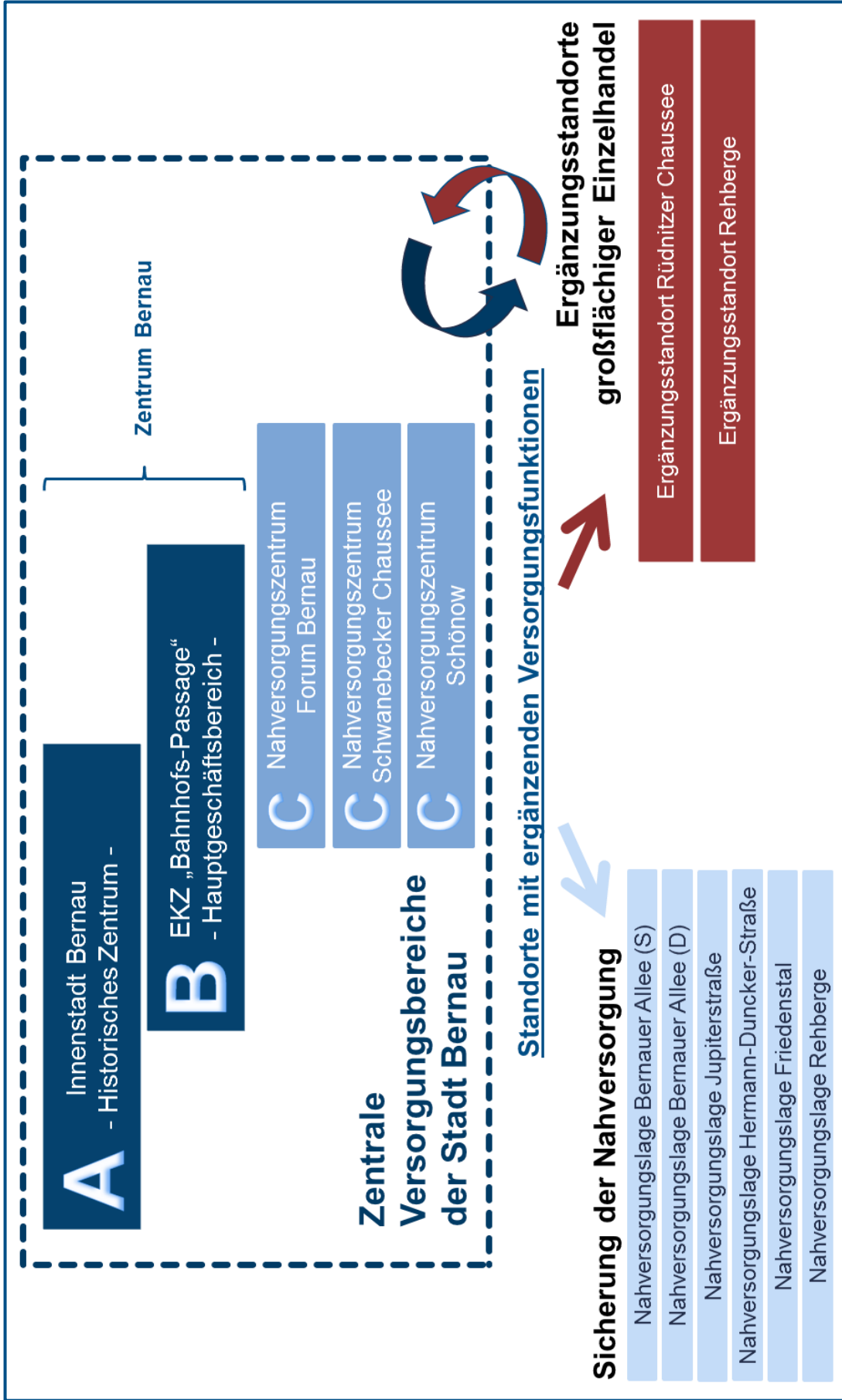
Mit der Aufnahme der Nahversorgungslagen einschließlich kleinteiliger Nahversorger in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bernau bei Berlin wird ihre funktionale Bedeutung für die örtlichen Versorgungsstrukturen und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert. Das Begriffsverständnis städtebaulich integrierter Standorte für die Nahversorgung stützt sich auf eine räumliche und funktionale Einbindung innerhalb eines umliegenden Lebens- und Erlebnisraumes (Stadt- und Ortsteile, Wohngebiete).

Mit diesem Zentren- und Standortkonzept, dessen Abstufung von A- bis C-Zentren sowie weiteren Standortstrukturen mit ergänzenden Versorgungsfunktionen auch als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen ist, werden konzeptionelle Vorgaben für die Einzelhandelspolitik der Stadt fixiert: Schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche sind das A-Zentrum und das B-Zentrum als bipolare Innenstadt sowie die C-Zentren als Träger der stadtteilbezogenen Nahversorgung.

Bei Einzelhandelsstandorten mit ergänzenden Versorgungsfunktionen ist zu unterscheiden zwischen den beiden Schwerpunktbereichen „Sicherung der Nahversorgung“ und „Ergänzungsstandorte großflächiger Einzelhandel“.

Folgende Zentren- und Standortgliederung und deren funktionale Arbeitsteilung wird empfohlen:

Abb. 4: Standortkonzept der Stadt Bernau bei Berlin



Im Einzelnen sind die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte wie folgt zu definieren und bestehenden Standortstrukturen der Stadt Bernau bei Berlin zuzuordnen:

**A-Zentrum – Innenstadt
Historisches Zentrum**

- umschließt die räumlichen Entwicklungspotenziale eines funktional zusammenhängenden, historischen Zentrums
- image- und identitätsprägendes Stadtzentrum
- multifunktionale Innenstadt für städtisches Leben und Erschließung touristischer Potenziale
- Einzelhandel als ein frequenzbringender Schwerpunkt - Fachgeschäftsstrukturen mit individuellen Angebotskonzepten
- Strategie der qualifizierten Entwicklung – Verdichtung der Angebotsstrukturen durch Optimierung des Flächenbestandes & Qualifizierung der Konzepte – Ansiedlung Ankermieter
- umfassende und vielfältige Branchenstruktur ohne Begrenzungen
- Investitionsvorranggebiet für die Ansiedlung zentrenrelevanter Warengruppen

**B-Zentrum –
EKZ „Bahnhofs-Passage“**

- Hauptgeschäftsbereich der Stadt Bernau – Ausprägung als innerstädtisches Einkaufszentrum
- Wechselwirkung mit A-Zentrum – realistische Entwicklungsperspektiven des A-Zentrums dürfen nicht beschnitten werden
- Investitionsvorranggebiet zur Ansiedlung von Fachmärkten und größeren Einzelhandelsbetrieben

**C-Zentren –
Grundversorgungszentren:**

zuzurechnen sind:

Forum Bernau
Schwanebecker Chaussee
Schönow

- überwiegende Ausrichtung auf umfassende Grundversorgung der Stadtteilbevölkerung mit einem stadtteilbezogenen Einzugsbereich
- integrierte Lage, d.h. fußläufig erreichbare Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, aber auch mittels ÖPNV und PKW
- multifunktionaler Ausrichtung auf erweiterte Grundversorgung der Stadtteilbevölkerung, d.h. aus Einzelhandelsicht vorrangig kurzfristiger Bedarf sowie ergänzender mittel- bis langfristiger Bedarf auf Grundlage „Bernauer Nachbarschaftsläden“
- Lebensmittel-Supermarkt und/oder Discounter sind als strukturbildende und in der Regel großflächige Betriebe vorhanden
- haushaltsorientierte Dienstleistungsbetriebe (z.B. Post, Frisör, Servicestelle einer Bank) und/oder Gesundheitsdienstleistungen (z.B. Ärzte, Krankengymnastik, Pflege) und/oder Gastronomiebetriebe

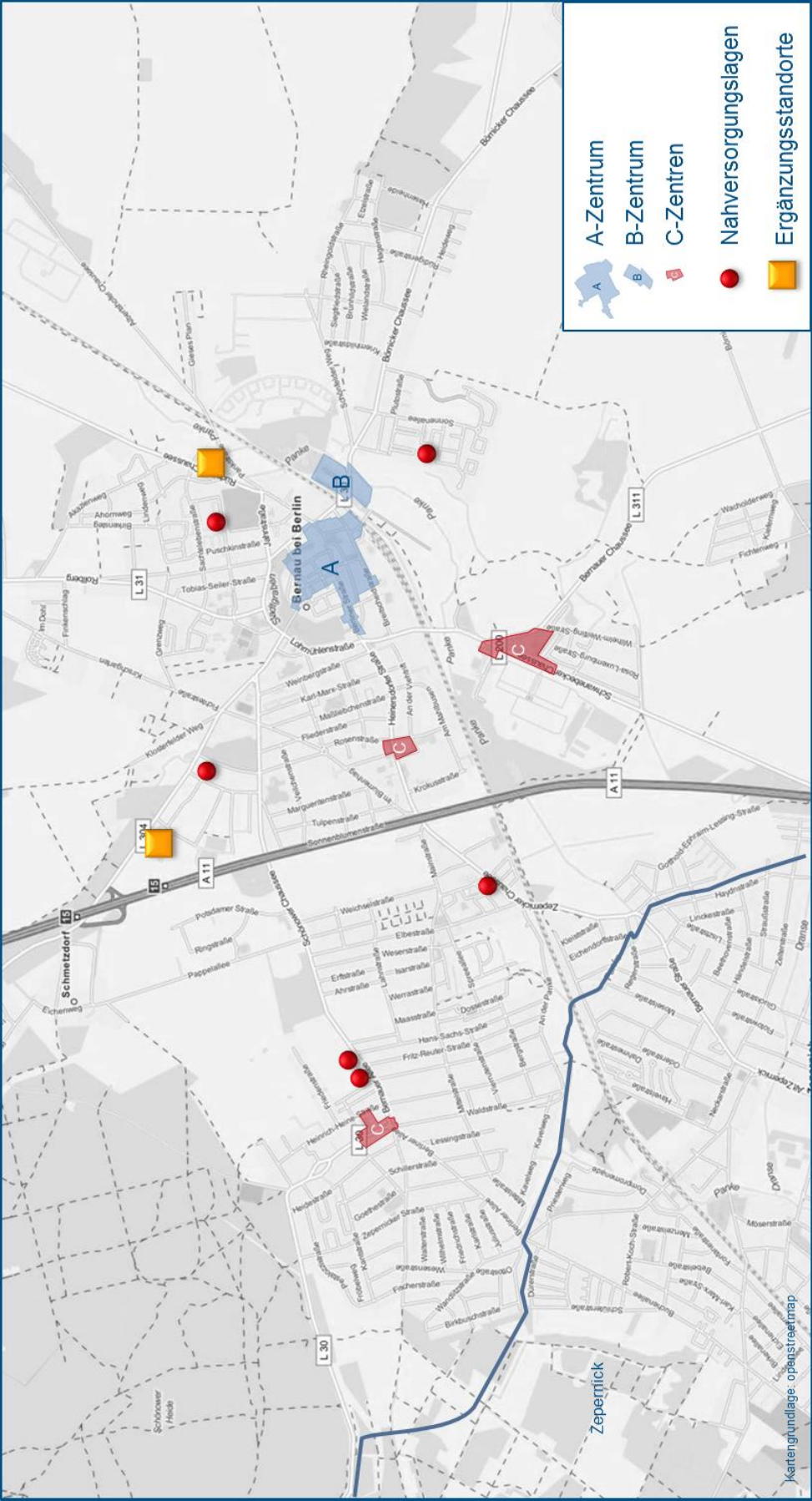
Nahversorgungslagen

zuzurechnen sind:

Bernauer Allee (S)
Bernauer Allee (D)
Merkurstraße
Hermann-Duncker-Straße
Friedenstal
Rehberge

- fußläufige Versorgung mit Lebensmittel ergänzend zu den zentralen Versorgungsbereichen
 - grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmarkt mit ergänzendem Lebensmittelhandwerk (Bäcker/Fleischer) im Eingangsbereich
 - Verkaufsflächendimensionierung in Abstimmung mit dem Nahversorgungspotenzial im Regelfall unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (< 800 m² VKF) – bei ausschließlicher Übernahme von Nahversorgungsfunktionen auch großflächig (Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit)
 - Ergänzung durch nahversorgungsrelevante Fachgeschäfte möglich, soweit diese in ihrer Gesamtheit nicht die Ausstrahlungskraft einer zusätzlichen großflächigen Einzelhandelseinrichtung entwickeln
 - Sonderfall Bernauer Allee – zwei benachbarte Nahversorgungslagen – Wettbewerb zum nahe gelegenen C-Zentrum Schönower, keine Weiterentwicklung am Standort
-

Abb. 5: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Bernau bei Berlin



4.3. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept

Die wirtschaftliche Tragfähigkeit ist das entscheidende Kriterium für die langfristige Sicherung einer qualifizierten verbrauchernahen Grundversorgung. Folglich ist die gezielte Entwicklung möglichst flächendeckender Nahversorgungsstrukturen eine wesentliche Aufgabenstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bernau bei Berlin. Südlich und westlich der Innenstadt bilden die Nahversorgungszentren (C-Zentren) den Schwerpunkt einer umfassenden und qualifizierten Grundversorgung, flächendeckend wird eine fußläufige Nahversorgung durch Nahversorgungslagen angestrebt.

Der Begriff „Grundversorgung“ deckt – bezogen auf den Einzelhandel – existentielle Bedürfnisse des Verbrauchers ab, die auf Waren des kurzfristigen Bedarfs ausgerichtet sind. Im Zusammenhang mit der Grundversorgung wird synonym auch von Nahversorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs gesprochen, weil die Angebote unter städtebaulichen Gesichtspunkten von der Bevölkerung idealerweise fußläufig erreicht werden sollten. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Spannweite im Angebotsspektrum, welche verschiedene Anbieter / Betriebsformen des Lebensmittelhandels ebenso wie das weitere Warengruppenspektrum des kurzfristigen Bedarfs einschließt.

Abb. 6: Begriff der qualifizierten Grundversorgung



Zu den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen zählen Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und Lebensmittel-Fachgeschäfte. Großflächige Betriebsformen, wie Große Supermärkte (Verbrauchermärkte) und SB-Warenhäuser können zwar ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen, im Schwerpunkt sprechen sie jedoch ein anderes Zielgruppenspektrum und ein umfassenderes Einzugsgebiet an. Verbrauchermärkte zielen vorrangig auf den Auto-Kunden zu wöchentlichen Großeinkäufen, weniger auf den täglichen Bedarf. Für Letzteren bevorzugen Kunden kleinere, übersichtlichere Lebensmittelmärkte bzw. bevorzugt Discounter als Nahversorger. Diese unterschiedlichen Zielgruppen bzw. das unterschiedliche Nachfrageverhalten der Kunden bezüglich der verschiedenen Betriebsformen sind in der Bewertung einer verbrauchernahen Grundversorgung einzubeziehen. Autoorientierte Standorte, insbesondere der großflächigen Betriebsformen, sollen eine verbrauchernahe Grundversorgung ergänzen, dürfen diese aber nicht gefährden.

Im Stadtgebiet Bernau sind ein Verbrauchermarkt (Edeka im EKZ „Bahnhofs-Passage“) sowie 15 Supermärkte und Discounter ansässig. Diese verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von 17.349 m². Nachfolgende Tabelle bewertet diesen Besitz in Relation zum Bevölkerungspotenzial der Stadt Bernau bei Berlin.

Tab. 10: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Bernau 2013

Region	Einwohner	Anzahl	Verkaufs- Fläche in qm	qm je Objekt	Einwohner je Objekt	qm je 1.000 Einwohner	DICHTE- INDEX in %
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	81.802.257	25.180	20.170.000	801	3.249	247	100
Stadt Bernau	36.020	15	13.614	908	2.401	378	153
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	81.802.257	1.840	9.210.000	5.005	44.458	113	100
Stadt Bernau	36.020	1	3.735	3.735	36.020	104	92
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	81.802.257	27.020	29.380.000	1.087	3.027	359	100
Stadt Bernau	36.020	16	17.349	1.084	2.251	482	134

¹⁾ Quelle: EHI Retail Institut

²⁾ Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m²; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Durchschnittlich stehen durch diese Lebensmittelbetriebsformen gesamt 482 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner zur Verfügung, dies sind 134% einer bundesdurchschnittlichen Ausstattung. Für ein Mittelzentrum ist dieser Wert eher als durchschnittliche Ausstattung zu werten, abgestimmt vorrangig auf das örtliche Potenzial.

Den Schwerpunkt bilden die vorrangig nahversorgungsrelevanten Betriebsformen Supermärkte und Discounter. Die Ausstattungskennziffer beträgt sogar 153% und deutet zumindest rein quantitativ auf eine gute Nahversorgung.

Demgegenüber liegt die Flächenausstattung durch Großbetriebsformen (SB-Warenhaus / Verbrauchermarkt) deutlich unterdurchschnittlich, insbesondere aus Sicht zentraler Orte. Für die Stadt Bernau errechnet sich ein Dichte-Index von 92%.

Die verstärkte Ausstattung mit nahversorgungsrelevanten Betriebsformen bei gleichzeitig unterdurchschnittlichem Besitz mit Großbetriebsformen verdeutlicht die unter verschiedenen Blickwinkeln bereits diskutierte Orientierung der kurzfristigen Einzelhandelsangebote auf die Nachfrage vor Ort bei gleichzeitig begrenzter regionaler Ausstrahlung.

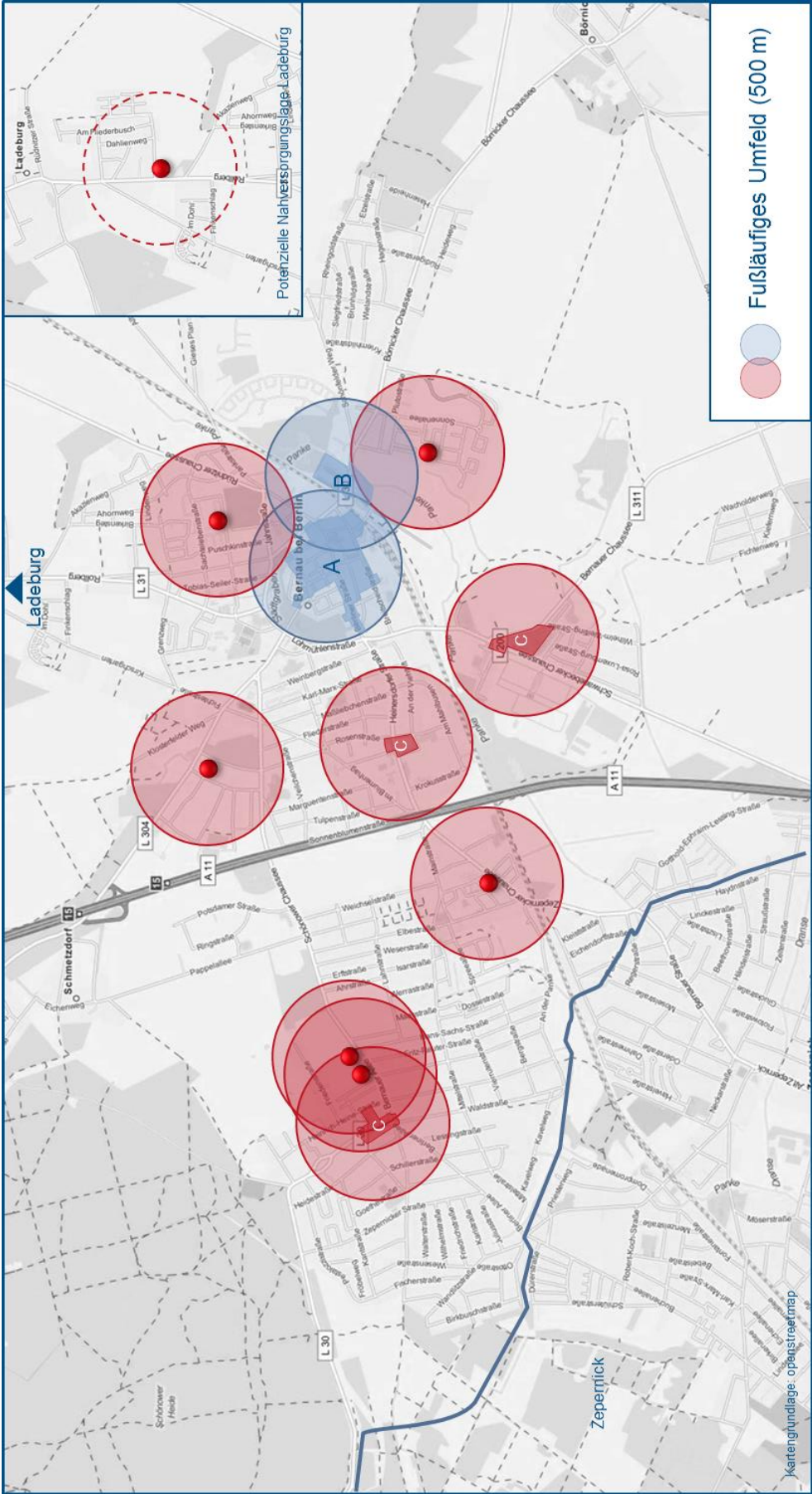
Die Ausstattung mit Lebensmittelmärkten insgesamt ist mehrheitlich der Zentren- und Standortstruktur im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zuzurechnen, lediglich zwei Lebensmittel-discounter liegen in Streulagen.

Die zentralen Versorgungsbereiche und die integrierten Nahversorgungsstandorte sichern somit zusammen für die Mehrheit der Bernauer Bevölkerung bereits eine gute fußläufige Nahversorgung. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht deren jeweiliges Nahversorgungsumfeld.

In der Kernstadt Bernau wird bereits eine sehr gute fußläufige Erreichbarkeit mit einem Nahversorgungsumfeld von 500 m erzielt, im westlichen Stadtgebiet sind partiell leicht höhere Wegeaufwendungen für einen Teil der Bevölkerung notwendig. ¹

¹ Die für die Stadt Bernau bei Berlin relativ eng angesetzten Radien einer angestrebten fußläufigen Erreichbarkeit sind ortsspezifisch abgestimmt, jedoch keine rechtlich verbindliche Funktionsgrenze im Sinne der Nahversorgung. Als Nahversorgung gelten üblicherweise Entfernungen von 10-12 Gehminuten, dies würde eine maximale Entfernung bis zu 800 m einschließen. Für die Wettbewerbsdichte in Bernau wäre dieser Ansatz aber zu weitreichend.

Abb. 7: Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung durch zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen



Versorgungslücken zeigen sich eher in den kleineren peripheren Ortsteilen, die für eine zumindest wohnortnahe Grundversorgung eine gute Erreichbarkeit der ausgewiesenen Versorgungsstrukturen bedürfen. Für den Ortsteil Börnicke übernimmt das B-Zentrum diese Versorgungsfunktionen. Für den Ortsteil Ladeburg bestehen Überlegungen zur perspektivischen Ausweisung einer eigenen Nahversorgungslage, welche in voranstehender Abbildung bereits als potenzielle Nahversorgungslage ausgewiesen ist. Grundsätzlich erlaubt das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept auch die zukünftige Ausweisung zusätzlicher Nahversorgungslagen, wenn diese ein eigenständiges Nahversorgungsumfeld erschließen und zur besseren, flächendeckenden Grundversorgung der Stadt Bernau bei Berlin beitragen (vgl. Leitlinie 2 im Abschnitt 5.3). Eine Nahversorgungslage Ladeburg würde diese Kriterien erfüllen, das verfügbare Nachfragepotenzial des Ortsteiles Ladeburg mit 2.644 Einwohnern¹ ist hinsichtlich der wirtschaftlichen Tragfähigkeit zu prüfen, es liegt jedoch über dem durchschnittlichen Einwohnerpotenzial je Supermarkt / Discounter in Bernau (2.401 Einwohner je Objekt, vgl. Tabelle 11).

Verbleibende Entwicklungspotenziale in der Nahversorgung sind folglich stets standortspezifisch zu bewerten. Zum weitergehenden Ausbau von Nahversorgungsstrukturen in unterversorgten Wohnquartieren sowie in kleineren Ortsteilen kann auch die Förderung kleinteiliger Nachbarschaftsläden beitragen. Typische „Bernauer Nachbarschaftsläden“ finden sich gesamtstädtisch i.d.R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld und sind eingebunden in das urbane Leben. Beispielhaft verwiesen sei auf die Waldsiedlung, in welcher vergleichbare Nachbarschaftsläden die Nahversorgung unterstützen.²

Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

Die Etablierung kleinteiliger Angebotsstrukturen ist im Einzelfall aber stets an realistischen Bindungschancen auszurichten. Dabei zeigen sich zwei gegenläufige Tendenzen: Einerseits sind die Einkaufsgewohnheiten aufgrund bisher fehlender Angebote oft auf Kaufkraftabfluss manifestiert (z.B. Einkauf in Verbindung mit dem Arbeitsweg) und erfordern entsprechende Akzeptanz eines neuen kleinteiligen Anbieters, andererseits steigt mit der zunehmenden Alterung der Gesellschaft generell der Nachfrageanteil unmittelbar vor Ort bzw. im unmittelbaren Wohnumfeld. Aus der demographischen Entwicklung leiten sich folglich Chancen für die Nahversorgung ab. Eine zunehmend ältere Bevölkerung ist an einer wohnungsnahen, zumindest aber wohnortnahen Versorgung nicht nur interessiert (u.a. soziale Aspekte), sondern auch bei rückläufiger Mobilität darauf angewiesen. Außerdem sind die zunehmende Sensibilisierung für Umweltbelastungen und die steigenden Kosten des motorisierten Individualverkehrs zu berücksichtigen, beide Aspekte tragen dazu bei, dass immer häufiger „unnötige Fahrten“ vermieden werden. Dennoch ist in einem wohngebietsintegrierten Standort mit begrenztem Kundenpotenzial die tatsächliche Nachfrageabschöpfung realistisch zu bewerten. Erzielbare Bindungsquoten liegen bei maximal 15-20% der jeweiligen Nachfrage.

Ursachen für maximal erzielbare Bindungsquoten liegen in der Akzeptanz von Zeit-Distanz-Aspekten in Relation zum Einzelhandelsangebot durch den Konsumenten. Kunden orientieren verstärkt auf leistungsfähige Einzelhandelsstandorte, insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln ist seitens der Kunden jedoch eine parallele Einkaufsstättenwahl zu beobachten. Durchschnittlich versorgen sich Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei 4,25 Betriebsformen.

¹ Quelle: Stadt Bernau bei Berlin, Stand 31.03.2013

² vgl. Zulässigkeit von „Bernauer Nachbarschaftsläden“ gemäß Leitlinie 3 im Abschnitt 5.3

4.4. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Bernau bei Berlin

4.4.1. A-Zentrum: Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum

Der Zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum“ bildet einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB). Der Fokus des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist auf eine Stärkung und Weiterentwicklung des A-Zentrums gerichtet. Dabei ist zu berücksichtigen, dass innerstädtische Versorgungsfunktionen in der Stadt Bernau durch zwei benachbarte zentrale Versorgungsbereiche wahrgenommen werden. Die historische Innenstadt (A-Zentrum) und das Einkaufszentrum „Bahnhofspassage“ (B-Zentrum) bilden in Funktionsabstimmung und -ergänzung ein gemeinsames Zentrum. Diese Verteilung resultiert aus der historisch gewachsenen Struktur der Stadt Bernau. Das kompakte Altstadtgebiet mit der den Stadtkern umgebenden Mauer setzte der Entwicklung des Einzelhandels mit einem Mix verschiedener Betriebsgrößen enge Grenzen.

Bernau verfügt über eine historische Altstadt mittelalterlichen Ursprungs, welche um neuzeitliche Gebäude, vor allem für die Wohnfunktion, ergänzt wurde. Das urban gewachsene Zentrum ist kompakt. Innerhalb der Altstadt nehmen die Stadtmauer, der Marktplatz mit Rathaus und zahlreiche kulturelle Sehenswürdigkeiten eine zentrale Stellung ein. Wie bereits hervorgehoben, ist die räumliche Ausdehnung aufgrund der umgebenden Stadtmauer begrenzt.

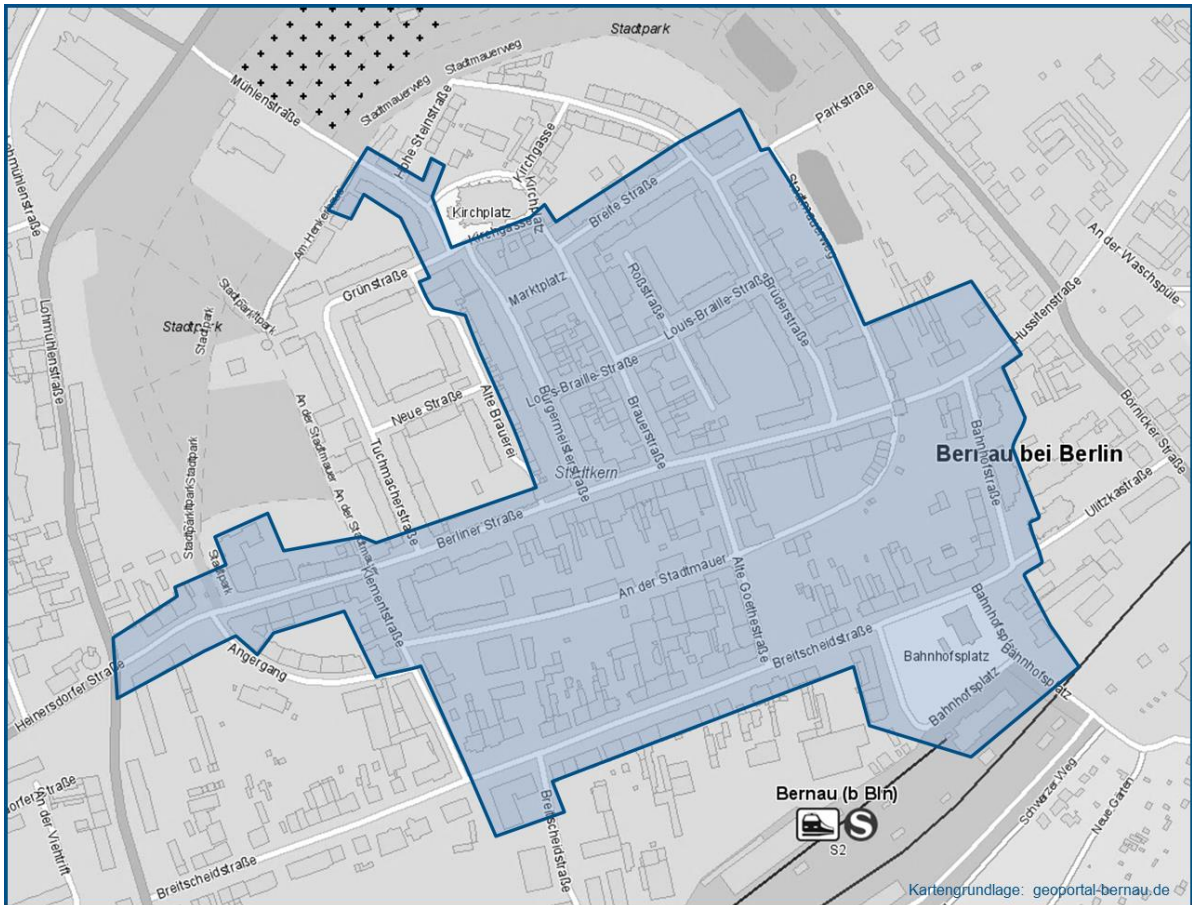
Mit der schrittweise erfolgten, umfassenden Sanierung der Altstadt, vor allem der historisch wertvollen Gebäudesubstanz, wurde die Qualität der Bernauer Altstadt nachhaltig in den Vordergrund gerückt. Darauf gründen auch die Potenziale des historischen Zentrums als Erlebnisbereich mit multifunktionaler Ausrichtung.

Die vorgenommene Abgrenzung des A-Zentrums Innenstadt stellt einen zusammenhängenden, funktionalen Geschäftsbereich dar, im Sinne der Baugesetzgebung und der Definition zentraler Versorgungsbereiche wird ein Bereich abgegrenzt, welcher Funktionsschwerpunkte wie Einzelhandel, Gastronomie, Kultur, Verwaltung und Dienstleistungen bündelt.

Der zentrale Versorgungsbereich umschließt im Norden die Breite Straße und Teile der Grünstraße. Der westliche Verlauf konzentriert sich auf die Berliner Straße und führt bis an die Lohmühlenstraße heran. Die östliche Begrenzung ist bis zur Bahnhofstraße, unter Einschluss des südlich gelegenen Bahnhofplatzes, zu ziehen. Der nordöstliche Teil erstreckt sich entlang der Stadtmauer. Im südlichen Bereich wird das A-Zentrum durch die Breitscheidstraße begrenzt.

Die Abbildung 8 gibt einen Überblick zur räumlichen Abgrenzung des A-Zentrums.

Abb. 8: Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum



Die Qualitäten der einzelnen Geschäftslagen sind dabei sehr unterschiedlich ausgeprägt. Dies zeigt sich vor allem an der Dichte des Nutzungsbesatzes, welcher teilweise zu funktionalen Brüchen führt.

Der umfänglichste Besatz mit 28 Anbietern erstreckt sich entlang der Berliner Straße, welche jedoch aufgrund ihrer Länge und funktionalen Unterbrechungen durch andere Nutzungen und Baulücken kein Einkaufsflair mit Bummelcharakter entwickelt.

Die als Fußgängerzone ausgelegte Bürgermeisterstraße entwickelt auch nur in Teilbereichen, insbesondere mit den Gebäudekomplexen um den Marktplatz eine innerstädtische Qualität. Besonders der zu DDR-Zeiten errichtete Wohnblock mit dem Einzelhandelsbesatz im Erdgeschoss stellt keinen attraktiven Anziehungspunkt dar. Obschon gerade in diesen Gewerbeeinheiten mit EDEKA, NKD und Mc Paper / Post für die Innenstadt wichtige Ankermieter verortet sind. Der zunehmende Leerstand (dazu wird im Abschnitt 4.5.1 noch näher eingegangen) zeigt die Defizite der baulichen Gegebenheiten des Gebäudeensembles auf. Für moderne Angebotskonzepte mit entsprechenden Flächenanforderungen eignen sich die vorhandenen Räumlichkeiten kaum. Mit Anbietern aus dem Billigsegment setzt zunehmend ein Trading Down-Effekt (Verringerung des Qualitätsniveaus) ein, der auch den vorhandenen Besatz gefährdet.

Dagegen verfügt die Brauerstraße bezüglich ihrer historischen Bausubstanz, der Gebäude- und Straßengestaltung sowie des Mixes von Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten sowie inte-

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernau bei Berlin

ressanter gastronomischer Konzepte über eine städtebauliche Qualität. Aufgrund des zahlenmäßig geringen Einzelhandelsbesatzes (sechs Anbieter) stellt jedoch auch die Brauerstraße keine Hauptgeschäftslage dar.

Auf die Lagen Alte Goethestraße, Breitscheidstraße, Breite Straße und Bahnhofsvorplatz verteilt sich eine annähernd gleiche Anzahl von Einzelhandelsgeschäften. Diese ziehen mehrheitlich eine Zielkundschaft an. Außerhalb der genannten Lagen befinden sich noch vereinzelt Geschäfte. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird die Weiterentwicklung und Qualifizierung des Historischen Zentrums als Erlebnisbereich für Einwohner, Besucher und Touristen angestrebt. Die vorhandenen Potenziale und geeignete Maßnahmen werden im Abschnitt 4.5.1 näher beleuchtet.

Abb. 9: Ansichten zur Innenstadt von Bernau



Fotos: BBE

4.4.2. B-Zentrum: EKZ „Bahnhofs-Passage“- Hauptgeschäftsbereich

Das Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ in Bernau bei Berlin wurde 1996 eröffnet. Mit dem ersten Bauabschnitt entstanden in der „Bahnhofs-Passage“ rd. 7.500 m² Verkaufsfläche. Mit der Ansiedlung zahlreicher großflächiger Angebote sollte das Einkaufszentrum die Ergänzung zur kleinteiligen Anbieterstruktur im Altstadtkern darstellen. Die Bahnhofs-Passage hat sich zu einem etablierten Einkaufsstandort der Stadt Bernau und Region entwickelt. In der Folge wurde im Jahr 2006 ein zweiter Bauabschnitt fertig gestellt.

Aktuell verfügt das B-Zentrum über eine Einzelhandelsverkaufsfläche von 16.705 m². Als großflächige Anbieter und Magnetbetriebe / Frequenzbringer des Einkaufszentrums sind zu nennen: EDEKA-Verbrauchermarkt mit etwas über 3.700 m² Verkaufsfläche, weiterhin der Unterhaltungselektronikmarkt Medi-Max, das Natur-Kaufhaus mit Spielwarenmarkt Zwergnase im OG sowie die Bekleidungsmärkte AWG und C&A. Neben weiteren Fachmärkten der Branchen Lebensmittel, Drogerie, Zoo-Heimtierbedarf, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportbekleidung weist die Bahnhofs-Passage auch kleinteilige Fachgeschäfte auf. Darüber ist ein breites Spektrum von Dienstleistungen (Frisör, Arztpraxen, Büros) sowie Gastronomie- und Freizeitangeboten (Filmpalast Bernau, Bowlingoase, Fitnessstudio u.a.) vertreten. Die Gesamtgröße des Einkaufs- und Geschäftszentrum liegt bei rd. 23.000 m² Hauptfunktionsfläche.

Das multifunktionale Angebotskonzept sowie die Nachbarschaftslage zum historischem Zentrum sind die ausschlaggebenden Kriterien zur Einstufung als B-Zentrum mit der Versorgungsfunktion als Hauptgeschäftsbereich der Stadt Bernau. Das Einkaufs- und Geschäftszentrum verfügt zweifellos über eine exponierte Stellung in der Region und übernimmt regionale Versorgungsaufgaben, die der zentralörtlichen Funktion von Bernau adäquat sind. Das B-Zentrum soll jene innerstädtischen Versorgungsfunktionen übernehmen, die im historischen Zentrum (A-Zentrum) mit kleinteiligen Verkaufsflächenstrukturen räumlich und funktional nicht umsetzbar sind, ohne die verbleibenden Entwicklungsperspektiven des A-Zentrums zu beschneiden. Folglich sind Einzelhandelsentwicklungen im B-Zentrum stets auf die Funktionsabstimmung mit dem A-Zentrum zu prüfen.

Der Standort der Bahnhofs-Passage befindet sich an der Börnicker Chaussee, ein Teilstück der L30, die als eine zentrale Verkehrsachse der Stadt Bernau fungiert. In westlicher Richtung stellt die L 30 die Anbindung zur BAB A 11 (Berlin-Stettin) her und mündet südöstlich des Altstadtkerns in die Börnicker Chaussee, über die das südöstlich gelegene Umland angebunden wird.

Das Einkaufszentrum befindet sich zudem unmittelbar angrenzend zum S-Bahnhof Bernau. Damit wird die verkehrsgünstige Anbindung und gute Erreichbarkeit des Standorts nachdrücklich untersetzt.

Die aktuelle rechtskräftige planungsrechtliche Grundlage für die Bahnhofs-Passage stellt die 3. Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplanes „Bahnhofspassage Bernau“ in Kraft seit 23.04.2012 mit Festlegung der Verkaufsflächenobergrenze auf 17.500 m² dar.

Die nachfolgende Abgrenzung des B-Zentrums ist ausgerichtet am Geltungsbereich des Vorhaben- und Erschließungsplanes.

Auf Antrag der Peter Fritz Immobilien GmbH vom 25.01.2013 wird aktuell die 4. Änderung und Ergänzung des VEP „Bahnhofspassage Bernau“ auf Erweiterung der Verkaufsfläche um 2.500 m² auf 20.000 m² Gesamtverkaufsfläche geprüft. Abschnitt 4.5.2 bewertet detailliert potenzielle städtebauliche Auswirkungen sowie die Vereinbarkeit einer Erweiterung des B-Zentrums mit den Zielen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Abb. 10: Abgrenzung B-Zentrum EKZ „Bahnhofs-Passage“

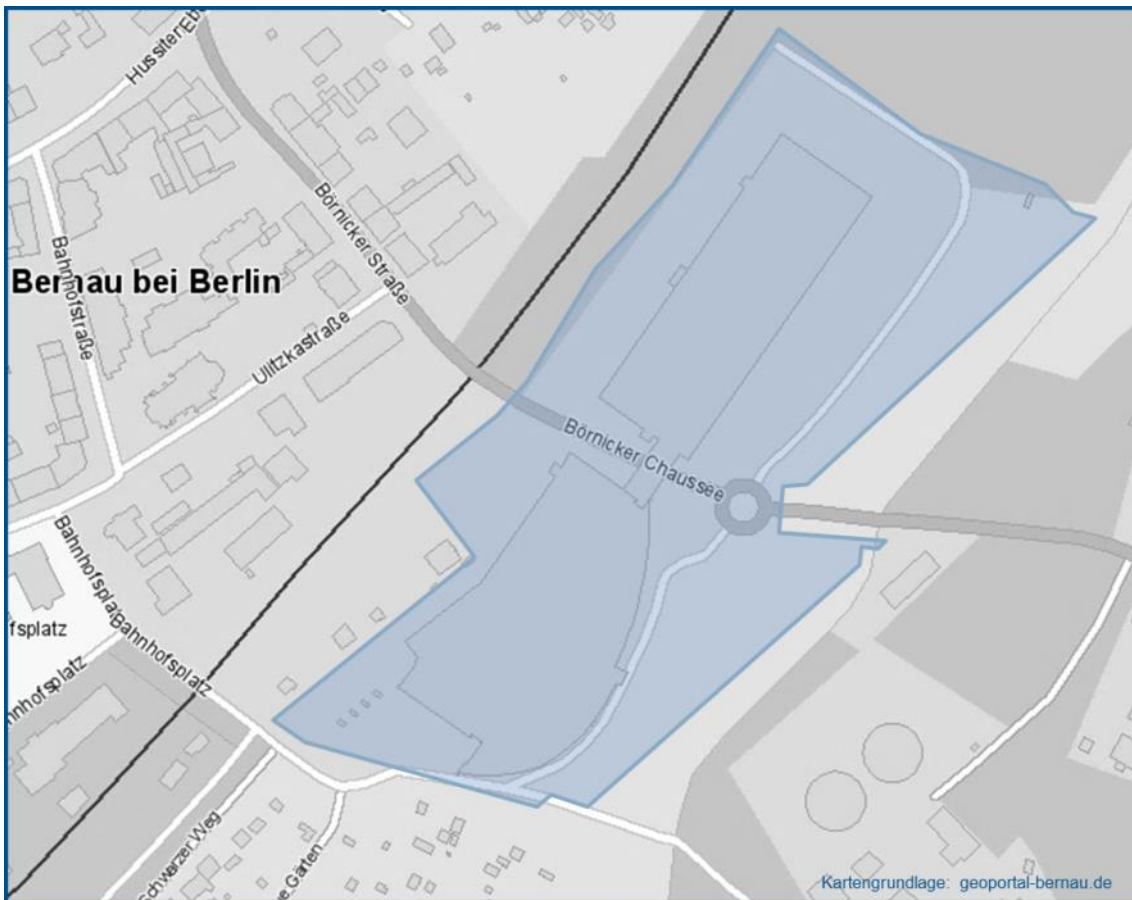


Abb. 11: Ansichten zum B-Zentrum EKZ „Bahnhofs-Passage“



4.4.3. C-Zentren: Nahversorgungszentren

Nahversorgungszentren sind Bestandteil der sie umgebenden Wohnbebauung und zielen auf die fußläufige Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Idealerweise setzen sie sich aus einem Lebensmittelmarkt und Fachgeschäften des kurzfristigen Bedarfs, beispielsweise Lebensmittelhandwerk, Zeitungen/Zeitschriften oder Blumen, zusammen. Weitere zentrenrelevante Sortimente des mittel- bis langfristigen Bedarfs bleiben auf ergänzende Versorgungsfunktionen beschränkt. Darüber hinaus bieten sich wohngebietsnahe Dienstleistungen und Gastronomie an.

In diesem Sinne bilden C-Zentren einen Lebensmittelpunkt im jeweiligen Stadtteil und entsprechen ebenfalls schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß §1 Abs. 6 Nr. 4, §2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und §34 Abs. 3 BauGB).

Innerhalb des Zentrenkonzeptes der Stadt Bernau bei Berlin erfüllen drei Nahversorgungszentren diese Anforderungen aus Einzugsgebiet, Ausstattung und Funktionszuweisung:

- Nahversorgungszentrum Forum Bernau
- Nahversorgungszentrum Schwanebecker Chaussee
- Nahversorgungszentrum Schönow

Diese drei C-Zentren umfassen zusammen 21,3% der aktuellen Bernauer Verkaufsflächen.

Nahversorgungszentrum Forum Bernau

Vergleichsweise zentral gelegen übernimmt das Nahversorgungszentrum im Schwerpunkt Versorgungsfunktionen westlich der Innenstadt bis etwa zum Verlauf der Autobahn BAB 11, folglich für den Stadtteil Blumenhag bis einschließlich des südlich gelegenen Wohngebietes Viehtrift.

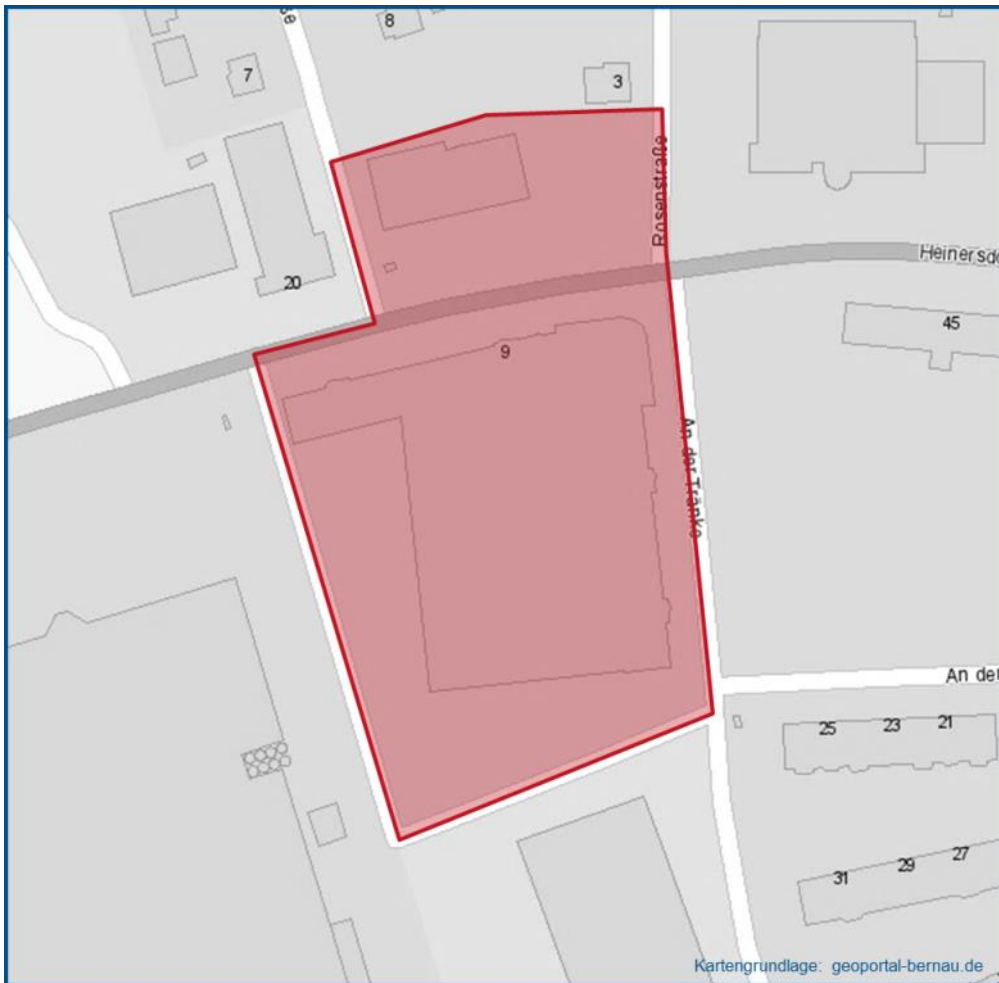
Das Nahversorgungszentrum liegt unmittelbar an der Zepernicker Chaussee/Heinersdorfer Straße (L314), der westlichen Hauptverkehrsachse von der Bernauer Innenstadt in Richtung Zepernick und Berlin-Buch.

Das Nahversorgungszentrum umfasst das Einkaufszentrum „Forum Bernau“ sowie einen unmittelbar gegenüberliegenden Standort eines Lebensmitteldiscounters. Nachfolgende Abbildung kennzeichnet die räumliche Abgrenzung.

Das „Forum Bernau“ ist ein multifunktionales Einkaufszentrum, welches im besten Sinne die Funktionen eines Nahversorgungszentrums zusammenfasst. Als Magnetbetrieb fungiert ein großflächiger Edeka-Supermarkt, ergänzt durch diverse nahversorgungsrelevante Anbieter (Apotheke, Getränkemarkt, Bäcker, Blumen, Lotto / Zeitschriften) und zusätzlichen Fachgeschäften im mittel- bis langfristigen Bedarfsspektrum (Schuhe, Fahrrad, Schreib- und Spielwaren, Gemischtwaren, Optik/Akustik). Diverse Dienstleister (Reisebüro, Reinigung, Friseur, Asia Bistro, Griechisches Restaurant, Video Verleih) sowie mehrere Arztpraxen (Fachärzte für Allgemeinmedizin und Orthopädie sowie ein Zahnarzt) sind ansässig.

Aktuell summiert sich die einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche auf ca. 3.600 m² (ca. 5% der Bernauer Einzelhandelsfläche), davon 2.500 m² durch die beiden Lebensmittelmärkte (Edeka, Norma). Insgesamt binden die Anbieter innerhalb des Zentrums einen Umsatz von ca. 14,1 Mio. €, dies sind ca. 8% des Bernauer Einzelhandelsumsatzes.

Abb. 12: Abgrenzung C-Zentrum Forum Bernau



Gleichzeitig weisen mehrere Leerstände auf wirtschaftliche Tragfähigkeitsprobleme dieses Einkaufszentrums hin. Die verfügbaren Flächenkapazitäten sind auch für eine Weiterentwicklung der Nahversorgungsfunktionen ausreichend, eine Erweiterung des zentralen Versorgungsbereiches wird nicht angestrebt. Unterstützend zur mittelfristigen Sicherung des C-Zentrums können sich Nutzungen in der Nachbarschaft auswirken. So befindet sich auf dem östlichen Nachbargrundstück an der Zepernicker Chaussee die Agentur für Arbeit, südlich des zentralen Versorgungsbereiches grenzt das SportForum Bernau an.

Abb. 13: Ansichten zum C-Zentrum Forum Bernau



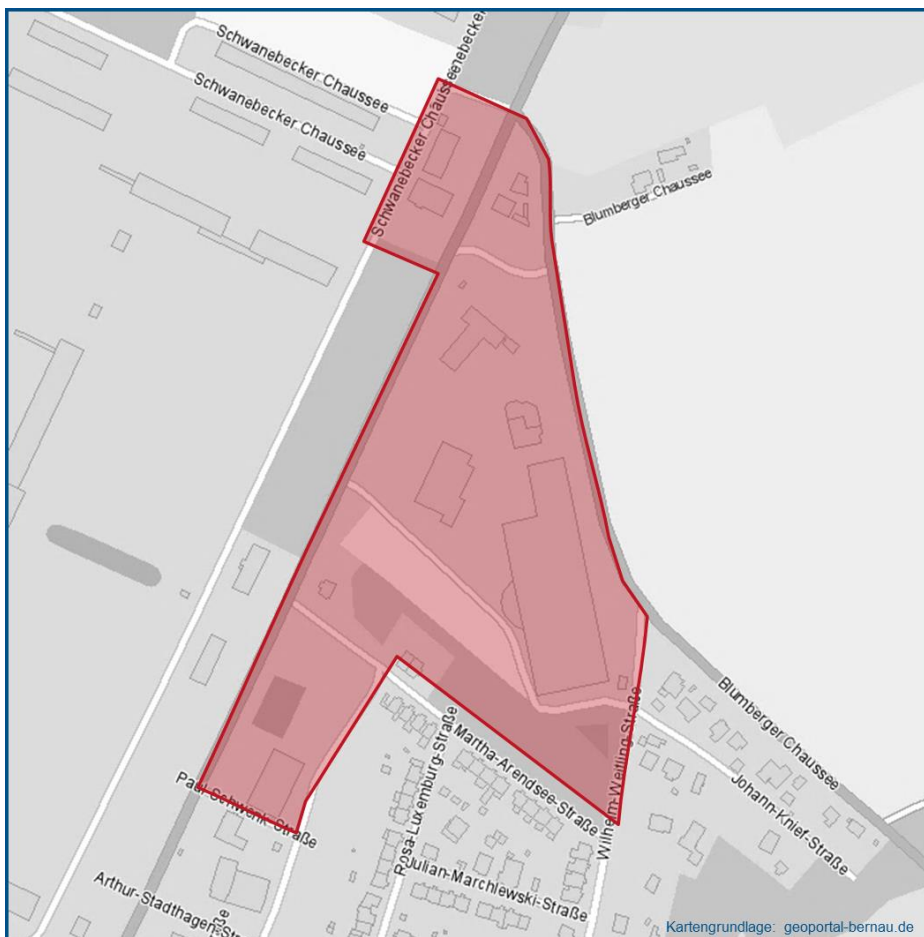
Nahversorgungszentrum Schwanebecker Chaussee

Das C-Zentrum Schwanebecker Chaussee entwickelte sich sukzessive aus einer Einzelhandelsagglomeration im südlichen Stadtgebiet von Bernau.

Gelegen am Kreuzungsbereich der Schwanebecker Chaussee (L200) mit der Blumberger Chaussee (L31) weist es eine sehr gute Erreichbarkeit auf und übernimmt Grundversorgungsfunktionen für die Bevölkerung des Stadtteiles Lindow und der nahe gelegenen Siedlung Birkenhöhe, erzielt über PKW-Frequenzen der stark befahrenen Schwanebecker Chaussee jedoch auch eine partielle Kundenbindung aus einem erweiteren Einzugsgebiet.

Die nachfolgende Abbildung kennzeichnet eine entsprechende Abgrenzung des C-Zentrums, zuzurechnen sind benachbarte Grundstücke beiderseits der Schwanebecker Chaussee.

Abb. 14: Abgrenzung C-Zentrum Schwanebecker Chaussee



Das Nahversorgungszentrum weist eine besondere Struktur auf, welche über die typischen Funktion eines Nahversorgungszentrums hinausgeht und ursächlich auf die funktional gewachsene Einzelhandelsagglomeration zurückzuführen ist. Neben vorrangig nahversorgungsrelevanten Anbietern ist weiterhin ein Baumarkt (toom) eingebunden.

Insgesamt schließt das C-Zentrum derzeit 8 Einzelhandelsanbieter ein, neben dem genannten Baumarkt sind zwei Lebensmittel-Discounter (Netto, Lidl), ein Getränkemarkt (Getränke Hoffmann), ein Heimtier-Fachmarkt (Fressnapf), jeweils eine Bäcker- und Fleischerfiliale sowie eine Tankstelle vertreten.

Insgesamt umfasst dieser zentrale Versorgungsbereich annähernd 8.800 m² Verkaufsfläche, davon entfallen ca. 5.900 m² auf den Baumarktstandort.¹ Mit bereits 13,4% der Bernauer Einzelhandelsfläche zählt er zu den flächengrößten Standorten in der Bernauer Zentren- und Standortstruktur.

Dieser hohe Flächenbesatz ist insbesondere für die Weiterentwicklung des Standortes von Bedeutung. Perspektivisch soll dieser zentrale Versorgungsbereich seine Versorgungsfunktionen nicht erweitern. Eine potenzielle Nachnutzung einzelner Flächen, insbesondere der Großfläche des Baumarktes, ist auf Anbieter mit nahversorgungsrelevanten oder nicht-zentrenrelevanten Kernortimenten auszurichten.

Abb. 15: Ansichten zum C-Zentrum Schwanebecker Chaussee



Nahversorgungszentrum Schönow

Das C-Zentrum liegt im westlichen Bernauer Stadtgebiet und übernimmt als typisches Nahversorgungszentrum Versorgungsfunktionen vorwiegend für die Bevölkerung des Ortsteiles Schönow mit Ausstrahlung auch auf den benachbarten Stadtteil Friedenstal.

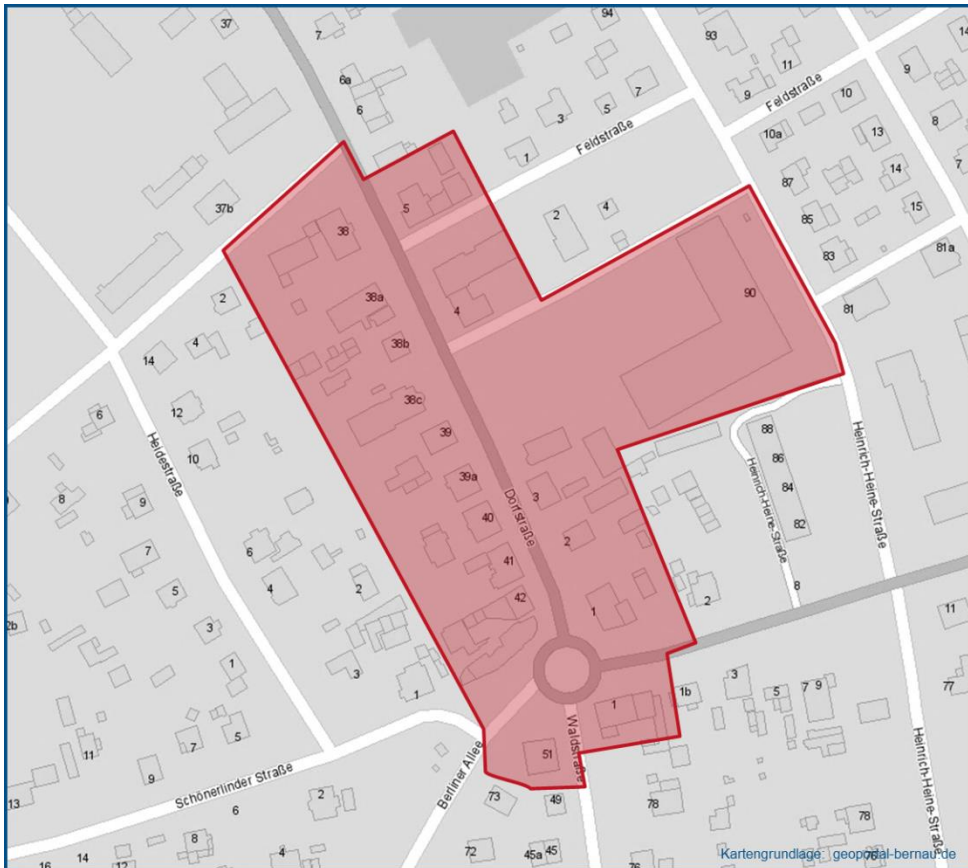
Eingebunden in die umliegende Wohnbebauung des Stadtteiles erstreckt es sich entlang der Dorfstraße, nördlich des Kreuzungsbereiches mit der Bernauer Allee bietet das C-Zentrum grundsätzlich eine gute Erreichbarkeit für ein entsprechendes Versorgungsumfeld von städtebaulichem Gewicht.

Schwerpunkt des Nahversorgungszentrums bildet ein Einzelhandelskomplex zwischen der Dorfstraße und der Heinrich-Heine-Straße mit einem Lebensmittel-Discounter (Netto) und einem Restpostenmarkt (Repo) als Magnetanbieter. Weiterer kleinteiliger Einzelhandel und ergänzende Dienstleister sind sowohl innerhalb dieses Komplexes als auch in den angrenzenden Wohn- und Geschäftsbauten des zentralen Versorgungsbereiches eingebunden. Hierzu zählen Lebensmittelhandwerk, Blumen, Apotheke, Fachgeschäft für Angelbedarf aber auch Sparkasse und Praxis für Ergotherapie. Eine ehemalige Drogeriefiliale (Schlecker) steht aktuell leer.

Der aktuelle Verkaufsflächenbestand umfasst ca. 1.560 m², bzw. 2,4% des Bernauer Einzelhandelsbesatzes. Flächengrößter Anbieter ist der Sonderpostenmarkt, für den relativ kleinen Lebensmittel-Discounter bestehen noch nachfrageseitige Erweiterungspotenziale.

¹ Verkaufsfläche des Baumarktstandortes incl. Freiflächen, diese jedoch nach BHB-Schlüssel gewichtet.

Abb. 16: Abgrenzung C-Zentrum Schönow



Grundsätzliches Ziel ist die Stabilisierung und Weiterentwicklung dieses C-Zentrums im Bereich der nahversorgungsrelevanten Angebote, einschließlich wohngebietsnaher Dienstleistungen. Dabei ist die unmittelbare Wettbewerbssituation mit den Nahversorgungslagen an der Bernauer Allee zu beachten, diese sollen die Versorgungsfunktionen eines zentralen Versorgungsbereiches hinsichtlich einer flächendeckenden Nahversorgung ergänzen, mittel- und langfristig jedoch nicht zu negativen Wettbewerbseffekten führen.

Abb. 17: Ansichten zum C-Zentrum Schönow



4.4.4. Integrierte Nahversorgungsstandorte

Nahversorgungslagen dienen im Sinne einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen und / oder wohnortnahen Nahversorgung im Stadtgebiet Bernau zur funktionalen Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche (A- bis C-Zentren). Sie zeichnen sich i.d.R. durch eine wohngebietsintegrierte Lage aus, beschränken sich in ihrer Funktion auf die Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs.

Mit ihrer Aufnahme in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bernau bei Berlin wird ihre funktionale Bedeutung für die Nahversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen sind definiert als Standorte von Supermärkten oder Lebensmitteldiscountern, ergänzt mit Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Fleischer) im Eingangsbereich. Eine zusätzliche Einbindung kleinteiliger Fachgeschäfte im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich und / oder Dienstleistern ist im Einzelfall möglich (vgl. Regelungen zum Bernauer Nachbarschaftsladen), vorausgesetzt, dass die Agglomeration keine über den unmittelbaren Nahversorgungsbereich wirkende Standortattraktivität mit nachfolgenden, negativen Wettbewerbseffekten auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf benachbarte Nahversorgungslagen nach sich zieht.

Nahversorgungslagen sind in ihrer Dimensionierung und Ausstattung grundsätzlich auf die spezifischen Nahversorgungsfunktionen und das relevante Nahversorgungspotenzial abzustimmen. Dies schließt eine Größendimensionierung der Lebensmittelmärkte i.d.R. unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit (bis maximal 800 m² Verkaufsfläche) ein, eine darüber hinausgehende Dimensionierung bedarf stets des Nachweises der städtebaulichen Verträglichkeit (Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche, vorrangige Orientierung auf eigenständige Nahversorgungsfunktion).

Folgende aktuelle Nahversorgungslagen werden im Stadtgebiet Bernau ausgewiesen, ihre Abgrenzung ist ausschließlich mit der exakten Standortzuordnung durch Straße und Hausnummer bestimmt:

Bernauer Allee (S)	Zuordnung: Bernauer Allee 18 Standort des Supermarktes Rewe, ergänzt durch einen Bäcker im Eingangsbereich
Bernauer Straße (D)	Zuordnung: Bernauer Allee 20 Standort des Lebensmitteldiscounters Netto Supermarkt, ergänzt durch einen Bäcker und einem kleinen Gemischtwarenladen im Eingangsbereich
Merkurstraße	Zuordnung: Merkurstraße 21 Standort des Supermarktes Kaiser´s, ergänzt durch einen Bäcker Im unmittelbaren Standortumfeld ist weiterhin der Textildiscounter Kik ansässig, eine Sparkassenfiliale und ein Friseur – grundsätzlich bestehen Entwicklungspotenziale zu einem C-Zentrum, diese Funktion wird aber bisher nicht ausgefüllt.

Hermann-Duncker-Straße	Zuordnung: Hermann-Duncker-Str. 14 Standort des Supermarktes Edeka
Friedenstal	Zuordnung: Zepernicker Chaussee 110 Standort des Lebensmitteldiscounters Netto Supermarkt, ergänzt durch einen Bäcker und einem kleinen Blumenladen, angebunden außerdem ein Getränkemarkt
Rehberge	Zuordnung: Konrad-Zuse-Straße 53 Standort des Lebensmitteldiscounters Netto Marken-Discount

Eine Sonderstellung nehmen die beiden unmittelbar benachbarten Nahversorgungslagen an der Bernauer Allee ein, zum einen auf Basis eines Supermarktes, zum anderen auf Basis eines Lebensmittel-Discounters. Beide erfüllen vergleichbare Nahversorgungsfunktionen für angrenzende Wohngebiete stehen aber auch im Wettbewerb zu dem nahe gelegenen Nahversorgungszentrum Schönow. Zukünftige Entwicklungsperspektiven im Ortsteil Schönow sind auf die Bevölkerungsentwicklung vor Ort abzustimmen, Verkaufsflächenerweiterungen in den Nahversorgungslagen dürfen die Entwicklungsperspektiven des C-Zentrums nicht beschränken.

(Darüber hinaus existieren Standorte von Lebensmittelmärkten, die nicht die Kriterien einer integrierten Nahversorgungslage erfüllen, folglich keine Funktionszuweisung erhalten. Sie unterliegen weiterhin dem Bestandsschutz.)

4.4.5. Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel

Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels übernehmen grundsätzlich Versorgungsfunktionen, die in zentralen Versorgungsbereichen nicht umsetzbar sind oder gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen zu einer umfassenden Stärkung des Einzelhandelsstandortes und somit der Zentralität der Stadt Bernau bei Berlin beitragen.

Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an Ergänzungsstandorten erfolgt über Festsetzungen in Bebauungsplänen bzw. in Vorhabens- und Erschließungsplänen. In der Stadt Bernau bei Berlin bestehen zwei maßgebliche Ergänzungsstandorte mit jeweils definierten Funktionszuweisungen im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes.

Nachfolgend werden für die bestehenden Ergänzungsstandorte

- Ergänzungsstandort Rüdritzer Chaussee,
- Ergänzungsstandort Rehberge

der aktuelle Anbieterbesatz, Standortlage, räumliche Abgrenzung und die Funktionseinbindung in das Einzelhandelskonzept skizziert.

Ergänzungsstandort Rüdritzer Chaussee

Der Ergänzungsstandort im nordwestlichen Stadtgebiet liegt unmittelbar am innerstädtischen Verlauf der Bundesstraße B2.

Funktional ist dieser Ergänzungsstandort durch den Schwerpunkt „Wohnen und Einrichten“ geprägt, ansässig sind die beiden Möbeldiscounter „Wohnorama“ und „SB-Möbel Boss“. Zusätzlich ist im Ergänzungsstandort ein Lebensmittelmarkt (Netto Marken-Discount) eingebunden.

Für den Ergänzungsstandort gilt der Vorhaben- und Erschließungsplan Gewerbepark Ruedritzer Chaussee aus dem Jahr 1994, einschließlich 1. Änderung aus dem Jahr 1999.

Die Abgrenzung als Ergänzungsstandort erfolgt gemäß dem im Vorhaben- und Erschließungsplan ausgewiesenen Sondergebiet Einzelhandel. Für die Handelsflächen wurden folgende Festsetzungen getroffen:

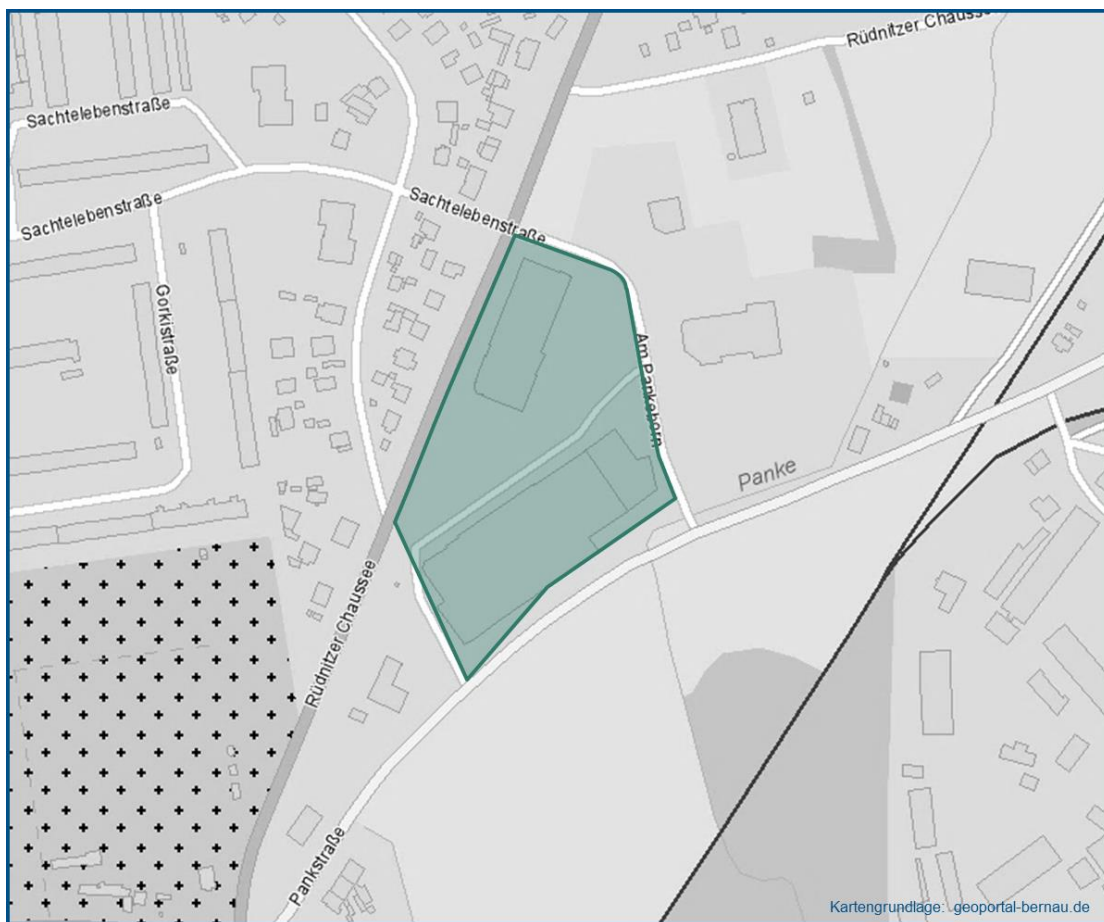
- Baumarkt ca. 3.500 m² VRF (Verkaufsraumfläche)
- Gartencenter ca. 3.000 m² NF (Nutzfläche)
- Discounter ca. 700 m² VRF
- Möbelmarkt ca. 5.600 m² NVF (Nettoverkaufsfläche)

Der ausgewiesene Möbelmarkt entspricht dem Standort „Wohnorama“, nach Standortverlagerung des ehemaligen Bau- und Gartenmarktes (OBI, heute Ergänzungsstandort Rehberge) werden diese Flächen durch den zweiten Möbelmarkt (SB-Möbel Boss) genutzt.¹ Die Ausrichtung auf nicht-zentrenrelevante Kernsortimente blieb bei dieser Weiterentwicklung erhalten.

Aktuell umfasst der Ergänzungsstandort eine Gesamtverkaufsfläche von 8.500 m², bzw. 12,9% der Bernauer Einzelhandelsfläche.

¹ Die Ansiedlung eines weiteren Möbelanbieters erfolgte über eine Befreiung nach § 31 BauGB.

Abb. 18: Ergänzungsstandort großflächiger Einzelhandel – Rüdritzer Chaussee



Der Standort ist mittelfristig im Bestand zu sichern, mit folgender funktionaler Einbindung in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept:

- Die klare Funktions- und Branchenausrichtung auf „Wohnen und Einrichten“ mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist beizubehalten.
- Die maximale Abgrenzung des Ergänzungsstandortes ist durch das ausgewiesene Sondergebiet vorgegeben, eine über die Bestandssicherung hinausgehende Neuansiedlung oder Neuausrichtung des Ergänzungsstandortes wird ausgeschlossen.
- Eine Verkaufsflächenerweiterung bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten gemäß „Bernauer Sortimentsliste“ über den aktuellen Bestand hinaus, wird ausgeschlossen. Der aktuelle Bestand ist durch den Lebensmittel-Discounter sowie Randsortimenten in beiden Möbelhäusern gekennzeichnet.

Ergänzungsstandort Rehberge

Der Ergänzungsstandort Rehberge entstand aus der Verlagerung des OBI Bau- und Heimwerkermarktes und ist hinsichtlich der Versorgungsfunktion als spezialisierter Baumarktstandort einzustufen. Ergänzende Anbieter an diesem Standort sind ein Spezial-Fachmarkt für Kamine und Kaminöfen (Hark) sowie eine Tankstelle.

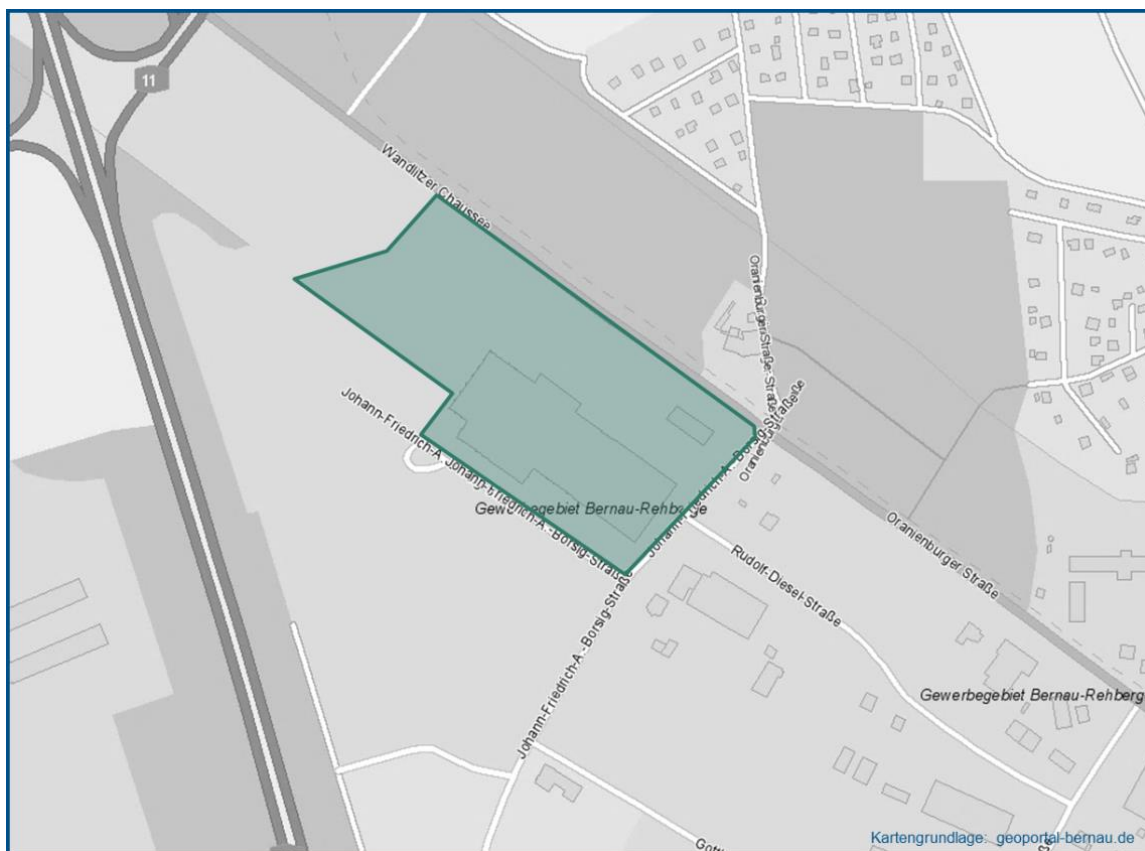
Insgesamt umfasst der Ergänzungsstandort eine Verkaufsfläche von ca. 8.000 m², bzw. 12,2% der Bernauer Einzelhandelsfläche.¹

Für diesen Standort gilt der Bebauungsplan „Baumarkt- und Gewerbefläche Rehberge westlich der Johann-Friedrich-A.-Borsig-Straße“. Für den Baumarktstandort ist ein Sondergebiet großflächiger Einzelhandel mit der Zweckbestimmung „Bau- und Fachmärkte“ festgesetzt.

Zulässig sind als Einzelhandelsnutzungen:

- ein Bau- und Heimwerkermarkt mit angeschlossenem Gartencenter mit einer Verkaufsflächenobergrenze von 10.500 m² (unbewertet), darunter zentrenrelevante Randsortimente bis zu einer maximalen Verkaufsfläche von 950 m²
- arrondierte Fachmarktflächen innerhalb des Sondergebieters mit einer Verkaufsflächenobergrenze von 1.700 m² in den Branchen/Sortimenten Getränkemarkt, Outdoor/Biker, Bodenbelagssortimente, Haus- und Heimtextilien, Küchenstudio, Kleinmöbel, Fliesen/Keramik, Parkett, Betten und Zubehör/Matratzen, Elektrofachmarkt.

Abb. 19: Ergänzungsstandort großflächiger Einzelhandel – Rehberge



¹ Verkaufsfläche des Baumarktstandortes incl. Freiflächen, diese jedoch nach BHB-Schlüssel gewichtet.

Die Abgrenzung des Ergänzungsstandortes ist identisch mit dem planungsrechtlich ausgewiesenen Sondergebiet.

Der Standort ist langfristig zu sichern und weiter zu entwickeln, mit folgender funktionaler Einbindung in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept:

- Funktionsschwerpunkt Baumarktstandort, zusätzliche Fachmarktansiedlungen ordnen sich diesem Branchenschwerpunkt unter,
- Entwicklungsperspektiven beschränken sich auf nicht-zentrenrelevante Sortimente, eine weitergehende Ansiedlung von Anbietern mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten gemäß „Bernauer Sortimentsliste“ wird ausgeschlossen,
- folglich sind bestehende Festsetzungen hinsichtlich der Zulässigkeit zentrenrelevanter Einzelhandelsansiedlungen im Bebauungsplan „Baumarkt- und Gewerbefläche Rehberge westlich der Johann-Friedrich-A.-Borsig-Straße“ auf die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes anzupassen.

4.5. Perspektiven der Innenstadt von Bernau unter Berücksichtigung der bipolaren Entwicklung mit dem EKZ "Bahnhofs-Passage"

4.5.1. Qualifizierung des Historischen Zentrums (A-Zentrums) unter Berücksichtigung aktueller Handels- und Nachfragetrends sowie standortspezifischer, wirtschaftlicher Tragfähigkeitsaspekte

Der zentrale Versorgungsbereich - Innenstadt Bernau - weist diverse Funktionsschwächen auf, die bereits dargestellt wurden. Die Funktion des Hauptgeschäftsbereichs ist in der Folge auf das EKZ „Bahnhofs-Passage“ übergegangen. Die Diskussion im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes hat jedoch deutlich gezeigt, dass die Stärkung des Historischen Zentrums von Bernau weiterhin im Focus der Stadtentwicklungsziele steht. Folgerichtig wird dieser Bereich als A-Zentrum ausgewiesen und dessen Entwicklung oberste Priorität eingeräumt. Natürlich ist dabei zu berücksichtigen, dass aufgrund der strukturellen Gegebenheiten weiterhin der Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe enge Grenzen gesetzt sind und die „Bahnhofs-Passage“ den Hauptgeschäftsbereich der Stadt Bernau abbildet. Die Entwicklungspotenziale des Historischen Zentrums liegen in der Herausbildung eines eigenständigen Profils, welches auf Vielfalt und Multifunktionalität ausgerichtet ist.

Die Wahrnehmung der Innenstadt soll zukünftig stärker durch Verdichtung der Einzelhandelsangebote und Verknüpfung attraktiver Erlebnisräume sowie durch breite Funktionsbündelung aus Handel - Tourismus – Arbeiten und Wohnen geprägt werden, um auf diesem Weg eine regionale und tourismusorientierte Kaufkraftbindung zu fördern. Die Attraktivität des A-Zentrums ist in besonderem Maße abhängig von der Existenz einer funktionalen Einheit, die eine „erlebbar“ Struktur vorgibt. Dies impliziert Nutzungsvielfalt und einen attraktiven Branchenmix im Einzelhandel sowie eine attraktive Gestaltung des öffentlichen wie privaten Raumes. Allerdings können diese Faktoren nur in einer kompakten Anordnung ein funktionierendes Geschäftszentrum garantieren und eine lebendige und anregende Atmosphäre vermitteln. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des Historischen Zentrums von Bernau ist vor diesem Hintergrund ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen.

Welche Bedeutung die genannten Faktoren haben, zeigt ein Blick auf die nachfolgende Abbildung 20. Aus der Gegenüberstellung von Entwicklungstrends der Angebots- und Nachfrageseite lassen sich Konsequenzen für die Entwicklung der Bernauer Innenstadt ableiten. Die Inszenierung des Angebots und Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt der innerstädtischen Entwicklung. In diesen Kontext sind auch eine kreative Warenpräsentation, Servicequalität und Beratungsintensität einzubinden. Dies sind neben dem Branchenmix die Schlüsselfaktoren für eine zukunftsfähige Innenstadt, die nicht auf Handelsfilialisten als Ankermieter und Zugpferde aufbauen kann. Dabei kann auch die mehrheitlich vorhandene Fachgeschäftsstruktur in Bernau auf Trends aufsetzen. Dies betrifft insbesondere die wachsende Polarisierung von Premium- und Massenmarkt. Ziel muss es sein, bestimmte Nachfragesegmente mit qualitativ hochwertigem Warenangebot anzusprechen. Dies erfordert jedoch auch eine kreative Kundenansprache. Auch sortiments- und branchenübergreifenden Angebotsformen bieten die teilweise sehr individuellen Flächenschnitte gute Entwicklungsperspektiven. In diesen Angebotsformen kommt es mehr auf die Innovation an (z.B. Handel und Gastronomie als Mischform) als auf standardisierte Flächenschnitte. Eine touristische Ausrichtung des innerstädtischen Angebots ist gegenwärtig auch nicht erkennbar, was sich u.a. auch in den Öffnungszeiten dokumentiert, erkennbar. Auch hier liegen Chancen der qualifizierten Weiterentwicklung.

Dabei zeigen doch die durchgeführten Veranstaltungen, welche durch die intensive Arbeit der BeSt Bernauer Stadtmarketing GmbH, fest etabliert und erfolgreich sind, dass Potenziale vorhanden sind, diese jedoch auch in die tägliche Arbeit eingeführt werden müssen.

Abb. 20: Trends der Handelsentwicklung und Konsequenzen für die Bernauer Innenstadt

Veränderungen auf der Angebotsseite	Veränderungen auf der Nachfrageseite	Konsequenzen für die Innenstadtentwicklung
<ul style="list-style-type: none"> • Ausdünnung des Standortnetzes meets Flächenexpansion • neue und veränderte Betriebsformen • Trends zu sortiments- und branchenübergreifenden Angebotsformen • Polarisierung von Massenmarkt und Premiummarkt • Potenzial der Preismitte wird geringer • Überalterung und Betriebsnachfolgeprobleme bei mittelständischen Unternehmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Veränderung der Bevölkerungs- und Sozialstruktur (Senioren-gesellschaft, Singlehaushalte) • Relative Stagnation der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft – Verschiebung von Ausgabenanteilen • Polarisierung: preisaggressiv vs. erlebnisorientiert • Beratung & Convenience 	<ul style="list-style-type: none"> • Einkaufsatmosphäre als Erlebnisbereich – Inszenierung u.a. Umsetzung von Themen • Branchenmix und Durchmischung durch Vielfalt • Touristische Ausrichtung des Einzelhandels • Hoher Servicegrad & Beratungsintensität • Erreichbarkeit - ÖPNV • Parkplatzausstattung und Parkplatzorganisation • Nachfragegerechte Öffnungszeiten • Öffentlichkeitswirksame Zusammenarbeit der Akteure

Die kritische Prüfung der Unternehmenskonzepte ist eine permanente Aufgabe, die sich die Unternehmer stellen müssen, um die Ansprüche auf der Konsumentenseite zu erfüllen. Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick zu den Erfolgsfaktoren und Prüfungsmaßstäben.

Abb. 21: kritische Prüfung der Unternehmenskonzeption

aktuell, permanente Anpassung	Standort	alt, fix
aktuell, topaktuell, gleich	Laden	veraltet, unterschiedlich
aktuell, topaktuell, gleich	Angebot	veraltet, unterschiedlich
motiviert, geschult	Personal	demotiviert, frustriert
Zeitgeist, stimmig	Werbung	stimmt mit Realität nicht überein
permanent, konsequent	Innovation	unklar, inkonsequent

Auch zukünftig wird der Verkaufsflächenbestand im Historischen Zentrum mehrheitlich aus kleinteiligen Fachgeschäften bestehen, entsprechend den Möglichkeiten ist eine Ansiedlung von Ankermietern dennoch anzustreben. Diese sichern die erforderliche Vielfalt der Angebote und genießen Frequenz auch für die vorhandenen Fachgeschäfte. Das Vorhandensein entsprechender Geschäftsflächen und deren aktive Vermarktung stellen grundlegende Voraussetzungen dar. Der größte Gewerberaumvermieter in der Innenstadt ist die WObAU GmbH Bernau. Insgesamt verfügt

die WOBAU in der Innenstadt über 3.481,77 m² Einzelhandelsfläche. Nach eigenen Angaben stehen in der Bürgermeisterstraße in drei Objekten rd. 652 m² Einzelhandelsfläche leer. Die Aufgliederung unterteilt sich wie folgt:¹

- Bürgermeisterstraße 1 ca. 228 m² (bis 31.12.2013 an Stadt vermietet)
- Bürgermeisterstraße 3 ca. 350 m²
- Bürgermeisterstraße 7 ca. 74 m²

Ohne eine detaillierte Bewertung baulicher Unzulänglichkeiten ist zunächst festzustellen, dass die Flächengrößen keine Option für ein zugkräftiges Filialkonzept darstellen. Dabei wird von Seiten der Gutachter ist erster Linie ein Drogeriemarktkonzept avisiert. Die modernen Drogeriemarktkonzepte von dm oder ROSSMANN benötigen 600 m² bis 800 m² Fläche, auf denen dann auch ein Mix von Warensortimenten angeboten wird. Viele fachgeschäftsgeprägte Innenstädte profitieren von der Anziehungskraft der Angebotskonzepte. Die Ansiedlung löst oft einen Impuls für weitere Ansiedlungen bzw. stärkt vorhandene Angebotsstrukturen.

Auf der Grundlage der Untersuchungen der BBE werden nachfolgende Empfehlungen für eine zukunftsfähige Ausrichtung des Historischen Zentrums gegeben.

- Das Laubenganghaus stellt die wichtigste Entwicklungsaufgabe dar, hier können und müssen Flächenpotenziale erschlossen werden, die zum einen die Möglichkeit für die Ansiedlung eines größeren Anbieters schaffen und zum anderen auch durch eine attraktive Aufwertung der Bausubstanz das Flanieren zwischen den Geschäftsseiten der Bürgermeisterstraße (Fußgängerzone) befördern würden. Schwerpunkte bilden eine deutlich bessere Beleuchtung und Herstellung einer günstigeren Raumdiefe. Zudem können durch eine individuelle Gestaltung der Geschäftsfronten marktfähige Voraussetzungen für Neuansiedlungen geschaffen werden. Eine kompakte, möglichst ohne funktionale Unterbrechungen geschlossene Schaufensterfront erhöht den Flaniercharakter. In einem immer stärker werdenden Wettbewerb um Standorte ist eine aktive Vermarktung der Flächen und Ansprache potenzieller Mietinteressenten von immanenter Bedeutung. Grundlage hierfür ist ein Flächenkonzept, welches den Anforderungen moderner Einzelhandelskonzepte gerecht wird und die Akquisition mit professionellen Exposés.
- Der Markt mit seiner historischen Bausubstanz schafft ein besonderes Ambiente, welches Bewohner, wie Touristen gleichermaßen anspricht. Ein gastronomisches Angebot mit großzügigem Freisitz könnte von der Aufenthaltsqualität des Standorts profitieren, gleichzeitig am Marktplatz Frequenz erzeugen. Die besten Voraussetzungen besitzt eine Ansiedlung in der nördlichen Marktbebauung, da der Terrassenbetrieb dann auf der Südseite stattfinden würde. Auch hier ist eine geeignete Fläche zu identifizieren und das Angebot professionell zu kommunizieren. Die konsequente Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist ein wichtiger Baustein zur Stärkung der Innenstadt, dies schafft auch Planungssicherheit für potenzielle Investoren bzw. Mieter.
- Die Zusammenführung der Verwaltungsfunktionen in der Innenstadt unterstützt durch den Bau eines neuen Rathauses ist ein wichtiger Impuls für die Ausprägung der multifunktionalen Innenstadt, schließlich werden durch diese Maßnahme wichtige Besucherströme in die Innenstadt gelenkt.
- Gegenwärtig erzielt die Innenstadt die größte Frequenz an den drei Wochenmarkttagen. Mit dem aktuellen Wochenmarktkonzept und einer Neukonzipierung des Marktes am Samstag erwachsen für die Innenstadt zusätzliche Chancen sich als kommunikativer, multifunktionaler Erlebnisbereich zu profilieren.

¹ Quelle: WOBAU GmbH, Stand 23.09.2013

4.5.2. Städtebauliche Verträglichkeit der Einbindung eines großflächigen Bekleidungsmarktes in das Einkaufszentrum "Bahnhofs-Passage"

Das Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ übernimmt innerhalb des Bernauer Zentrenkonzeptes die Funktion eines innerstädtischen, zentralen Versorgungsbereiches. Als B-Zentrum übernimmt es jene Versorgungsfunktionen, die im historischen A-Zentrum funktional nicht umsetzbar sind. Der notwendige Schutz des A-Zentrums bedingt jedoch, dass realistische Entwicklungsperspektiven im Rahmen einer verfügbaren Fachgeschäftsstruktur dem A-Zentrum auch vorbehalten bleiben. Innerhalb dieser Funktionsabstimmung fungieren beide Zentren als Investitionsvorranggebiete für zentrenrelevante Sortimente.

Aktuell ist im Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ die Ansiedlung eines großflächigen Bekleidungsmarktes geplant. Dieses Vorhaben geht über die Festsetzungen der gültigen 3. Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplanes „Bahnhofspassage Bernau“ aus dem Jahr 2012 hinaus und wird nachfolgend hinsichtlich der innerstädtischen Funktionsabstimmung geprüft.

Planvorhaben Bekleidungsfachmarkt einschließlich 4. Änderung und Ergänzung des Vorhaben- und Erschließungsplanes „Bahnhofspassage Bernau“

Das aktuelle Planvorhaben sieht die Ansiedlung eines zusätzlichen Bekleidungsfachmarktes mit einer Verkaufsfläche von 2.500 m² und in diesem Kontext eine entsprechende Ausweitung der Verkaufsflächenobergrenze des EKZ „Bahnhofs-Passage“ auf 20.000 m² vor.

Ausdrücklich ist die Ansiedlung eines, großflächigen Bekleidungsfachmarktes vorgesehen, eine Aufspaltung der Flächenerweiterung auf mehrere kleinere Anbieter wird ausgeschlossen. Die Prüfung einer städtebaulichen Verträglichkeit im Rahmen der 3. Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplanes führte im Ergebnis zur Empfehlung einer betriebstypenbezogenen Festschreibung der Verkaufsflächenobergrenzen. Zum einen, weil damit die Zweckbestimmung der Festsetzungen entsprechend begründbar ist und zum anderen auch in einem bestimmten Rahmen eine Optimierung der Angebotskonzepte im Einkaufszentrum vorgenommen werden kann. In der Funktionsabstimmung mit dem A-Zentrum soll die „Bahnhofs-Passage“ verstärkt für Fachmarktstrukturen gesichert werden.¹

Tab. 11: Planvorhaben Bekleidungsfachmarkt im Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“

Verkaufsfläche Planvorhaben	2.500 m²
Anbieterbesatz	Bekleidungsfachmarkt
Maximale Flächenproduktivität (abgestimmt auf Größendimensionierung, Einzelhandelsstandort Bernau)	2.300 €/m²
Umsatzerwartung (brutto)	5,8 Mio. €

¹ vgl. Gutachterliche Stellungnahme zur Verkaufsflächenobergrenze des EKZ „Bahnhofs-Passage“ Bernau sowie potenzieller Verkaufsflächenfestsetzungen für einzelne Sortimente im EKZ, erarbeitet durch die BBE Retail Experts Unternehmensberatung GmbH & Co. KG im Auftrag der Stadt Bernau bei Berlin, 2009

Das aktuelle Planvorhaben fügt sich in diese anzustrebenden Verkaufsflächenstrukturen ein. Ein großflächiger Modemarkt ist in dieser Dimensionierung und als Angebotskonzept derzeit nicht in Bernau vertreten. Eine entsprechende Zielgruppenbindung der fachmarktorientierten Nachfrage ist bisher mit entsprechenden Abflüssen, insbesondere in Richtung Berlin, verbunden.

In diesem Zusammenhang sei noch einmal auf den bereits diskutierten Spannungsbogen aus Kaufkraftzu- und –abflüssen im Rahmen der Kaufkraftbindung vor Ort verwiesen. Das Planvorhaben kann zweifellos zusätzliche Zielgruppen erschließen, zu beantworten ist dabei die Frage nach dem Umfang einer realistischen Kundenbindung.

Die Umsatzprognose des Planvorhabens geht für die nachfolgenden Modellrechnungen von einer Flächenproduktivität aus, die dem aktuellen Durchschnittswert des Bekleidungshandels vor Ort entspricht. Für einen großflächigen Anbieter ist dieses ortsspezifische Niveau als Maximalwert einzustufen. Bei einer ortsspezifischen Flächenproduktivität von 2.300 €/m² Verkaufsfläche ist bei der geplanten Größendimensionierung mit einem Brutto-Umsatz von 5,8 Mio. € zu rechnen.

Zur Einbindung dieses Planvorhabens in das Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ ist eine 4. Änderung und Ergänzung des Vorhaben- und Erschließungsplanes „Bahnhofspassage Bernau“ erforderlich. Folgende Änderungen / Ergänzungen sind geplant:¹

- Änderung der Baugrenzen
Östlich des vorhandenen Erweiterungsbaues sollen die Baugrenzen der geplanten Erweiterung angepasst werden.
- Änderung der Nutzung
Die östlich der Erschließungsstraße liegende Grünfläche soll als Fläche für die notwendigen, zusätzlichen Kfz-Stellplätze genutzt werden und muss deshalb entsprechend umgewidmet werden.
- Änderung der Grenze des Geltungsbereiches
Das Flurstück 86 mit einer Größe von ca. 0,2 ha soll in den Geltungsbereich des V+E Plans einbezogen werden. diese Fläche soll wie die angrenzenden Flächen ebenfalls für Kfz-Stellplätze genutzt werden.
- Änderung der textlichen Festsetzungen
Diverse textliche Festsetzungen müssen geändert bzw. ergänzt werden. Dies betrifft hauptsächlich die Änderung der zulässigen Verkaufsfläche von derzeit 17.500 m² auf 20.000 m².

Im Vorfeld einer 4. Änderung des VEP „Bahnhofspassage Bernau“ sind zunächst die städtebaulichen Wirkungen des geplanten Bekleidungsfachmarktes zu bewerten.

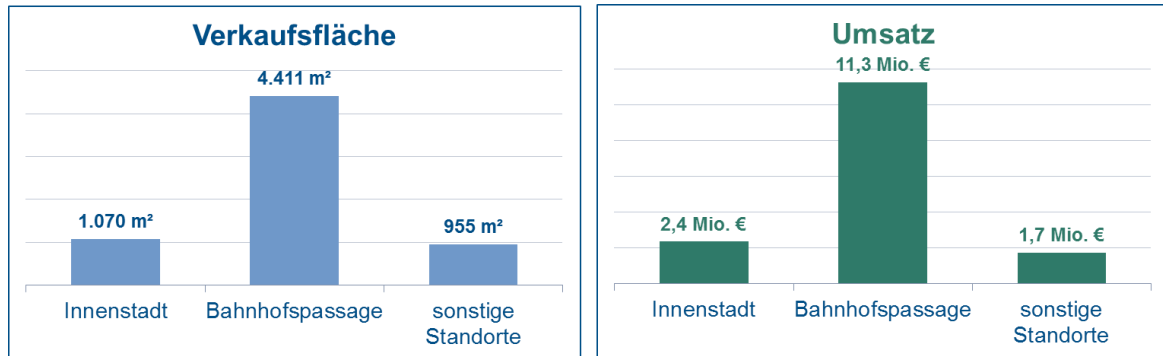
Marktstellung des EKZ „Bahnhofs-Passage“ und Anforderungen an eine zusätzliche Kundenbindung zur Erzielung des Planumsatzes

Das Einkaufszentrum Bernau ist bereits gegenwärtig der dominante Angebotsstandort für Bekleidung im Stadtgebiet von Bernau. Mit über 4.500 m² branchenrelevanter Verkaufsfläche umfasst das Einkaufszentrum ca. 68% der Bernauer Einzelhandelsfläche für Bekleidung. Aus Sicht der Kunden- und Umsatzbindung ist die Dominanz noch höher, ca. 74% der Bernauer Einzelhandelsumsätze für Bekleidung werden durch das EKZ „Bahnhofs-Passage“ gebunden.

¹ Quelle: Anlage zum Antrag auf 4. Änderung des VEP „Bahnhofspassage Bernau“, Qick Bäckmann Quick Architekten BDA

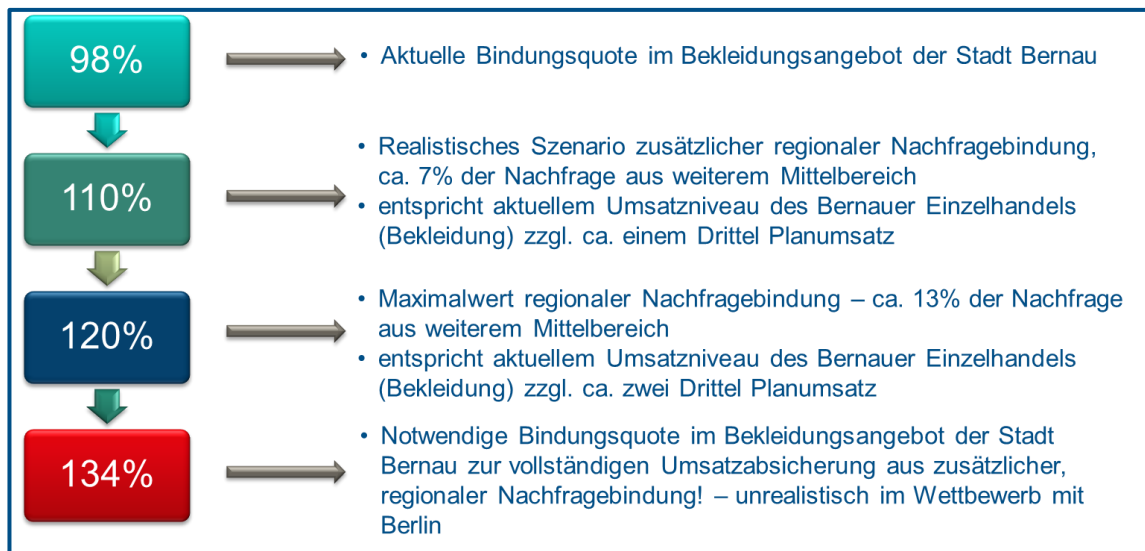
Die Marktstellung der Innenstadt ist erwartungsgemäß gering ausgeprägt. Die Innenstadt verfügt nur noch über wenige Bekleidungsanbieter mit einem gemeinsamen Verkaufsflächenanteil von 17%.

Abb. 22: Marktstellung des EKZ „Bahnhofs-Passage“ bei Bekleidung



Als wichtiges innerstädtisches Leitsortiment sollen in der Funktionsabstimmung zwischen A- und B-Zentrum die innerstädtischen Fachgeschäftsstrukturen für Bekleidung langfristig erhalten und geschützt werden. Eine Stärkung der gemeinsamen gesamtstädtischen Ausstrahlung der bipolaren Innenstadt ist über die zusätzliche Kundenbindung anzustreben, ein Verdrängungswettbewerb zwischen A- und B-Zentrum ist aufgrund seiner städtebaulichen Konsequenzen auszuschließen.

Abb. 23: Grenzen der Umsatzherkunft durch zusätzliche regionale Nachfragebindung



Die vorstehende Abbildung verdeutlicht die schrittweise Steigerung einer notwendigen regionalen Nachfragebindung zur Erzielung des Planumsatzes. Ausgangspunkt ist die aktuelle Bindungsquote von 98% des Bernauer Einzelhandels. Dieser Saldowert vereint Kaufkraftzu- und -abflüsse in annähernd gleichem Maße.

Als zweifellos realistisches Szenario ist eine Steigerung der Bindungsquote auf 110% einzustufen. Dies würde einer zusätzlichen Kundenorientierung von etwa 7% der Nachfrage aus dem weiteren Mittelbereich bedürfen. Aus dieser zusätzlichen Nachfragebindung kann jedoch nur ein reichliches Drittel (ca. 36%) des Planumsatzes realisiert werden.

Als Maximalwert einer zusätzlichen regionalen Kundenbindung wird aus gutachterlicher Sicht der Schwellenwert von 120% Bindungsquote eingestuft. Etwa 13% der regionalen Nachfrage sind zusätzlich an den Einzelhandelsstandort Bernau zu binden, eine deutliche Kundenorientierung insbesondere im Wettbewerb mit Berlin ist hierfür erforderlich. Dennoch wird der Planumsatz bei dieser prognostizierten Bindungsquote nur zu annähernd zwei Dritteln (64%) abgedeckt.

Zur vollständigen Erschließung des Planumsatzes aus zusätzlicher Nachfragebindung ist rechnerisch eine Steigerung der Bindungsquote auf 134% erforderlich. Dies bedeutet, das im Vergleich zur gegenwärtigen Einzelhandelssituation der Stadt Bernau, in welcher das EKZ „Bahnhofs-Passage“ sowohl gesamtstädtisch als auch regional bereits eine bedeutende Markt- und Wettbewerbsstellung einnimmt, der Bernauer Einzelhandelsumsatz für Bekleidung um ca. 38% gesteigert werden müsste. Diese Zielgröße ist mit der zusätzlichen Bindung bestimmter Nachfragesegmente an einen großflächigen Anbieter in Relation zur Vielfalt der Nachfragesegmente im Bekleidungs-handel nicht zu erreichen, ebenfalls wieder unter besonderer Berücksichtigung der Wettbewerbssituation mit der Metropole Berlin.

Modellrechnungen zu den wettbewerblichen Auswirkungen des Planvorhabens in Szenarien

Die bisherigen Ausführungen zeigen unstrittig, die Einbindung eines großflächigen Bekleidungsanbieters in Bernau als neue, bisher nicht ansässige Betriebsform führt zu einer Stärkung der Kundenbindung und letztlich zur verbesserten Zentralität des Bernauer Einzelhandels.

Potenzielle wettbewerbliche Auswirkungen auf das A-Zentrum sind letztlich von der tatsächlichen Steigerung der Bindungsquote abhängig. Nachfolgende Modellrechnungen zeigen zu erwartende Wettbewerbseffekte für das A-Zentrum in Abhängigkeit der Größendimensionierung des Planvorhabens und der realisierten Bindungsquote im Bekleidungs-handel auf.

Szenario 1 zeichnet die Auswirkungen des Planvorhabens mit 2.500 m² Verkaufsfläche nach, diese Dimensionierung erfordert eine Umsatzerwartung von 5,8 Mio. €. Selbst beim Erreichen der aus gutachterlicher Sicht maximalen Bindungsquote von 120% werden nur 3,8 Mio.€ aus dieser zusätzlichen Nachfragebindung generiert. Letztlich müssen zum Erreichen des Umsatzzieles ca. 2,0 Mio. € aus Umsatzumverteilungseffekten gewonnen werden.

Tab. 12: Modellrechnung für Szenario 1 – Bekleidungsfachmarkt mit 2.500 m² Verkaufsfläche

Kaufkraftzufluss durch Steigerung der Bindungsquote auf 120%		3.700 T€
Umsatzumverteilung		2.100 T€
	akt. Umsatz	Umverteilung
Bahnhofspassage	11.270 T€	15% 1.740 T€
Innenstadt (A-Zentrum)	2.350 T€	11% 270 T€
sonstige Standorte	1.730 T€	5% 90 T€
notwendiger Planumsatz		5.800 T€

Die Umsatzumverteilungseffekte betreffen in besonderem Maße das EKZ „Bahnhofs-Passage“ als bereits gegenwärtig dominanter Angebotsstandort für Bekleidung selbst. Bis zu 15% des aktuellen Umsatzniveaus werden durch das Planvorhaben umverteilt. Dieser hohe, durchschnittliche Wert kann bei einzelnen Anbietern zu Existenzaufgaben führen, wodurch sich der Wettbewerbsdruck für alle weiteren Anbieter entspannen würde.

Existenzielle Folgen sind auch für das innerstädtische A-Zentrum zu erwarten. In einer angespannten Wettbewerbssituation und folglich schwierigen wirtschaftlichen Situation der Bekleidungsanbieter des A-Zentrums (Vorschädigung) sind durchschnittlich 11% Umverteilungseffekte eine über die wirtschaftliche Tragfähigkeit hinausgehende Belastung. Die Existenzaufgabe von mindestens einem Anbieter ist wahrscheinlich.

Zusätzlich können weitere Folgewirkungen aus den Umverteilungseffekten innerhalb des EKZ „Bahnhofs-Passage“ für das A-Zentrum resultieren. Werden Existenzaufgaben im EKZ durch neue Anbieter anderer Branchen nachgenutzt, so besteht zumindest das Risiko zusätzlicher Wettbewerbseffekte für das A-Zentrum. Die Funktionsabstimmung zwischen A- und B-Zentrum bedarf folglich einer umfassenden Berücksichtigung der Wettbewerbssituation.

Das **Szenario 2** geht von einer reduzierten Verkaufsfläche des Planvorhabens mit 2.000 m² aus. Wettbewerbseffekte werden in Abhängigkeit des "Risikofaktors regionale Kundenbindung" aufgezeigt. Mit der Verringerung der Verkaufsfläche im Planvorhaben sinkt der notwendige Planumsatz auf 4,6 Mio. €.

Tab. 13: Modellrechnungen für Szenario 2 – Bekleidungsfachmarkt mit 2.000 m² Verkaufsfläche

Kaufkraftzufluss durch Steigerung der Bindungsquote auf 110%				2.100 T€
Umsatzumverteilung				2.500 T€
	akt. Umsatz	Umverteilung		
Bahnhofspassage	11.270 T€	16%	1.850 T€	
Innenstadt (A-Zentrum)	2.350 T€	18%	430 T€	
sonstige Standorte	1.730 T€	12%	220 T€	
notwendiger Planumsatz				4.600 T€

Kaufkraftzufluss durch Steigerung der Bindungsquote auf 115%				2.900 T€
Umsatzumverteilung				1.700 T€
	akt. Umsatz	Umverteilung		
Bahnhofspassage	11.270 T€	12%	1.400 T€	
Innenstadt (A-Zentrum)	2.350 T€	9%	220 T€	
sonstige Standorte	1.730 T€	4%	80 T€	
notwendiger Planumsatz				4.600 T€

Die beiden Tabellen skizzieren unterschiedliche Ziel-Bindungsquoten. Dabei wird ersichtlich, dass auch bei einer reduzierten Verkaufsfläche die oben beschriebene „realistische Bindungsquote“ von 110% nicht ausreichend ist, um massive Umsatzumverteilungseffekte im Stadtgebiet Bernau und speziell auch im A-Zentrum zu vermeiden.

Mit zunehmender Bindungsquote entspannen sich jedoch die Wettbewerbseffekte. Sicherlich ist in die Überlegung einzubeziehen, dass bei dieser Reduzierung der Verkaufsfläche auch die Magnetwirkung abnehmen kann, die untere Tabelle entspricht einer Modellrechnung mit 115% Bindungsquote, bleibt also unter dem genannten Maximalwert. Dennoch sinken die Umverteilungseffekte spürbar, liegen bereits unter den Werten aus dem Szenario 1, ohne „Ausreizung“ einer maximalen, regionalen Kundenbindung.

Fazit: Aus gutachterlicher Sicht bietet ein Bekleidungsfachmarkt mit 2.000 m² Verkaufsfläche die Chance zur Verbesserung des Bekleidungsangebotes in Bernau mit spürbarer Zentralitätssteigerung, bei gleichzeitiger relativer Sicherheit einer innerstädtischen Funktionsabstimmung mit städtebaulicher Verträglichkeit für das A-Zentrum.

5. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Bernau bei Berlin

5.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente

Um die Ansiedlung neuer und die Erweiterung bestehender Einzelhandelsbetriebe in Einklang mit den raumordnerischen und städtebaulichen Zielvorstellungen zu bringen, steht im BauGB und in der BauNVO ein geeignetes und ausdifferenziertes Steuerungsinstrumentarium zur Verfügung. Diese Instrumente müssen allerdings auch konsequent eingesetzt werden.

Für die planerische Steuerung der Standorte für Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben ist ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, in dem neben den Entwicklungszielen vor allem die zentralen Versorgungsbereiche und die anderen städtebaulich sinnvollen Standorte räumlich und funktional bestimmt werden und in dem auch eine ortsspezifisch entwickelte Sortimentsliste festgelegt wird, eine unentbehrliche Grundlage für die städtebauliche Rechtfertigung der jeweiligen Bauleitplanung und die Abwägung auch mit den privaten Belangen der Grundstückseigentümer und Betriebsinhaber.

Dass ein solches städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.d. § 1 Abs 6 Nr 11 BauGB in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist, wird vom Gesetz in § 9 Abs. 2a BauGB für einfache Bebauungspläne im unbeplanten Innenbereich noch einmal ausdrücklich eingefordert.

Über die Bauleitplanung werden zum einen die in dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept festgelegten, städtebaulich gewünschten Standorte durch entsprechende Baugebietsfestsetzungen abgesichert. Zum anderen ist dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten durch Verzicht auf Sondergebietsausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte und durch Festsetzungen zum Ausschluss und zur Beschränkung des zentrenrelevanten Einzelhandels konsequent zu begegnen.

Ein besonderes Augenmerk gilt nach dem BauGB der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Dieses Anliegen ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 als wichtiger Planungsgrundsatz ausdrücklich erwähnt. In § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB ist im Rahmen des interkommunalen Abstimmungsgebotes sichergestellt, dass sich Gemeinden auch auf die Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen und dadurch zentrenschädliche Planungen in der Nachbargemeinde abwehren können. In § 34 Abs. 3 BauGB ist geregelt, dass von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden ausgehen dürfen. Der bereits erwähnte § 9 Abs. 2a BauGB ermöglicht ergänzend dazu Festsetzungen in einem einfachen Bebauungsplan zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im unbeplanten Innenbereich.

Die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben ergibt sich für den überplanten Innenbereich aus § 30 BauGB in Verbindung mit den Baugebietsfestsetzungen des jeweiligen Bebauungsplanes und den Baugebietsvorschriften der BauNVO. Von besonderer Bedeutung ist hierbei der § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach die darin aufgeführten Einzelhandelsgroßprojekte nur in Kerngebieten oder in eigens hierfür festgesetzten Sondergebieten zulässig sind.

Neue Einzelhandelsgroßprojekte i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO in Bereichen außerhalb des Zentren- und Standortkonzepts sind daher einfach durch einen Verzicht auf die entsprechende Sondergebietsfestsetzung zu unterbinden. Ein Anspruch auf eine solche Sondergebietsfestsetzung ist durch § 1 Abs. 3 Satz 2 BauGB ausdrücklich ausgeschlossen.

Bei Altstandorten des großflächigen Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann eine Überplanung mit differenzierten Sondergebietsfestsetzungen erforderlich sein, um eine geordnete städtebauliche Entwicklung zugunsten der zentralen Versorgungsbereiche - in Bernau insbesondere des innerstädtischen A-Zentrums und B-Zentrums aber auch der Grundversorgungszentren (C-Zentren) - sowie einer zukunftsfähigen Nahversorgungsstruktur sicherzustellen.

Eine planerische Steuerung kann auch für den nicht großflächigen Einzelhandel bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² notwendig sein. Dies gilt vor allem für Anbieter von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Diese Steuerung ist auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (insb. Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und Sicherung einer zukunftsfähigen Nahversorgungsstruktur) und auf die festgelegten Einzelhandelsstandorte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts auszurichten.

Hierzu können in festgesetzten Baugebieten Festsetzungen zum Ausschluss oder zur Beschränkung des (nicht großflächigen) nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO und im unbeplanten Innenbereich Festsetzungen in einem einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB erforderlich werden. Auch vorhandene Einzelhandelsstandorte sind in die Überplanung einzubeziehen, da diese sich durch Erweiterungen oder nachfolgende Ansiedlungen zu Konkurrenzstandorten entwickeln und dadurch die zentralen Versorgungsbereiche und integrierte Nahversorgungsanlagen gefährden können. Hier ist jeweils zu prüfen, ob noch ein erweiterter Bestandsschutz über Festsetzungen nach § 1 Abs. 10 BauNVO bzw. § 9 Abs. 2a BauGB gewährt werden kann oder ob eine Beschränkung auf den passiven Bestandsschutz (d.h. Beschränkung nur auf den genehmigten Bestand) erforderlich ist.

Fazit: Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt den zielgerichteten Ordnungsrahmen für all diese Planungen zur Verfügung. Um die gesetzten Ziele zu erreichen, muss das Konzept konsequent bauleitplanerisch umgesetzt werden, indem einerseits städtebaulich wünschenswerte Vorhaben durch entsprechende Bebauungsplanfestsetzungen planungsrechtlich ermöglicht und andererseits städtebaulich problematische Standortentwicklungen durch Ausschlussfestsetzungen in festgesetzten Baugebieten nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO und im unbeplanten Innenbereich nach § 9 Abs. 2a BauGB sowie durch die Überplanung von bestimmten Altstandorten vermieden werden.

5.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Bernauer Sortimentsliste“

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese zukünftig vorrangig in den zentralen Versorgungsbereich A-Zentrum Innenstadt in Funktionsabstimmung mit dem B-Zentrum „Bahnhofs-Passage“ einzubinden, bzw. dessen Entwicklungschancen nicht durch weitergehende Entwicklungen an anderen Standorten zu gefährden.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzulenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten im innenstädtischen Zentrum führen kann.

Die Einstufung als „zentrenrelevantes Sortiment“ setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere A-Zentrum) vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang im A-Zentrum oder B-Zentrum angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind. Realistische Entwicklungschancen dieser Sortimentsbereiche, die standortspezifisch insbesondere im A-Zentrum auch umsetzbar sind, bleiben diesem auch vorbehalten. Die Analyse hat gezeigt, dass nur noch begrenzte warengruppenspezifische Entwicklungspotenziale gegeben sind. Im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen sollen die Entwicklungspotenziale auf die zwei innerstädtischen Zentren vorrangig konzentriert werden.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten,
- eine hohe Beratungsintensität,
- eine hohe Flächenproduktivität,
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

Gewissermaßen eine Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente stellen die **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dar. Es handelt sich dabei vor allem um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt werden.

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Folglich ist der besondere Schutz einer verbrauchernahen Grundversorgung ein wichtiges Anliegen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Neben der Zuordnung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu zentralen Versorgungsbereichen (A-, B- und C-Zentren) können diese bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen auch an Standorten zugelassen werden, die einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen. Diese, als integrierte Nahversorgungsstandorte oder als kleinteilige Nahversorger in das Zentrenkonzept aufgenommenen Standorte, konzentrieren sich ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß der nachfolgend aufgestellten „Bernauer Sortimentsliste“.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Unter Beachtung der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Stadt Bernau bei Berlin folgende Sortimentszuordnung:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu zurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke“ als nahversorgungsrelevant einzustufen. Im Falle der Vertriebsform des Getränkemarktes, die überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen anbieten und fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden (Standortanforderungen mit guter Anfahrbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten) wird oftmals auch die Ansiedlung in Gewerbegebietslage zugelassen. Eine derartige Zulässigkeit sollte ausschließlich auf den Einzelfall bei Kombination mit überwiegender Großhandelstätigkeit begrenzt werden. Kleinere, ausschließlich an Endverbraucher verkaufende Getränkemarkte können in die C-Zentren integriert werden.

Tiernahrung/ Zooartikel

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe "Zoologischer Bedarf" werden gegenwärtig in Bernau vorwiegend in den Vertriebsformen des Lebensmittelhandels und in Heimtier-Fachmärkten geführt, davon sind die Anbieter Zoo & Co. (B-Zentrum „Bahnhofs-Passage“) und Fressnapf (C-Zentrum Schwanebecker Chaussee) als maßgebliche Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen einzuschätzen.

Da die Sortimente der Heimtiernahrung überwiegend außerhalb von Versorgungszentren vorgehalten werden und für die Funktionsfähigkeit der Zentren nur eine geringe Bedeutung haben, werden diese als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Für die Warengruppe „Zoologischer Bedarf und lebende Tiere“ wird die Einstufung als zentrenrelevant empfohlen, um auch zukünftig die Wettbewerbsstellung zentraler Versorgungsbereiche zu schützen und potenzielle Entwicklungschancen gezielt in die Zentren zu lenken.

Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden von Drogerien, kleinerem Fachhandel sowie im Randsortiment des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Da eine Differenzierung gegenüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel

Bei diesen Sortimenten wird eine Aufteilung in nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente empfohlen. Pharmazeutische Artikel gehören neben den Nahrungs- und Genussmitteln sowie den Drogeriewaren zum Grundbedarf und sind vor diesem Hintergrund als nahversorgungsrelevante Sortimente einzustufen.

Medizinisch-orthopädische Artikel werden hingegen von Verbrauchern seltener nachgefragt, weshalb die hierauf spezialisierten Fachgeschäfte einen Einzugsbereich benötigen, der in der Regel über den Nahbereich hinausgeht. Medizinisch-orthopädische Artikel sind deshalb als zentrenrelevant anzusehen.

Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren/Zeitschriften/Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz, ca. 90% der Verkaufsflächen dieser Warengruppe entfallen auf die zentralen Versorgungsbereiche, allein auf das Zentrum mit Bahnhofs-Passage etwa 62%.

Zeitschriften gehören zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Vollsortiment-Lebensmittelbetrieben.

Die Warengruppe ist mit ihren Teilsortimenten folglich als zentrenrelevant zu bewerten, Zeitschriften und Zeitungen zudem als nahversorgungsrelevant.

Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)/ Hausrat/ Geschenkartikel, Spielwaren/ Hobby/ Basteln, Haushaltstextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche), Unterhaltungselektronik/ PC/ Kommunikation, Elektrohaushaltswaren (ohne Elektrogroßgeräte), Foto/Optik/Akustik, Uhren/ Schmuck

Alle aufgeführten Warengruppen erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Zentrenrelevanz (s. o.). Gerade in diesen Warengruppen ist die Präferenz innerstädtischer Entwicklungschancen von besonderer Bedeutung.

Sportartikel (ohne Campingartikel)

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten. Derzeit sind die maßgeblichen Anbieter in Bernau in der Innenstadt und NVZ Forum Bernau angesiedelt. Aber auch an sonstige Standorten (Streulagen) ist dieses Warensortiment verortet. Vorhandene Entwicklungschancen dieser Branche sollten vorrangig der Innenstadt vorbehalten sein. Wobei die Ansiedlung je nach Größendimensionierung und Flächenverfügbarkeit auf das A-Zentrum (vorrangig) oder B-Zentrum gelenkt werden sollte.

Campingartikel werden aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt und deshalb als nicht-zentrenrelevant betrachtet.

Bau- und Heimwerkerbedarf, Wohnmöbel

Zu den maßgeblichen Anbietern in diesem Branchenspektrum zählen das Möbelhaus Wohnorama und Möbel Boss im Ergänzungsstandort Rüdritzer Chaussee bzw. die beiden Bau- und Heimwerker-

kermärkte OBI im Ergänzungsstandort Rehberge und toom im C-Zentrum Schwanebecker Chaussee. Die Einbindung des Baumarktes toom in ein C-Zentrum ist durch die schrittweise Standortentwicklung begründet, schwerpunktmäßig wird dieses Bedarfsspektrum durch die beiden branchenspezifischen Ergänzungsstandorte wahrgenommen.

Darüber hinaus haben Baumärkte und Möbelhäuser einen großen Flächenbedarf und realisieren dabei nur geringe Flächenproduktivitäten. Sie sind in die innerstädtischen Einkaufslagen deshalb nur schwer integrierbar. Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel sind deshalb als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Gartenbedarf

Bei den gartenmarktspezifischen Sortimenten wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und Gartenbedarf empfohlen: Waren des Gartenbedarfes wie z.B. Erde, Torf, Gartengeräte, Topfpflanzen und Pflanzgefäße werden grundsätzlich vor allem über Gartencenter/Gärtnereien verkauft, die aufgrund ihrer niedrigen Flächenproduktivität und ihres Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. Die Waren des Gartenbedarfs werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Schnittblumen werden dagegen zumeist über Fachgeschäfte verkauft, sind daher grundsätzlich als zentrenrelevantes Sortiment anzusehen, durch ihre Kopplung an das typische Nachfrageverhalten der Verbraucher für den täglichen Bedarf sind sie zugleich als nahversorgungsrelevant einzustufen. Letztere Festlegung erlaubt in der Stadt Bernau auch die Einbindung von Blumenläden in die Nahversorgungsstrukturen.

Haustextilien (Haus- und Tischwäsche; Bettwaren), Heimtextilien (Gardinen, Dekorations- und Möbelstoffe, Vorhänge, Kissenbezüge, Auflagen), Teppiche/ textile Bodenbeläge

In dieser Warengruppe dominiert das EKZ „Bahnhofs-Passage“ die Angebotsstrukturen in Bernau, auch mit sehr leistungsstarken Anbietern (u.a. Dänisches Bettenlager).

Fachhandel mit hochwertigen Heimtextilien und Tischwäsche, auch in Verbindung mit Dienstleistungen, zählt zu den innerstädtischen Entwicklungsperspektiven.

Dementsprechend wird folgende Differenzierung empfohlen: Heimtextilien und Tischwäsche können als qualifizierte Fachgeschäfte in den zentralen Versorgungsbereich eingebunden werden, zur Aufrechterhaltung der Entwicklungsperspektiven gelten folglich die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind überwiegend mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind.

Vor dem Hintergrund der vorab dargestellten Zusammenhänge wird im Folgenden eine „Bernauer Sortimentsliste“ für die Bestimmung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Stadt Bernau bei Berlin vorgeschlagen. Sie stützt sich auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Die Anwendung der Sortimentsliste muss anhand der unterschiedlichen Hierarchiestufen des Zentrenkonzeptes gewichtet erfolgen. Zentrenrelevante Sortimente bleiben vorrangig dem A-Zentrum Historische Innenstadt in Abstimmung mit dem B-Zentrum „Bahnhofs-Passage“ – Hauptgeschäftsbereich vorbehalten. Nahversorgungsrelevante Sortimente als Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente bilden darüber hinaus den Kern der Nahversorgungszentren und integrierter Nahversorgungsstandorte für Bernau.

„Bernauer Sortimentsliste“

zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

nahversorgungsrelevante Sortimente	
Lebensmittel, Getränke	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, (WZ-Nr. 47.11) Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln (WZ-Nr. 47.2)
Drogerie, Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ-Nr. 47.75), Waschmittel für Wäsche, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren (aus WZ-Nr. 47.78.9)
Zeitungen / Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften (WZ-Nr. 47.62.1)
Blumen	Schnittblumen (aus WZ-Nr. 47.76.1)
Apotheken	Apotheken (WZ-Nr. 47.73)
zentrenrelevante Sortimente	
Zoologischer Bedarf, Lebende Tiere	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ-Nr. 47.76.2) ohne Heimtiernahrung
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel (WZ-Nr. 47.74.0)
Bücher, Papier, Schreibwaren/ Büroorganisation	Papierwaren/Büroartikel/Schreibwaren (WZ-Nr. 47.62.2), Bücher (WZ-Nr. 47.61.0),
Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Antiquariat	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.3), Antiquitäten, antike Teppiche (WZ-Nr. 47.79.1), Antiquariate (WZ-Nr. 47.79.2)
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	Bekleidung (WZ-Nr. 47.71) Schuhe und Lederwaren (WZ-Nr. 47.72)
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren	Geräte der Unterhaltungselektronik (WZ-Nr. 47.43) Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern (WZ-Nr. 47.63.0) Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software (WZ-Nr. 47.41) Telekommunikationsgeräte (WZ-Nr. 47.42) Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse – ohne Elektrogroßgeräte (aus WZ-Nr. 47.54)
Foto, Optik	Augenoptiker (WZ-Nr. 47.78.1), Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.2)
Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände	Haushaltstextilien, Kurzwaren, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche ohne Matratzen und Bettwaren (aus WZ-Nr. 47.51) Haushaltsgegenstände ohne Bedarfsartikel Garten (aus WZ-Nr. 47.59.9) Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 47.59.2) Heimtextilien ohne Teppiche/Teppichboden (aus WZ-Nr. 47.53)
Musikalienhandel	Musikinstrumente und Musikalien (WZ-Nr. 47.59.3)
Uhren, Schmuck	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ-Nr. 47.77.0)
Spielwaren, Bastelbedarf	Spielwaren und Bastelbedarf (WZ-Nr. 47.65),
Sportartikel	Sportartikel ohne Campingartikel, Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote (aus WZ-Nr. 47.64.2)
Fahrräder und –zubehör	Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör (aus WZ-Nr. 47.64.1)

Quelle: Zusammenstellung auf Grundlage der Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008)

5.3. Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Konzeptes der gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels

Der Erhalt und die Stärkung von Bernau als Mittelzentrum sind untrennbar mit der Entwicklung der Versorgungsstruktur und Stärkung der Einzelhandelszentralität verknüpft. Neben den definierten städtebaulichen Zielvorstellungen wird insbesondere über den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums die Entwicklungsrichtung der Versorgungsstruktur und Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Bernau maßgeblich bestimmt.

Die empfohlene Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen und Wertigkeiten der Einzelhandelsstandorte mit vorrangiger Fokussierung auf die Weiterentwicklung des Zentrums Bernau in der funktionalen Verknüpfung von A- und B-Zentrum.

Mit dem folgenden Handlungsleitfaden wird das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung konkretisiert und die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen determiniert. Die Leitlinien bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen. Im Kontext mit der „Bernauer Sortimentsliste“ zur Festlegung zentrenrelevanter Sortimente wird eine rechtssichere Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen gewährleistet.

Der abgesteckte Rahmen für Einzelfallentscheidungen sichert einerseits die notwendige Flexibilität andererseits bleibt der Fokus auf die gesamtstädtische Entwicklung gerichtet.

Die jeweiligen Leitlinien geben auch bestehenden Einzelhandelsbetrieben und ansiedlungsinteressierten Anbietern eine Orientierung und gewährleisten die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit.

Leitlinie 1 – Zentrum Bernau – Zwei innerstädtische Zentren in Funktionsergänzung:

Innerstädtische Versorgungsfunktionen werden in der Stadt Bernau in Funktionsabstimmung und -ergänzung durch zwei benachbarte zentrale Versorgungsbereiche wahrgenommen – die historische Innenstadt (A-Zentrum) und das benachbarte Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum). Beide zentrale Versorgungsbereiche werden als Investitionsvorranggebiete definiert.

Die zukunftsfähige Ausrichtung des Einzelhandelsstandortes Bernau bei Berlin im Kontext zur Sicherung zentralörtlicher Funktionen bedarf auch weiterhin einer konzentrierten Ansiedlungsstrategie. Die historische Innenstadt besitzt gute Voraussetzungen für einen innerstädtischen Erlebnisbereich, für ein Zentrum des urbanen Lebens in einer multifunktionalen Ausrichtung mit Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Verwaltung und Tourismus, welches die lokale, regionale und touristische Nachfrage anspricht. Ausgehend von den verfügbaren Standortstrukturen als historische Innenstadt bilden kleinteilige, individuelle Angebotskonzepte den Schwerpunkt im A-Zentrum. In Ergänzung dazu übernimmt das B-Zentrum (Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“) mit einem nachfragegerechten Angebot im Mix verschiedener Betriebsformen- und -größen die Funktion des Hauptgeschäftsbereiches. In diesem Wechselspiel kann der Handel seine Schlüsselrolle für eine Stärkung und Weiterentwicklung eines umfassenden Zentrums von Bernau ausfüllen.

Der Erhalt und die Weiterentwicklung beider Zentren ist die übergeordnete Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Bernau bei Berlin, folglich sind einzelhandelsrelevante Investitionen vorrangig, entsprechend der jeweiligen Möglichkeiten und Funktion, auf die Zentren zu lenken.

Leitlinie 2 – Sicherung der Nahversorgung:

Nahversorgungszentren sind integrierte Versorgungszentren einer umfassenden Grundversorgung in den Stadtgebieten. Sie werden ergänzt durch Nahversorgungslagen zur Sicherung einer möglichst flächendeckend, fußläufig erreichbaren Nahversorgung in Bernau bei Berlin. Deren Angebotsstrukturen sind vorrangig auf nahversorgungsrelevante Sortimente auszurichten. In Wohnlagen ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungslagen werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.

Die Nahversorgung stellt ein wesentliches Element der Lebensqualität der Wohnbevölkerung dar, deren Schutz und Sicherung sind folglich eine relevante kommunale Aufgabenstellung.

Die Nahversorgungszentren sichern vorrangig die Funktionen einer umfassenden Grundversorgung in den Stadtgebieten. Mit der Aufnahme zusätzlicher Nahversorgungslagen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bernau bei Berlin wird ihre funktionale Bedeutung für eine fußläufig erreichbare Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen sind definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten einschließlich von Filialen des Lebensmittelhandwerkes im Eingangsbereich. Deren Größendimensionierung orientiert sich an den standortspezifischen Versorgungsfunktionen. Eine Ergänzung durch Fachgeschäfte mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist möglich, soweit diese ausschließlich auf die unmittelbare Nahversorgungsfunktion abzielen und die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes nicht wesentlich erhöhen.

Eine Weiterentwicklung sowie Ergänzung und Neuausweisung von Nahversorgungslagen ist möglich wenn diese:

- eine eigenständige Nahversorgungsfunktion innerhalb eines flächendeckenden Nahversorgungsnetzes übernehmen,
- eine integrierte Lage mit fußläufiger Nahversorgung als maßgebliches Einzugsgebiet aufweisen,
- eine gute Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Nahversorgungsumfeld sichern (zentrale Lage innerhalb des relevanten Stadtgebietes)
- und zu keinen negativen Auswirkungen auf Bestand und Entwicklung der innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiche, der Nahversorgungszentren oder anderer Nahversorgungslagen in Bernau führen.

In kleineren Stadtteilen und Wohngebietslagen kann durch Nahversorgungslagen keine flächendeckend fußläufige Grundversorgung gesichert werden, folglich unterstützt die Stadt Bernau bei Berlin auch gezielt die Integration kleinteiliger Nahversorgungslösungen in weiteren Wohngebieten.

Leitlinie 3 – Zulässigkeit von Bernauer Nachbarschaftsläden:

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten ab einer Größenordnung von über 75 m² Verkaufsfläche sollen zukünftig in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.

Die Ansiedlung von Anbietern mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (zentrale Versorgungsbereiche der Innenstadt sowie Nahversorgungszentren), der Nahversorgungslagen und den planungsrechtlichen Festsetzungen für Ergänzungsstandorte ist nur zulässig, wenn die Verkaufsfläche je Einzelanbieter maximal 75 m² beträgt.

Diese Abgrenzung orientiert sich an der ortsspezifischen Einzelhandelssituation von Bernau. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 75 m² sind als tatsächlich überwiegend existierende Betriebe, als typische Art von „Bernauer Nachbarschaftsläden“ zu charakterisieren. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp findet sich gesamtstädtisch sowohl in der gesamten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld. Er ist eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Bernau bei Berlin. Vom Bernauer Nachbarschaftsladen gehen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche aus.

Einzelanbieter mit Verkaufsflächen über 75 m² sind dagegen innerhalb der Einzelhandelsstruktur der Stadt Bernau bei Berlin bereits als strukturprägende Anbieter, also als attraktive Frequenzbringer für zentrale Versorgungsbereiche anzusehen.

Die Stadt Bernau verfügt über einen hohen Anteil kleinstrukturierter Einzelhandelsflächen. Lediglich 40 % aller Einzelhandelsbetriebe (86 Einzelhandelsbetriebe zum Stand August 2013) in Bernau verfügen über eine Verkaufsfläche über 75 m². Noch ausgeprägter stellt sich die Flächenstruktur im innerstädtischen A-Zentrum dar: 80 % aller Anbieter (57 Einzelhandelsbetriebe zum Stand August 2013) in diesem zentralen Versorgungsbereich verfügen nur über Verkaufsflächen bis maximal 75 m².

Folglich können bereits große Fachgeschäfte mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten zu erheblichen Wettbewerbseinflüssen führen und sind dementsprechend prioritär in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln, bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten auch in den Nahversorgungszentren.

Leitlinie 4 – Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren- und Standortstrukturen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes begrenzen:

Neuansiedlungen sowie die Erweiterung und Sortimentsveränderungen bestehender Betriebe an Standorten, die nicht in die Zentren- und Standortstruktur integriert sind, sollen für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ausgeschlossen werden.

Ausnahmen von dieser Empfehlung können nur bei Einhaltung folgender Kriterien zugelassen werden:

- Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Leitlinie 3 (Bernauer Nachbarschaftsläden).
- oder
- Die Anbieter führen zu einer verbesserten, flächendeckenden Nahversorgung, gemäß Leitlinie 2.
- oder
- Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der „Bernauer Sortimentsliste“ zu mindestens 90 % als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf 75 m² begrenzt und der Antragsteller muss über eine Verträglich-

keitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche verbunden ist.

- Ausnahmsweise zulässig sind auch Tankstellenshops sowie Einzelhandelsbetriebe, die in unmittelbarem räumlichem und betrieblichem Zusammenhang mit Handwerks- oder produzierenden Gewerbebetrieben stehen, keine zentrenrelevanten Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste („Bernauer Sortimentsliste“) führen und nicht mehr als 10 von Hundert der mit dem Betriebsgebäude überbauten Fläche als Verkaufs- und Ausstellungsfläche haben.

Leitlinie 5 - Planungsrechtliche Absicherung der Ergänzungsstandorte:

In den bestehenden Ergänzungsstandorten werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert, welche sich an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientieren sollen.

Mittelzentrale Versorgungsfunktionen werden in der Stadt Bernau bei Berlin ergänzend zu den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen vom Ergänzungsstandort „Rüdritzer Chaussee“ und vom Ergänzungsstandort „Rehberge“ wahrgenommen, beide vorrangig ausgerichtet auf das Branchenumfeld Bauen / Wohnen / Einrichten. Zukünftige Standortentwicklungen an den Ergänzungsstandorten ordnen sich der Priorität beider innerstädtischer zentraler Versorgungsbereiche unter. Folglich sind Entwicklungen an den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels stets in ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu prüfen.

Leitlinie 6 - Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept:

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird durch Beschluss der Stadtverordnetenversammlung vom politischen Willen der Kommune getragen.

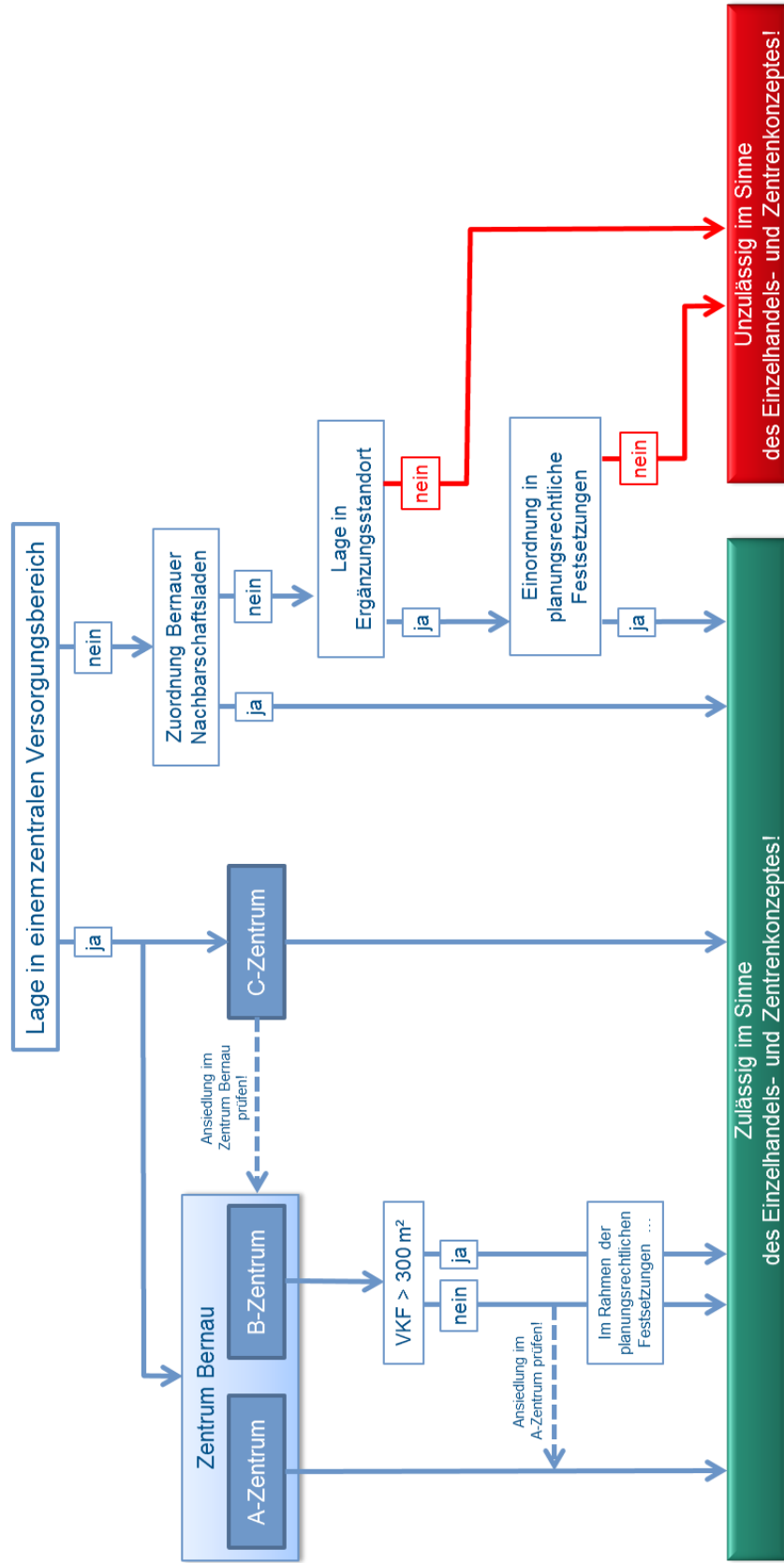
Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu berücksichtigen und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.

5.4. Entscheidungsmatrix zur zukünftigen Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment

Die nachfolgende Matrix soll eine Grundlage für eine zukünftige Vereinfachung und beschleunigte Verfahrensweise zur Beurteilung formeller Planungsschritte ermöglichen. Vorauszuschicken ist, dass es sich um eine erste Bewertung von neuen Planvorhaben im Hinblick auf die Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept, dessen Zielen und Handlungslinien handelt. Die Lage und Dimensionierung neuer Vorhaben bzw. Erweiterungsplanungen bestimmen jeweils die Bedeutung und deren stadtgebietsbezogene Wirkungen. Diese anhand der vorgegeben Matrix grundlegend zu bestimmen und damit auch die weitere Verfahrensweise festzulegen, ist Aufgabe und Ziel des Prüfschemas.

Abb. 24: Entscheidungsmatrix zur Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente

Ansiedlungsvorhaben eines Einzelhandelsbetriebs mit zentrenrelevantem Kernsortiment



BBE Handelsberatung GmbH

i.V.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Silvia Horn'.

Dr. Silvia Horn

i.V.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'U. Kollatz'.

Dr. Ulrich Kollatz

6. Verzeichnis der Anlagen

Zentrenpass A-Zentrum Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum

Zentrenpass B-Zentrum Einkaufszentrum Bahnhofs-Passage - Hauptgeschäftsbereich

Zentrenpass C-Zentrum Nahversorgungszentrum Forum Bernau

Zentrenpass C-Zentrum Nahversorgungszentrum Schwanebecker Chaussee

Zentrenpass C-Zentrum Nahversorgungszentrum Schönower

A-Zentrum Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum

Lage: Umschließt die zusammenhängenden, räumlichen Entwicklungsbereiche als multifunktionales Zentrum für die örtlichen und regionalen Versorgungsfunktionen. Der zentrale Versorgungsbereich umschließt im Norden die Breite Straße und Teile der Grünstraße. Der westliche Verlauf konzentriert sich auf die Berliner Straße und führt bis an die Lohmühlenstraße heran. Die östliche Begrenzung ist bis zur Bahnhofstraße unter Einschluss des südlich gelegenen Bahnhofplatzes, zu ziehen. Der nordöstliche Teil erstreckt sich entlang der Stadtmauer. Im südlichen Bereich wird das A-Zentrum durch die Breitscheidstraße begrenzt.

Versorgungsfunktion: Konzentration multifunktionaler Nutzungen – attraktiver Erlebnisraum für Handel, städtisches Leben & Tourismus, vielfältige Branchen- und Betriebsgrößenstruktur ohne Begrenzungen, Entwicklungspotenziale für den spezialisierten höheren Bedarf nutzen.

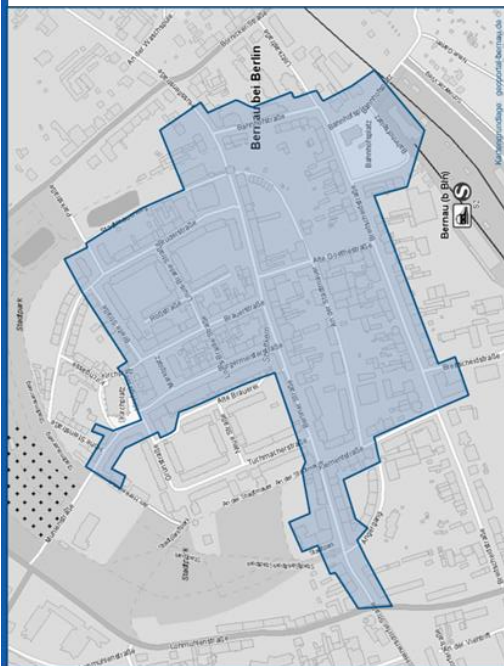
Einzugsgebiet: gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Die höchste Priorität im Zentren- und Standortgefüge besitzt die Innenstadt, Bernau verfügt über eine historische Altstadt mittelalterlichen Ursprungs, welche um neuzeitliche Gebäude ergänzt wurde. Dabei ist zu berücksichtigen, dass innerstädtische Versorgungsfunktionen in Bernau durch zwei benachbarte zentrale Versorgungsbereiche wahrgenommen werden - die historische Innenstadt (A-Zentrum) und das Einkaufszentrum „Bahnhofspassage“ (B-Zentrum). Das urban gewachsene A-Zentrum ist kompakt, die Entwicklungspotenziale liegen in der Herausbildung eines eigenständigen Profils, welches auf Vielfalt und Multifunktionalität ausgerichtet ist. Die Wahrnehmung soll zukünftig stärker durch Verdichtung der Einzelhandelsangebote und Verknüpfung attraktiver Erlebnisräume sowie durch breite Funktionsbündelung (Handel-Tourismus-Arbeiten-Wohnen) geprägt werden.

Angebotsstruktur (Stand: 31. August 2013):

Nahrungs- & Genussmittel	910 m ²
Gesundheit, Körperpflege	440 m ²
Blumen, Garten, Heimtier	95 m ²
Bücher, Zeitschriften, PBS	285 m ²
Bekleidung, Textilien	1.070 m ²
Schuhe, Lederwaren	270 m ²
Heimwerkerbedarf	30 m ²
Spielwaren, Hobby, Baby	115 m ²
Sportartikel, Fahrräder	165 m ²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	265 m ²
Elektrowaren	135 m ²
UE, Kommunikation, PC	210 m ²
Foto / Optik / Akustik	230 m ²
Uhren / Schmuck	120 m ²
Sonstiges	



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich



Lage im Stadtgebiet Bernau bei Berlin

B-Zentrum EKZ „Bahnhofs-Passage“- Hauptgeschäftsbereich

Lage: Einkaufszentrum südöstlich angrenzend an das A-Zentrum, zudem unmittelbar angrenzend zum S-Bahnhof Bernau.

Versorgungsfunktion: Funktion eines innerstädtischen, zentralen Versorgungsreiches - Hauptgeschäftsbereich der Stadt Bernau bei Berlin, wesentlicher Träger zentralörtlicher Funktionen, Investitionsvorranggebiet zur Ansiedlung von Fachmärkten und größeren Einzelhandelsbetrieben, Funktionsabstimmung mit dem A-Zentrum.

Einzugsgebiet: gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Angebotsstruktur (Stand: 31. August 2013):

Nahrungs- & Genussmittel	3.778 m ²
Gesundheit, Körperpflege	852 m ²
Blumen, Garten, Heimtier	595 m ²
Bücher, Zeitschriften, PBS	560 m ²
Bekleidung, Textilien	4.411 m ²
Schuhe, Lederwaren	1.356 m ²
Heimwerkerbedarf	25 m ²
Spielwaren, Hobby, Baby	895 m ²
Sportartikel, Fahrräder	110 m ²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1.680 m ²
Elektrowaren	455 m ²
UE, Kommunikation, PC	1.546 m ²
Foto / Optik / Akustik	260 m ²
Uhren / Schmuck	182 m ²
Sonstiges	

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:
Das Einkaufszentrum „Bahnhofs-Passage“ in Bernau bei Berlin wurde 1996 eröffnet, aktuell verfügt über eine Einzelhandelsverkaufsfläche von ca. 16.700 m². Als großflächige Anbieter und Magnetbetriebe sind zu nennen: EDEKA-Verbrauchermarkt, Unterhaltungselektronikmarkt MediMax, Natur-Kaufhaus, Spielwarenmarkt Zwergnase sowie die Bekleidungsmärkte AWG und C&A. Neben weiteren Fachmärkten der Branchen Lebensmittel, Drogerie, Heimtierbedarf, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportbekleidung sind kleinteilige Fachgeschäfte sowie ein breites Spektrum von Dienstleistungen (Frisör, Arztpraxen, Büros), Gastronomie- und Freizeitangeboten (Filmpalast, Bowlingoase, Fitnessstudio) vertreten. Das B-Zentrum soll jene innerstädtischen Versorgungsfunktionen übernehmen, die im A-Zentrum mit kleinteiligen Verkaufsflächenstrukturen räumlich und funktional nicht umsetzbar sind.



Lage im Stadtgebiet Bernau bei Berlin

C-Zentrum Nahversorgungszentrum Forum Bernau

Lage: Vergleichsweise zentrale Lage westlich der Innenstadt an der Verbindungsstraße Zepernicker Chaussee/Heinersdorfer Straße (L 314). Eingebunden in die räumliche Abgrenzung sind das Einkaufszentrum Forum Bernau und der gegenüberliegende Discounterstandort.

Versorgungsfunktion: Sicherung einer wohnungsnahen und umfassenden Grundversorgung vom täglichen Bedarf bis zu Nachfragesegumenten des autoorientierten Wochenbedarfs, ergänzt durch Dienstleistungen und Gastronomieangebote.

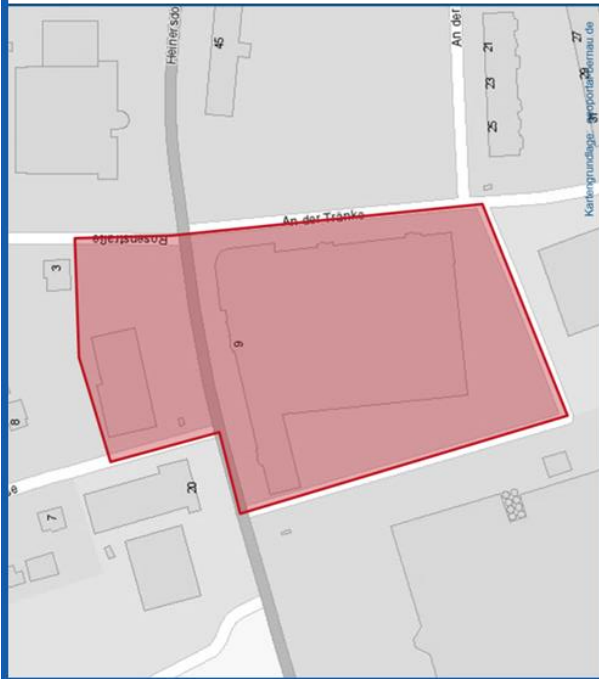
Einzugsgebiet: Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Blumenhag bis einschließlich des südlich gelegenen Wohngebietes Viehtrift, weitergehende anbieterspezifische Ausstrahlung bzw. über Synergieeffekte im Umfeld (Agentur für Arbeit, SportForum)

Angebotsstruktur (Stand: 31. August 2013):

Nahrungs- & Genussmittel	2.380 m ²
Gesundheit, Körperpflege	190 m ²
Blumen, Garten, Heimtier	75 m ²
Bücher, Zeitschriften, PBS	145 m ²
Bekleidung, Textilien	35 m ²
Schuhe, Lederwaren	360 m ²
Heimwerkerbedarf	
Spielwaren, Hobby, Baby	55 m ²
Sportartikel, Fahrräder	130 m ²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	70 m ²
Elektrowaren	35 m ²
UE, Kommunikation, PC	20 m ²
Foto / Optik / Akustik	50 m ²
Uhren / Schmuck	25 m ²
Sonstiges	15 m ²

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Das „Forum Bernau“ ist ein multifunktionales Einkaufszentrum, welches im besten Sinne die Funktionen eines Nahversorgungszentrums zusammenfasst. Als Magnetbetrieb fungiert ein großflächiger Edeka-Supermarkt, ergänzt durch diverse nahversorgungsrelevante Anbieter (Apotheke, Getränkemarkt, Bäcker, Blumen, Lotto / Zeitschriften) und zusätzlichen Fachgeschäften im mittel- bis langfristigem Bedarfspektrum (Schuhe, Fahrrad, Schreib- und Spielwaren, Gemischtwaren, Optik/Akustik). Diverse Dienstleister (Reisebüro, Reinigung, Friseur, Asia Bistro, Griechisches Restaurant, Videoverleih) sowie mehrere Arztpraxen sind ansässig. Aktuell summiert sich die einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche auf ca. 3.600 m², gleichzeitig weisen mehrere Leerstände auf wirtschaftliche Tragfähigkeitsprobleme. Die Flächenkapazitäten sind auch für eine Weiterentwicklung ausreichend.



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich
Lage im Stadtgebiet Bernau bei Berlin



C-Zentrum Nahversorgungszentrum Schwanebecker Chaussee

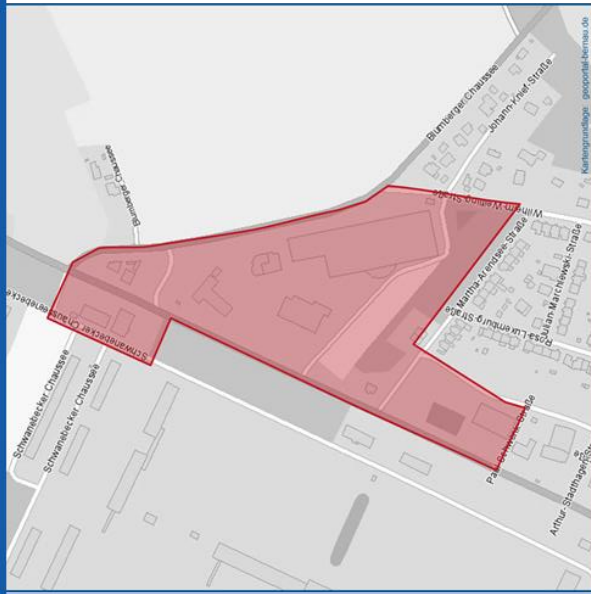
Lage: Gelegen am Kreuzungsbereich der Schwanebecker Chaussee (L200) mit der Blumberger Chaussee (L31), im südlichen Stadtgebiet, weist das C-Zentrum eine sehr gute Erreichbarkeit auf.

Versorgungsfunktion: Sicherung einer wohnungsnahen und umfassenden Grundversorgung.

Einzugsgebiet: Nahversorgungsfunktion für die Bevölkerung des Stadtteiles Lindow und der nahe gelegenen Siedlung Birkenhöhe; erzielt über PKW-Frequenzen der stark befahrenen Schwanebecker Chaussee jedoch auch eine partielle Kundenbindung aus einem erweiterten Einzugsgebiet.

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:
Das C-Zentrum Schwanebecker Chaussee entwickelte sich sukzessive aus einer Einzelhandelsagglomeration im südlichen Stadtgebiet von Bernau. Es weist eine besondere Struktur auf, welche über die typischen Funktionen eines Nahversorgungszentrums hinausgeht und ursächlich auf die funktional gewachsene Einzelhandelsagglomeration zurückzuführen ist. Neben vorrangig nahversorgungsrelevanten Anbietern ist ein Baumarkt (toom) eingebunden. Insgesamt umfasst dieser zentrale Versorgungsbereich annähernd 8.800 m² Verkaufsfläche. Der hohe Flächenbesatz ist insbesondere für die Weiterentwicklung des Standortes von Bedeutung, perspektivisch soll dieser zentrale Versorgungsbereich seine Versorgungsfunktionen nicht über die Nahversorgung und den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ausdehnen.

Angebotsstruktur (Stand: 31. August 2013):	Fläche (m ²)
Nahrungs- & Genussmittel	2.005
Gesundheit, Körperpflege	105
Blumen, Garten, Heimtier	885
Bücher, Zeitschriften, PBS	45
Bekleidung, Textilien	55
Schuhe, Lederwaren	15
Heimwerkerbedarf	4.380
Spielwaren, Hobby, Baby	35
Sportartikel, Fahrräder	50
Hausrat, Einrichtung, Möbel	685
Elektrowaren	450
UE, Kommunikation, PC	40
Foto / Optik / Akustik	
Uhren / Schmuck	
Sonstiges	15



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich
Lage im Stadtgebiet Bernau bei Berlin

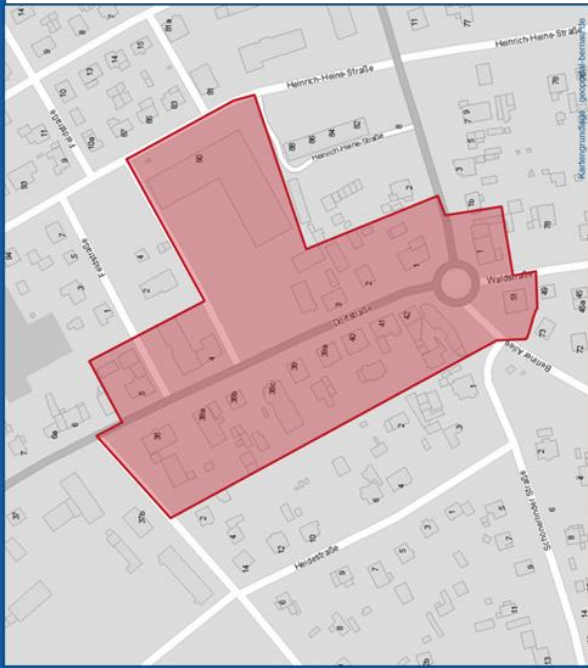


C-Zentrum Nahversorgungszentrum Schönnow

Lage: Das C-Zentrum liegt im westlichen Bernauer Stadtgebiet. Eingebunden in die umliegende Wohnbebauung des Stadtteiles erstreckt es sich entlang der Dorfstraße, nördlich des Kreuzungsbereiches mit der Bernauer Allee.

Versorgungsfunktion: Sicherung einer wohnungsnahen und umfassenden Grundversorgung.

Einzugsgebiet: Nahversorgungsfunktion vorwiegend für die Bevölkerung des Ortsteiles Schönnow mit Ausstrahlung auch auf den benachbarten Stadtteil Friedenstal



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich
Lage im Stadtgebiet Bernau bei Berlin



Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Schwerpunkt des Nahversorgungszentrums bildet ein Einzelhandelskomplex zwischen der Dorfstraße und der Heinrich-Heine-Straße mit Lebensmittel-Discounter (Netto) und Restpostenmarkt (Repo) als Magnetanbieter. Weiterer kleinteiliger Einzelhandel und ergänzende Dienstleister sind sowohl innerhalb dieses Komplexes als auch in den angrenzenden Wohn- und Geschäftsbauten des zentralen Versorgungsbereiches eingebunden. Hierzu zählen Lebensmittelhandwerk, Blumen, Apotheke, Fachgeschäft für Angelbedarf aber auch Sparkasse und Praxis für Ergotherapie. Der aktuelle Verkaufsflächenbestand umfasst ca. 1.560 m².

Grundsätzliches Ziel ist die Stabilisierung dieses C-Zentrums, dabei ist die unmittelbare Wettbewerbssituation mit den Nahversorgungslagen an der Bernauer Allee zu beachten

Angebotsstruktur (Stand: 31. August 2013):

Nahrungs- & Genussmittel	430 m ²
Gesundheit, Körperpflege	115 m ²
Blumen, Garten, Heimtier	60 m ²
Bücher, Zeitschriften, PBS	25 m ²
Bekleidung, Textilien	50 m ²
Schuhe, Lederwaren	
Heimwerkerbedarf	170 m ²
Spielwaren, Hobby, Baby	
Sportartikel, Fahrräder	70 m ²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	605 m ²
Elektrowaren	20 m ²
UE, Kommunikation, PC	
Foto / Optik / Akustik	
Uhren / Schmuck	
Sonstiges	15 m ²

7. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen

Begriffsdefinitionen in Anlehnung an: Definitionssammlung zum Einzelhandelsmarkt der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (2013), Katalog E – Definitionen zu Einzelhandel und Distribution des Instituts für Handelsforschung der Universität Köln (2006).

DIY:

- DIY ist die Abkürzung für Do It Yourself. Als DIY-Sortiment werden alle Heimwerkersortimente zusammengefasst. Die DIY-Branche (synonym Baumarktbranche) bezieht alle Betriebsformen mit Heimwerkersortimenten ein, den Schwerpunkt bilden Bau- und Gartemärkte.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

- Die Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung eines Gebiets innerhalb eines Jahres. Der Absatz von Verbrauchsgütern, langlebigen Konsumgütern, persönlichen Dienstleistungen und Immobilien ist unmittelbar abhängig von der Höhe der Kaufkraft.
- Bei der Ermittlung der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft werden nur diejenigen Anteile der Kaufkraft berücksichtigt, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

Einzelhandelsrelevante Zentralität:

- Der Zentralitätsgrad eines definierten räumlichen Gebietes (z. B. Innenstadt, Gemeinde, Region) gibt an, welche Bedeutung die in diesem Gebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung der in diesem und in umliegenden Gebieten ansässigen Bevölkerung haben.
- Die Zentralität des Einzelhandels ermittelt sich aus der Division des Einzelhandelsumsatzes durch die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (jeweils Index oder Promille) x 100.
- Ein Wert unter 100 zeigt an, dass Handelsumsatz an andere Standorte abgegeben wird. Ein Wert über 100 bedeutet, dass Umsätze von Kunden außerhalb des definierten Gebietes hinzuströmen, der Handelsumsatz also größer als das Potenzial der Bevölkerung darin ist.

Ergänzungsstandort:

- Ein Ergänzungsstandort ist ein Standort mit meist großflächigem nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel. Er ist autoorientiert und beinhaltet entweder ein oder mehrere Einkaufszentren oder einzelne, große Einzelhandelsbetriebe (z. B. Garten-, Bau-, Möbelbranche) oder beides in Kombination. Meist waren solche Standorte für größere Gewerbebetriebe vorgesehen.

GPK:

- „GPK“ ist die Abkürzung für die Sortimentsbezeichnung „Glas / Porzellan / Keramik“.

Großflächiger Einzelhandel

- Die Großflächigkeit beginnt dort, wo üblicherweise die Größe von der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetrieben ihre Obergrenze findet (BVerwG Urt. v. 22.05.1987, 4 C 19.85).
- Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen: 1. Seit 2005 geht die Rechtsprechung davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² beginnt (BVerwG Urt. v. 24.11.2005, 4 C 10.04). 2. Negative Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO werden regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen (= Regelvermutung), können jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden. Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.
- Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet eine Schwelle, von der ab Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i. S. v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind.
- Eine Zusammenrechnung von Verkaufsflächen mehrerer Betriebe findet auf der Ebene des Bauplanungsrechts – und damit im Baugenehmigungsverfahren - nur ausnahmsweise statt, wenn ein Fall der sog. Funktionseinheit vorliegt.

Kaufkraftbindung:

- Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines bestimmten Gebiets (z. B. einer Gemeinde), der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und in Umsatz umgewandelt werden kann.

Kernsortiment/Randsortiment:

- Randsortimente sind nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
- Das Randsortiment tritt nur zu einem bestimmten Kernsortiment hinzu, falls eine gewisse Beziehung zu den Waren des Kernsortiments besteht. Umfang und Wichtigkeit sind dabei deutlich untergeordnet (meist nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche).

Lebensmitteldiscounter:

- Lebensmitteldiscounter besitzen ein ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern) und einen Nonfood-Umsatzanteil von ca. 10 - 13 % auf Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment, welches i. d. R. um Getränke ergänzt wird. In den letzten Jahren war ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) festzustellen.
- Lebensmitteldiscounter verzichten auf Bedienungsabteilungen sowie weitere Dienstleistungen und verhalten sich preisaggressiv und werbeintensiv. In der Regel erfolgt eine sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsen-

tiert (z. B. Drogerieartikel). So genannte Markendiscouter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

Nachfragevolumen, einzelhandelsrelevantes:

- Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen (oder auch Nachfragepotenzial) setzt sich aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, in den einzelnen Warengruppen bzw. für den Einzelhandel insgesamt, zusammen.

Nahversorgungslage:

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich und erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen.
- Nahversorgungslagen sind durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter) gekennzeichnet, i. d. R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Metzger).
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

Nahversorgungszentrum:

- Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine städtebauliche Einheit und ist in das Siedlungsgefüge integriert. Eine räumliche Nachbarschaft zu Wohngebieten ist charakteristisch.
- Nahversorgungszentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Sie übernehmen die lokale Vor-Ort-Versorgung vorrangig im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung.

SB-Markt:

- Ein SB-Markt ist ein „kleiner Supermarkt“ mit einer Verkaufsfläche bis zu 400 m². Er besitzt nur ein eingeschränktes Sortiment.
- Dieser Betriebstyp ist vor allem in kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscouter rentabel ist.

SB-Warenhaus:

- Ein SB-Warenhaus besitzt eine Verkaufsfläche von über 5.000 m². Charakteristisch ist ein umfassendes Sortiment, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50 %) auch eine umfangreiche Nonfood-Abteilung (Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75 %).
- Ganz oder überwiegend werden die Waren durch Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst angeboten. Betreiber dieses Betriebstypen zeichnen sich i. d. R. durch eine hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreis- und/oder Sonderangebotspolitik aus.
- Ein SB-Warenhaus ist häufig Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration an einem autokundenorientierten, oft peripheren Standort.

Sortiment, nahversorgungsrelevantes:

- Als nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen, kurzfristigen Bedarfs, insbesondere für die Grundversorgung mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln, anzusehen. Diese Waren werden von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind zugleich auch zentrenrelevant.
- Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbraucher-nah gelegenes Angebot gewährleistet werden soll.

Sortiment, zentrenrelevant:

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten im innenstädtischen Zentrum führen kann.
- In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig, es bedarf jeweils einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.
- Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in zentralen Versorgungsbereichen vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einem schützenswerten Bereich angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind.
- Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, eine hohe Beratungsintensität, eine hohe Flächenproduktivität und eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind) anzusehen.

Sortiment, nicht-zentrenrelevantes:

- Wesentliche Merkmale nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind ein meist hoher Flächenanspruch, geringe Kopplungswirkungen und eine eingeschränkte Transportfähigkeit. Diese Artikel werden oft mit handwerklichen Dienstleistungen (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt) oder für gewerbliche Nutzungen (z. B. Baustoffhandel, Büromöbelhandel) angeboten.
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente strahlen kein Gefährdungspotential auf gewachsene Zentren aus. Zu beachten sind dabei aber immer zentrenrelevante Randsortimente, die sehr wohl Auswirkungen haben können.

Stadtteilzentrum:

- Ein Stadtteilzentrum beschreibt eine städtebauliche Einheit, die sich abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge in räumlicher Nähe zu Wohngebieten befindet.
- Stadtteilzentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Hauptaufgaben sind sowohl die Nahversorgung als auch die Grundversorgung eines Stadtteils mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs. Die Einzelhandelsstruktur ist i. d. R. durch Lebensmittel- und ergänzende Anbieter geprägt. Weiterhin sind zentrentypische Dienstleistungen vorhanden.

Supermarkt:

- Ein Supermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von ca. 400 bis 2.500 m². Er bietet ein Lebensmittelvollsortiment mit einer hohen Kompetenz im Frische-Bereich an. Ab 800 m² Verkaufsfläche findet sich auch bereits ein höherer Nonfood-Anteil (Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 %).
- Standorte von Supermärkten sind vornehmlich Wohngebiete und verkehrsgünstige Lagen.

Verbrauchermarkt (Großflächiger Supermarkt):

- Ein Verbrauchermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von über 2.500 bis 5.000 m². Er bietet ein breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment an. Mit zunehmender Fläche steigt der Flächenanteil der Nonfood-Abteilungen (Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Flächenanteil ca. 30 - 60 %) stark an.
- Die Standorte von Verbrauchermärkten sind autokundenorientiert und befinden sich in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

Verkaufsfläche:

- Die Verkaufsfläche bezeichnet alle Flächen, die dem Verkauf dienen (inkl. Gänge, Treppen, Kassenzonen, Schaufenster, Theken, Vorkassenzone, Windfang, Leergutannahme) und dem Kunden frei zugänglich sind sowie dauerhaft genutzte Freiverkaufsflächen.
- Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen sowie Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

Verkausflächenausstattung je Einwohner:

- Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner beschreibt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl.
- Es ist ein quantitativer Indikator der Versorgung für die Ausstattung eines Gebiets.

Zentraler Versorgungsbereich:

- Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z. B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungs-

zentrum) abdecken. (Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil BVerwG 4 C 7.07 vom 11.10.2007)

- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.